

“APOYAR AL DESARROLLO DE LA SEGUNDA ETAPA DEL TRABAJO DE INVESTIGACION “FACTORES DETERMINANTES DE LA ACTIVIDAD EMPRENDEDORA (UN ENFOQUE INTEGRADO)” DE LOS DEPARTAMENTOS DE CAUCA, NARIÑO Y HUILA”.

(Estudio de Caso: Empresarios del Suroccidente Colombiano)



CESAR EFRAIN GOMEZ DIAZ

PASANTÍA PARA OPTAR AL TITULO COMO ADMINISTRADOR DE EMPRESAS.

UNIVERSIDAD DEL CAUCA
FACULTAD DE CIENCIAS CONTABLES ECONÓMICAS Y
ADMINISTRATIVAS
ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS
OPCIÓN DE GRADO
POPAYÁN
2016

APOYAR AL DESARROLLO DE LA SEGUNDA ETAPA DEL TRABAJO DE
INVESTIGACION "FACTORES DETERMINANTES DE LA ACTIVIDAD
EMPREDEDORA (UN ENFOQUE INTEGRADO) " DE LOS DEPARTAMENTOS DE
CAUCA, NARIÑO Y HUILA.

(Estudio de Caso: Empresarios del Suroccidente Colombiano)

CESAR EFRAIN GOMEZ DIAZ

ASESOR ACADÉMICO Y EMPRESARIAL: CÉSAR AUGUSTO OSORIO VERA

UNIVERSIDAD DEL CAUCA
FACULTAD DE CIENCIAS CONTABLES ECONÓMICAS Y
ADMINISTRATIVAS
ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS
OPCIÓN DE GRADO
POPAYÁN
2016

Dedicatoria.

Primero que todo agradezco a Dios por haberme dado la oportunidad de estudiar, a mi familia por estar siempre ahí dándome siempre el apoyo para salir adelante y no desfallecer en mis estudios a mis amigos y demás personas que me ayudaron con sus consejos.

Agradecimientos.

Agradezco inmensamente a los profesores de la Universidad del Cauca que aportaron su valioso a mi crecimiento profesional, y a todas las personas que de una u otra manera me apoyaron para alcanzar este sueño tan anhelado.

Contenido

INTRODUCCION	14
1. CONTEXTUALIZACIÓN DEL TRABAJO	15
1.1. DEFINICIÓN DEL PROBLEMA	15
1.1.1. DESCRIPCIÓN DEL PROBLEMA.	15
1.1.2. Formulación del problema.	16
1.2 Justificación	16
1.2. OBJETIVOS	18
1.2.1. OBJETIVO GENERAL	18
1.3.2. OBJETIVOS ESPECÍFICOS	18
2. CONTEXTUALIZACIÓN TEÓRICA	19
2.1. Marco conceptual	20
2.2. Marco contextual	24
3. CONTEXTUALIZACION METODOLOGICA	30
3.1 Búsqueda de las Empresas Objeto de Estudio	30
3.2 Clasificación de Empresas Objeto de estudio	31
3.3 Diseño de la encuesta	31
3.4 Aplicación del Instrumento o Encuesta	33
3.5 Análisis de la información	38
3.5.1 RESULTADOS DEL TRABAJO DE CAMPO	38
4. CONCLUSIONES	218
4.1 Recomendaciones	219
Bibliografía	220
Anexos	221

TABLA DE ILUSTRACIONES.

Ilustración 1 Antigüedad	40
Ilustración 2 Número de socios	42
Ilustración 3 Tipo de socios	42
Ilustración 4 Familiar	44
Ilustración 5 Actividades/ productos principales	45
Ilustración 6 Empleados	47
Ilustración 7 Exportación	48
Ilustración 8 Formación	49
Ilustración 9 Constancia y perseverancia	51
Ilustración 10 Aceptación del cambio	52
Ilustración 11 Soporte de responsabilidades	54
Ilustración 12 Ambición.....	55
Ilustración 13 Reciclarse y actualizarse	57
Ilustración 14 Emprender nuevas actividades	58
Ilustración 15 Optimismo.....	60
Ilustración 16 Incomodidad frente a nuevos retos	61
Ilustración 17 Transmisión de temas apasionantes	63
Ilustración 18 Aprovechamiento de oportunidades.....	64
Ilustración 19 Entrega total a la causa.....	66
Ilustración 20 Carisma y Liderazgo	67
Ilustración 21 Consulta para tomar decisiones.....	69
Ilustración 22 Reconocimiento	71
Ilustración 23 compartir éxitos con los demás	72
Ilustración 24 Anteponer responsabilidades profesionales	74
Ilustración 25 Modificar planes por opiniones de terceros	76
Ilustración 26 Perfeccionismo.....	77
Ilustración 27 Miedo al fracaso.....	79
Ilustración 28 Montar un negocio para ganar mucho dinero	81
Ilustración 29 Generar negocio propio para no trabajar para otros.....	82
Ilustración 30 Montar negocio propio por reconocimiento social	84

Ilustración 31 Montar negocio por capacidad de iniciativa	85
Ilustración 32 Necesidad de dinero para montar negocio	87
Ilustración 33 Motivación	88
Ilustración 34 Creación de empresa por entorno familiar	90
Ilustración 35 Creación de empresa para estar al frente de una organización y/o dirigir un grupo	92
Ilustración 36 Creación de empresa para ganar más que un asalariado	93
Ilustración 37 Creación de empresa para no ser empleado	95
Ilustración 38 Creación de empresa para intentar una nueva actividad empresarial	96
Ilustración 39 Creación de empresa porque otros lo intentaron.....	98
Ilustración 40 Emprender por ganar dinero pero sin obsesionarse	100
Ilustración 41 Conformidad con lo suficiente para vivir bien.....	101
Ilustración 42 Creación de empresas por inconformidad con la oferta laboral.....	103
Ilustración 43 Dirección del negocio en los próximos años	104
Ilustración 44 Ideas como motor de la empresa.....	106
Ilustración 45 Creación de empresa por conocimiento de un producto o servicio que se podía fabricar o vender con éxito	108
Ilustración 46 Mejores ideas surgen de dar solución a problemas de clientes.....	109
Ilustración 47 Cultura de desarrollar mejoras en productos y procesos.....	111
Ilustración 48 Mantenimiento de esa cultura	113
Ilustración 49 Preguntar sistemáticamente a clientes por mejoras.....	114
Ilustración 50 Asociación de ideas y diseño de planes de acción	116
Ilustración 51 Preocupación por mejorar la forma de hacer las cosas	117
Ilustración 52 Disposición a escuchar a colaboradores.....	119
Ilustración 53 Abierto a incorporación de tecnología	120
Ilustración 54 Poca creación de valor y pocos cambios personales.....	122
Ilustración 55 Necesidad de formarse más para supervivencia del negocio	123
Ilustración 56 Empresa beneficiada por conocimientos y saberes.....	125
Ilustración 57 Cambio profundo en vida y en empresa.....	126
Ilustración 58 Crecimiento en vida y empresa por incertidumbre	128
Ilustración 59 Adaptación por restricciones de la empresa.....	129

Ilustración 60 Aprender y ser creativo	131
Ilustración 61 Pocos cambios en vida y en empresa	132
Ilustración 62 Alta creación de nuevo valor a través de empresa	134
Ilustración 63 Grandes cambios en persona más no en empresa	135
Ilustración 64 Grandes cambios en empresa y en persona desde creación	137
Ilustración 65 Perseverancia	138
Ilustración 66 Trabajo duro sin importar tiempo	140
Ilustración 67 Gusto por provocar cambios	141
Ilustración 68 Mayor energía y vigor físico que los demás	142
Ilustración 69 Mayor energía y vigor físico que los demás	143
Ilustración 70 Éxito como resultado de esfuerzos sostenidos	144
Ilustración 71 Estar ocupado en algo siempre.....	146
Ilustración 72 Iniciativa como primer paso al éxito.....	147
Ilustración 73 Satisfacción en superar marcas propias.....	149
Ilustración 74 Buena salud importante para dirigir un negocio	150
Ilustración 75 Disposición a viajar.....	152
Ilustración 76 Terminar lo que se inicia.....	153
Ilustración 77 Crecimiento ante dificultades.....	155
Ilustración 78 Aguante ante el estrés diario	156
Ilustración 79 Disciplina	158
Ilustración 80 Importancia de la formación permanente.....	159
Ilustración 81 Pasión por lo que hace	161
Ilustración 82 Importancia en definición de clientes potenciales al crear negocio.....	162
Ilustración 83 Importancia en producto y dinero al crear negocio.....	164
Ilustración 84 Comprensión y satisfacción de las necesidades de los clientes	165
Ilustración 85 Trabajo cooperativo para alcanzar objetivos propuestos	167
Ilustración 86 Tendencia a conducir el debate en reuniones.....	168
Ilustración 87 Comunicación asertiva	170
Ilustración 88 Función comercial clave para el éxito.....	171
Ilustración 89 Creación de redes de apoyo para salir adelante	173
Ilustración 90 Enfrentamiento y solución de problemas.....	174

Ilustración 91 Importancia al asesoramiento externo.....	176
Ilustración 92 Necesidad de toma de decisiones para resolver problemas	177
Ilustración 93 Asumir riesgos	179
Ilustración 94 Tabla 93 Identificación, cálculo y control del riesgo.....	180
Ilustración 95 Tabla 95 Seguridad en lo que se hace para no arriesgarse.....	182
Ilustración 96 Necesidad de evaluar el riesgo para la toma de decisiones.....	183
Ilustración 97 Necesidad de estar bien informado para ser empresario.....	185
Ilustración 98 Adaptación de la concepción de la empresa a los cambios del mercado	186
Ilustración 99 Prestar siempre atención al entorno	188
Ilustración 100 Definir objetivos para llevar a cabo una idea.....	189
Ilustración 101 Diseñar planes para alcanzar objetivos	191
Ilustración 102 Planificación detallada antes de iniciar negocio	192
Ilustración 103 Planificación de recursos y financiación acorde	194
Ilustración 104 Alcanzar metas con calidad.....	195
Ilustración 105 Preocupación por búsqueda del motivo del fracaso.....	197
Ilustración 106 Importancia de una gran idea para emprender	198
Ilustración 107 Planeación y organización vitales para la buena marcha de la empresa.....	200
Ilustración 108 Ejercer control sobre actividades de la empresa	201
Ilustración 109 Capacidades administrativas para lograr el éxito.....	203
Ilustración 110 Perfil psicológico	204
Ilustración 111 Motivación	206
Ilustración 112 Innovación y creatividad.....	207
Ilustración 113 Energía e iniciativa personal	209
Ilustración 114 Capacidad de análisis	210
Ilustración 115 Capacidad de influencia	212
Ilustración 116 Propensión al riesgo	213
Ilustración 117 Se considera un emprendedor	215
Ilustración 118 Elementos necesarios para ser un emprendedor	217

TABLAS.

Tabla 1 Antigüedad	40
Tabla 2 Número de socios	41
Tabla 3 Tipo de socios	42
Tabla 4 Familiar	43
Tabla 5 Actividades/ productos principales	45
Tabla 6 Empleados	46
Tabla 7 Exportación	48
Tabla 8 Formación	49
Tabla 9 Constancia y perseverancia	50
Tabla 10 Aceptación del cambio	52
Tabla 11 Soporte de responsabilidades	53
Tabla 12 Ambición.....	55
Tabla 13 Reciclarse y actualizarse	56
Tabla 14 Emprender nuevas actividades	58
Tabla 15 Optimismo.....	59
Tabla 16 Incomodidad frente a nuevos retos	61
Tabla 17 Transmisión de temas apasionantes	62
Tabla 18 Aprovechamiento de oportunidades.....	64
Tabla 19 Entrega total a la causa.....	65
Tabla 20 Carisma y Liderazgo	67
Tabla 21 Consulta para tomar decisiones.....	68
Tabla 22 Reconocimiento	70
Tabla 23 compartir éxitos con los demás	72
Tabla 24 Anteponer responsabilidades profesionales	73
Tabla 25 Modificar planes por opiniones de terceros	75
Tabla 26 Perfeccionismo.....	77
Tabla 27 Miedo al fracaso.....	78
Tabla 28 Montar un negocio para ganar mucho dinero	80
Tabla 29 Generar negocio propio para no trabajar para otros.....	82
Tabla 30 Montar negocio propio por reconocimiento social	83

Tabla 31 Montar negocio por capacidad de iniciativa	85
Tabla 32 Necesidad de dinero para montar negocio	86
Tabla 33 Motivación	88
Tabla 34 Creación de empresa por entorno familiar	90
Tabla 35 Creación de empresa para estar al frente de una organización y/o dirigir un grupo. 91	
Tabla 36 Creación de empresa para ganar más que un asalariado	93
Tabla 37 Creación de empresa para no ser empleado	94
Tabla 38 Creación de empresa para intentar una nueva actividad empresarial	96
Tabla 39 Creación de empresa porque otros lo intentaron.....	98
Tabla 40 Empezar por ganar dinero pero sin obsesionarse	99
Tabla 41 Conformidad con lo suficiente para vivir bien.....	101
Tabla 42 Creación de empresas por inconformidad con la oferta laboral.....	102
Tabla 43 Dirección del negocio en los próximos años	104
Tabla 44 Ideas como motor de la empresa.....	106
Tabla 45 Creación de empresa por conocimiento de un producto o servicio que se podía fabricar o vender con éxito	107
Tabla 46 Mejores ideas surgen de dar solución a problemas de clientes.....	109
Tabla 47 Cultura de desarrollar mejoras en productos y procesos.....	111
Tabla 48 Mantenimiento de esa cultura	112
Tabla 49 Preguntar sistemáticamente a clientes por mejoras.....	114
Tabla 50 Asociación de ideas y diseño de planes de acción	115
Tabla 51 Preocupación por mejorar la forma de hacer las cosas	117
Tabla 52 Disposición a escuchar a colaboradores.....	118
Tabla 53 Abierto a incorporación de tecnología	120
Tabla 54 Poca creación de valor y pocos cambios personales.....	121
Tabla 55 Necesidad de formarse más para supervivencia del negocio	123
Tabla 56 Empresa beneficiada por conocimientos y saberes.....	124
Tabla 57 Cambio profundo en vida y en empresa.....	126
Tabla 58 Crecimiento en vida y empresa por incertidumbre	128
Tabla 59 Adaptación por restricciones de la empresa.....	129
Tabla 60 Aprender y ser creativo	130

Tabla 61 Pocos cambios en vida y en empresa	132
Tabla 62 Alta creación de nuevo valor a través de empresa	133
Tabla 63 Grandes cambios en persona más no en empresa	135
Tabla 64 Grandes cambios en empresa y en persona desde creación	136
Tabla 65 Perseverancia	138
Tabla 66 Trabajo duro sin importar tiempo	139
Tabla 67 Gusto por provocar cambios	141
Tabla 68 Éxito como resultado de esfuerzos sostenidos	144
Tabla 69 Estar ocupado en algo siempre.....	145
Tabla 70 Iniciativa como primer paso al éxito.....	147
Tabla 71 Satisfacción en superar marcas propias	148
Tabla 72 Buena salud importante para dirigir un negocio	150
Tabla 73 Disposición a viajar.....	151
Tabla 74 Terminar lo que se inicia.....	153
Tabla 75 Crecimiento ante dificultades.....	154
Tabla 76 Aguante ante el estrés diario	156
Tabla 77 Disciplina	157
Tabla 78 Importancia de la formación permanente.....	159
Tabla 79 Pasión por lo que hace	160
Tabla 80 Importancia en definición de clientes potenciales al crear negocio	162
Tabla 81 Importancia en producto y dinero al crear negocio.....	163
Tabla 82 Comprensión y satisfacción de las necesidades de los clientes	165
Tabla 83 Trabajo cooperativo para alcanzar objetivos propuestos	166
Tabla 84 Tendencia a conducir el debate en reuniones.....	168
Tabla 85 Comunicación asertiva.....	169
Tabla 86 Función comercial clave para el éxito.....	171
Tabla 87 Creación de redes de apoyo para salir adelante	172
Tabla 88 Enfrentamiento y solución de problemas.....	174
Tabla 89 Importancia al asesoramiento externo.....	175
Tabla 90 Necesidad de toma de decisiones para resolver problemas	177
Tabla 91 Asumir riesgos	178

Tabla 92 Identificación, cálculo y control del riesgo	180
Ilustración 94 Tabla 93 Identificación, cálculo y control del riesgo	180
Tabla 94 Seguridad en lo que se hace para no arriesgarse	181
Ilustración 95 Tabla 95 Seguridad en lo que se hace para no arriesgarse	182
Tabla 96 Necesidad de evaluar el riesgo para la toma de decisiones.....	183
Tabla 97 Necesidad de estar bien informado para ser empresario.....	184
Tabla 98 Adaptación de la concepción de la empresa a los cambios del mercado	186
Tabla 99 Prestar siempre atención al entorno	187
Tabla 100 Definir objetivos para llevar a cabo una idea.....	189
Tabla 101 Diseñar planes para alcanzar objetivos	190
Tabla 102 Planificación detallada antes de iniciar negocio	192
Tabla 103 Planificación de recursos y financiación acorde	193
Tabla 104 Alcanzar metas con calidad.....	195
Tabla 105 Preocupación por búsqueda del motivo del fracaso.....	196
Tabla 106 Importancia de una gran idea para emprender	198
Tabla 107 Planeación y organización vitales para la buena marcha de la empresa	199
Tabla 108 Ejercer control sobre actividades de la empresa	201
Tabla 109 Capacidades administrativas para lograr el éxito.....	202
Tabla 110 Perfil psicológico	204
Tabla 111 Motivación	205
Tabla 112 Innovación y creatividad.....	207
Tabla 113 Energía e iniciativa personal	208
Tabla 114 Capacidad de análisis	210
Tabla 115 Capacidad de influencia	211
Tabla 116 Propensión al riesgo	213
Tabla 117 Se considera un emprendedor	214
Tabla 118 Elementos necesarios para ser un emprendedor	217

INTRODUCCION

El presente anteproyecto de Práctica Profesional se considera un estudio de tipo correlacional dentro de un enfoque mixto cualitativo y cuantitativo, que aunque trata de analizar las relaciones de los elementos que conforman la actividad emprendedora, se limita a establecer relaciones entre las variables, sin precisar su sentido de causalidad, ni su relación de causa-efecto, sino de comprender de qué manera estos elementos pueden estar relacionados con las condiciones que se presentan en el entorno.

Teniendo en cuenta lo anterior se propone para el análisis cuantitativo utilizar como instrumento un cuestionario, diseñado por el investigador y para el análisis cualitativo entrevistas semiestructuradas a algunos empresarios, lo cual hace referencia al trabajo de campo que se realizara a empresas familiares seleccionadas de las regiones de Cauca, Nariño y Huila.

Básicamente se contextualiza el trabajo desde las perspectivas teórica donde se genera un soporte conceptual y metodológico definiendo la forma en que se llevará a cabo, reflexionando sobre la importancia de su realización y administrativa organizando el tiempo y la forma de trabajo alrededor de una problemática descrita y planteada con anterioridad. Se plantean unos objetivos a conseguir que den solución a dicha situación, y el diseño de un instrumento adecuado con lo que se lograra el resultado esperado; presentando una mejora al formar personas no para ser empleados sino empleadores, mediante la generación masiva de nuevas empresas y negocios que coadyuven al desarrollo socio-económico del suroccidente colombiano.

1. CONTEXTUALIZACIÓN DEL TRABAJO

1.1. DEFINICIÓN DEL PROBLEMA

En el siguiente apartado se aborda la problemática que se pretende atender por medio de una descripción que amplíe su panorama; definiendo la realidad en la que se encuentra y analizando aspectos relevantes para posteriormente formular de forma concisa y clara el problema a tratar, como dijo Albert Einstein: “No hay problemas sin solución, sólo hay problemas mal planteados”.

Hasta el momento no se ha escrito la historia empresarial del suroccidente colombiano, ni se sabe cuáles son los factores determinantes de la actividad emprendedora, este trabajo pretende iniciar el conocimiento de esos factores, para conocer en sus raíces que puede hacer de un empresario un verdadero emprendedor.

1.1.1. DESCRIPCIÓN DEL PROBLEMA.

Se viven tiempos de grandes cambios, en los que el nuevo paradigma económico caracterizado por la velocidad, la innovación, las tecnologías de información y comunicaciones TIC, la globalización, los ciclos de tiempo cortos, la calidad y la satisfacción del cliente, el teletrabajo, los tratados de libre comercio, el mundo virtual, están marcando la importancia de los activos intangibles como el conocimiento, el aprendizaje, y sobre todo el capital humano, en nuestro caso de estudio representado por el emprendedor y su actividad, para competir y sobrevivir en un mercado cada vez más impredecible. Hablar de nuevos paradigmas implica hablar de cambio. Cuando un paradigma cambia, se establecen nuevas condiciones y supuestos, que traen consigo retos y oportunidades. Hoy el éxito de cada organización dependerá del entendimiento, la capacidad de reacción y/o adaptación a los nuevos paradigmas. “Hace algunos años, en las escuelas de administración enseñaban que los factores básicos de producción eran tierra, trabajo y capital. La imagen que se tenía de una empresa era de ladrillos, cemento, máquinas de producción masiva, inventarios, empleados, sindicato, capital...El poder se reflejaba en lo grande y lo voluminoso” Valdés Buratti (2003), actualmente este paradigma cambió, y hay nuevas reglas de juego, las ventajas competitivas sostenibles ya no encuentran en estos activos tangibles, sino en el aprendizaje y el conocimiento, en el surgimiento de emprendedores que con su actividad, serán los factores de producción que controlarán todo y se convertirán en los principales mecanismos que consolidarán la nueva economía. En la actualidad

muchas empresas a través de la capacidad que tienen para aprender y aplicar el conocimiento, a través de los emprendedores, compiten en el mercado sustituyendo los factores tradicionales de producción, ya que como se había planteado anteriormente en la actualidad tener tierra, trabajo y capital no le garantiza ser competitiva en el mercado. En este sentido “el emprendedor” se configura como una fuente de heterogeneidad y de posibles ventajas competitivas sostenibles.

1.1.2. Formulación del problema.

La descripción anterior lleva a formular el problema del trabajo:

¿Ser emprendedor comprende la agregación de: las oportunidades que plantea el medio, con sus rasgos personales y con su capacidad de dirección (enfoque integrado de la actividad emprendedora), que lo haga capaz de responder a los nuevos retos que la actual sociedad le plantea?

1.2 Justificación

El objeto del trabajo de pasantía es identificar los factores determinantes de la actividad emprendedora, tomando como caso de estudio los empresarios del Sur-occidente colombiano (1990 – 2015) generando así, un aporte a la etapa pre-teórica que nos permita comprender el fenómeno de la actividad emprendedora; será un enfoque que integre sus elementos básicos como son la oportunidad, sus rasgos o características, su capacidad de administrar y el entorno en el cual se desenvuelve. La investigación se desarrolla en el Suroccidente colombiano; Se eligió el sector, teniendo en cuenta que está conformado por departamentos (Cauca, Nariño y Huila) cuyos niveles de desarrollo están por debajo del promedio nacional y sus índices de miseria, pobreza, desempleo y falta de educación son bastante altos, percibiéndose una baja generación de empresas, esto en contraste con regiones como la de Antioquia, Bogotá D:C, Atlántico, Valle, cuyo desarrollo es alto y constante caracterizado por una gran actividad emprendedora. Para tal fin, inicialmente se recogerán las teorías existentes en el campo de la actividad emprendedora a nivel nacional, desarrollando un marco teórico que compile la literatura relevante y actualizada sobre el tema; Luego se verán las principales escuelas del pensamiento emprendedor a través de su desarrollo histórico. Para la parte empírica se tomará

como estudio de caso, el análisis de empresarios del sur-occidente colombiano, cuyas empresas se encuentren en plena madurez (20 a 25 años de existencia continua), y que se puedan catalogar como “emprendedoras” dadas las características observables de sus organizaciones. Las preguntas: ¿el empresario del sur-occidente colombiano es un emprendedor? y ¿se podría caracterizar al empresario de sur-occidente colombiano dentro del enfoque integrado propuesto? pretenden encontrar respuesta con este estudio. Se considera que el estudio de la historia empresarial de carácter regional, es de relevante importancia ya que a través de él, se tiene una fuente para el análisis y comprensión de la cultura organizacional. El proceso de formación y surgimiento de las empresas se asocia a un conjunto de variables de orden económico, político, cultural y social que es necesario comprender para determinar las condiciones de desarrollo, crecimiento y formación empresarial de la región. Por lo tanto se considera que el motor de desarrollo no es solo la acumulación de capital, sino la presencia de una élite de emprendedores que observando los avances tecnológicos-científicos, sumado a las necesidades de la sociedad, aprovechan las oportunidades comerciales y con su capacidad visionaria, analítica y práctica crean nuevos productos o servicios que se requieren o se demanden. Este enfoque hace que la figura de ese empresario o emprendedor con todas sus características (motivación, afán de logro, capacidad de servicio a la sociedad, etc.) determinen un argumento más que suficiente para ser estudiado. La presente investigación se considera un estudio de tipo correlacional dentro de un enfoque mixto cualitativo y cuantitativo, que aunque trata de analizar las relaciones de los elementos que conforman la actividad emprendedora, se limita a establecer relaciones entre las variables, sin precisar su sentido de causalidad, ni su relación de causa-efecto, sino de comprender de qué manera estos elementos pueden estar relacionados con las condiciones que se presentan en el entorno. Teniendo en cuenta lo anterior se propone para el análisis cuantitativo utilizar como instrumento un cuestionario, diseñado por el practicante y para el análisis cualitativo entrevistas semiestructuradas a algunos empresarios.

1.2. OBJETIVOS

1.2.1. OBJETIVO GENERAL

Apoyar al desarrollo de la segunda etapa del trabajo de investigación "factores determinantes de la actividad emprendedora (un enfoque integrado)" a los departamentos de Cauca Nariño y Huila, en lo referente al trabajo de campo (aplicación de encuestas y entrevistas).

1.3.2. OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Elaborar el diseño de la encuesta
- Aplicar las encuestas a las empresas seleccionadas de los departamentos de Cauca, Nariño y Huila.
- Realizar una serie de entrevistas con el propósito de obtener información relevante por parte de los gerentes o fundadores de las empresas seleccionadas.
- Analizar y evaluar los resultados obtenidos, a través de las encuestas y las entrevistas realizadas.

2. CONTEXTUALIZACIÓN TEÓRICA

En esta parte del trabajo se hace una breve revisión documental y bibliográfica que sirva de base teórica y conceptual para la realización del trabajo propuesto y que permita al lector un mejor entendimiento sobre la información contenida en el trabajo. Se aclara que esta parte está bastante adelantada por el autor de la tesis (César Osorio), en la que se participa, siendo mi aporte más centrado en el trabajo de campo necesario. Se vive el fin de la era industrial y el inicio de la era de la globalización y de la tecnología, en este momento de transición sufrimos todavía los defectos de los sistemas obsoletos del pasado, en la educación, en las finanzas, en la política. Mientras estas instituciones se renuevan, los ciudadanos también hemos de adaptarnos a los cambios, para ello es necesario que existan líderes capaces de enfrentarse al estrés, de ser optimistas, que tengan visión de futuro para dirigir en tiempos de crisis (Robertson, 2012), en estas economías los empresarios o emprendedores son los vectores del cambio y del crecimiento y pueden contribuir a acelerar la creación divulgación y aplicación de ideas innovadoras (Tarapuez, 2008). Estos líderes con grandes capacidades aparecen en esta época con el seudónimo de “empresarios o emprendedores”. Estos fenotipos se estudian desde diferentes áreas del conocimiento, generando un boom de teorías sobre este tema y mostrando al mundo dos vertientes del mismo fenómeno: el espíritu emprendedor como aspecto aplicado y la emprendimiento lógico como elemento teórico (Filion, 2007) (Pereira Laverde, 2003).

Con ello intentamos hacer un acercamiento teórico a la base del concepto iniciando con el vocablo Emprendedor, que lo podemos definir desde su raíz que deriva de la palabra “entrepreneur”, esta aparece originalmente en la lengua francesa a principios del siglo XVI para designar a los hombres relacionados con las expediciones militares, a principios del siglo XVIII los franceses extendieron el significado del término a otros aventureros (Saporosi, 1991). Al determinar un significado a la palabra emprendedor, realizamos un paneo teórico a este concepto desde varias escuelas, siendo las más representativas y que han dado unos elementos para definir al emprendedor: la escuela Shumpeteriana y la escuela Austriaca.

2.1. Marco conceptual

Escuela económica: El concepto emprendedor se comenzó a discutir históricamente, en lo que más tarde se constituiría en la ciencia económica, la cual influenció el desarrollo del concepto. Esta escuela se caracteriza por concentrarse en estudiar al emprendedor a través de sus acciones (Von Mises, 1949). Von Mises es claro y explícito al afirmar que la economía, la praxeología y el racionalismo no tratan el profundo resorte de la acción, es decir las fuerzas innatas profundas de los impulsos e instintos que mueven a la acción, sino que estudia los medios aplicados para obtener el fin buscado. El emprendedor es el responsable de la destrucción del ciclo estable del mercado y de la creación de una discontinuidad en el mercado con su innovación que le brinda una ventaja de tiempo con rentabilidad monopolística hasta cuando los seguidores lo copian. Esta es la función destructiva creativa que se constituye en la dinamo del sistema económico.

La escuela Austríaca: Según los Austríacos, la concepción de Schumpeter de que el emprendedor es generador de desequilibrio en la economía, promueve la idea equivocada de que el emprendimiento es en cierta manera innecesario, para comprender que el mercado tiende a una posición de equilibrio. Los austríacos afirman que el emprendedor ajusta estos elementos discordantes que son ocasionados por la ignorancia previa del mercado. (Méndez, 2007) plantea las siguientes diferencias entre estas dos escuelas así:

Escuela Schumpeteriana Vs. Escuela Austríaca

Escuela Scumpeteriana	Escuela Austríaca
Énfasis en naturaleza temporal de la actividad emprendedora y disturbios generados por nuevas combinaciones ofrecidas en el mercado.	Énfasis condición perenne de la competencia y la oportunidad emprendedora.
El emprendedor se presenta como una fuerza desequilibradora de una situación de equilibrio existente.	Los cambios de la actividad emprendedora tienden a equilibrar los mercados.
Los emprendedores generan cambios	Los emprendedores se basan en

de una situación existente a otra.	situación de equilibrio y generan cambios dentro de una situación existente.
Las prácticas de gestión no son aplicables.	El emprendimiento se fortalece con la enseñanza de conceptos de gestión.
El emprendedor es un actor muy particular de cambio y generador de nuevas oportunidades.	El factor emprendedor está presente en todas las acciones humanas debido a las incertidumbres presentes en el contexto.

Fuente: Méndez (2007) Emprendimiento una estrategia de desarrollo institucional.

Carl Menger (1840-1921) fue el fundador de la Escuela Austríaca de Economía. Contribuyó al desarrollo de la teoría de la marginalidad; hace parte de esta escuela psicológica y hace referencia a la teoría de la utilidad final o marginal, en la que los hombres dan valor a los bienes desde el punto de vista de la satisfacción de sus necesidades, por lo que las necesidades humanas vienen a ser siempre la fuerza propulsora del sistema económico.

La escuela de rasgos: Antes del desarrollo de estas escuelas, se tenía la predominancia de la escuela comportamentalista, entre los años 60 y 70, liderada por McClelland (1976).

McClelland encuentra que las características del emprendedor son, por una parte, un tipo especial de comportamiento, y por la otra, un interés por ocuparse en actividades que implican emprender por su prestigio y por su riesgo. Algunas de ellas son:

- a) Capacidad de tomar riesgos sobre la base de disponer de habilidades para enfrentarse a ellos y no de la suerte
- b) Actividad instrumental enérgica o innovadora
- c) Responsabilidad individual
- d) Anticipación de posibilidades futuras
- e) Habilidades organizativas

La Escuela Estratégica: Es claro el énfasis colocado en la disposición de los recursos y el consecuente aprendizaje de su manejo que lleva a considerar el entorno como elemento central en la comprensión del problema, propio de la concepción estructuralista del campo de la estrategia, heredado de la economía clásica y neoclásica. Aunque la participación del individuo es más amplia en esta escuela que en la propuesta por Porter, limitada a seleccionar el mercado donde entrar a competir, el centro del problema siguen siendo los recursos y las condiciones que el mercado impone. En resumen es posible afirmar que siendo este uno de los principales espacios de construcción de conocimiento en el campo, su marcada orientación hacia una perspectiva estratégica lo inscribe dentro de una perspectiva económica que comparte las mismas críticas presentadas al discutir la escuela económica anteriormente. La persona desarrolla un papel reducido dentro de la comprensión del modelo.

La Escuela de los procesos de Bruyat y Julien: El acercamiento que dan Bruyat y Julien en el estudio del espíritu empresarial lo hacen desde el enfoque de cómo se crean las nuevas organizaciones, es decir se estudian las actividades que conducen al empresario a la creación de una nueva entidad. El empresario es el individuo responsable del proceso de crear el nuevo valor (una innovación y/o una nueva organización), en otras palabras sin el individuo no se crea valor.

Esta creación de valor forma parte de un proceso. Inicialmente, es el proyecto de un solo individuo o un emprendedor emergente (Carter, 1996). Por lo tanto, al inicio del proceso se tiene:

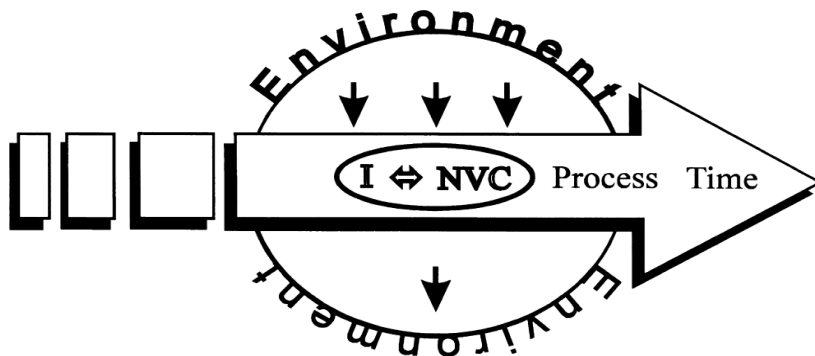
Individuo => nueva creación de valor

Cuando el proyecto se establece, el gradualmente atrapa a su creador. El individuo construye y administra algunas cosas, pero esto, en algún momento, es limitado y creado por el objeto construido, por lo tanto tenemos que:

Individuo (yo) ⇔ nueva creación de valor (NCV)

El objeto de estudio científico en el campo del emprendimiento es el sistema dialógico emprendedor o el individuo (yo) ⇔ la nueva creación de valor (NCV). El sistema es capaz de aprender y crear, si tiene la intención. Esto forma parte de un proceso y una dinámica que probablemente cambie. Muchos autores muestran que estrategias y algunos proyectos cambian significativamente, incluso en sus primeras etapas Vesper (1989). El sistema es abierto. Este interactúa con el entorno. En cierta medida, puede seleccionarse y organizarse.

El diagrama muestra los principales aspectos del fenómeno de cómo identificar por un número de investigaciones el individuo, el objeto creado, el entorno y el proceso.



Proceso del emprendedor situado en su entorno

Desde el punto de vista de Bruyan y Julien (Centro de Estudios de Empresas e Innovación de Navarra) existen 4 arquetipos empresariales en la dialógica

I - NVC, enfatizando así la heterogeneidad del fenómeno:

1. El emprendedor reproductor: Muy poca creación de nuevo valor, por lo general no hay innovación y muy pocos cambios para el individuo. Este sería el caso, por ejemplo, en la creación de una pequeña tienda, un restaurante estándar creado por un chef que ha estado en el negocio y después de varios años de experiencia en el campo lo establece. El empresario se convierte en trabajador por cuenta propia mediante la realización de una actividad que él o ella ya domina perfectamente.

2. Emprendedor imitador: Aunque no existe una significativa creación de nuevo valor, los empresarios deben hacer cambios de gran alcance en su conocimiento, redes sociales y así sucesivamente. El proceso es, pues, un riesgo, que implica una gran cantidad de incertidumbre, el proceso de aprendizaje es probable que sea mucho, y los errores serán costosos. Los empresarios deben aprender su nuevo oficio al tratar de asegurarse de que el negocio sobreviva. La empresa creada es la misma que en el caso anterior, pero el proceso de creación es muy diferente. Por ejemplo, "imitación empresarial" se produce cuando un ejecutivo de las grandes empresas que buscan un cambio radical de estilo de vida crea un restaurante clásico.

3. Emprendedor de valorización: Este sería el caso, por ejemplo, de un ingeniero que ya ha desarrollado proyectos innovadores en una gran empresa y que va a desarrollar un nuevo proyecto por sí mismo, en un campo que conoce bien, con buena perspectivas de crecimiento. Él es uno de sólo un puñado de gente que realmente sabe la tecnología en cuestión y tiene una red social única (clientes y proveedores que confían en él, los futuros empleados que le seguirán sin dudar, y así sucesivamente). Existe, pues, la innovación y la creación de nuevo valor significativo a través de la valorización de las cualidades específicas del empresario.

4. Emprendedor aventurero: Estos casos son raros. Cuando tienen éxito, dan lugar a cambios radicales en el medio ambiente a través de la creación de un nuevo valor significativo, por lo general una innovación, y a veces un nuevo sector económico. El individuo también sufre una transformación considerable, ya que el objeto creado, a su vez, genera un cambio radical para el individuo que lo creó. El más significativo de los cambios en el proyecto y el individuo, mayor es la incertidumbre (Deusto, 2009).

2.2. Marco contextual

Siendo el trabajo realizado en la Universidad del Cauca, por un integrante del grupo METANOIA, se describe primero lo que es la Universidad del Cauca (su misión, visión,

principios), para entrar luego a ver lo que es el Departamento del Cauca, Nariño y Huila, donde se realizará la investigación.

Universidad del Cauca:

La Universidad del Cauca es un ente universitario autónomo del orden nacional vinculado al Ministerio de Educación, con régimen especial, personería jurídica, autonomía académica, administrativa y financiera y patrimonio independiente. Fue creada el 24 de abril de 1827 mediante decreto dictado por el presidente de la República Francisco de Paula Santander, en desarrollo de la Ley del 18 de mayo de 1826. Se instaló el 11 de noviembre de 1827 y su nacionalización fue ratificada mediante la Ley 65 de 1964.

Misión: La Universidad del Cauca es una institución de educación superior pública, autónoma, del orden nacional, creada en los orígenes de la República de Colombia.

La Universidad del Cauca, fundada en su tradición y legado histórico, es un proyecto cultural que tiene un compromiso vital y permanente con el desarrollo social, mediante la educación crítica, responsable y creativa.

La Universidad forma personas con integridad ética, pertinencia e idoneidad profesional, demócratas comprometidos con el bienestar de la sociedad en armonía con el entorno.

La Universidad del Cauca genera y socializa la ciencia, la técnica, la tecnología, el arte y la cultura en la docencia, la investigación y la proyección social.

Visión: La Universidad del Cauca, fiel a su lema "PosterisLvmenMoritvrvsEdat" (Quién ha de morir deje su luz a la posteridad), tiene un compromiso histórico, vital y permanente con la construcción de una sociedad equitativa y justa en la formación de un ser humano integral, ético y solidario.

Propósitos: La Universidad del Cauca consciente del compromiso que tiene con el país y con la región en los procesos de mejoramiento de la calidad de la educación en términos de formación en valores, formación para el trabajo y la productividad, el desarrollo del pensamiento, la generación y apropiación de ciencia y tecnología, elementos fundamentales para

alcanzar el propósito inaplazable de la Paz nacional, establece entre sus propósitos institucionales los siguientes:

- “Reafirmar el liderazgo y la proyección de la Universidad en el contexto regional, nacional, e internacional.
- Desarrollar planes programas y proyectos de formación, investigación e interacción con la comunidad, con pertinencia académica y calidad para la excelencia y mejoramiento continuo”.
- Generar las condiciones institucionales para la adopción, adecuación y desarrollo de programas de ciencia y tecnología, con el fin de elevar los niveles de competitividad de sus procesos educativos.
- Consolidar mecanismos de participación democrática en el marco de los principios consagrados por la Constitución Política y la Ley 30 de 1992.
- Liderar procesos de desarrollo socio-cultural, científico y tecnológico, a través del cumplimiento de sus funciones de investigación, formación y servicio comunitario, procesos encaminados a mejorar las condiciones de vida de la población en la región.

Con el fin de contextualizar geográficamente el trabajo, se presenta un panorama general de los departamentos del suroccidente, Cauca, Nariño y Huila donde se centra la investigación.

Departamento del Cauca: Este departamento pertenece a la República de Colombia y fue creado en 1910, cuenta con una superficie de 29.308 kilómetros cuadrados, 42 municipios siendo su capital Popayán. (Camara de Comercio del Cauca).



Fuente: USP.DANE. 2013

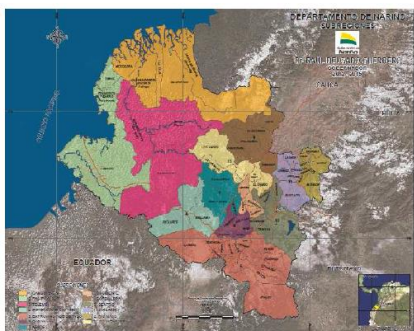
Es el departamento del Cauca una Colombia en miniatura, pues posee en su territorio todos los climas y pisos térmicos, zonas de valle, llanura, montaña, selva y mar, grandiosos recursos hídricos, una gran biodiversidad y un ecosistema excelente, esto en cuanto a sus recursos físicos, no explotados adecuadamente; y en lo humano, se encuentra habitado por toda una gama de etnias, compuesta por indígenas, negritudes, mestizos, mulatos y blancos, que conviviendo en un pequeño territorio, hasta ahora no han sabido integrarse en la búsqueda de un norte común para el desarrollo social y económico del departamento. Por lo tanto, el trabajo que se realice con la investigación busca despertar en todos los que habitan el Cauca, ese amor y apego por lo propio, para que valorando sus capacidades, se aprovechen al máximo todos sus recursos mediante la creación de empresas de calidad y prósperas. Vencer la “apatía” radical del caucano, en cuanto a la necesidad de invertir y creer en su propio terruño, es algo que puede lograrse, con un conocimiento más profundo de lo que ha sido en el pasado. El Departamento de Cauca está situado en el suroeste del país entre las regiones andina y pacífica. Cuenta con una superficie de 29.308 km² lo que representa el 2.56 % del territorio nacional. Su población es de 1.367.496 habitantes; está dividido en 42 municipios y 99 corregimientos, limita por el Norte con el departamento del Valle del Cauca, por el Este con los departamentos de Tolima, Huila y Caquetá, por el Sur con Nariño y Putumayo y por el Oeste con el océano Pacífico. Su territorio atravesado por dos cordilleras, es uno de los más quebrados del país, no obstante posee los hermosos valles de los ríos Cauca y Patía y la considerable llanura selvática del Pacífico. Por esta razón y también por la influencia de la región amazónica, el Cauca tiene todos los climas, desde las temperaturas bajas de los picos nevados del Volcán Puracé o de los Coconucos, y de los páramos, hasta las ardientes del Valle Patía o del litoral Pacífico.

Departamento de Nariño: El Departamento de Nariño se ubica al sur occidente de Colombia, en la frontera con el Ecuador. Limita por el Norte con el Departamento del Cauca, por el Este con el Departamento del Putumayo, por el Sur con la República del Ecuador y por el Oeste con el océano Pacífico. El Departamento tiene una excelente ubicación geográfica porque en él confluyen el pie de monte de la Amazonía, los Andes y la frontera internacional de Colombia con Suramérica y los países de la cuenca del Pacífico. Está integrado por tres grandes regiones geográficas de Colombia: la Llanura del Pacífico en el sector oriental, que representa

una extensión del 52% del Departamento, la Región Andina que atraviesa el Departamento por el centro de norte a sur, que representa el 40% del territorio, y la Vertiente Amazónica ubicada al sur oriente del mismo, con el 8% de la extensión territorial de Nariño.

La población total del Departamento, según las proyecciones del DANE Censo 2005 para el año 2011, es de 1.660.087 habitantes que representa el 3,6% de la población nacional, de los cuales 155.199 (10,8%) son indígenas y 270.433 (18,8%) afrodescendientes. Porcentualmente el 51.84% de la población está ubicado en la parte rural y el resto, es decir, 48.16% en el área urbana, lo que indica la ruralidad existente en el Departamento. (Camara de Comercio de Pasto).

Mapa del departamento de Nariño



Fuente: Gobernación de Nariño

La economía de Nariño en su mejor momento alcanzó una participación en el PIB nacional del 1.62% en el año 2006, manteniéndose un promedio del 1,5% para el resto del período 2002-2009, aunque en el año 2010 se empieza a notar un leve crecimiento en la economía regional, lo cual ubica al departamento de Nariño en el puesto 18 de la tabla, superando a departamentos como: Magdalena, Cauca, La Guajira, Quindío, Sucre, Chocó y Putumayo. Las principales ramas de la actividad económica en el departamento de Nariño por su aporte al PIB son en primer lugar los servicios sociales, comunales y personales que aportan el 25.3% del PIB departamental, en segundo lugar se ubican la agricultura, ganadería, caza, silvicultura y pesca con un 16.6%, en tercer lugar se encuentra el comercio, seguido de establecimientos financieros y otros con un 10.5% y la construcción con un 10.3%. Situación que caracteriza al departamento de Nariño como una economía terciada, basada en comercio y servicios.

Departamento del Huila: El departamento de Huila, creado mediante ley número 46 del 29 de abril de 1.905. Es uno de 32 departamentos de Colombia, Tiene una población de 1.970.472 de habitantes en una superficie de 19,890 km² que representa tan solo un 1.8% de la superficie

total del país. Tiene como capital la ciudad de Neiva, que tiene una población de 337.559 habitantes, en una superficie de 1,553 km². Se encuentra en las coordenadas geográficas de 2°59' 55" de latitud norte and 75° 18' 16" de longitud oeste. (Camara de Comercio de Huila.).



Fuente: <http://espanol.mapsofworld.com/continentes/mapa-de-sur-america/colombia/huila.html>

Localizado al sureste de la nación, en la cuenca del alto Magdalena, está limitado con los departamentos de Tolima y Cundinamarca, al este con Meta y Caquetá, los departamentos Caquetá y Cauca quedan en el sur, y los departamentos de Cauca y Tolima hacia el oeste. Se practica la agricultura como medio económico y los cultivos principales se encuentran entre el arroz, yuca, café, sorgo, caña de azúcar, cacao y tabaco. Se encuentra lugares donde se cría el ganado vacuno y caballar. En las últimas décadas se ha intensificado la explotación del petróleo, la mayor parte en el valle de Magdalena. El departamento también se encuentran yacimientos de carbón, en las montañas se halla oro, y plata en las cordillera central, plomo, cobre y azufre. Otra fuente económica es las industrias de alimentos y bebidas, y una actividad artesanal significativa entre ellas la cerámica, sombreros y canastos.

3. CONTEXTUALIZACION METODOLOGICA

3.1 Búsqueda de las Empresas Objeto de Estudio

Para lograr encontrar la base de datos de las empresas objeto de estudio de los departamentos de Cauca, Nariño y Huila, primero se hizo la recolección de la información en la ciudad de Popayán departamento del cauca, en la cual toco desplazarse primero a la cámara de comercio en la cual no se logró obtener la información de dichas empresas, era muy complicado para que nos las compartan hubo poca colaboración por parte de ellos, se hizo lo posible sacando sitas y llevando cartas desde la universidad y no fue posible. Después me desplace al Sena a la unidad de emprendimiento de esta institución y tampoco se logró obtener esta información me dijeron que ellos no manejaban ese tipo de base de datos de las empresas de Popayán, los de la unidad de emprendimiento del Sena me aconsejaron que me dirigiera a la alcaldía que ellos manejaban las bases de datos de las empresas de la ciudad y de ahí pasaban a la cámara de comercio por lo cual me desplace a la alcaldía en la cual hubo una buena atención me atendieron muy bien por ser estudiante de la universidad del cauca y me colaboraron con una base de datos muy extensa de más de 10000 empresas objeto de estudio de la ciudad de Popayán. Ya con esta base de datos me dirigí hacia otro departamento Nariño, a la ciudad de pasto en cual el mi asesor profesor Cesar Augusto Osorio Vera me contacto con varios profesores de la universidad de Nariño para que me colaborara con una base de datos de empresas familiares (objeto de estudio) algunos no tenían la información pero uno de ellos que había hecho un estudio a estas empresas si me colaboro y me la compartió era también una base de datos muy extensa más 9000 empresas de la ciudad de pasto, también estuve en la cámara de comercio de pasto ellos también me colaboraron con una lista pequeña de estas empresas aunque toco pagar algo por ellas. Luego viaje hacia la ciudad de Neiva departamento del Huila ahí también el profesor Cesar Osorio me contacto con un profesor amigo de el de la Universidad Sur Colombiana el cual fue muy amable y me colaboro con un listado grande de empresas de la ciudad de Neiva como más de 3000, estuve en la cámara de comercio de Neiva y ahí colaboraban pero tocaba comprarlas y tenían un costo muy elevado por lo cual no se obtuvieron por esa entidad,

3.2 Clasificación de Empresas Objeto de estudio

Para seleccionar las empresas de la ciudad de Popayán en el Cauca, de Pasto en Nariño y de Neiva en el Huila se debía tener en cuenta que las empresas fueran necesariamente familiares, que llevaran cierto tiempo en actividad continua más o menos entre 15, 20 y 30 años, que se halla notado el emprendimiento de los propietarios y que desde sus inicios hasta la actualidad hallan crecido y que todavía estén activas tanto en el mercado como en cámara de comercio. Para hacer todo este proceso de selección fue un poco complicado por las extensas listas de empresas y sus bases de datos que me compartieron, primero se hizo la selección de empresas de la ciudad de Popayán que eran como más de 10000 para ello se hizo un filtrado teniendo en cuenta los parámetros previamente establecidos se llegó a seleccionar solo 70 empresas de las más de 10000 empresas que se tenía al inicio, y pues fue más fácil filtrar las de acá Popayán ya que el profesor Cesar Osorio y mi persona conocíamos varias de ellas que eran empresas familiares de la ciudad. Para la ciudad de Pasto fue un poco más complicado porque era más difícil saber cuáles empresas eran familiares de las de más de 10000 empresas que me compartieron, también se hizo un filtrado teniendo en cuenta los parámetros previamente establecidos donde se llegó a seleccionar 60 empresas y para saber si eran empresas familiares se preguntó a profesores de la facultad de administración de la universidad de Nariño y pues ellos no tenían ese conocimiento sabían de unas pocas en la cual me colaboraron, también por mi parte consulte algunos familiares que viven en esta ciudad y cámara de comercio con ello se logró hacer la selección de las 60 empresas familiares. Para la ciudad de Neiva si fue más difícil hacer el filtrado de las de más de 3000 empresas que me compartieron ya que es una ciudad muy retirada y pues no conocía mucha gente por allá, con la ayuda de un profesor de la universidad sur colombiana, de un familiar y un amigo que vive en esta ciudad logre hacer la selección de 50 empresas familiares que cumplían con los parámetros previamente establecidos.

3.3 Diseño de la encuesta

Para el diseño del cuestionario se sabe primero que es un instrumento con el cual se hará una investigación de tipo cuantitativa que se realiza sobre una muestra de sujetos, con el procesamiento de los datos se pretende obtener unos resultados por medio de la tabulación

análisis y evaluación de estos, y se procura con este cuestionario recoger información precisa sobre los perfiles empresariales de las empresas objeto de estudio.

Primero para el diseño se tuvo en cuenta el objeto de estudio hacia donde apunta la investigación, también y que se quiere lograr alcanzar con la aplicación del instrumento.

Al inicio del cuestionario se estipulo los datos básicos de la empresa y de la persona a cargo los cuales son:

El nombre o razón social, personas de contacto, cargo, dirección, ciudad, departamento, teléfono, celular, e-mail, web, antigüedad, propiedad, Numero de socios, tipo de socios, actividades/productos principales, empleados, exportación y formación.

Luego se hizo una relación de afirmaciones diseñadas para conocer algunos aspectos relacionados con el momento en el que el empresario tomo la decisión de emprender, para ello se utilizó una escala de Likert que maneja un nivel el cual se refiere si está totalmente de acuerdo o en total desacuerdo con la afirmación, siendo:

- 1= en total desacuerdo
- 2= parcialmente en desacuerdo
- 3= neutral
- 4= parcialmente de acuerdo
- 5= totalmente de acuerdo

Para las preguntas siguientes se tuvo en cuenta la opinión del empresario en lo que ocurrió cuando monto su empresa y que aspectos considero que fueron importantes para asegurar que fuera un emprendedor de referencia o en otras palabras de éxito. Para ello se asumió unos parámetros, primero en el perfil psicológico se hizo una serie de preguntas destinadas a conocer aspectos relacionados con la personalidad del empresario, segundo la motivación se hizo también una serie de preguntas destinadas a conocer aspectos relacionados con la motivación, tercero

Innovación y creatividad se hizo varias preguntas destinadas a conocer aspectos relacionados con la innovación y creatividad, cuarto energía e iniciativa personal también se hicieron preguntas destinadas a conocer ciertos aspectos relacionados con este tema, quinto capacidad de análisis se hicieron varias preguntas dirigidas a su percepción del entorno y como accede a él, sexto capacidad de influencia se hizo también una serie de preguntas destinadas a conocer aspectos relacionados con la capacidad de influencia, de comunicación y transmisión de ideas. Séptimo propensión al riesgo se formularon varias preguntas sobre la capacidad de solucionar problemas y toma de decisiones que suponen la aceptación de riesgos.

El siguiente apartado se planteó varias características que debe tener un empresario de éxito y se debía ordenar con una escala de 1 a 7 de la siguiente manera 1 era la más prioritaria y 7 la menos importante. (Método de ranking).

Teniendo en cuenta el concepto de emprendimiento que es la capacidad de una persona para hacer un esfuerzo adicional para alcanzar una meta u objetivo, siendo utilizada también para referirse a las personas innovadoras o agregaban valor a productos o procesos ya existentes. Se formula la última pregunta abierta en la cual el empresario daba la opinión acerca si se consideró emprendedor en el momento de montar su empresa. (VER ANEXO 1, ENCUESTA).

3.4 Aplicación del Instrumento o Encuesta

Para la aplicación de la encuesta ya se tenía las empresas seleccionadas y su base de datos tanto de Cauca, Nariño y Huila para poderlas contactar ya sea por correo teléfono o dirección primero que todo se hizo el intento por correo, se enviaron 10 correos a cada departamento a diferentes empresas según la base de datos y con un tiempo de respuesta de 5 días para saber si había pronta respuesta por parte de ellos y transcurrido ese tiempo nunca hubo respuesta, entonces se tomó la decisión de entregarlas personalmente comenzando por la ciudad de Popayán, para ello me desplace a cada dirección que tenía en la base de datos de las empresas familiares de la ciudad eran como 70 y se escogieron 40, a esas 40 se les entregó el cuestionario para que nos colaboraran y pues algunos no podían se les hacía difícil porque no tenían tiempo para ello otros las recibían y cuando se las iba a recoger en el tiempo que ellos nos estipulaban

no salían con nada tocaba volver a ir, pero de tanta insistencia de las de más de 40 encuestas que se entregaron 20 nos lograron colaborar, fue un poco difícil ya que se debía tener mucha paciencia y también tiempo y los recursos para desplazarse a todas las direcciones y pues la encuesta nos salió muy extensa pero se logró que nos diligenciaran 20 con las cuales se trabajó.

Para la investigación también se hizo una serie de entrevistas (investigación cualitativa) tanto en Popayán como en Pasto a empresarios de estas regiones fueron pocas ya que es muy difícil contactarlos y que saquen un poco de tiempo para ello ya que son demasiado ocupados, se logró hacer primero la entrevista con el fundador y propietario de la empresa Editorial López don Reinaldo López en la ciudad de Popayán el cual lo contacto mi asesor académico Mg Cesar Augusto Osorio, don Reinaldo se portó muy bien con nosotros muy amable un señor sencillo de muchas cualidades nos habló primero de su empresa como tal, sus inicios, como afronto los problemas y logro superarlos, entre otras cosas que son experiencias que nos ayudan a nosotros para ponerlas en práctica en nuestra vida profesional.

La empresa Editorial López fue fundada por el señor Reinaldo López y su hermano en 1965 ya que ellos ya tenían conocimiento porque su papa y mama les había inculcado desde pequeños sobre el trabajo en una imprenta, sus padres trabajaron en una imprenta llamada en esa época tipografía el Carmen desde 1918 hasta 1947, en este año su padre adquirió la tipografía el Carmen en la cual fue donde toda su familia aprendieron acerca de este negocio. Cuando falleció su padre el tomo las riendas de esta imprenta creando la editorial López en el año 1965 junto con su hermano y la sostuvieron por el paso de 7 años en un local de la arquidiócesis de Popayán en la calle 4 # 8-13, a los 7 años su hermano le dio por independizarse le toco salir de él, y le toco arrancar solo con una deuda gigante y con 8 empleos que tenía en la tipografía ahí se mantuvo por tres años hasta que lograron conseguir primero el local en la carrera 10 y luego se consiguió el local donde se está actualmente, el cual se lo ayudo a buscar un buen amigo un local que estaba completamente vacío, logro construirlo en una época que no había ninguna competencia de tipografías, no habían 12 imprentas en Popayán, 10 o 12 imprentas y la más reconocida era la editorial López, la que más ocupaban a nivel oficial todos los trabajos los mandaban haya sin pedir cotización eran religiosos y sin incumplimiento del pago y se les cumplía con los pedidos los cuales se entregaban a tiempo. En el local llevaban más de 45 años, por lo cual fueron 50

años bien boleados, duros y difíciles. En 1983 hacia acá fueron tiempos difíciles ya que comenzó la competencia, ya comenzaron a llegar gente de otros lados, de las 12 imprentas que habían en Popayán hoy en día ya son más de 200 talleres de artes gráficas fuera de todos los vendedores que se venían de Cali los maleteros a contratar trabajos y se los llevaban para Cali, pero en estos 50 años la empresa ha logrado salir adelante creciendo cada día mas logrando ser una de las imprentas más importantes y mejores de la ciudad de Popayán, con la cual también se sacó a la familia adelante siendo casi todos profesionales y montando otros negocios de la misma línea en el valle y otras ciudades.

Dentro de la investigación don Reinaldo López y su familia propietarios de la Editorial López se consideran emprendedores porque desde que sus padres les inculcaron sobre el negocio de las imprentas ellos siguieron su camino, luego que su padre muriera el tomo las riendas del negocio y con esfuerzo e iniciativa y con la ayuda de su hermano logro fundar la empresa la editorial López y para lograr esto tuvo que endeudarse lo cual en ese entonces fue una gran responsabilidad para él y pues también su hermano se independizo y lo dejo solo con la empresa y el no desfalleció siguió adelante a pesar de los problemas asumió el riesgo siempre motivado que lograría lo que él quería y fue así que con 50 años bien boleados y con ayuda de su familia que nunca lo dejaron solo y sus amigos logro salir de todas las dificultades cumpliendo con lo que siempre había querido que era ver de la editorial López una empresa familiar propia, de éxito y de gran prestigio en la ciudad de Popayán.

luego por medio de mi asesor académico Mg Cesar Augusto Osorio se logró la entrevista en la ciudad de pasto con el doctor Luis sarasty propietario del instituto de comercio sarasty y profesor de la facultad de administración, el cual se portó muy bien, nos atendió el día y hora que nos había dicho, una persona sencilla, amable y de carácter nos contó la historia de su empresa desde sus inicios hasta que fue liquidada en el año 2007 fue una empresa reconocida en pasto y alrededor del departamento de Nariño, nos habló de su padre el cual fue el fundador era muy estricto y disciplinado para educar a sus estudiantes por eso la educación era de calidad, nos comentó sus experiencias, los retos que habían tenido, por los problemas que habían pasado, las anécdotas.

El instituto de comercio sarasty fue fundado el 5 de junio del año 1960, fue fundado por el padre del doctor Luis sarasty su nombre era Luis Humberto sarasty con una licencia que le fue otorgada por el ministerio de educación nacional en ese entonces funcionaba las licencias a nivel nacional la academia se trata de una academia de comercio de ahí su nombre instituto de comercio sarasty que comienza con actividades fundamentalmente del secretariado comercial, en ese entonces tenía alrededor de unos 130 estudiantes los primeros dos años solamente con ese curso de lo que ahora se le llama educación para el trabajo y el desarrollo humano tiempo atrás se le llamo educación no formal y en el momento de la fundación era un curso de tipo técnico si lo cual ese concepto se discutió y se restructuro a nivel del ministerio de educación nacional, durante bastantes años el instituto tuvo un gran prestigio en la ciudad de pasto toda vez que las empresas solicitaban un gran personal de secretarias para las diferentes empresas e instituciones públicas y privadas, el éxito de esta academia se debe fundamentalmente a la formación impartida por su padre en ese momento que era tremendamente estricto él fue criado y educado por profesores alemanes lo cual le inculcaron una disciplina muy férrea que el logro muchos éxitos en su vida e indudablemente también con sus estudiantes era tremendamente estricto y es conocido a nivel de la ciudad de pasto el instituto de comercio sarasty por donde usted lo pueda escuchar a la gente que pues ya de alguna edad de ese prestigio. Otras actividades que manejo el instituto fue la mecanografía y la taquigrafía en ese entonces 1960 ser mecanógrafo era prácticamente ahora tener una especialización algo por el estilo y la taquigrafía era una serie de signos que podían escribir y tomar notas de conferencias y de asambleas etc. muy eficientemente es decir con una agilidad importante, esa era una de las asignaturas que su padre dictaba en ese entonces y eso le llevo a un reconocimiento nacional , también se dictaban cursos de contabilidad, finanzas y estadística, el doctor Luis sarasty comenzó a apoyarle a su padre desde 1980 con la innovación de tipo tecnológico es decir incursionaban en esto del manejo de los computadores, el manejo del Word, bueno el Word no en ese momento no había Word era un procesador de texto y una hoja electrónica que se empezó a capacitar a mucha gente y sobre todo a empresas como por ejemplo al banco de la república, la alcaldía de pasto, gobernación se tenía un computador para casi 15 o 20 estudiantes en ese entonces, era una súper novedad los primero computadores IBM ni siquiera a color, ni disco duro pero tenían un procesador de texto Word estar y una hoja electrónica crupro y se desarrolló bastantes proyectos interesantes. En 1991 fallece su padre por lo cual el doctor Luis sarasty toma las riendas del instituto el comenzó ya

con un cambio generacional y de programas se pasó de una licencia nacional a una licencia municipal con tres programas secretariado ejecutivo, auxiliar en sistemas y auxiliar contable son tres programas que logro tener en unos 15 años unos egresados alrededor de unos 600 estudiantes en la ciudad de pasto. Después de haber fallecido su padre como la empresa era familiar los dueños eran varios estaban sus hermanos y su madre los cuales unos ya no Vivian en la ciudad sino por fuera o en otros países y ellos reclamaban parte de la herencia que les correspondía afectando con esto la situación económica del instituto, el doctor Luis sarasty trato de varias maneras para salir de esa situación pidiendo prestamos al banco y por otros medios para haber si lograba el apoyo económico y no fue posible porque no hubo apoyo por parte de su familia y no había también los recursos por lo cual le toco liquidarla, el instituto estuvo en funcionamiento desde el año 1960 que fue fundado hasta el 2007 que fue liquidado.

El doctor Luis sarasty se le noto el espirito emprendedor que fue director y uno de los propietarios del instituto de comercio sarasty porque logro hacer varios cambios en cuanto a la innovación tecnológica e implementando nuevos programas hizo un cambio generacional del instituto con su actitud de liderazgo logro sacar adelante esta empresa el solo haciendo de esta uno de los institutos más reconocidos y prestigiosos de la ciudad de pasto, aunque le toco liquidarla al último por la falta del recurso económico y por qué no hubo el apoyo familiar pero el trato de que su empresa siguiera operando ,por varios medios se le noto el esfuerzo para que el instituto siguiera vivo.

Otra empresa familiar que se logró gestionar para entrevistar en la ciudad de pasto fue el almacén el vaticano cuyo propietario y gerente es el doctor Mario Rojas esta empresa fue fundada por sus padres finalizando la década de los 50 alrededor de 1958-1959, tarea que inicio básicamente como resultado de una experiencia laboral de su padre que siendo vendedor de Nestlé también de la nacional de chocolates al visitar cada uno de los pueblos y ciudades encontraba muchas necesidades especialmente de índole católico y algo de premiaciones para las escuelas y es así como nace la idea de fundar el vaticano. Inicialmente se localiza sobre la calle 17 con carrera 25 donde están localizadas hoy las instalaciones de la ferretería cordilleras en uno de sus locales del mismo edificio combinando la parte de artículos religiosos con algunos elementos dentales porque su abuelo y sus tíos fueron inicialmente, su tío un dentista luego ya

aparece la profesión de odontología y combinaba esos dos elementos los artículos religiosos con los artículos de premiación con el de articulo dental. Posteriormente se traslada de sede hacia la calle 20 con 23 y prácticamente ahí es cuando se intensifica y se masifica la venta de artículos religiosos vendiendo todo lo que tiene que ver con lo de la fe religiosa, sastrería religiosa imaginería sirios litúrgicos, elementos para primera comunión, recuerdos y así sucesivamente. Para más o menos 1978 - 1979 se introduce la línea plena de premiaciones y condecoraciones adquiriendo la primera máquina de grabado y con ella las placas los trofeos y reforzando la parte de medallera ya en ese entonces se vendía, pero era una medalla genérica y predeterminada a la que no se le complementaba ningún elemento y es así como hoy en día básicamente se mantiene una condición especial sigue siendo muy interesante la venta de artículos religiosos , pero tal vez donde más fuerza han cogido es en la parte de premiaciones y condecoraciones que con ellas también viene la parte de señalización y especialmente la señalización de tipo hospitalaria.

El doctor Mario Rojas gerente de la empresa el vaticano y uno de sus propietarios fue quien después de sus padres el encargado de sacar adelante la empresa implementando nuevas líneas de productos y mejorando la parte tecnológica (maquinaria) para el proceso de fabricación innovando cada día más y atendiendo a nuevas necesidades que se quieren satisfacer, en todo lo anterior el doctor Mario rojas se considera un emprendedor y un empresario de éxito ya que a su vez la empresa el vaticano ha venido prosperando cada vez más y hoy en día es una de las empresas familiares más grandes y prestigiosas en la venta de artículos religiosos, de premiación y medallero de la ciudad de pasto. (VER ANEXO 2 ENTREVISTAS).

3.5 Análisis de la información

3.5.1 RESULTADOS DEL TRABAJO DE CAMPO

Una vez realizado todo el proceso de trabajo de campo y preparación de datos correspondiente, se procede a llevar a cabo el análisis estadístico de tipo univariado de cada una de las preguntas que se enunciaron en el cuestionario previamente formulado mediante el uso del software SPSS, y que fueron suministrados a los propietarios, gerentes o similares de empresas

que por su trayectoria y características han alcanzado una situación de éxito en la ciudad de Popayán.

FACTORES QUE DETERMINAN LA ACTIVIDAD EMPRENDEDORA DE LOS EMPRESARIOS DEL SUROCCIDENTE COLOMBIANO.

PRUEBA PILOTO

DATOS BÁSICOS:

1. Antigüedad:

El 47,1% de los encuestados afirman que sus respectivas empresas llevan en funcionamiento una cifra superior a 25 años, mientras que el 23,5% afirman que sus empresas pertenecen al rango de 20 a 25 años. Solo el 17.6 % corresponde a empresas con una vigencia en el mercado inferior a 20 años.

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje Válido	Porcentaje Acumulado
Válidos	Mayor de 25 años	8	47,1	53,3	53,3
	20 - 25 años	4	23,5	26,7	80,0
	Menos de 20 años	3	17,6	20,0	100,0
	Total	15	88,2	100,0	
Perdidos	Sistema	2	11,8		

didos					
Total		17	100,0		

Tabla 1 Antigüedad

Fuente: elaboración trabajo

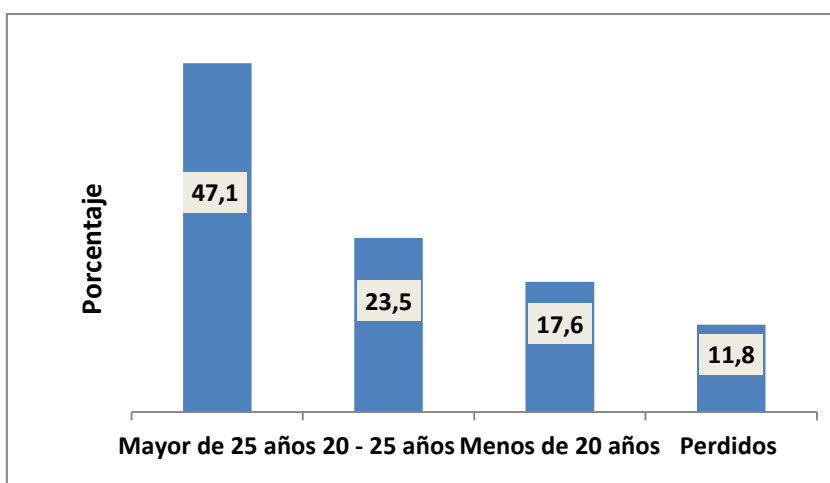


Ilustración 1 Antigüedad

Fuente: elaboración trabajo

2. Número de socios:

El 58,8% de los encuestados no respondieron a la pregunta, porcentaje que es equivalente a un total de 10 personas. El 17,6% reporta no tener ninguna persona como asociada al tratarse de empresas de carácter unipersonal. Finalmente, un 5,9% de los encuestados asevera que tiene 1, 14, 4 y 8 socios, respectivamente.

		Frecuencia	Porcentaje
Válidos	Ninguno	3	17,6
	1	1	5,9
	14	1	5,9
	4	1	5,9
	8	1	5,9
	Total	7	41,2
Perdidos	10	58,8	58,8
Total	17	100,0	

Tabla 2 Número de socios

Fuente: elaboración trabajo

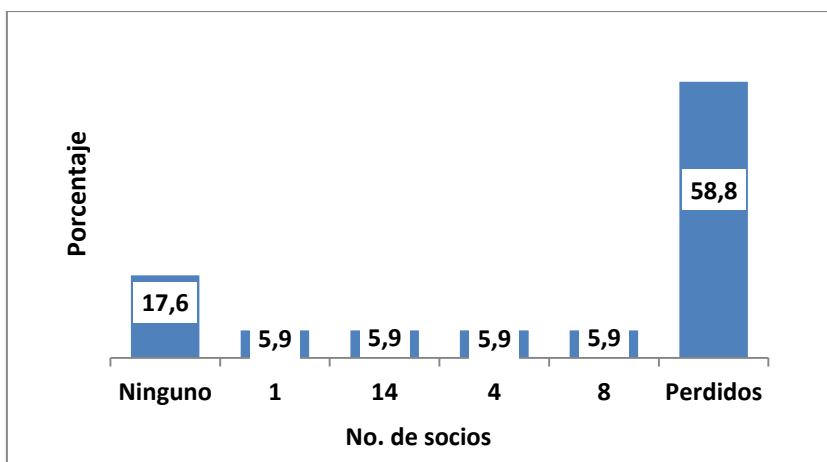


Ilustración 2 Número de socios

Fuente: elaboración trabajo

3. Tipo de socios:

El tipo de socios que manifiestan los encuestados se observa en la categoría de otros con un porcentaje del 11,8%, mientras que el 88,2% restante no respondió a la pregunta.

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Otros	2	11,8	100,0	100,0
Perdidos	Sistema	15	88,2		
Total		17	100,0		

Tabla 3 Tipo de socios

Fuente: Elaboración trabajo

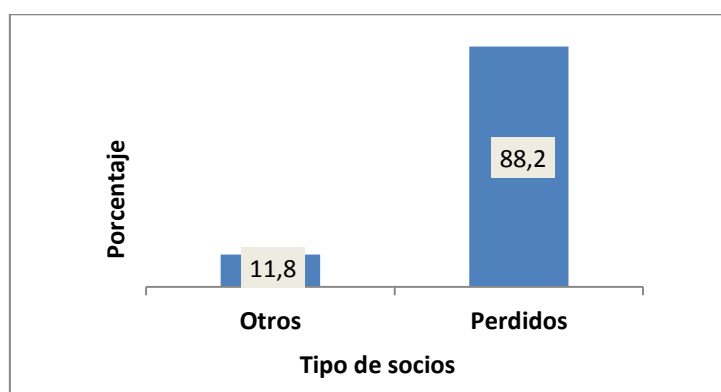


Ilustración 3 Tipo de socios

Fuente: Elaboración trabajo

4. Familiar:

El 35,5% corresponde a datos perdido. El 58,8% de los encuestados aseveran que las empresas son de índole familiar, mientras el 5,9% afirma que no es de este tipo.

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje de Válido	Porcentaje Acumulado
Válido	No	1	5,9	9,1	9,1
	Si	10	58,8	90,9	100,0
	Total	11	64,7	100,0	
Perdidos	Sistema	6	35,3		
Total		17	100,0		

Tabla 4 Familiar

Fuente: elaboración trabajo

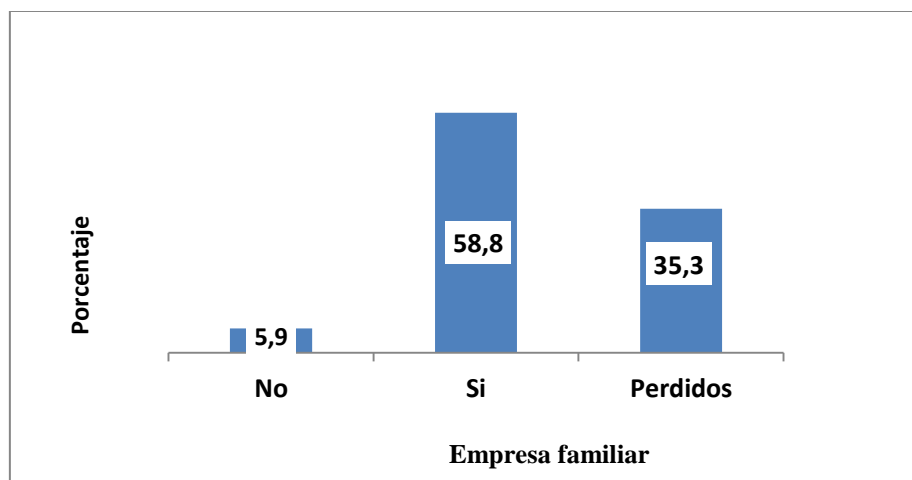


Ilustración 4 Familiar

Fuente: elaboración trabajo

5. Actividades/ productos principales:

El 35,3% de las empresas encuestadas tienen dirigida su actividad económica hacia el sector servicios. El 23,5% se encuentra desarrollando actividades de tipo industrial y de consumo, respectivamente. Por otra parte, el 5,9% se dedica a dos actividades: Industrial- Consumo, Consumo- Servicios. Y por último, ese mismo porcentaje se dedica a las tres actividades económicas al mismo tiempo, siendo Industrial - Consumo- Servicios.

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje Válido	Porcentaje Acumulado

Válido	Industrial	4	23,5	23,5	23,5
	Consumo	4	23,5	23,5	47,1
	Servicios	6	35,3	35,3	82,4
	Industrial - Consumo	1	5,9	5,9	88,2
	Consumo - Servicios	1	5,9	5,9	94,1
	Industrial - Consumo - Servicios	1	5,9	5,9	100,0
	Total	17	100,0	100,0	

Tabla 5 Actividades/ productos principales

Fuente: elaboración trabajo

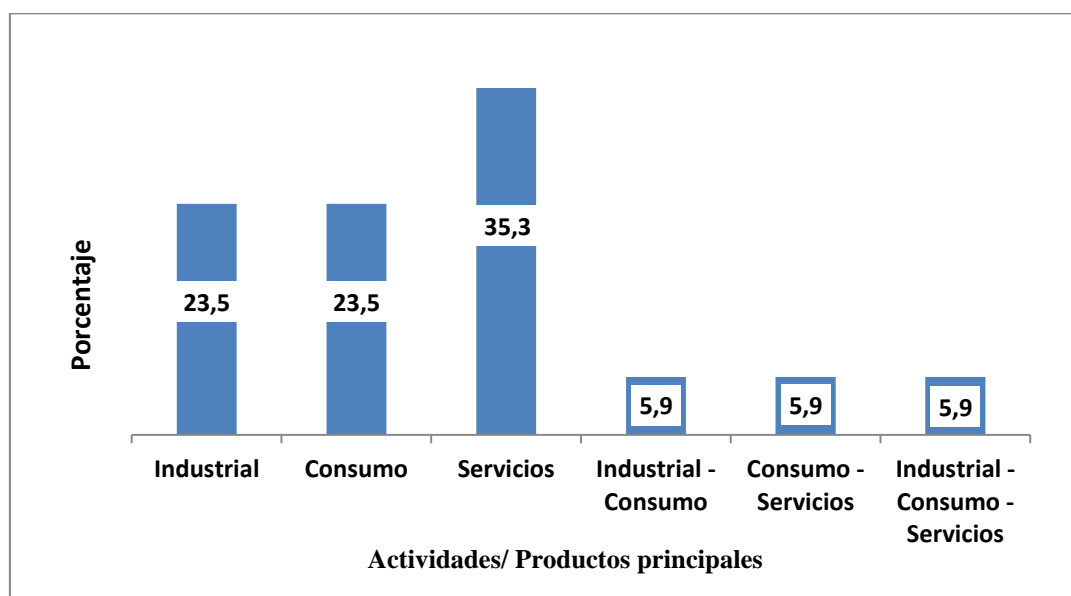


Ilustración 5 Actividades/ productos principales

Fuente: elaboración trabajo

6. Empleados:

El 47,1% de los encuestados reportan contar con una cifra inferior a 10 empleados en sus respectivas empresas. El 29, 4% señala que se cuenta un rango de empleados contemplado entre 20 y 49, mientras que el 23, 7% de los encuestados afirma que se cuenta con un personal cercano al rango de 10 a 19 empleados.

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Menos de 10	8	47,1	47,1	47,1
	10 - 19	4	23,5	23,5	70,6
	20 - 49	5	29,4	29,4	100,0
	Total	17	100,0	100,0	

Tabla 6 Empleados

Fuente: elaboración trabajo

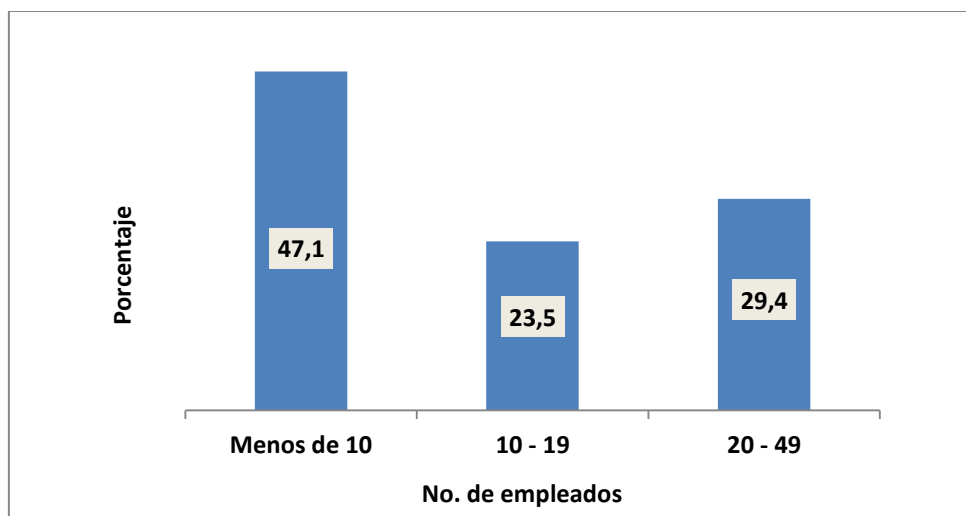


Ilustración 6 Empleados

Fuente: elaboración trabajo

7. Exportación:

El 94,1% de los encuestados afirman que sus empresas no realizan exportaciones, mientras que el 5,9% asevera que si lo hace, lo cual equivale a que solo en una de las empresas encuestadas exportan alguno o algunos de sus productos.

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje de Válido	Porcentaje Acumulado
Válido	No	16	94,1	94,1	94,1
	Si	1	5,9	5,9	100,0
	Total	17	100,0	100,0	

Tabla 7 Exportación

Fuente: elaboración trabajo

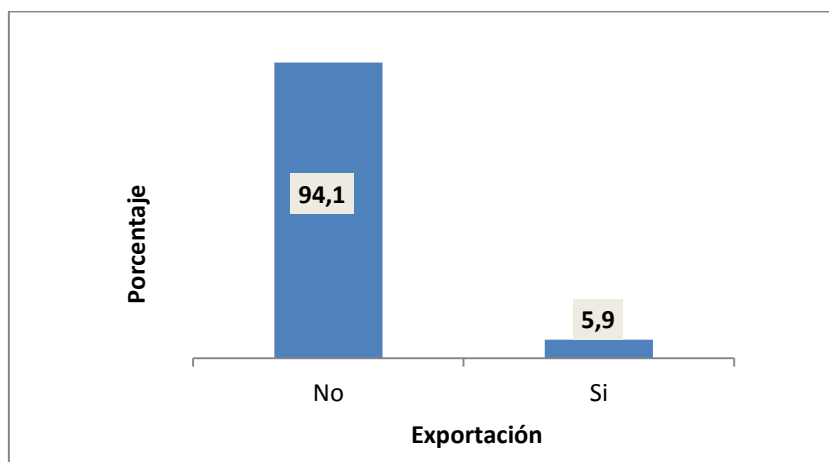


Ilustración 7 Exportación

Fuente: elaboración trabajo

8. Formación:

El 5,9% de los datos son perdidos, lo cual equivale a que solo una persona no respondió a la pregunta. El 64,7% de los encuestados manifiesta contar con estudios superiores en su formación profesional, mientras que el 29,4 5 asegura contar con estudios de educación básica.

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje de Válido	Porcentaje Acumulado
Válido	Educación Básica	5	29,4	31,3	31,3

	Estudios Superiores	11	64,7	68,8	100,0
	Total	16	94,1	100,0	
Perdidos	Sistema	1	5,9		
Total		17	100,0		

Tabla 8 Formación

Fuente: elaboración trabajo

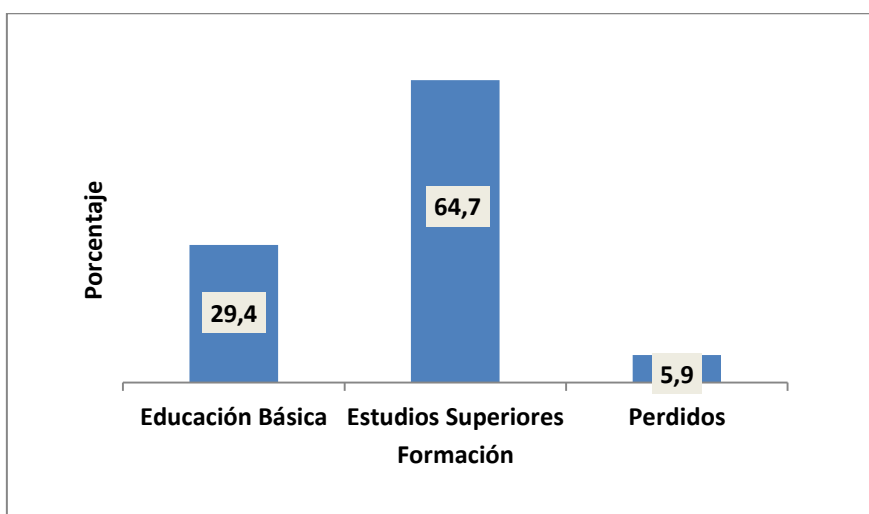


Ilustración 8 Formación

Fuente: elaboración trabajo

I. PERFIL PSICOLÓGICO:

1. Constancia y perseverancia:

El 82,4% de los encuestados afirma estar totalmente de acuerdo al manifestar que se consideran personas constantes y perseverantes con los objetivos que se trazan, mientras que el 17,6% asevera estar parcialmente de acuerdo en relación con las dos características mencionadas anteriormente.

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Parcialmente de acuerdo	3	17,6	17,6	17,6
	Totalmente de acuerdo	14	82,4	82,4	100,0
	Total	17	100,0	100,0	

Tabla 9 Constancia y perseverancia

Fuente: elaboración trabajo

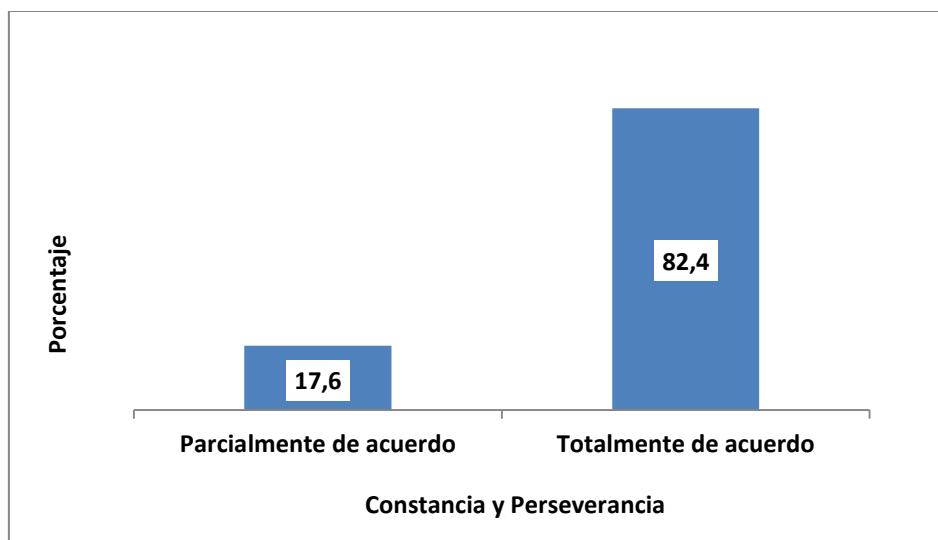


Ilustración 9 Constancia y perseverancia

Fuente: elaboración trabajo

2. Aceptación del cambio:

No se presentan datos perdidos. El 58,8% de los encuestados indica estar parcialmente de acuerdo al considerar que es una persona que acepta de buena gana los cambios en sus rutinas diarias. El 29,4% afirma estar totalmente desacuerdo mientras que el 11,8% de los encuestados manifiestan neutralidad ante el aspecto en mención.

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado

V álido	Neutral	2	11,8	11,8	11,8
	Parcialmente de acuerdo	10	58,8	58,8	70,6
	Totalmente de acuerdo	5	29,4	29,4	100,0
	Total	17	100,0	100,0	

Tabla 10 Aceptación del cambio

Fuente: elaboración trabajo

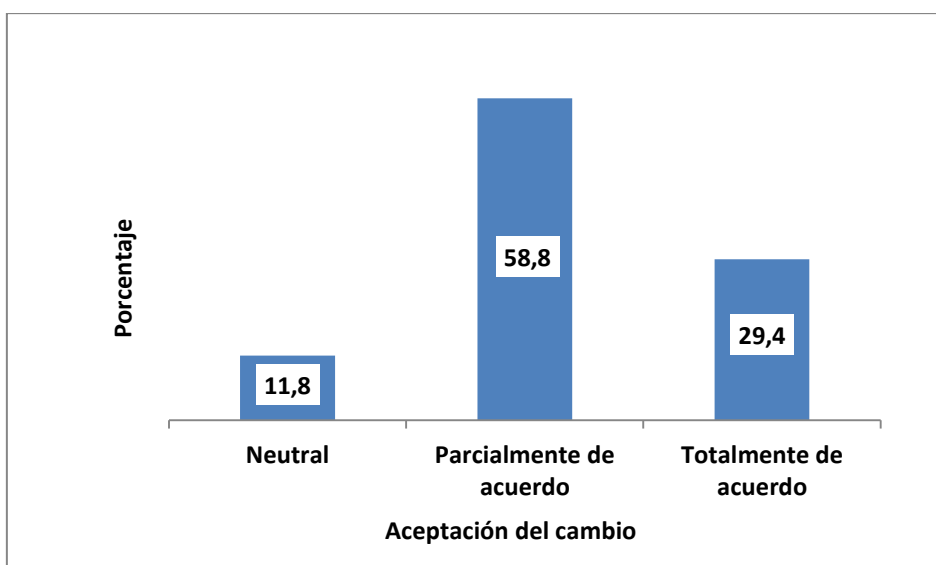


Ilustración 10 Aceptación del cambio

Fuente: elaboración trabajo

3. Soporte de responsabilidades:

Todos los datos son válidos, lo cual implica que todos encuestados respondieron a esta pregunta. El 94,1% de los encuestados afirma estar totalmente de acuerdo en estar acostumbrado a soportar sus responsabilidades, mientras que el 5,9% asevera estar parcialmente de acuerdo.

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Parcialmente de acuerdo	1	5,9	5,9	5,9
	Totalmente de acuerdo	16	94,1	94,1	100,0
	Total	17	100,0	100,0	

Tabla 11 Soporte de responsabilidades

Fuente: elaboración trabajo

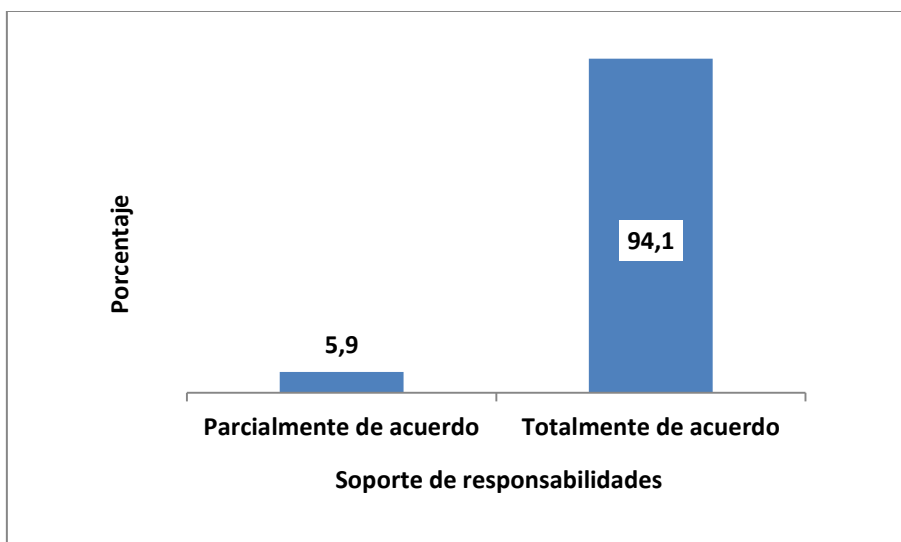


Ilustración 11 Soporte de responsabilidades

Fuente: elaboración trabajo

4. Ambición:

El 35,3% de los encuestados asevera mantenerse en una posición neutral ante el dicho “cuanto más se tiene, más se quiere”, mientras que el 29,4% afirma estar en total desacuerdo y el 11,8% manifiesta estar parcialmente en desacuerdo ante tal refrán.

Por otra parte, el 17,6% de los encuestados asevera estar totalmente de acuerdo y solo el 5,9% expresa estar parcialmente de acuerdo.

No se presentan datos perdidos.

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado

Válido	En total desacuerdo	5	29,4	29,4	29,4
	Parcialmente en desacuerdo	2	11,8	11,8	41,2
	Neutral	6	35,3	35,3	76,5
	Parcialmente de acuerdo	1	5,9	5,9	82,4
	Totalmente de acuerdo	3	17,6	17,6	100,0
	Total	17	100,0	100,0	

Tabla 12 Ambición

Fuente: elaboración trabajo

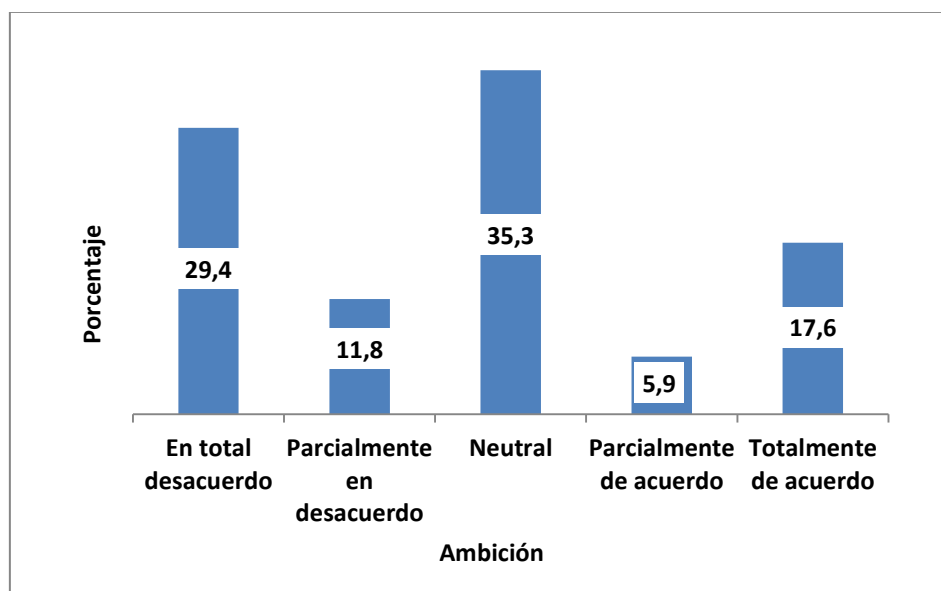


Ilustración 12 Ambición

Fuente: elaboración trabajo

5. Reciclarse y actualizarse:

Los encuestados manifiestan estar parcialmente de acuerdo al considerar que se esfuerzan en “reciclarse” y estar actualizados profesionalmente con un porcentaje del 47,1%. Por tanto, el 29,4% reporta una posición neutral ante el presente aspecto, mientras que el 23,5% restante se encuentra totalmente de acuerdo con dicha afirmación.

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Neutral	5	29,4	29,4	29,4
	Parcialmente de acuerdo	8	47,1	47,1	76,5
	Totalmente de acuerdo	4	23,5	23,5	100,0
	Total	17	100,0	100,0	

Tabla 13 Reciclarse y actualizarse

Fuente: elaboración trabajo

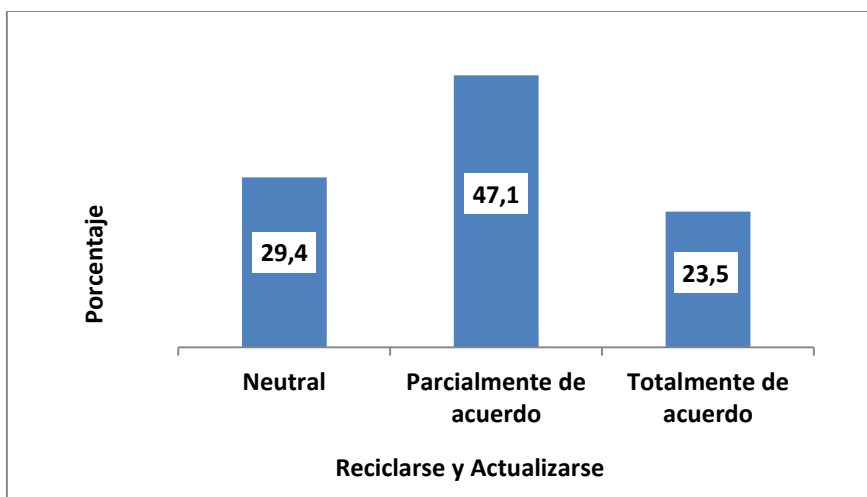


Ilustración 13 Reciclarse y actualizarse

Fuente: elaboración trabajo

6. Empezar nuevas actividades:

Todos los datos son válidos. El 52,9% de los encuestados manifiestan estar totalmente de acuerdo en el gusto por emprender nuevas actividades, al mismo tiempo que el 41,2% asevera estar parcialmente de acuerdo. Por último, se presentó un porcentaje del 5,9 reportando neutralidad ante ello.

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Neutral	1	5,9	5,9	5,9
	Parcialmente de acuerdo	7	41,2	41,2	47,1

	Totalmente de acuerdo	9	52,9	52,9	100,0
	Total	17	100,0	100,0	

Tabla 14 Empezar nuevas actividades

Fuente: elaboración trabajo

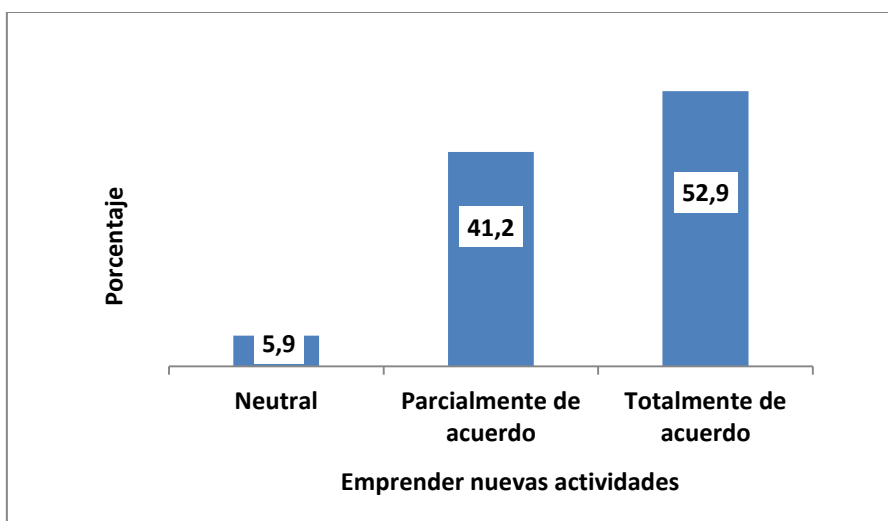


Ilustración 14 Empezar nuevas actividades

Fuente: elaboración trabajo

7. Optimismo:

Los encuestados afirman estar totalmente de acuerdo al considerarse personas optimistas arrojando un 64,7% del total de encuestados. El 35,3% restante respondió estar parcialmente de acuerdo en relación a aquella característica.

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Parcialmente de acuerdo	6	35,3	35,3	35,3
	Totalmente de acuerdo	11	64,7	64,7	100,0
	Total	17	100,0	100,0	

Tabla 15 Optimismo

Fuente: elaboración trabajo

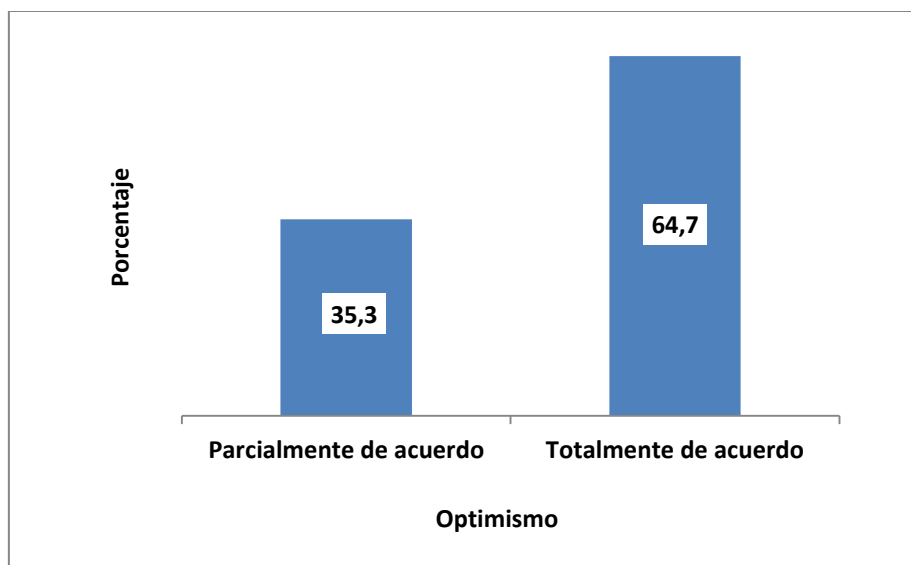


Ilustración 15 Optimismo

Fuente: elaboración trabajo

8. Incomodidad frente a nuevos retos:

El 29,4% considera estar en total desacuerdo en relación al sentimiento de incomodidad que se presenta al enfrentar nuevos retos. El mismo porcentaje se presenta para los encuestados que afirmaron estar parcialmente en desacuerdo y totalmente de acuerdo, respectivamente, con un del 23,5%. El 17,6% de los encuestados manifiesta estar parcialmente de acuerdo con la afirmación de incomodidad mientras que el 5,9% reporta neutralidad.

	Frecu	Porce	Porcenta	Porcenta

		encia	ntaje	je válido	je acumulado
Vá lido	En total desacuerdo	5	29,4	29,4	29,4
	Parcialmente en desacuerdo	4	23,5	23,5	52,9
	Neutral	1	5,9	5,9	58,8
	Parcialmente de acuerdo	3	17,6	17,6	76,5
	Totalmente de acuerdo	4	23,5	23,5	100,0
	Total	17	100,0	100,0	

Tabla 16 Incomodidad frente a nuevos retos

Fuente: elaboración trabajo

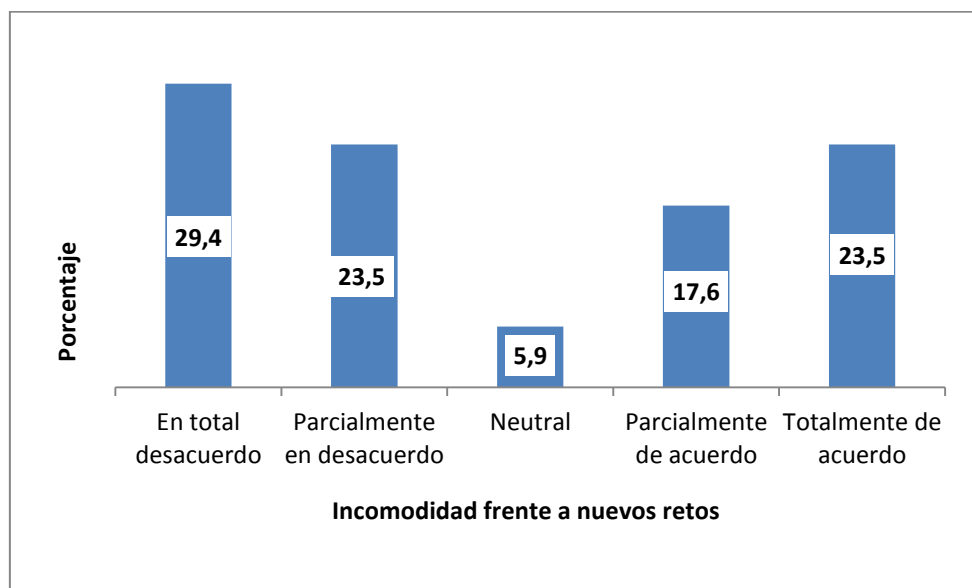


Ilustración 16 Incomodidad frente a nuevos retos

Fuente: elaboración trabajo

9. Transmisión de temas apasionantes:

El 64,7% de los encuestados está totalmente de acuerdo cuando se afirma que es una persona capaz de transmitir a los demás la ilusión por temas que le apasionan. Entre tanto, el 23,5% asevera estar parcialmente de acuerdo. Finalmente, el mismo porcentaje correspondiente a un 5,9 manifiesta estar parcialmente en desacuerdo y neutral, respectivamente.

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Parcialmente en desacuerdo	1	5,9	5,9	5,9
	Neutral	1	5,9	5,9	11,8
	Parcialmente de acuerdo	4	23,5	23,5	35,3
	Totalmente de acuerdo	11	64,7	64,7	100,0
	Total	17	100,0	100,0	

Tabla 17 Transmisión de temas apasionantes

Fuente: elaboración trabajo

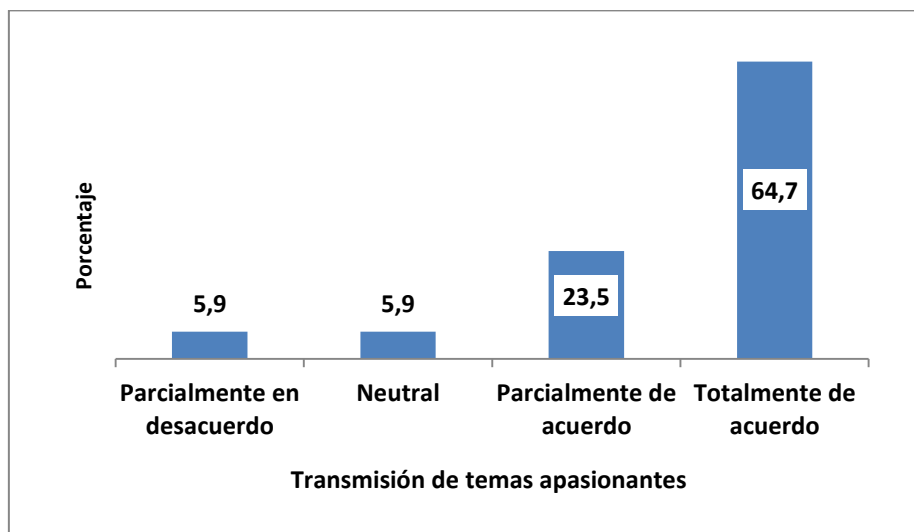


Ilustración 17 Transmisión de temas apasionantes

Fuente: elaboración trabajo

10. Aprovechamiento de oportunidades:

De los encuestados el 64,7% afirma estar totalmente de acuerdo en que se considera una persona que aprovecha rápidamente las oportunidades que se presentan en sus vidas, mientras que el mismo porcentaje equivalente a un 17,6% manifiesta estar parcialmente de acuerdo y neutral, respectivamente.

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje

					acumulado
Vá lido	Neutral	3	17,6	17,6	17,6
	Parcialmente de acuerdo	3	17,6	17,6	35,3
	Totalmente de acuerdo	11	64,7	64,7	100,0
	Total	17	100,0	100,0	

Tabla 18 Aprovechamiento de oportunidades

Fuente: elaboración trabajo

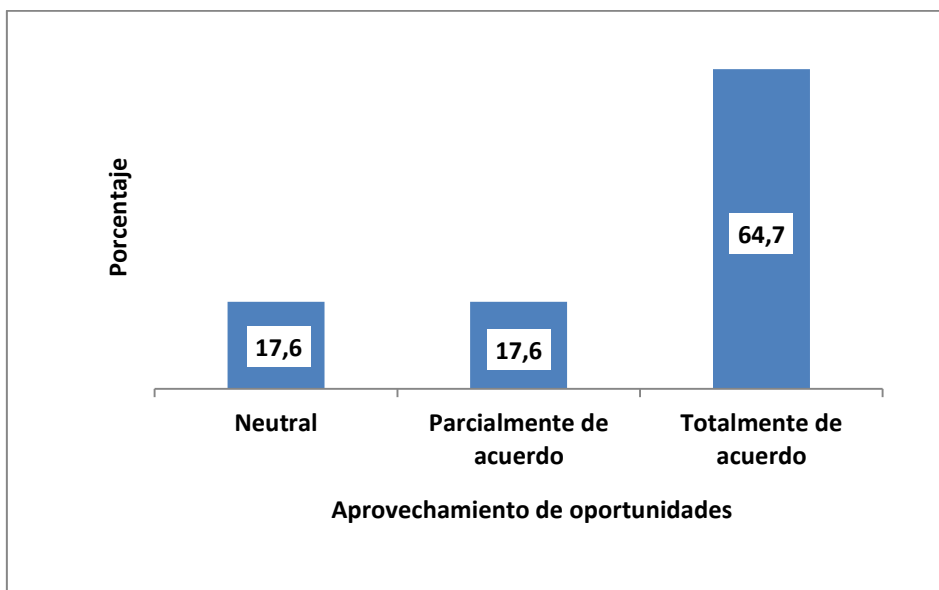


Ilustración 18 Aprovechamiento de oportunidades

Fuente: elaboración trabajo

11. Entrega total a la causa:

El 58,8% de los encuestados manifiestan estar totalmente de acuerdo con la afirmación que indica que se entregan a “la causa” sin medida de tiempo y esfuerzo.

Entre tanto, el 17,6% afirma estar parcialmente de acuerdo y el mismo porcentaje expresa encontrarse neutral.

Finalmente, el 5,9% de los encuestados se encuentra parcialmente en desacuerdo.

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Parcialmente en desacuerdo	1	5,9	5,9	5,9
	Neutral	3	17,6	17,6	23,5
	Parcialmente de acuerdo	3	17,6	17,6	41,2
	Totalmente de acuerdo	10	58,8	58,8	100,0
	Total	17	100,0	100,0	

Tabla 19 Entrega total a la causa

Fuente: elaboración trabajo

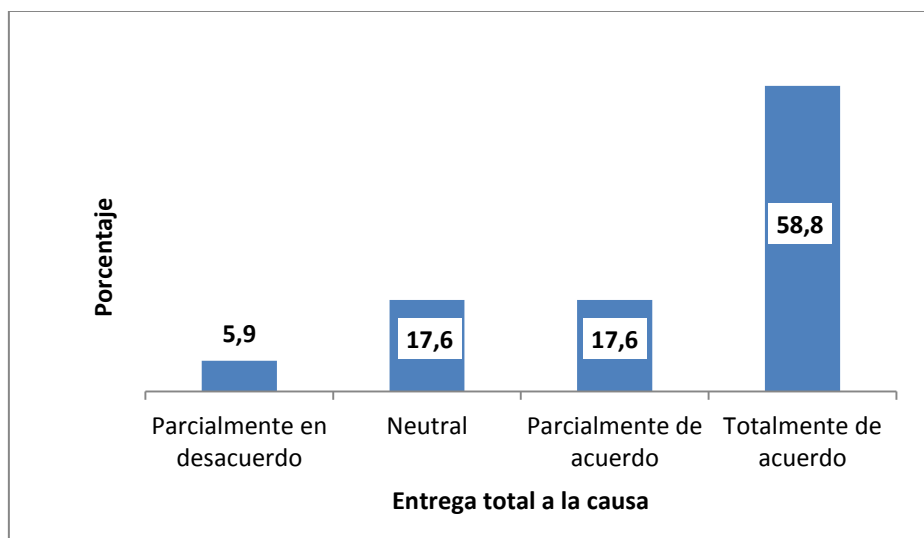


Ilustración 19 Entrega total a la causa

Fuente: elaboración trabajo

12. Carisma y Liderazgo:

El 70,6% de los encuestados asevera estar totalmente de acuerdo en considerarse una persona con carisma y dotes de liderazgo, mientras que el 23,5% manifiesta estar parcialmente de acuerdo. Por último, el 5,9% reporta tener neutralidad ante la afirmación en mención.

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado

Vá lido	Neutral	1	5,9	5,9	5,9
	Parcialmente de acuerdo	4	23,5	23,5	29,4
	Totalmente de acuerdo	12	70,6	70,6	100,0
	Total	17	100,0	100,0	

Tabla 20 Carisma y Liderazgo

Fuente: elaboración trabajo

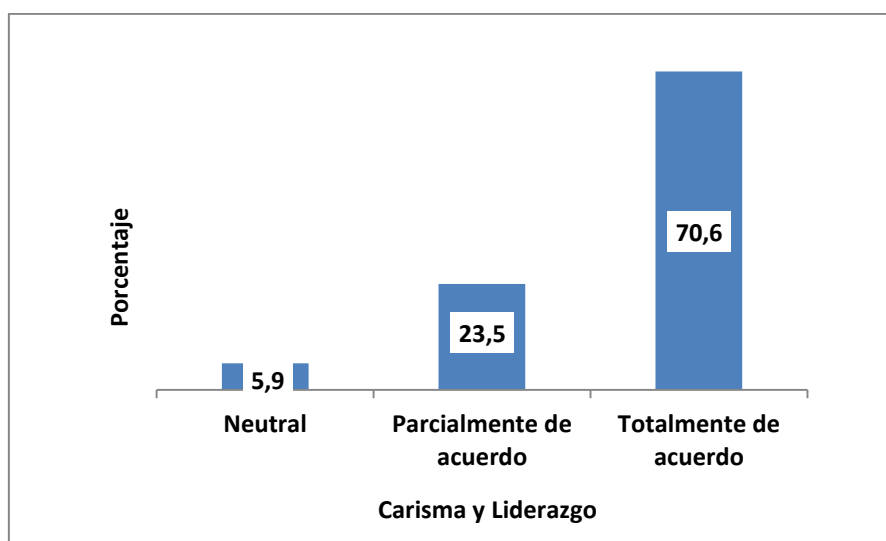


Ilustración 20 Carisma y Liderazgo

Fuente: elaboración trabajo

13. Consulta para tomar decisiones:

El 58,8% de los encuestados afirma estar parcialmente de acuerdo en relación con la necesidad de consultar antes de tomar decisiones trascendentes, mientras el 23,5% se encuentra totalmente de acuerdo ante tal situación. Por otra parte, el 11,8% revela estar parcialmente en desacuerdo y sólo el 5,9% manifiesta estar neutral.

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Parcialmente en desacuerdo	2	11,8	11,8	11,8
	Neutral	1	5,9	5,9	17,6
	Parcialmente de acuerdo	10	58,8	58,8	76,5
	Totalmente de acuerdo	4	23,5	23,5	100,0
	Total	17	100,0	100,0	

Tabla 21 Consulta para tomar decisiones

Fuente: elaboración trabajo

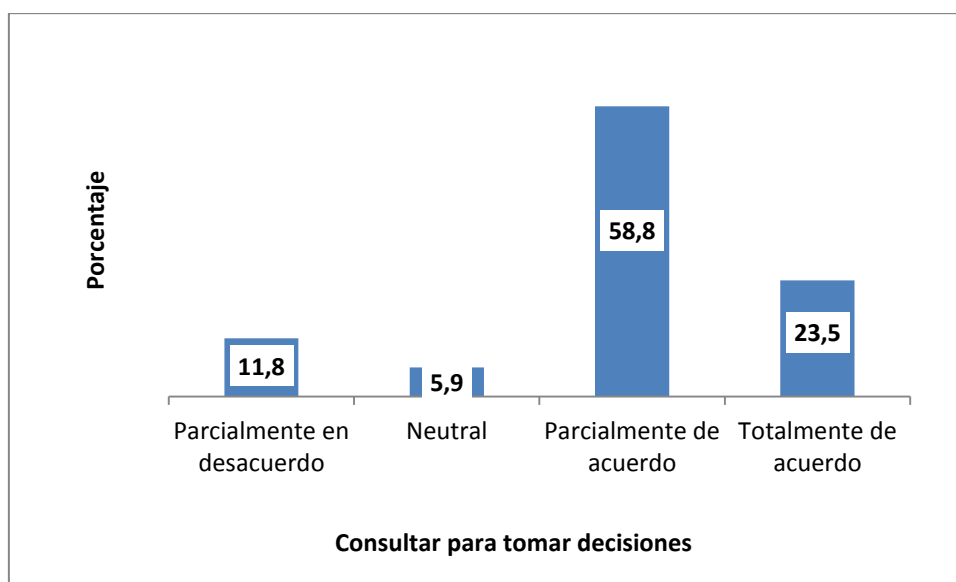


Ilustración 21 Consulta para tomar decisiones

Fuente: elaboración trabajo

14. Reconocimiento:

De los encuestados, el 58,8% asevera estar en total desacuerdo en relación con la necesidad del reconocimiento de los demás para sentirse satisfecho con sus logros, mientras que el 17,6% reporta estar parcialmente en desacuerdo.

Entre tanto, se observa el mismo porcentaje para quienes afirman estar neutral y parcialmente de acuerdo con un porcentaje que corresponde al 11,8 de manera respectiva.

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	En total desacuerdo	10	58,8	58,8	58,8
	Parcialmente en desacuerdo	3	17,6	17,6	76,5
	Neutral	2	11,8	11,8	88,2
	Parcialmente de acuerdo	2	11,8	11,8	100,0
	Total	17	100,0	100,0	

Tabla 22 Reconocimiento

Fuente: elaboración trabajo

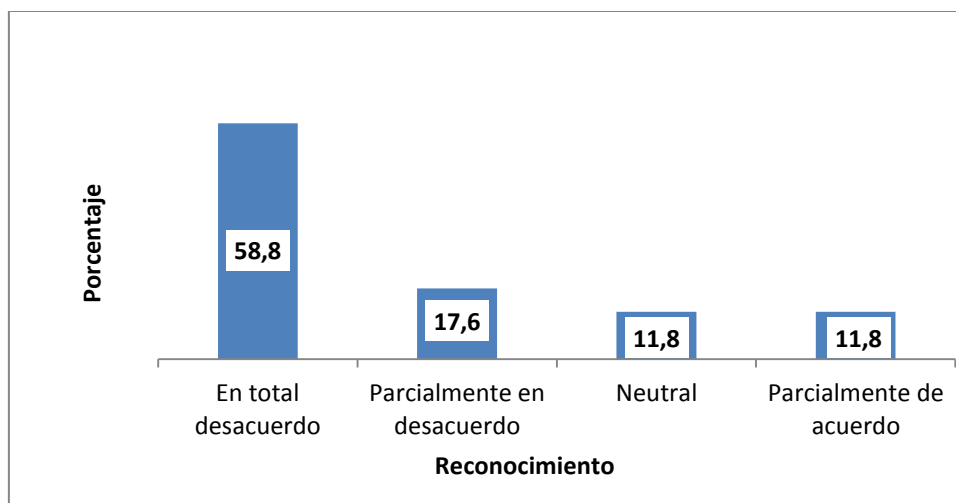


Ilustración 22 Reconocimiento

Fuente: elaboración trabajo

15. Compartir éxito con los demás:

El 47,1% de los encuestados revela estar totalmente de acuerdo en compartir sus éxitos con los demás, el mismo porcentaje reporta estar parcialmente de acuerdo.

Por otra parte, sólo el 5,9% manifiesta una posición neutral ante tal anuncio.

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Neutral	1	5,9	5,9	5,9
	Parcialmente de acuerdo	8	47,1	47,1	52,9

	Totalmente de acuerdo	8	47,1	47,1	100,0
	Total	17	100,0	100,0	

Tabla 23 compartir éxitos con los demás

Fuente: elaboración trabajo

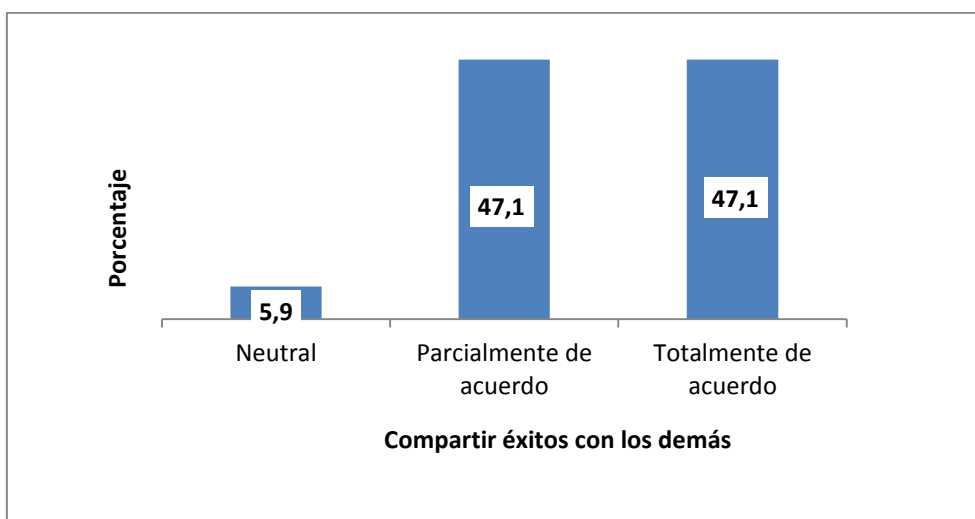


Ilustración 23 compartir éxitos con los demás

Fuente: elaboración trabajo

16. Anteponer responsabilidades profesionales:

El 29,4% de los encuestados manifiesta neutralidad ante la afirmación de anteponer sus obligaciones profesionales a sus responsabilidades familiares, mientras que el 23,5% expresa estar en total desacuerdo.

Por otra parte, el 17,6% de los encuestados se encuentra totalmente de acuerdo y ese mismo porcentaje afirma estar parcialmente en desacuerdo. Finalmente, el 11,8% se encuentra parcialmente de acuerdo.

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	En total desacuerdo	4	23,5	23,5	23,5
	Parcialmente en desacuerdo	3	17,6	17,6	41,2
	Neutral	5	29,4	29,4	70,6
	Parcialmente de acuerdo	2	11,8	11,8	82,4
	Totalmente de acuerdo	3	17,6	17,6	100,0
	Total	17	100,0	100,0	

Tabla 24 Anteponer responsabilidades profesionales

Fuente: elaboración trabajo

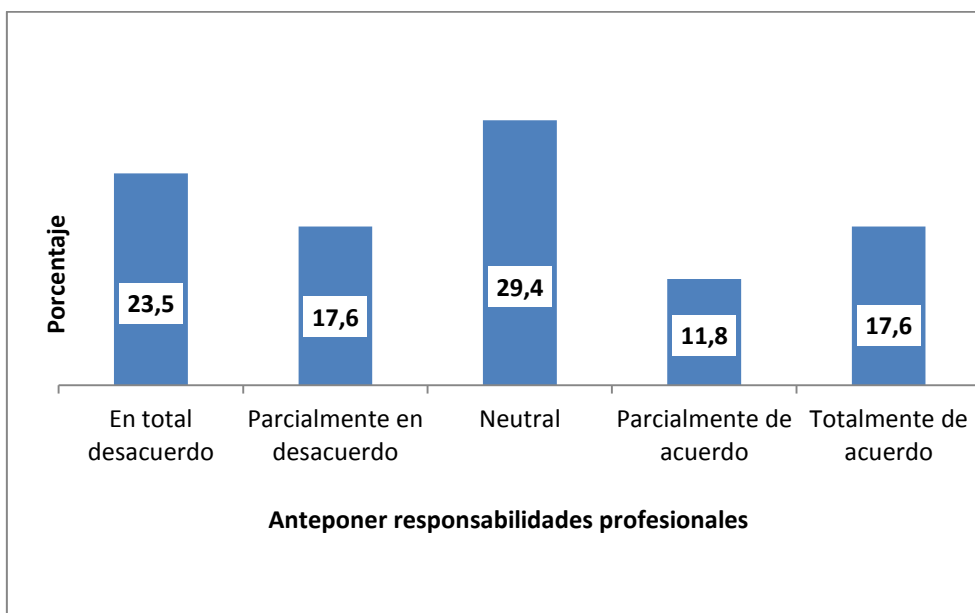


Ilustración 24 Anteponer responsabilidades profesionales

Fuente: elaboración trabajo

17. Modificar planes por opiniones de terceros:

El 23,5% de los encuestados revelan estar parcialmente de acuerdo, neutral y parcialmente en desacuerdo ante la afirmación que indica que las opiniones de sus colaboradores o personas cercanas los obligan a veces a modificar sus planes.

Por otro lado, el 17,6% asevera estar en total desacuerdo respecto a tal afirmación, mientras que el 11,8% manifiesta estar totalmente de acuerdo.

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	En total desacuerdo	3	17,6	17,6	17,6
	Parcialmente en desacuerdo	4	23,5	23,5	41,2
	Neutral	4	23,5	23,5	64,7
	Parcialmente de acuerdo	4	23,5	23,5	88,2
	Totalmente de acuerdo	2	11,8	11,8	100,0
	Total	17	100,0	100,0	

Tabla 25 Modificar planes por opiniones de terceros

Fuente: elaboración trabajo

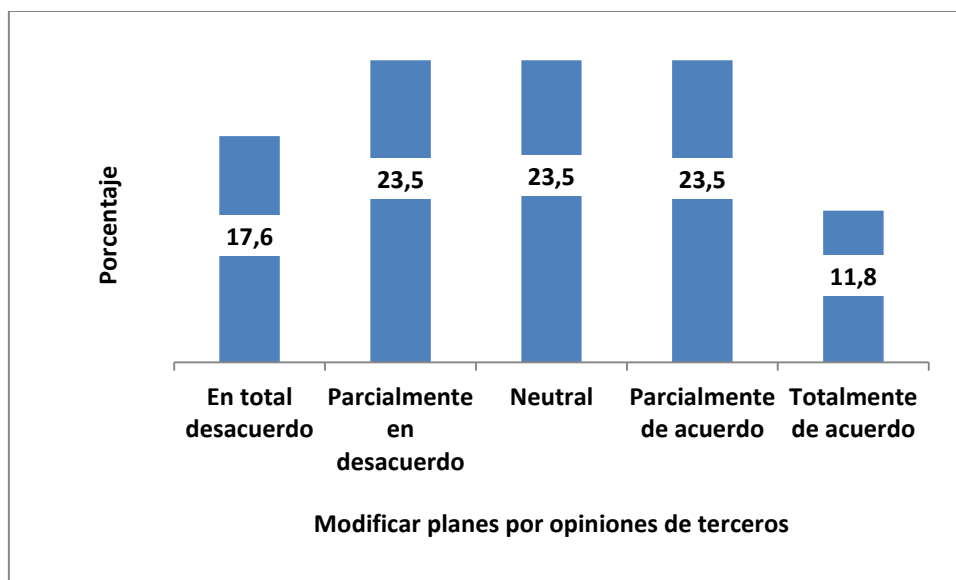


Ilustración 25 Modificar planes por opiniones de terceros

Fuente: elaboración trabajo

18. Perfeccionismo:

El 58,8% afirma estar totalmente de acuerdo en ser una persona que no da por terminada una tarea hasta que el resultado es perfecto, mientras que el 23,5% reporta estar parcialmente de acuerdo. Por último, el 17,6% manifiesta neutralidad.

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Neutral	3	17,6	17,6	17,6
	Parcialmente de acuerdo	4	23,5	23,5	41,2

	Totalmente de acuerdo	10	58,8	58,8	100,0
	Total	17	100,0	100,0	

Tabla 26 Perfeccionismo

Fuente: elaboración trabajo

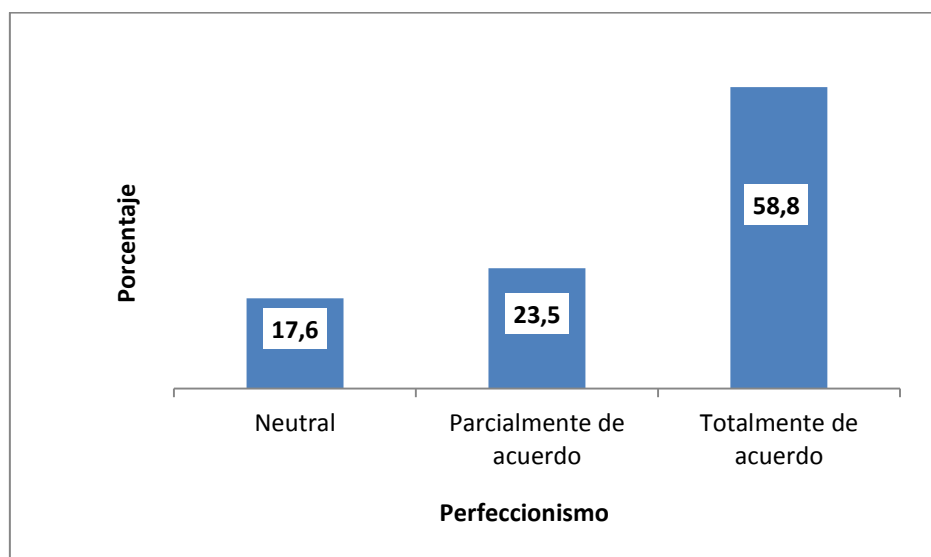


Ilustración 26 Perfeccionismo

Fuente: elaboración trabajo

19. Miedo al fracaso:

De los encuestados, el 47,1% afirma estar en total desacuerdo respecto al miedo al fracaso como impedimento para iniciar nuevas actividades, mientras que el 23,5% manifiesta estar neutral. Entre tanto, el 11,8% asevera estar parcialmente en desacuerdo y ese mismo porcentaje, parcialmente de acuerdo. Finalmente, el 5,9% indicó estar totalmente de acuerdo

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	En total desacuerdo	8	47,1	47,1	47,1
	Parcialmente en desacuerdo	2	11,8	11,8	58,8
	Neutral	4	23,5	23,5	82,4
	Parcialmente de acuerdo	2	11,8	11,8	94,1
	Totalmente de acuerdo	1	5,9	5,9	100,0
	Total	17	100,0	100,0	

Tabla 27 Miedo al fracaso

Fuente: elaboración trabajo

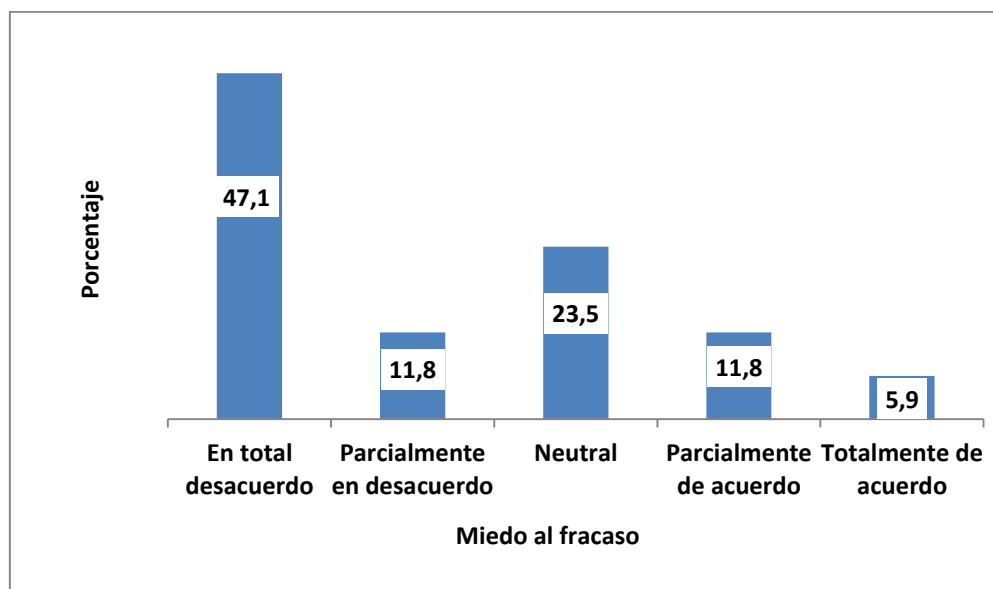


Ilustración 27 Miedo al fracaso

Fuente: elaboración trabajo

II. MOTIVACIÓN:

1. Montar un negocio para ganar mucho dinero:

El 23,5% de los encuestados manifiesta estar parcialmente de acuerdo al enunciar que cuando montaron su negocio lo hicieron para ganar mucho dinero, y el mismo

porcentaje expresa estar en total desacuerdo y neutral. Entre tanto, el 17,6% asevera estar totalmente de acuerdo, mientras que el 11,8% se encuentra parcialmente de acuerdo.

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	En total desacuerdo	4	23,5	23,5	23,5
	Parcialmente en desacuerdo	2	11,8	11,8	35,3
	Neutral	4	23,5	23,5	58,8
	Parcialmente de acuerdo	4	23,5	23,5	82,4
	Totalmente de acuerdo	3	17,6	17,6	100,0
	Total	17	100,0	100,0	

Tabla 28 Montar un negocio para ganar mucho dinero

Fuente: elaboración trabajo

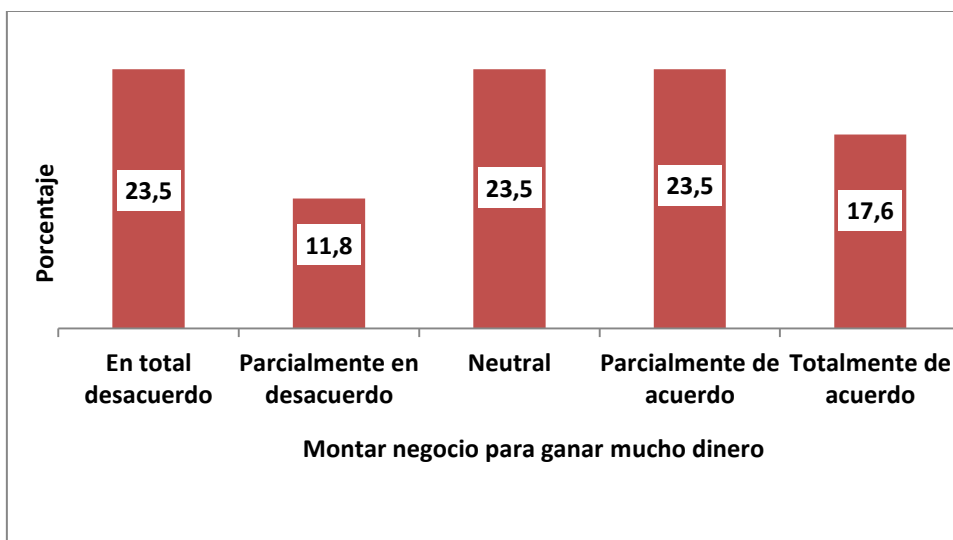


Ilustración 28 Montar un negocio para ganar mucho dinero

Fuente: elaboración trabajo

2. Generar negocio propio para no trabajar para otros:

El 35,3% de los encuestados manifestó neutralidad en relación a que cuando generó su negocio propio lo hizo porque no le gustaba trabajar para otros. Entre tanto, el 23,5% se encuentra totalmente de acuerdo, y ese mismo porcentaje revela estar parcialmente de acuerdo. Por último, el 17,6% expresa estar en total desacuerdo con tal afirmación.

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje

					acumulado
Vál ido	En total desacuerdo	3	17,6	17,6	17,6
	Neutral	6	35,3	35,3	52,9
	Parcialmente de acuerdo	4	23,5	23,5	76,5
	Totalmente de acuerdo	4	23,5	23,5	100,0
	Total	17	100,0	100,0	

Tabla 29 Generar negocio propio para no trabajar para otros

Fuente: elaboración trabajo

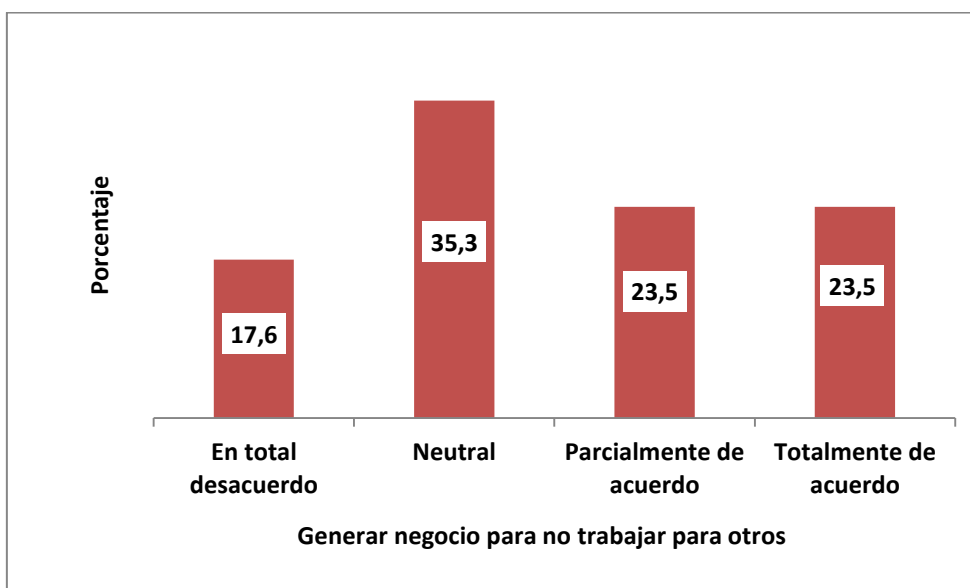


Ilustración 29 Generar negocio propio para no trabajar para otros

Fuente: elaboración trabajo

3. Montar negocio propio por reconocimiento social:

De los encuestados, el 35,3% afirma que se encuentra parcialmente en desacuerdo al enunciarse que cuándo se montó su negocio se hizo para lograr reconocimiento social, y ese mismo porcentaje se observa para las personas que indicaron estar neutrales ante tal afirmación.

Por otra parte, el 17,6% asevera estar en total desacuerdo, mientras que el 5,9% afirma estar totalmente de acuerdo y el otro 5,9% restante, estar parcialmente de acuerdo.

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	En total desacuerdo	3	17,6	17,6	17,6
	Parcialmente en desacuerdo	6	35,3	35,3	52,9
	Neutral	6	35,3	35,3	88,2
	Parcialmente de acuerdo	1	5,9	5,9	94,1
	Totalmente de acuerdo	1	5,9	5,9	100,0
	Total	17	100,0	100,0	

Tabla 30 Montar negocio propio por reconocimiento social

Fuente: elaboración trabajo

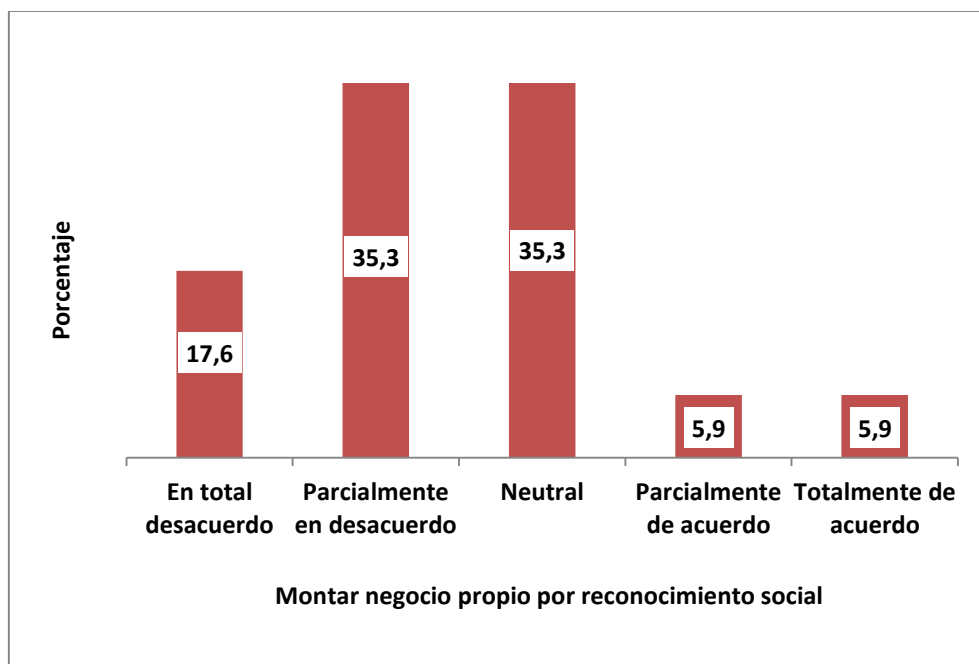


Ilustración 30 Montar negocio propio por reconocimiento social

Fuente: elaboración trabajo

4. Montar negocio por capacidad de iniciativa:

El 47,1% de los encuestados afirma estar totalmente de acuerdo en relación a que cuando se montó su negocio porque era la mejor forma de aprovechar su capacidad de iniciativa, y ese mismo porcentaje reportó estar parcialmente de acuerdo. Entre tanto, el 5,9% restante manifiesta estar en total desacuerdo.

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	En total desacuerdo	1	5,9	5,9	5,9
	Parcialmente de acuerdo	8	47,1	47,1	52,9
	Totalmente de acuerdo	8	47,1	47,1	100,0
	Total	17	100,0	100,0	

Tabla 31 Montar negocio por capacidad de iniciativa

Fuente: elaboración trabajo

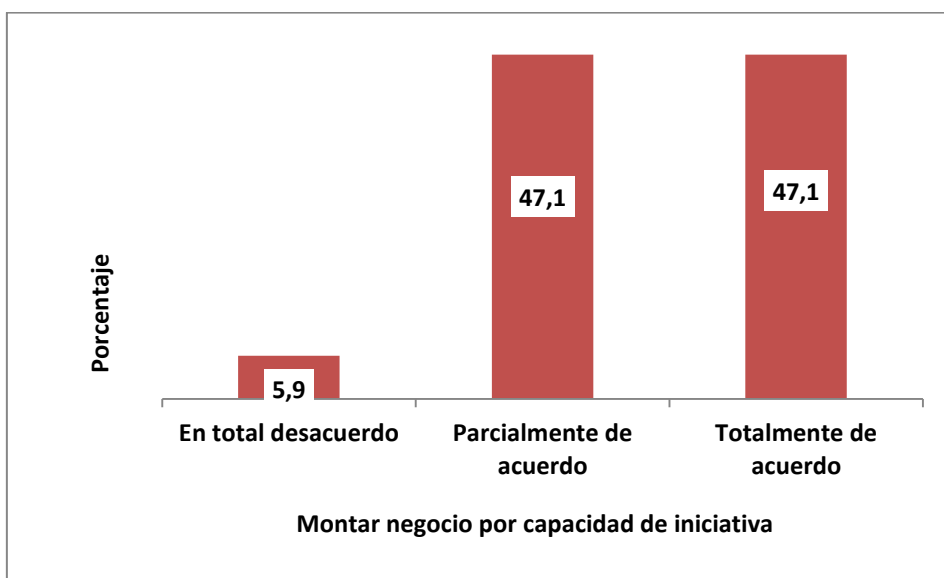


Ilustración 31 Montar negocio por capacidad de iniciativa

Fuente: elaboración trabajo

5. Necesidad de dinero para montar negocio:

El 29,4% manifiesta estar totalmente de acuerdo en relación a la necesidad de dinero para montar un negocio, y ese mismo porcentaje expresó neutralidad, mientras que el 17,6% afirma estar en total desacuerdo.

Entre tanto, el 11,8% de los encuestados reveló estar parcialmente de acuerdo con la afirmación en mención, y ese mismo valor corresponde a las personas que indicaron estar parcialmente en desacuerdo.

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	En total desacuerdo	3	17,6	17,6	17,6
	Parcialmente en desacuerdo	2	11,8	11,8	29,4
	Neutral	5	29,4	29,4	58,8
	Parcialmente de acuerdo	2	11,8	11,8	70,6
	Totalmente de acuerdo	5	29,4	29,4	100,0
	Total	17	100,0	100,0	

Tabla 32 Necesidad de dinero para montar negocio

Fuente: elaboración trabajo

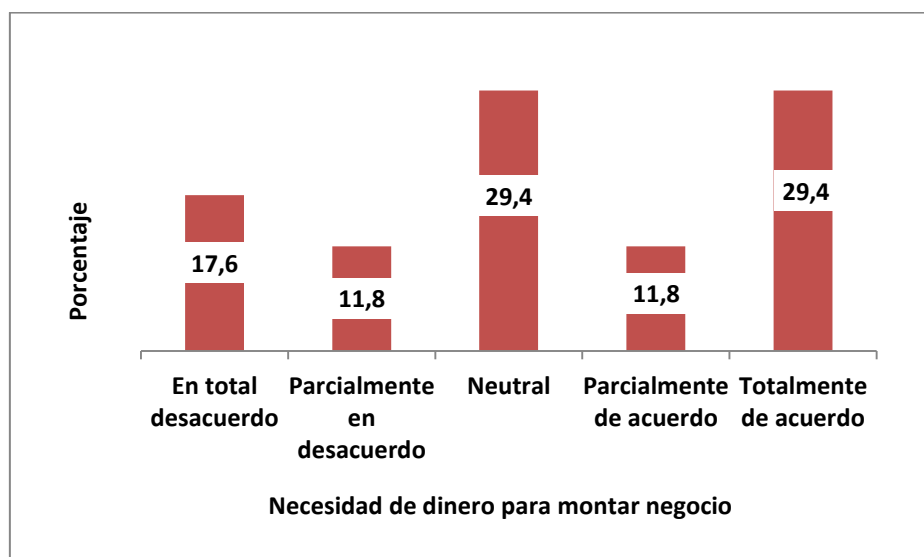


Ilustración 32 Necesidad de dinero para montar negocio

Fuente: elaboración trabajo

6. Motivación:

El 82,4% de los encuestados asevera estar totalmente de acuerdo a que para poner en marcha un negocio es necesario tener motivación, mientras que el 17,6% afirma estar parcialmente de acuerdo.

	Frecu	Porce	Porcenta	Porcenta

		encia	ntaje	je válido	je acumulado
Váli do	Parcialmente de acuerdo	3	17,6	17,6	17,6
	Totalmente de acuerdo	14	82,4	82,4	100,0
	Total	17	100,0	100,0	

Tabla 33 Motivación

Fuente: elaboración trabajo

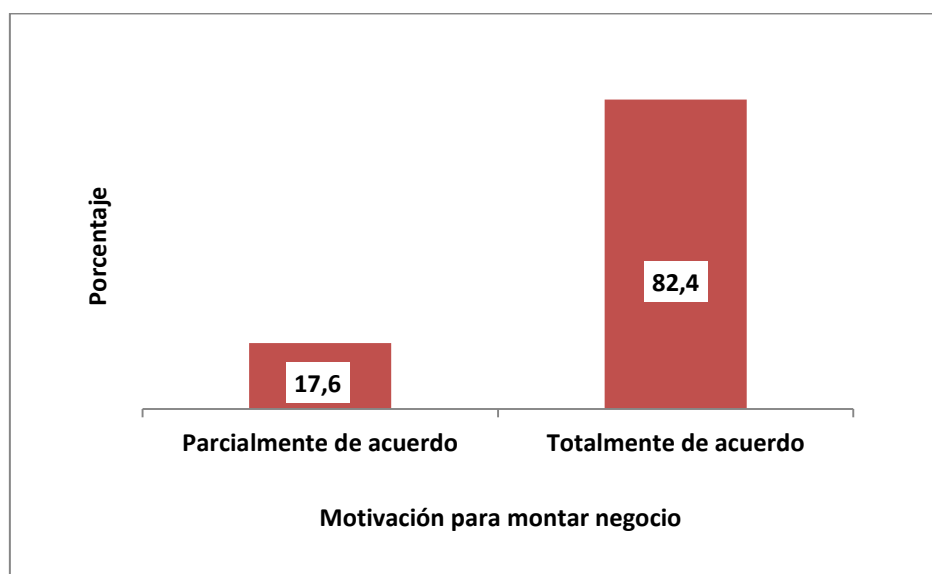


Ilustración 33 Motivación

Fuente: elaboración trabajo

7. Creación de empresa por entorno familiar:

El 35,3 de los encuestados expresó estar totalmente de acuerdo con la afirmación que indica que la creación de la empresa se llevó a cabo porque es lo que siempre ha visto en su entorno familiar, mientras que el 29,4% expresó estar neutra ante la misma.

Por otra parte, el 17,6% asevera estar parcialmente en desacuerdo con la creación de empresa dada por entorno familiar y el 11,8% se encuentra parcialmente de acuerdo. Por último, el 5,9% reveló estar en total desacuerdo con el enunciado en mención.

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	En total desacuerdo	1	5,9	5,9	5,9
	Parcialmente en desacuerdo	3	17,6	17,6	23,5
	Neutral	5	29,4	29,4	52,9
	Parcialmente de acuerdo	2	11,8	11,8	64,7
	Totalmente de acuerdo	6	35,3	35,3	100,0

	Total	17	100,0	100,0	
--	-------	----	-------	-------	--

Tabla 34 Creación de empresa por entorno familiar

Fuente: elaboración trabajo

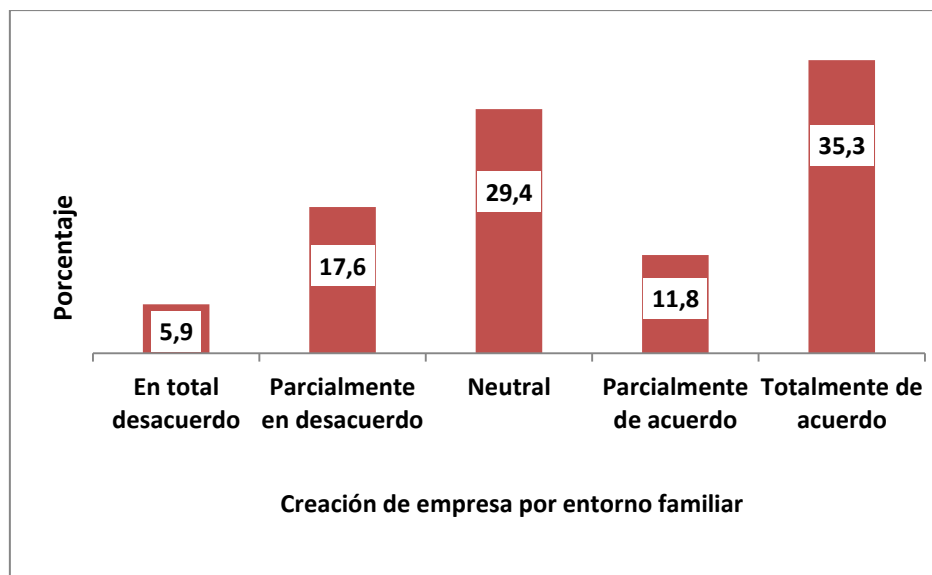


Ilustración 34 Creación de empresa por entorno familiar

Fuente: elaboración trabajo

8. Creación de empresa para estar al frente de una organización y/o dirigir un grupo:

El 35,3% de los encuestados está totalmente de acuerdo en que la creación de empresa ha sido para estar al frente de una organización y/o dirigir un grupo, mientras que el 23,5% afirma estar parcialmente de acuerdo, y ese mismo porcentaje manifiesta neutralidad ante el enunciado en mención.

Entre tanto, el 11,8% reveló estar parcialmente desacuerdo ante la misma, y el 5,9% aseveró estar en total desacuerdo.

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	En total desacuerdo	1	5,9	5,9	5,9
	Parcialmente en desacuerdo	2	11,8	11,8	17,6
	Neutral	4	23,5	23,5	41,2
	Parcialmente de acuerdo	4	23,5	23,5	64,7
	Totalmente de acuerdo	6	35,3	35,3	100,0
	Total	17	100,0	100,0	

Tabla 35 Creación de empresa para estar al frente de una organización y/o dirigir un grupo

Fuente: elaboración trabajo

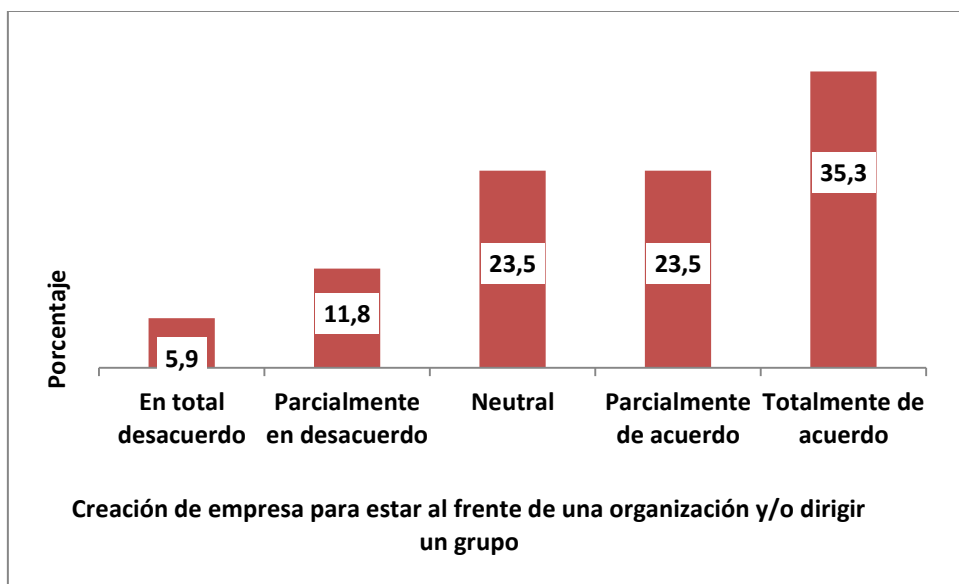


Ilustración 35 Creación de empresa para estar al frente de una organización y/o dirigir un grupo

Fuente: elaboración trabajo

9. Creación de empresa para ganar más que un asalariado:

El 35,3% de los encuestados manifiesta estar totalmente de acuerdo al considerar que la creación de su empresa se realizó porque considera que gana más así que como asalariado, mientras que el 23,5% expresó neutralidad ante tal situación.

Por otro lado, los encuestados que afirmaron estar parcialmente de acuerdo y parcialmente en desacuerdo lo hicieron con un porcentaje equivalente al 17,6%, respectivamente. Finalmente, sólo el 5,9% reportó estar en total desacuerdo.

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	En total desacuerdo	1	5,9	5,9	5,9
	Parcialmente en desacuerdo	3	17,6	17,6	23,5
	Neutral	4	23,5	23,5	47,1
	Parcialmente de acuerdo	3	17,6	17,6	64,7
	Totalmente de acuerdo	6	35,3	35,3	100,0
	Total	17	100,0	100,0	

Tabla 36 Creación de empresa para ganar más que un asalariado

Fuente: elaboración trabajo

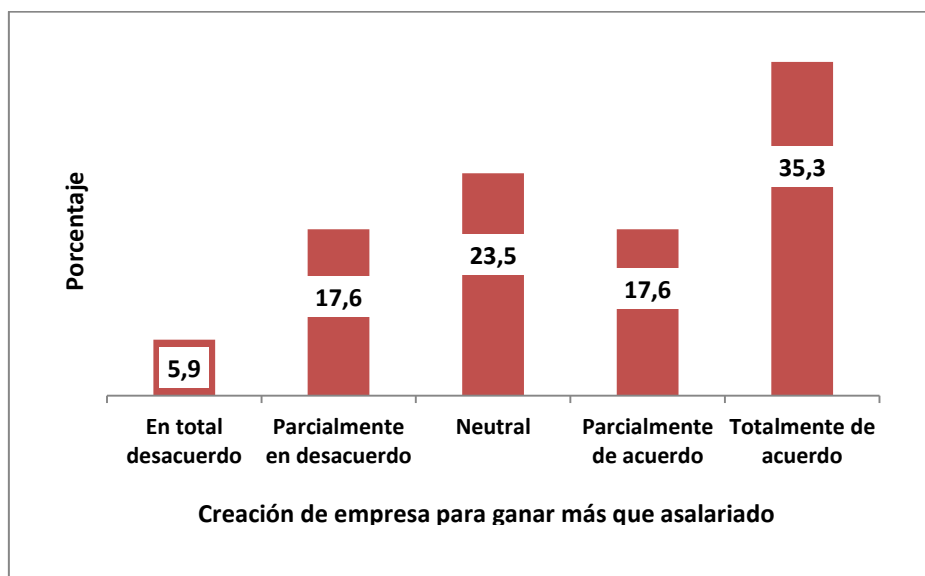


Ilustración 36 Creación de empresa para ganar más que un asalariado

Fuente: elaboración trabajo

10. Creación de empresa para no ser empleado:

El 41,2% de los encuestados asevera una posición neutral en relación con la creación de la empresa con el fin de no ser empleado. Entre tanto, el 29,4% asegura estar totalmente de acuerdo con esta afirmación, mientras que el 23,5% manifestó estar parcialmente de acuerdo. Por último, sólo el 5,9 % aseveró estar parcialmente de acuerdo en la creación de empresa por este motivo.

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Parcialmente en desacuerdo	1	5,9	5,9	5,9
	Neutral	7	41,2	41,2	47,1
	Parcialmente de acuerdo	4	23,5	23,5	70,6
	Totalmente de acuerdo	5	29,4	29,4	100,0
	Total	17	100,0	100,0	

Tabla 37 Creación de empresa para no ser empleado

Fuente: elaboración trabajo

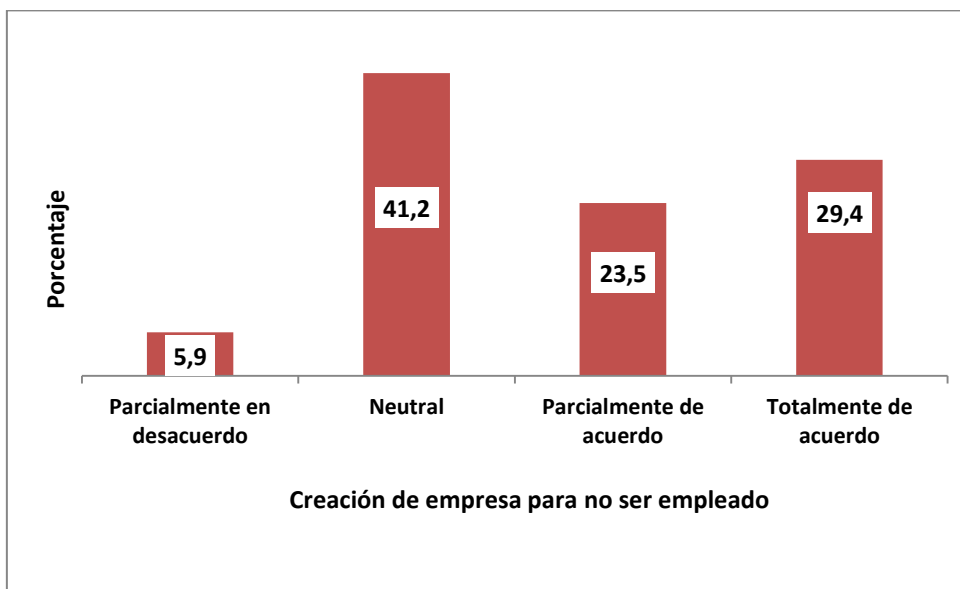


Ilustración 37 Creación de empresa para no ser empleado

Fuente: elaboración trabajo

11. Creación de empresa para intentar una nueva actividad empresarial:

De los encuestados el 52,9% asegura estar totalmente de acuerdo con la Creación de empresa por motivo de intentar una nueva actividad profesional, mientras que el 35,3% indica que se encuentra parcialmente de acuerdo.

Entre tanto, e 5,9% de los encuestados reveló estar parcialmente en desacuerdo, y ese mismo porcentaje manifestó estar neutral ante el enunciado en mención.

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Parcialmente en desacuerdo	1	5,9	5,9	5,9
	Neutral	1	5,9	5,9	11,8
	Parcialmente de acuerdo	6	35,3	35,3	47,1
	Totalmente de acuerdo	9	52,9	52,9	100,0
	Total	17	100,0	100,0	

Tabla 38 Creación de empresa para intentar una nueva actividad empresarial

Fuente: elaboración trabajo

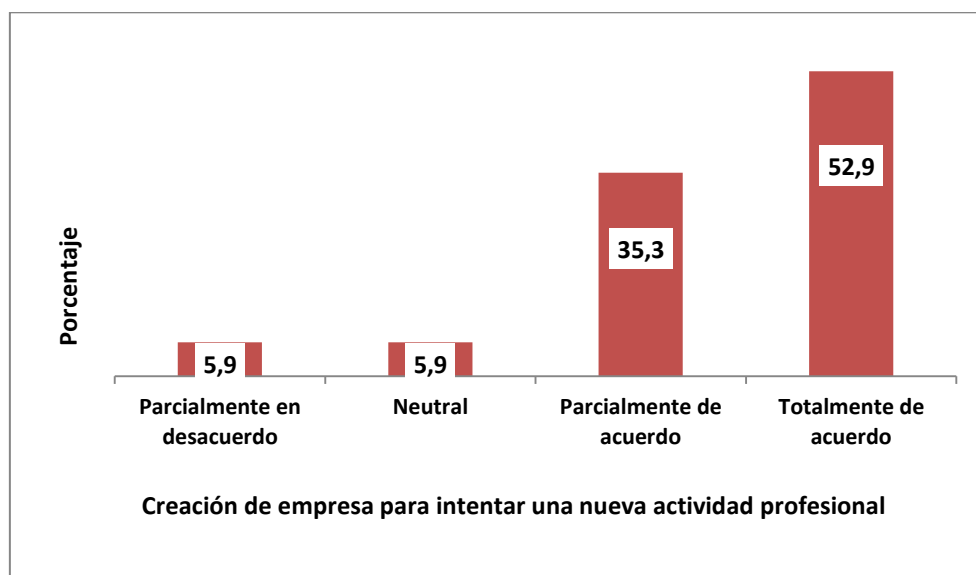


Ilustración 38 Creación de empresa para intentar una nueva actividad empresarial

Fuente: elaboración trabajo

12. Creación de empresa porque otros lo intentaron:

Los encuestados aseveran estar totalmente de acuerdo en relación con la creación de empresa porque otros lo intentaron y les fue bien, arrojando un 23,5%.

Ese mismo porcentaje se repite para las personas que respondieron estar en total desacuerdo, parcialmente en desacuerdo y neutral con tal afirmación como motivo de creación de empresa. Por otra parte, sólo el 5,9% indicó estar parcialmente de acuerdo.

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	En total desacuerdo	4	23,5	23,5	23,5
	Parcialmente en desacuerdo	4	23,5	23,5	47,1
	Neutral	4	23,5	23,5	70,6
	Parcialmente de acuerdo	1	5,9	5,9	76,5
	Totalmente de acuerdo	4	23,5	23,5	100,0

	Total	17	100,0	100,0	
--	-------	----	-------	-------	--

Tabla 39 Creación de empresa porque otros lo intentaron

Fuente: elaboración trabajo

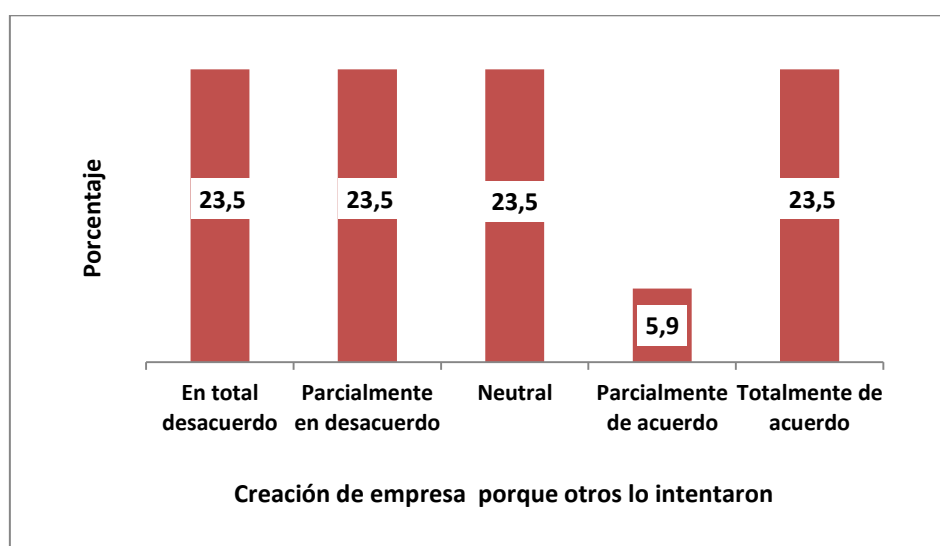


Ilustración 39 Creación de empresa porque otros lo intentaron

Fuente: elaboración trabajo

13. Emprender por ganar dinero pero sin obsesionarse:

El 29,4% de los encuestados afirma estar totalmente de acuerdo al considerar que emprendieron para ganar dinero pero sin obsesionarse por el mismo, mientras que el 23,5% se encuentra parcialmente de acuerdo.

Entre tanto, el 17,6% reveló que se encuentra en total desacuerdo y el mismo porcentaje aseveró una posición neutral ante el presente planteamiento. Finalmente, el 11,8% aseguró estar parcialmente en desacuerdo.

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	En total desacuerdo	3	17,6	17,6	17,6
	Parcialmente en desacuerdo	2	11,8	11,8	29,4
	Neutral	3	17,6	17,6	47,1
	Parcialmente de acuerdo	4	23,5	23,5	70,6
	Totalmente de acuerdo	5	29,4	29,4	100,0
	Total	17	100,0	100,0	

Tabla 40 Empezar por ganar dinero pero sin obsesionarse

Fuente: elaboración trabajo

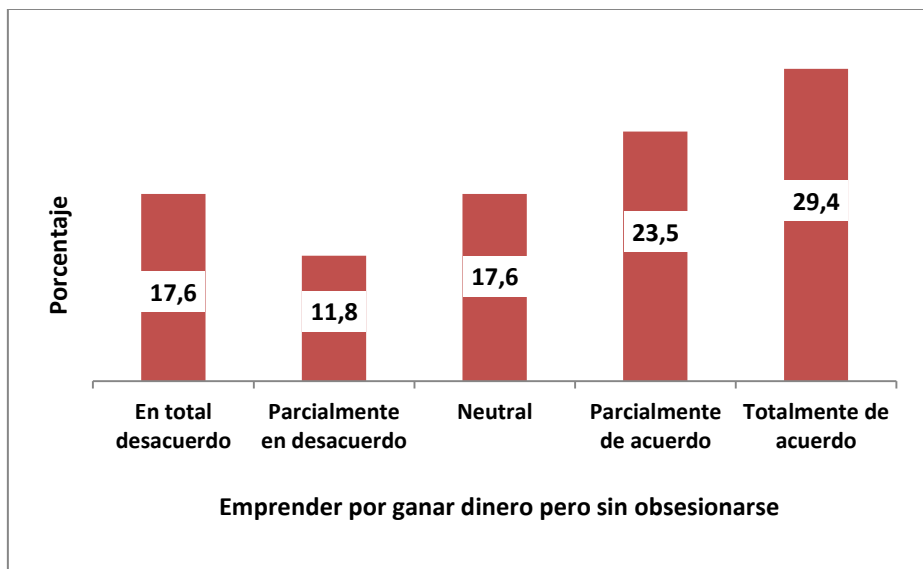


Ilustración 40 Emprender por ganar dinero pero sin obsesionarse

Fuente: elaboración trabajo

14. Conformidad con lo suficiente para vivir bien:

El 35,3% de los encuestados reveló estar totalmente de acuerdo al considerar estar conforme con ganar lo suficiente para vivir bien, mientras que el 29,4% está en total desacuerdo en esta afirmación.

Por otra parte, los encuestados indicaron estar parcialmente en desacuerdo y estar neutral ante tal enunciado con un porcentaje equivalente al 17,6%, respectivamente.

	Frecu	Porce	Porcenta	Porcenta

		encia	ntaje	je válido	je acumulado
Vál ido	En total desacuerdo	5	29,4	29,4	29,4
	Parcialmente en desacuerdo	3	17,6	17,6	47,1
	Neutral	3	17,6	17,6	64,7
	Totalmente de acuerdo	6	35,3	35,3	100,0
	Total	17	100,0	100,0	

Tabla 41 Conformidad con lo suficiente para vivir bien

Fuente: elaboración trabajo

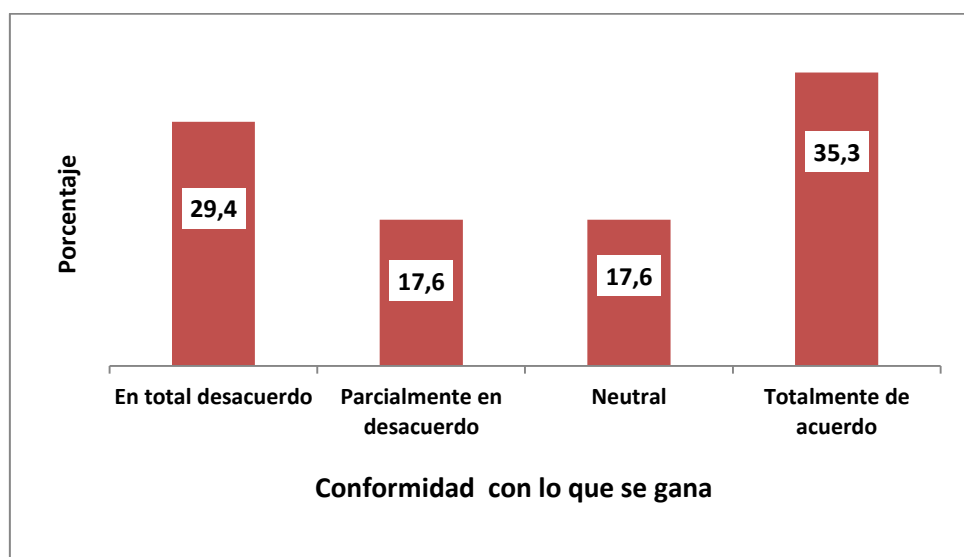


Ilustración 41 Conformidad con lo suficiente para vivir bien

Fuente: elaboración trabajo

15. Creación de empresas por inconformidad con la oferta laboral:

El 29,4% de los encuestados indica estar en total desacuerdo al considerar que la creación de empresa por motivo de inconformidad con la oferta laboral, mientras que el 23,5% afirma estar parcialmente de acuerdo con tal enunciado.

Entre tanto, el 17,6% asevera estar totalmente de acuerdo con la creación de empresa por el motivo expuesto anteriormente, y ese mismo porcentaje manifiesta estar neutral. Por último, el 11,8% asegura estar parcialmente en desacuerdo.

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	En total desacuerdo	5	29,4	29,4	29,4
	Parcialmente en desacuerdo	2	11,8	11,8	41,2
	Neutral	3	17,6	17,6	58,8
	Parcialmente de acuerdo	4	23,5	23,5	82,4
	Totalmente de acuerdo	3	17,6	17,6	100,0
	Total	17	100,0	100,0	

Tabla 42 Creación de empresas por inconformidad con la oferta laboral

Fuente: elaboración trabajo

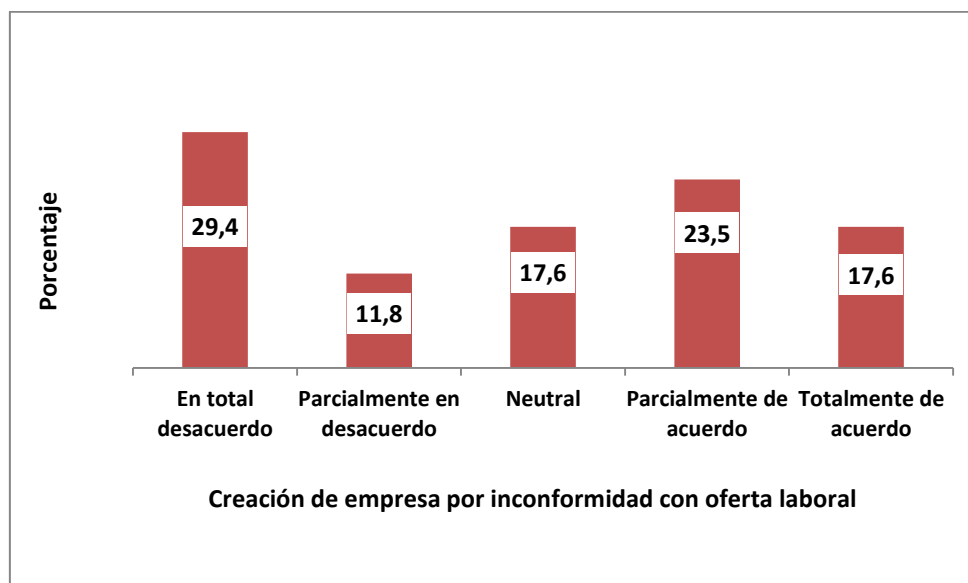


Ilustración 42 Creación de empresas por inconformidad con la oferta laboral

Fuente: elaboración trabajo

16. Dirección del negocio en los próximos años:

El 64,7% de los encuestados manifiesta estar totalmente de acuerdo en relación a que consideran que pueden verse así mismo dirigiendo el negocio en los próximos años, mientras que el 35,3% asegura estar parcialmente de acuerdo ante tal afirmación.

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Parcialmente de acuerdo	6	35,3	35,3	35,3
	Totalmente de acuerdo	11	64,7	64,7	100,0
	Total	17	100,0	100,0	

Tabla 43 Dirección del negocio en los próximos años

Fuente: elaboración trabajo

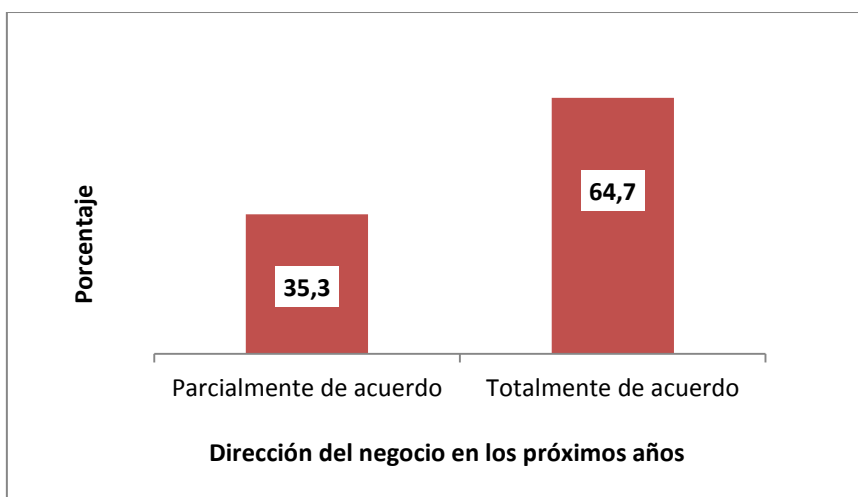


Ilustración 43 Dirección del negocio en los próximos años

Fuente: elaboración trabajo

III. INNOVACIÓN Y CREATIVIDAD:

1. Ideas como motor de la empresa:

El 52,9% de los encuestados afirma estar totalmente de acuerdo con la asección donde se considera que las ideas fueron el motor fundamental de la empresa, mientras el 29,4% indica estar parcialmente de acuerdo con la misma.

Entre tanto, el 5,9% de los encuestados declararon estar parcialmente en desacuerdo, y ese mismo porcentaje manifestaron neutralidad ante el enunciado.

Finalmente, sólo se presentó un dato perdido el cual corresponde al 5,9% y que indica que una persona del total de encuestados no respondió a la pregunta.

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Parcialmente en desacuerdo	1	5,9	6,3	6,3
	Neutral	1	5,9	6,3	12,5
	Parcialmente de acuerdo	5	29,4	31,3	43,8
	Totalmente de acuerdo	9	52,9	56,3	100,0
	Total	16	94,1	100,0	

Per dididos	Sistema	1	5,9		
Total		17	100,0		

Tabla 44 Ideas como motor de la empresa

Fuente: elaboración trabajo

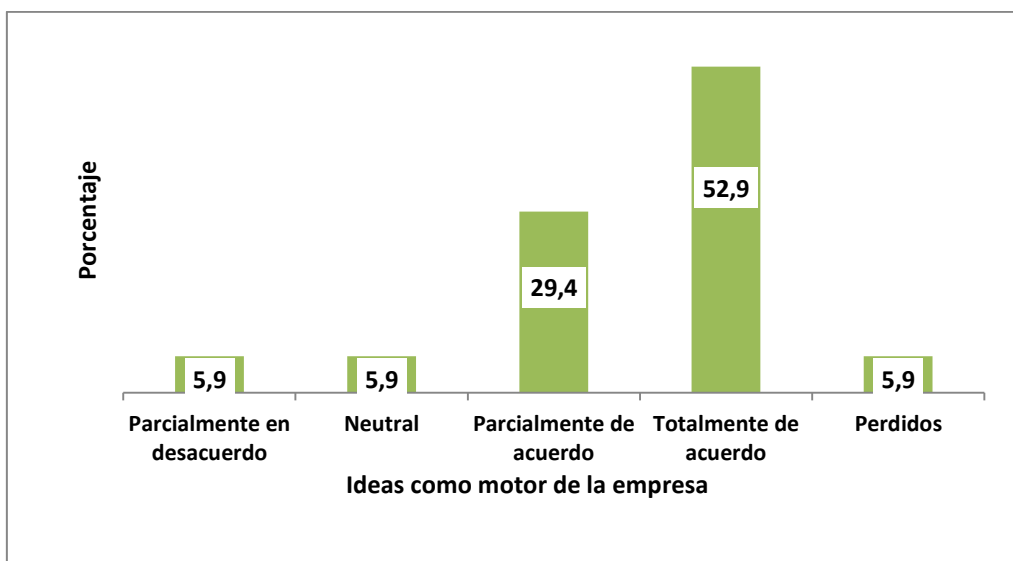


Ilustración 44 Ideas como motor de la empresa

Fuente: elaboración trabajo

2. Creación de empresa por conocimiento de un producto o servicio que se podía fabricar o vender con éxito:

El 64,7% de los encuestados asegura estar totalmente de acuerdo al considerar que cuando montó su empresa fue porque conocía un producto o un servicio que podía

fabricar o vender con éxito, mientras que el 17,6% señala estar parcialmente de acuerdo.

Por otro lado, el 11,8% manifiesta estar neutral ante tal afirmación y sólo el 5,9% se encuentra parcialmente en desacuerdo.

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Parcialmente en desacuerdo	1	5,9	5,9	5,9
	Neutral	2	11,8	11,8	17,6
	Parcialmente de acuerdo	3	17,6	17,6	35,3
	Totalmente de acuerdo	11	64,7	64,7	100,0
	Total	17	100,0	100,0	

Tabla 45 Creación de empresa por conocimiento de un producto o servicio que se podía fabricar o vender con éxito

Fuente: elaboración trabajo

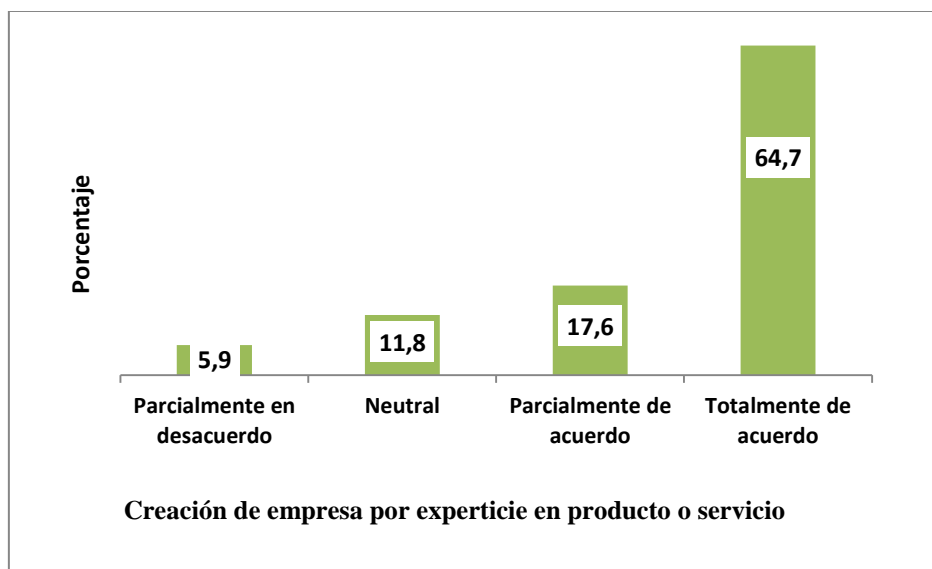


Ilustración 45 Creación de empresa por conocimiento de un producto o servicio que se podía fabricar o vender con éxito

Fuente: elaboración trabajo

3. Mejores ideas surgen de dar solución a problemas de clientes:

De los encuestados, el 52,9% asevera estar totalmente de acuerdo con la afirmación que considera que las mejores ideas surgen del cómo resolver problemas que tienen los clientes.

Entre tanto, el 35,3% afirma estar parcialmente de acuerdo, mientras que el 11,8% de los encuestados manifiesta neutralidad en relación al enunciado en mención

	Frecu	Porce	Porcenta	Porcenta

		encia	ntaje	je válido	je acumulado
Vál ido	Neutral	2	11,8	11,8	11,8
	Parcialmente de acuerdo	6	35,3	35,3	47,1
	Totalmente de acuerdo	9	52,9	52,9	100,0
	Total	17	100,0	100,0	

Tabla 46 Mejores ideas surgen de dar solución a problemas de clientes

Fuente: elaboración trabajo

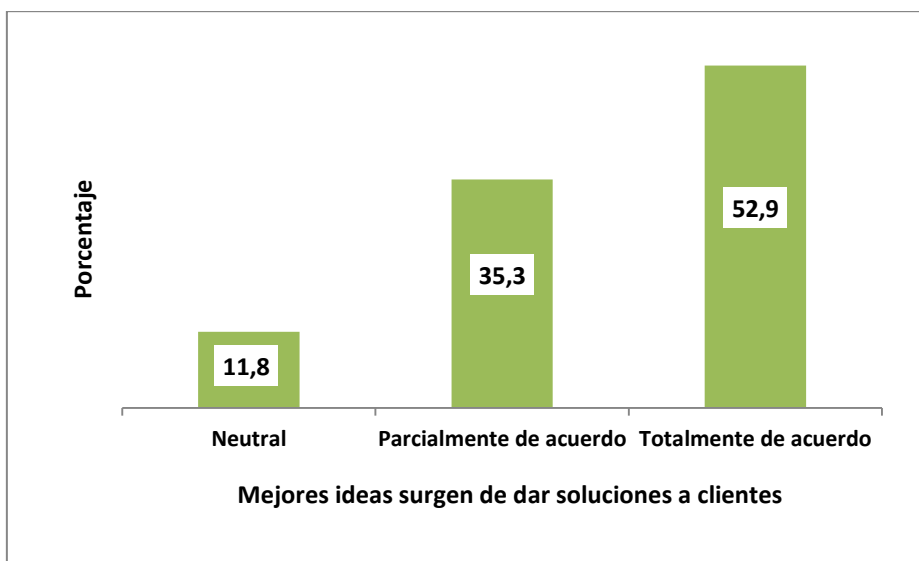


Ilustración 46 Mejores ideas surgen de dar solución a problemas de clientes

Fuente: elaboración trabajo

4. Cultura de desarrollar mejoras en productos y procesos:

Todos los datos son válidos. El 29,4% de los encuestados reveló estar totalmente de acuerdo al considerar que cuando se montó su empresa existía de la cultura de desarrollar ideas que mejorasen productos y servicios, y ese mismo porcentaje se reportó para aquellas personas que indicaron estar neutral ante tal enunciado.

El 23,5% de los encuestados afirmó estar parcialmente de acuerdo, mientras que el 11,8% indicó estar parcialmente en desacuerdo. Por último, el 5,9% de los encuestados manifestó estar en total desacuerdo

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	En total desacuerdo	1	5,9	5,9	5,9
	Parcialmente en desacuerdo	2	11,8	11,8	17,6
	Neutral	5	29,4	29,4	47,1
	Parcialmente de	4	23,5	23,5	70,6

	acuerdo				
	Totalmente de acuerdo	5	29,4	29,4	100,0
	Total	17	100,0	100,0	

Tabla 47 Cultura de desarrollar mejoras en productos y procesos

Fuente: elaboración trabajo

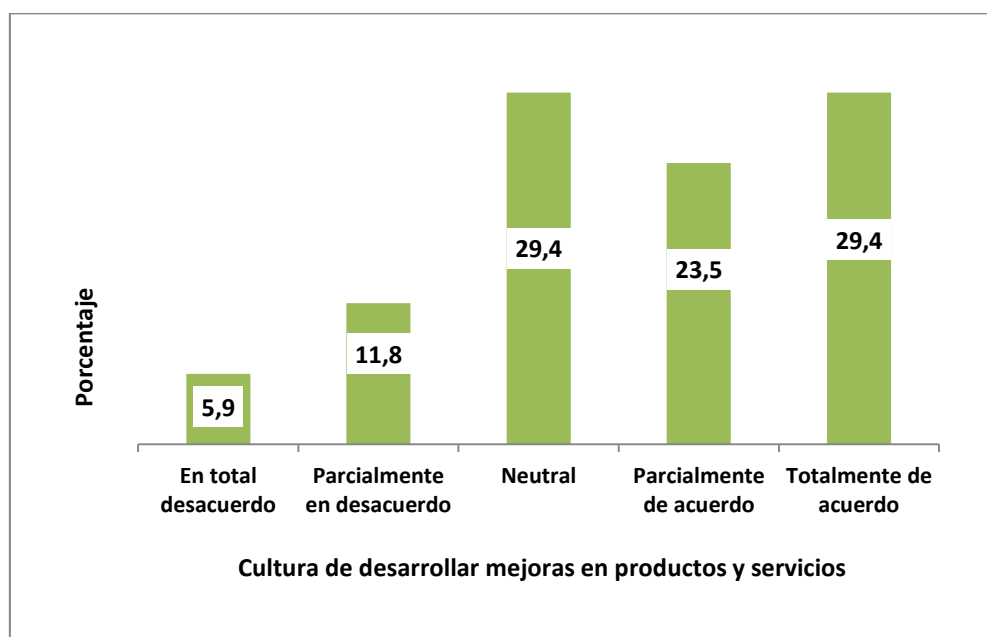


Ilustración 47 Cultura de desarrollar mejoras en productos y procesos

Fuente: elaboración trabajo

5. Mantenimiento de esa cultura:

El 41,2% de los encuestados afirma estar totalmente de acuerdo al considerar que se sigue manteniendo esa cultura de mejora, mientras que el 23,5% se encuentra

parcialmente de acuerdo. Entre tanto, los encuestados que manifestaron estar neutral, parcialmente en desacuerdo y en total desacuerdo ante el mantenimiento de esa cultura se obtuvo un 17,6%, seguido de un 11,8% y finalizó con un 5,9%, respectivamente.

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	En total desacuerdo	1	5,9	5,9	5,9
	Parcialmente en desacuerdo	2	11,8	11,8	17,6
	Neutral	3	17,6	17,6	35,3
	Parcialmente de acuerdo	4	23,5	23,5	58,8
	Totalmente de acuerdo	7	41,2	41,2	100,0
	Total	17	100,0	100,0	

Tabla 48 Mantenimiento de esa cultura

Fuente: elaboración trabajo

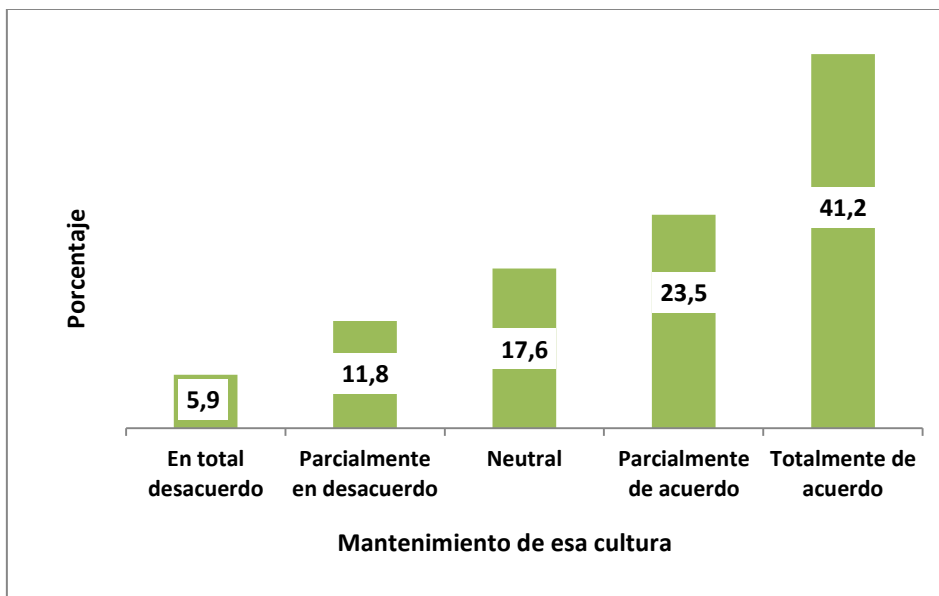


Ilustración 48 Mantenimiento de esa cultura

Fuente: elaboración trabajo

6. Preguntar sistemáticamente a clientes por mejoras:

El 52,9% de los encuestados indicó estar totalmente de acuerdo en relación a la afirmación que considera que en la empresa se pregunta sistemáticamente a los clientes en que se puede mejorar, mientras que el 17,6% expresó estar parcialmente de acuerdo. Entre tanto, el 11,8% de los encuestados manifestó neutralidad ante el enunciado en mención, y ese mismo porcentaje reveló estar parcialmente en desacuerdo. Finalmente, sólo el 5,9% señaló estar en total desacuerdo

	Frecu	Porce	Porcenta	Porcenta

		encia	ntaje	je válido	je acumulado
Vál ido	En total desacuerdo	1	5,9	5,9	5,9
	Parcialmente en desacuerdo	2	11,8	11,8	17,6
	Neutral	2	11,8	11,8	29,4
	Parcialmente de acuerdo	3	17,6	17,6	47,1
	Totalmente de acuerdo	9	52,9	52,9	100,0
	Total	17	100,0	100,0	

Tabla 49 Preguntar sistemáticamente a clientes por mejoras

Fuente: elaboración trabajo

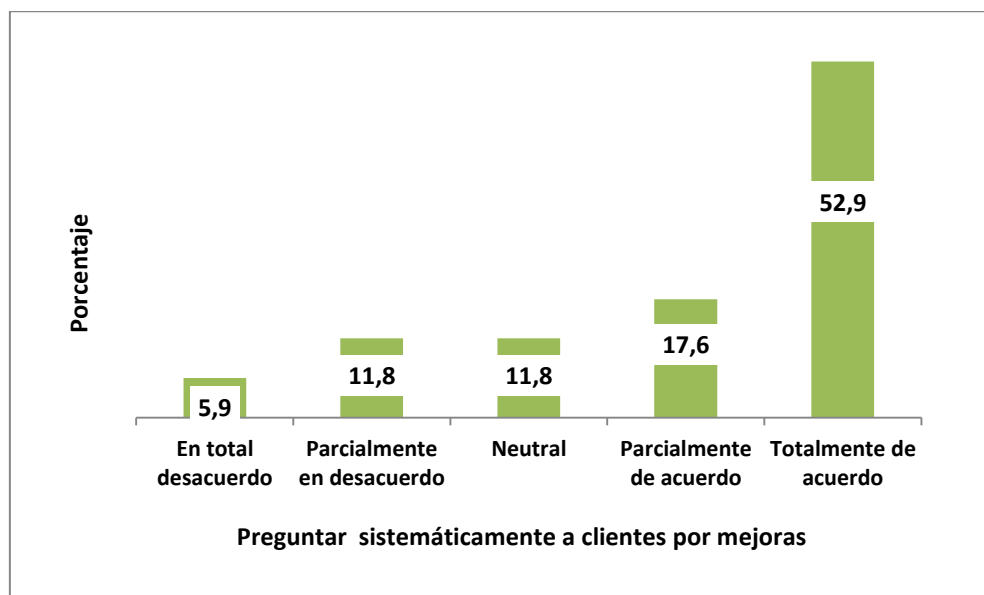


Ilustración 49 Preguntar sistemáticamente a clientes por mejoras

Fuente: elaboración trabajo

7. Asociación de ideas y diseño de planes de acción:

El 52,9% de los encuestados se encuentra totalmente de acuerdo en relación con la afirmación que indica que para encontrar nuevas posibilidades se asocian diferentes ideas y se diseñan planes de acción para alcanzarlas. El 17,6% afirma estar parcialmente de acuerdo y ese mismo porcentaje señala estar en una posición neutral en relación al tema en mención.

Por otra parte, los encuestados aseveran estar en total desacuerdo y parcialmente en desacuerdo con el mismo porcentaje que equivale al 5,9%.

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	En total desacuerdo	1	5,9	5,9	5,9
	Parcialmente en desacuerdo	1	5,9	5,9	11,8
	Neutral	3	17,6	17,6	29,4
	Parcialmente de acuerdo	3	17,6	17,6	47,1
	Totalmente de acuerdo	9	52,9	52,9	100,0
	Total	17	100,0	100,0	

Tabla 50 Asociación de ideas y diseño de planes de acción

Fuente: elaboración trabajo

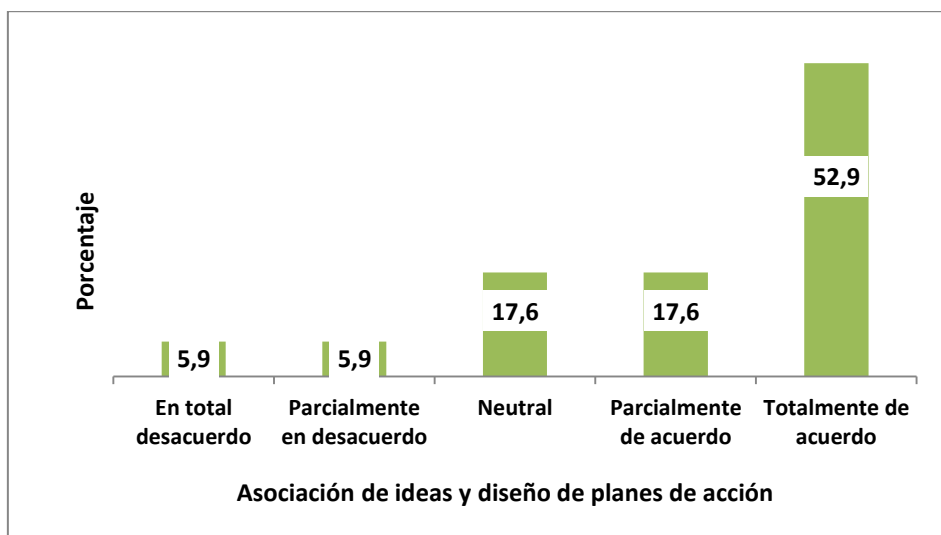


Ilustración 50 Asociación de ideas y diseño de planes de acción

Fuente: elaboración trabajo

8. Preocupación por mejorar la forma de hacer las cosas:

El 64,7% de los encuestados asevera estar totalmente de acuerdo al considerar que están preocupados por mejorar sistemáticamente las formas de hacer las cosas, mientras que el 35,3% afirma estar parcialmente de acuerdo con esta afirmación.

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje

					acumulado
Vál ido	Parcialmente de acuerdo	6	35,3	35,3	35,3
	Totalmente de acuerdo	11	64,7	64,7	100,0
	Total	17	100,0	100,0	

Tabla 51 Preocupación por mejorar la forma de hacer las cosas

Fuente: elaboración trabajo

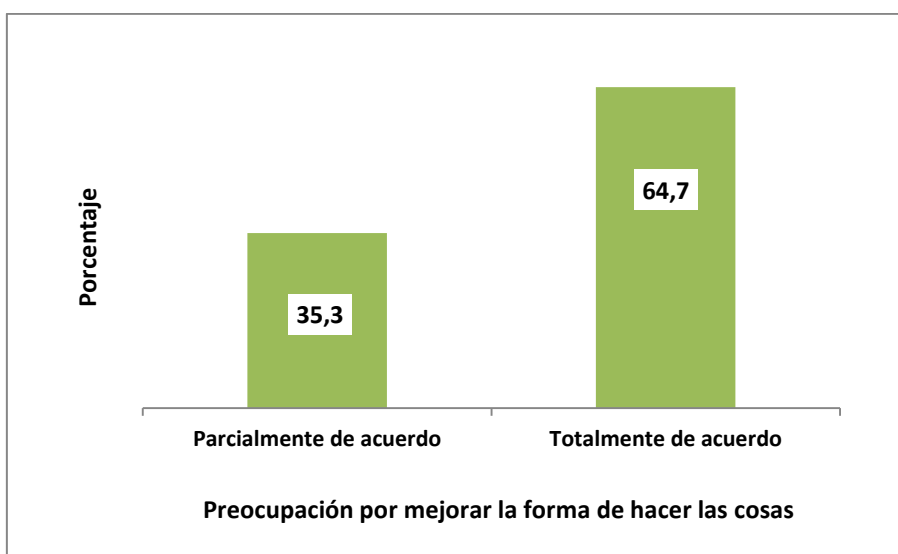


Ilustración 51 Preocupación por mejorar la forma de hacer las cosas

Fuente: elaboración trabajo

9. Disposición a escuchar a colaboradores:

El 64,7% de los encuestados reveló que estar totalmente de acuerdo al considerar que tienen disposición a escuchar a sus colaboradores de cualquier nivel, mientras que el 23,5% señaló estar parcialmente de acuerdo con dicho enunciado.

Por último, el 11,8% restante manifestó estar neutral.

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Neutral	2	11,8	11,8	11,8
	Parcialmente de acuerdo	4	23,5	23,5	35,3
	Totalmente de acuerdo	11	64,7	64,7	100,0
	Total	17	100,0	100,0	

Tabla 52 Disposición a escuchar a colaboradores

Fuente: elaboración trabajo

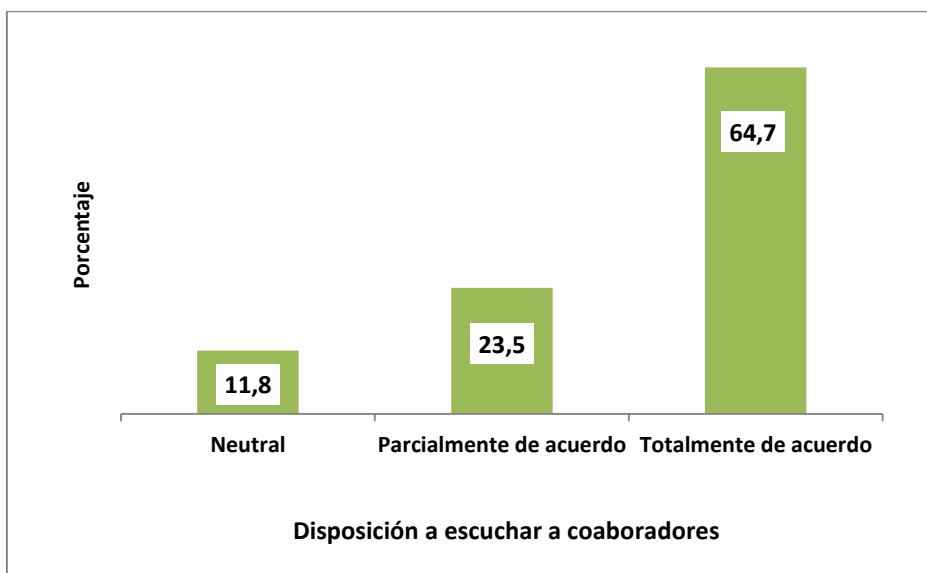


Ilustración 52 Disposición a escuchar a colaboradores

Fuente: elaboración trabajo

10. Abierto a incorporación de tecnología:

El 76,5% de los encuestados asegura estar totalmente de acuerdo en relación a estar abierto a incorporar la tecnología en todos los procesos de la empresa, mientras que el 23,5% asevera estar parcialmente de acuerdo con la presente afirmación.

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado

Vál ido	Parcialmente de acuerdo	4	23,5	23,5	23,5
	Totalmente de acuerdo	13	76,5	76,5	100,0
	Total	17	100,0	100,0	

Tabla 53 Abierto a incorporación de tecnología

Fuente: elaboración trabajo

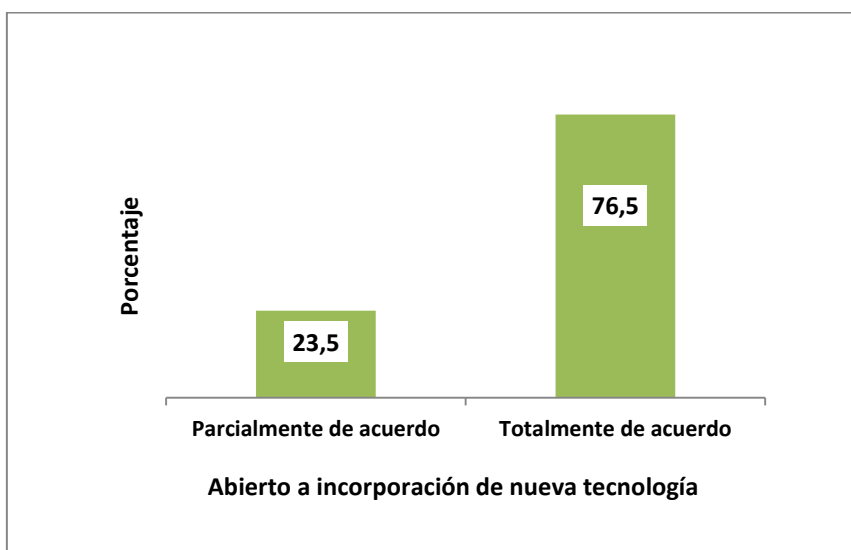


Ilustración 53 Abierto a incorporación de tecnología

Fuente: elaboración trabajo

11. Poca creación de valor y pocos cambios personales:

El 41,2% de los encuestados aseguran estar parcialmente de acuerdo al considerar que en su empresa hay muy poca creación de un nuevo valor y pocos cambios personales. Entre tanto, el 23,5% de las personas encuestadas afirman estar neutral y en total desacuerdo, respectivamente. Por último, el 5,9% señala estar parcialmente en desacuerdo, y ese mismo porcentaje no respondió a la pregunta.

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	En total desacuerdo	4	23,5	25,0	25,0
	Parcialmente en desacuerdo	1	5,9	6,3	31,3
	Neutral	4	23,5	25,0	56,3
	Parcialmente de acuerdo	7	41,2	43,8	100,0
	Total	16	94,1	100,0	
Perdidos	Sistema	1	5,9		
Total		17	100,0		

Tabla 54 Poca creación de valor y pocos cambios personales

Fuente: elaboración trabajo

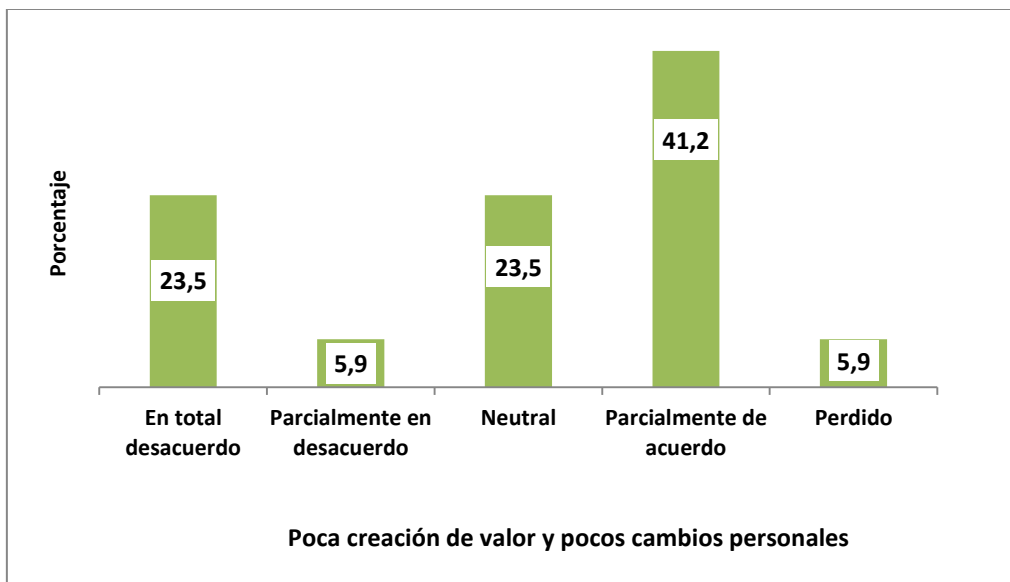


Ilustración 54 Poca creación de valor y pocos cambios personales

Fuente: elaboración trabajo

12. Necesidad de formarse más para supervivencia del negocio:

De los encuestados, el 58,8% reveló estar totalmente de acuerdo al considerar que ha sido necesario formarse más para garantizar la supervivencia de la empresa.

El 17,6% manifestó estar parcialmente de acuerdo, mientras que el 11,8% indicó una posición neutral frente a la necesidad de formarse más.

Finalmente, entre los encuestados que expresaron estar en total desacuerdo y parcialmente en desacuerdo se obtuvo el mismo porcentaje, con un valor equivalente al 5,9%, respectivamente.

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	En total desacuerdo	1	5,9	5,9	5,9
	Parcialmente en desacuerdo	1	5,9	5,9	11,8
	Neutral	2	11,8	11,8	23,5
	Parcialmente de acuerdo	3	17,6	17,6	41,2
	Totalmente de acuerdo	10	58,8	58,8	100,0
	Total	17	100,0	100,0	

Tabla 55 Necesidad de formarse más para supervivencia del negocio

Fuente: elaboración trabajo

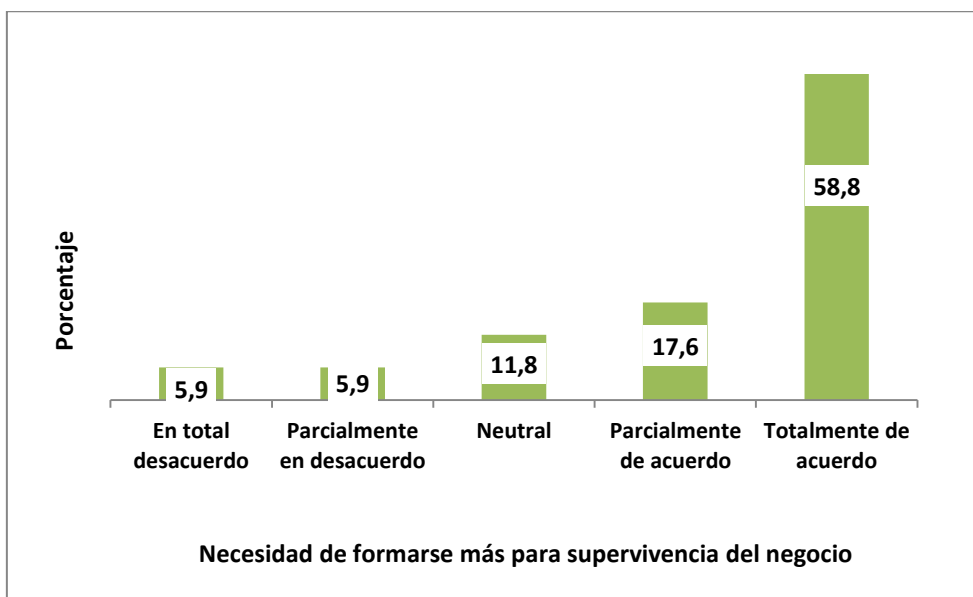


Ilustración 55 Necesidad de formarse más para supervivencia del negocio

Fuente: elaboración trabajo

13. Empresa beneficiada por conocimientos y saberes:

Todos los datos son válidos. El 82,4% de los encuestados afirma estar totalmente de acuerdo al considerar que la empresa se ha beneficiado de sus conocimientos y saberes, mientras que el 17,6% señala estar parcialmente de acuerdo con tal afirmación.

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Parcialmente de acuerdo	3	17,6	17,6	17,6
	Totalmente de acuerdo	14	82,4	82,4	100,0
	Total	17	100,0	100,0	

Tabla 56 Empresa beneficiada por conocimientos y saberes

Fuente: elaboración trabajo

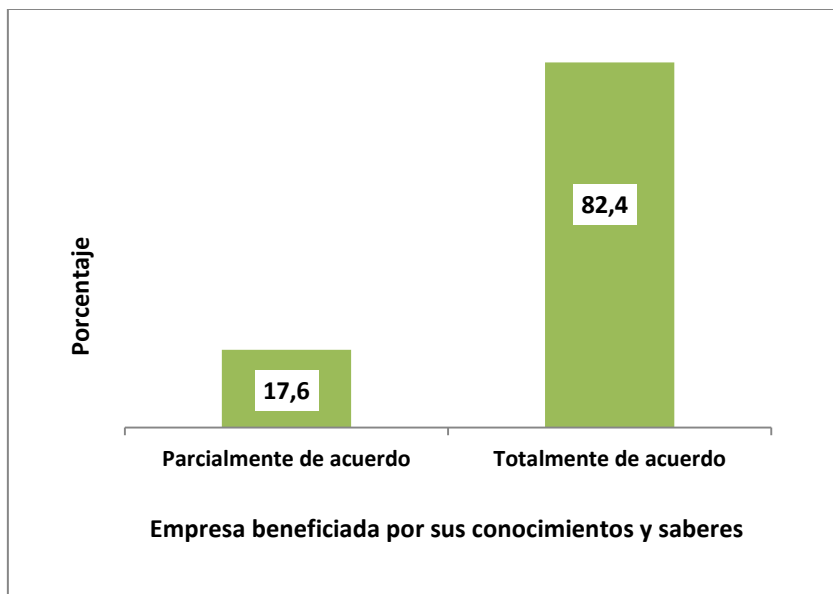


Ilustración 56 Empresa beneficiada por conocimientos y saberes

Fuente: elaboración trabajo

14. Cambio profundo en vida y en empresa:

El 82,4% de los encuestados manifiesta estar totalmente de acuerdo en relación con el cambio en la vida de la persona ha sido tan profundo que como el que se ha vivido en la empresa, mientras que el 17,6% aseveran estar parcialmente de acuerdo.

Entre tanto, el 5,9% restante señalan una posición neutral ante el presente enunciado.

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje

					acumulado
Vál ido	Neutral	1	5,9	5,9	5,9
	Parcialmente de acuerdo	2	11,8	11,8	17,6
	Totalmente de acuerdo	14	82,4	82,4	100,0
	Total	17	100,0	100,0	

Tabla 57 Cambio profundo en vida y en empresa

Fuente: elaboración trabajo

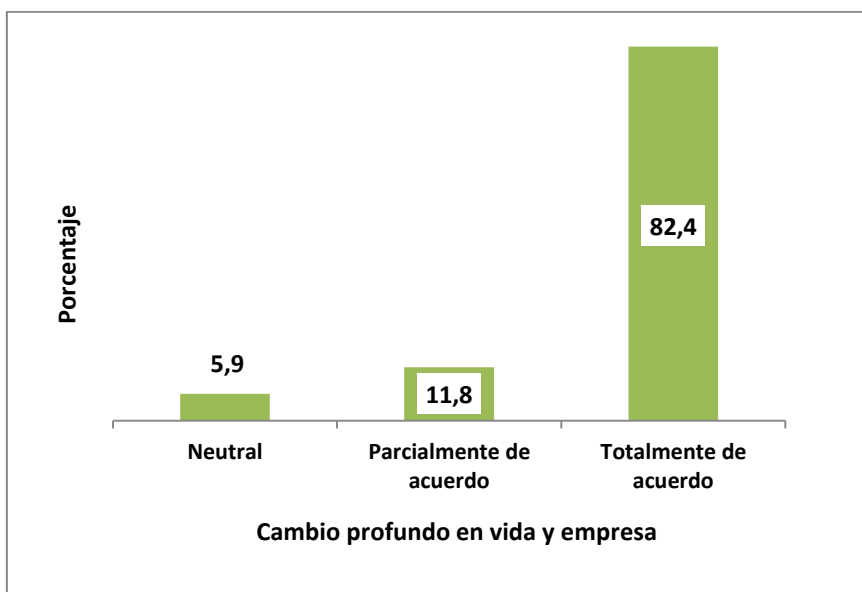


Ilustración 57 Cambio profundo en vida y en empresa

Fuente: elaboración trabajo

15. Crecimiento en vida y empresa por incertidumbre:

El 47,1% de los encuestados afirma estar parcialmente de acuerdo al considerar que la incertidumbre lo ha llevado a crecer personalmente al igual que crece la empresa, mientras que el 23,5% asevera estar totalmente de acuerdo con la afirmación.

Por otra parte, el 11,8% de los encuestados asegura estar en total desacuerdo. Entre tanto, el 5,9% señala estar parcialmente en desacuerdo, y ese mismo porcentaje indica estar neutral. Se presenta solo un dato perdido que equivalente al 5,9%.

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	En total desacuerdo	2	11,8	12,5	12,5
	Parcialmente en desacuerdo	1	5,9	6,3	18,8
	Neutral	1	5,9	6,3	25,0
	Parcialmente de acuerdo	8	47,1	50,0	75,0
	Totalmente de acuerdo	4	23,5	25,0	100,0
	Total	16	94,1	100,0	
Perdidos	Sistema	1	5,9		
Total		17	100,0		

Tabla 58 Crecimiento en vida y empresa por incertidumbre

Fuente: elaboración trabajo

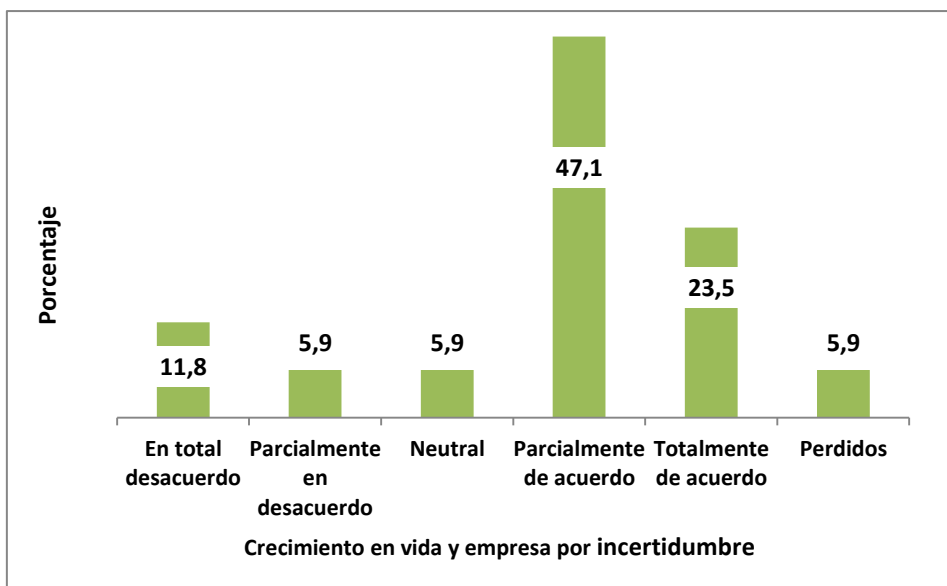


Ilustración 58 Crecimiento en vida y empresa por incertidumbre

Fuente: elaboración trabajo

16. Adaptación por restricciones de la empresa:

El 41,2% de los encuestados se encuentra parcialmente de acuerdo, mientras que el 35,3% manifiesta neutralidad en relación a que la empresa ha generado nuevas restricciones a las cuales la persona ha tenido que adaptarse.

Posteriormente, el 11,8% afirma estar totalmente de acuerdo, mientras que el 5,9% de los encuestados señala estar en total desacuerdo, y ese mismo porcentaje se encuentra parcialmente en desacuerdo con el presente enunciado.

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	En total desacuerdo	1	5,9	5,9	5,9
	Parcialmente en desacuerdo	1	5,9	5,9	11,8
	Neutral	6	35,3	35,3	47,1
	Parcialmente de acuerdo	7	41,2	41,2	88,2
	Totalmente de acuerdo	2	11,8	11,8	100,0
	Total	17	100,0	100,0	

Tabla 59 Adaptación por restricciones de la empresa

Fuente: elaboración trabajo

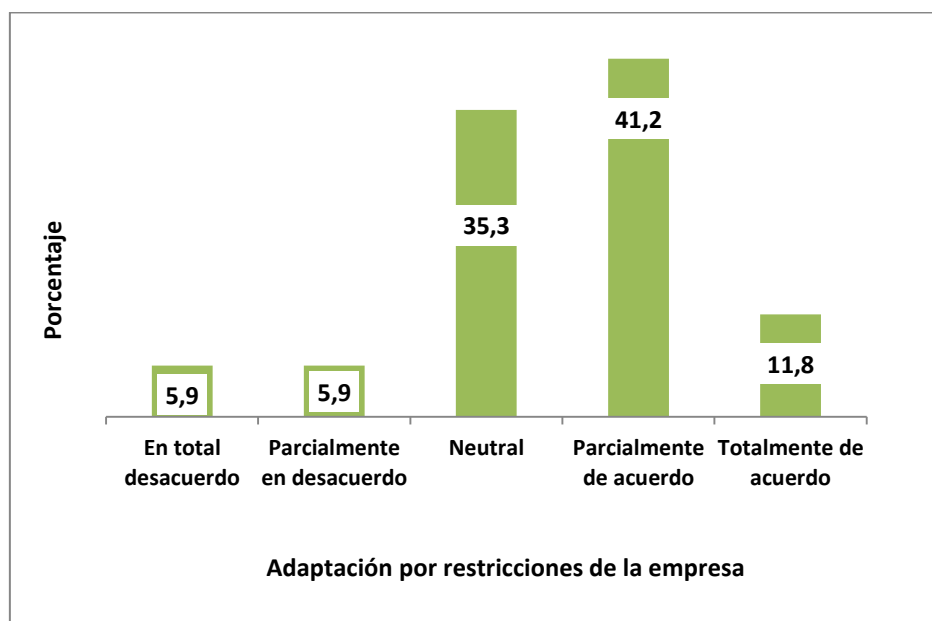


Ilustración 59 Adaptación por restricciones de la empresa

Fuente: elaboración trabajo

17. Aprender y ser creativo:

Todos los datos son válidos. El 58,8% de los encuestados manifiesta estar totalmente de acuerdo al considerar que el negocio lo ha llevado a aprender y a ser creativo para responder a los cambios del entorno, mientras que el 29,4% asegura estar parcialmente de acuerdo, y el 11,8% restante, se encuentra neutral.

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Neutral	2	11,8	11,8	11,8
	Parcialmente de acuerdo	5	29,4	29,4	41,2
	Totalmente de acuerdo	10	58,8	58,8	100,0
	Total	17	100,0	100,0	

Tabla 60 Aprender y ser creativo

Fuente: elaboración trabajo

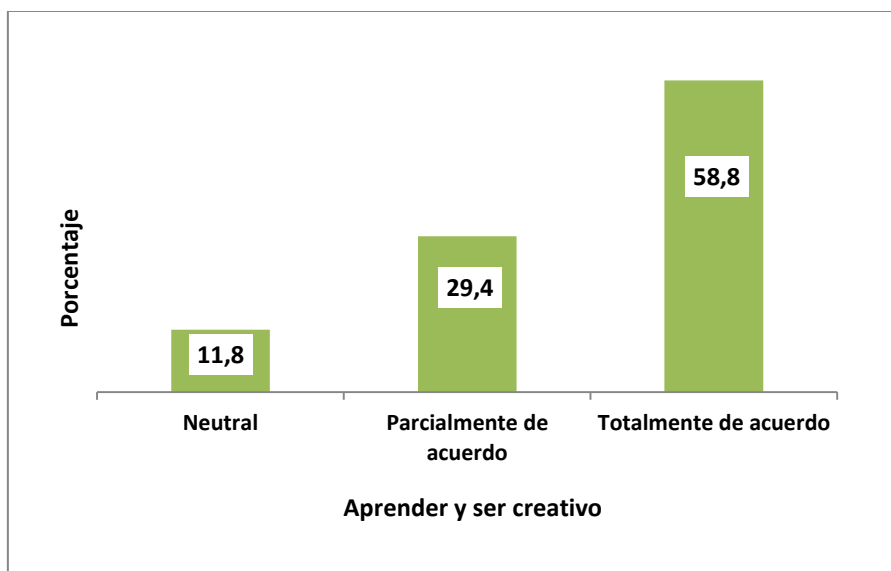


Ilustración 60 Aprender y ser creativo

Fuente: elaboración trabajo

18. Pocos cambios en vida y en empresa:

El 35,3% de los encuestados aseveran estar en total desacuerdo al considerar que los cambios generados en su vida personal y en su empresa son pocos

Los encuestados manifiestan estar parcialmente de acuerdo, neutral y parcialmente en desacuerdo con un porcentaje que corresponde al 17,6%, respectivamente, mientras que el 11,8% restante asegura estar totalmente de acuerdo con el presente enunciado.

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje

					acumulado
Vál ido	En total desacuerdo	6	35,3	35,3	35,3
	Parcialmente en desacuerdo	3	17,6	17,6	52,9
	Neutral	3	17,6	17,6	70,6
	Parcialmente de acuerdo	3	17,6	17,6	88,2
	Totalmente de acuerdo	2	11,8	11,8	100,0
	Total	17	100,0	100,0	

Tabla 61 Pocos cambios en vida y en empresa

Fuente: elaboración trabajo

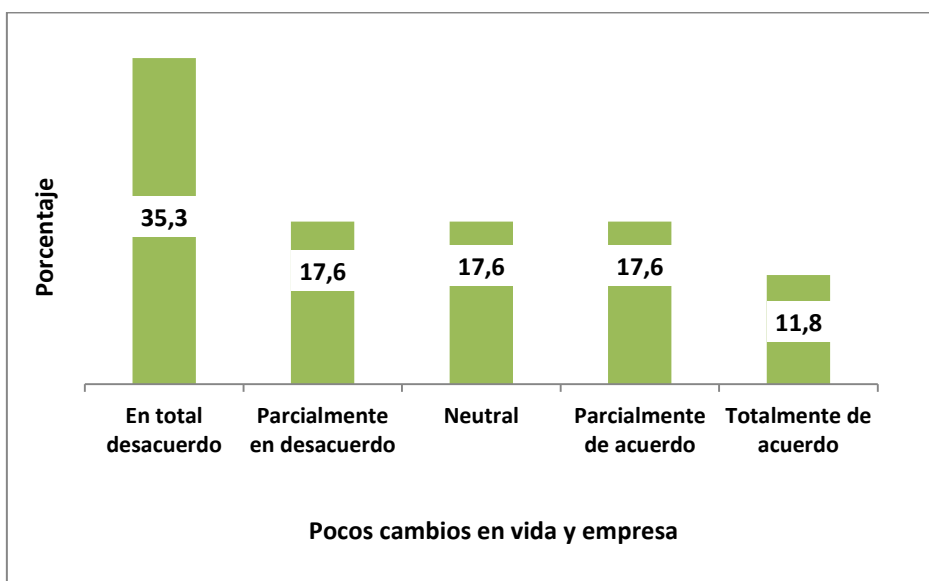


Ilustración 61 Pocos cambios en vida y en empresa

Fuente: elaboración trabajo

19. Alta creación de nuevo valor a través de empresa:

Se presentan dos datos perdidos, los cuales son equivalentes al 11,8% de los encuestados. Por otra parte, el 35,3% reveló estar parcialmente de acuerdo en relación a la alta creación de nuevo valor logrado a través de la empresa, mientras que el 29,4% señaló estar en una oposición. El 23,5% restante de los encuestados se encuentra totalmente de acuerdo con tal afirmación.

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Neutral	5	29,4	33,3	33,3
	Parcialmente de acuerdo	6	35,3	40,0	73,3
	Totalmente de acuerdo	4	23,5	26,7	100,0
	Total	15	88,2	100,0	
Perdidos	Sistema	2	11,8		
Total		17	100,0		

Tabla 62 Alta creación de nuevo valor a través de empresa

Fuente: elaboración trabajo

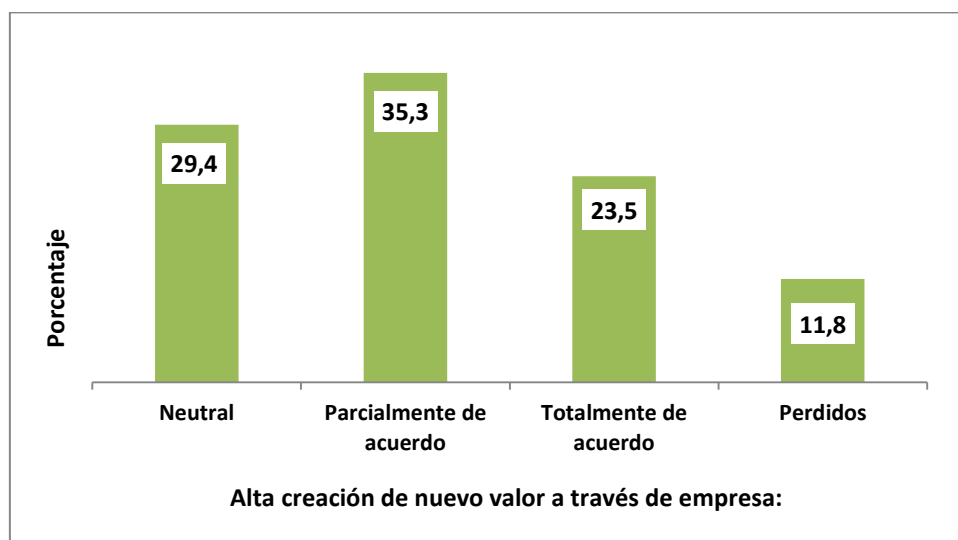


Ilustración 62 Alta creación de nuevo valor a través de empresa

Fuente: elaboración trabajo

20. Grandes cambios en persona más no en empresa:

El 41,2% de los encuestados aseveró estar en total desacuerdo en relación con los grandes cambios que percibe en su persona más no en la empresa, en contraste con el 29,4% que señalaron estar parcialmente de acuerdo. Entre tanto, el 17,6% aseguró estar neutral ante el presente enunciado y sólo el 5,9% afirmó estar parcialmente en desacuerdo. Finalmente, se presentó solo un dato perdido que corresponde al 5,9%.

	Frecu	Porce	Porcenta	Porcenta

		encia	ntaje	je válido	je acumulado
Váli do	En total desacuerdo	7	41,2	43,8	43,8
	Parcialmente en desacuerdo	1	5,9	6,3	50,0
	Neutral	3	17,6	18,8	68,8
	Parcialmente de acuerdo	5	29,4	31,3	100,0
	Total	16	94,1	100,0	
Perd idos	Sistema	1	5,9		
Total		17	100,0		

Tabla 63 Grandes cambios en persona más no en empresa

Fuente: elaboración trabajo

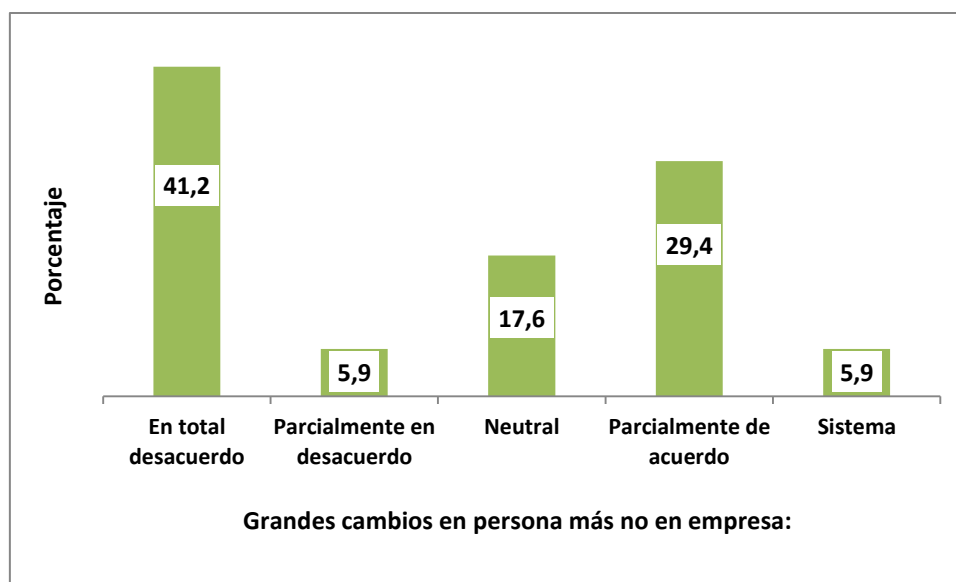


Ilustración 63 Grandes cambios en persona más no en empresa

Fuente: elaboración trabajo

21. Grandes cambios en empresa y en persona desde creación:

El 64,7% de los encuestados asegura estar totalmente de acuerdo en relación con contar con grandes cambios tanto en su empresa como en sí mismo desde la creación o fundación del negocio, mientras que el 35,3% afirma estar parcialmente de acuerdo.

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Parcialmente de acuerdo	6	35,3	35,3	35,3
	Totalmente de acuerdo	11	64,7	64,7	100,0
	Total	17	100,0	100,0	

Tabla 64 Grandes cambios en empresa y en persona desde creación

Fuente: elaboración trabajo

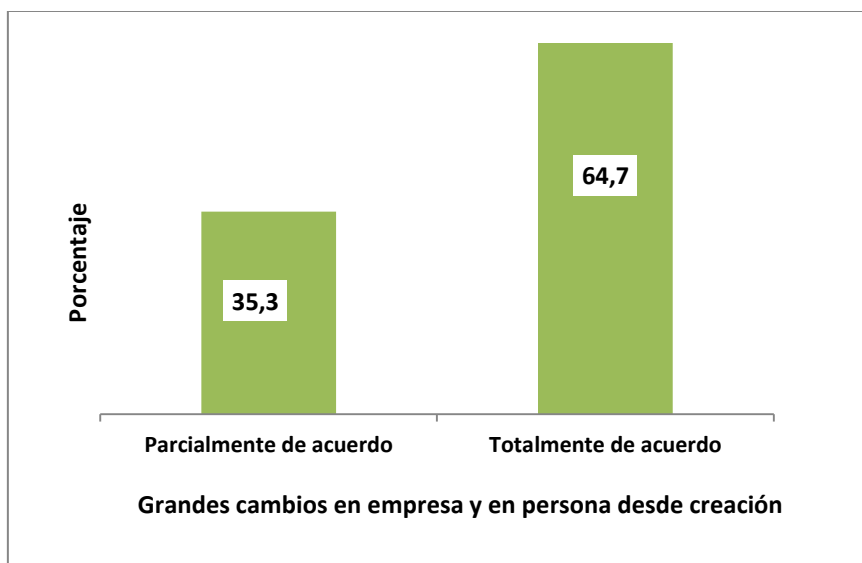


Ilustración 64 Grandes cambios en empresa y en persona desde creación

Fuente: elaboración trabajo

IV. ENERGÍA E INICIATIVA:

1. Perseverancia:

El 76,5% de los encuestados afirma estar totalmente de acuerdo en considerarse personas perseverantes. El 23,5% restante señala estar parcialmente de acuerdo en relación con esta característica.

	Frecu	Porce	Porcenta	Porcenta

		encia	ntaje	je válido	je acumulado
Vá lido	Parcialmente de acuerdo	4	23,5	23,5	23,5
	Totalmente de acuerdo	13	76,5	76,5	100,0
	Total	17	100,0	100,0	

Tabla 65 Perseverancia

Fuente: elaboración trabajo

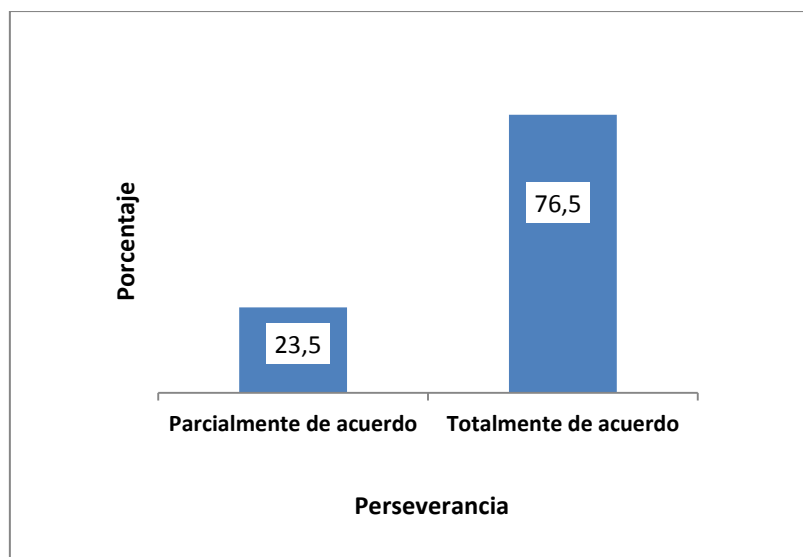


Ilustración 65 Perseverancia

Fuente: elaboración trabajo

2. Trabajo duro sin importar tiempo:

Todos los datos son válidos. El 70,6% de los encuestados asegura estar totalmente de acuerdo en que se considera una persona que puede trabajar duro tanto tiempo como sea necesario, mientras que el 29,4% manifiesta estar parcialmente de acuerdo.

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Parcialmente de acuerdo	5	29,4	29,4	29,4
	Totalmente de acuerdo	12	70,6	70,6	100,0
	Total	17	100,0	100,0	

Tabla 66 Trabajo duro sin importar tiempo

Fuente: elaboración trabajo

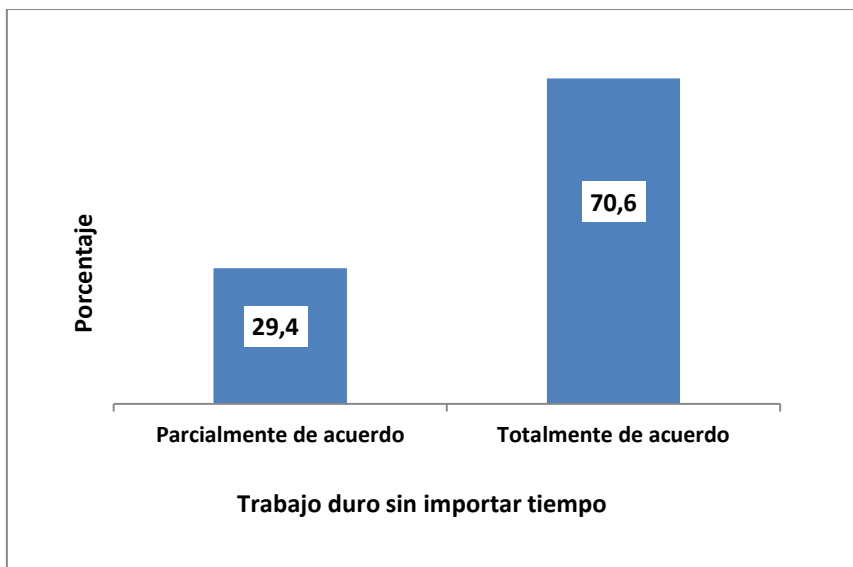


Ilustración 66 Trabajo duro sin importar tiempo

Fuente: elaboración trabajo

3. Gusto por provocar cambios:

El 58,8% de los encuestados asevera estar parcialmente de acuerdo en relación a que son personas que sienten gusto por provocar cambios, mientras que el 41,2% restante afirma estar parcialmente de acuerdo con este gusto.

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje

					acumulado
Vá lido	Parcialmente de acuerdo	7	41,2	41,2	41,2
	Totalmente de acuerdo	10	58,8	58,8	100,0
	Total	17	100,0	100,0	

Tabla 67 Gusto por provocar cambios

Fuente: elaboración trabajo

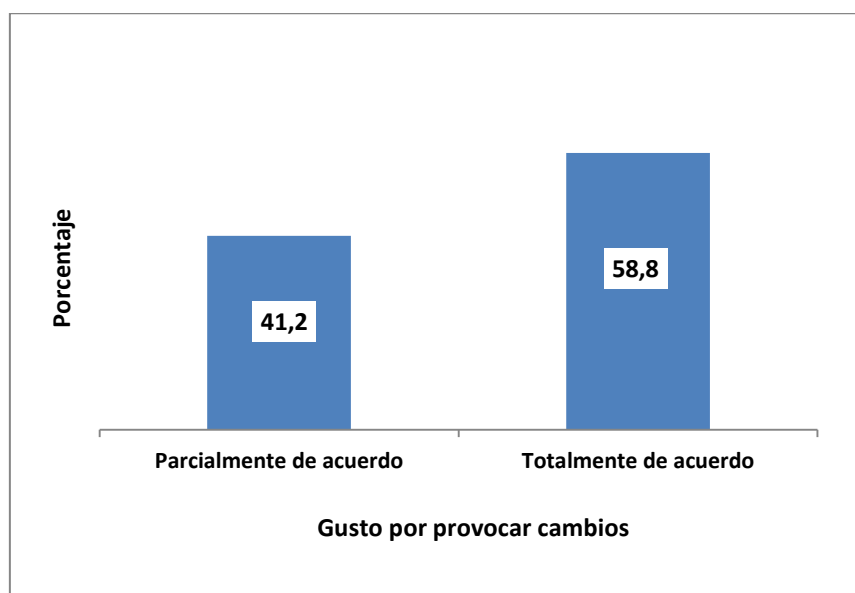


Ilustración 67 Gusto por provocar cambios

Fuente: elaboración trabajo

4. Mayor energía y vigor físico que los demás:

El 47,1% de los encuestados se encuentra totalmente de acuerdo al considerarse personas con mayor energía y vigor físico que los demás. El 23,5% reveló estar parcialmente de acuerdo, y ese mismo porcentaje manifestó estar neutral ante el presente enunciado. Entre tanto, el 5,9% restante afirmó estar parcialmente de acuerdo.

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Parcialmente en desacuerdo	1	5,9	5,9	5,9
	Neutral	4	23,5	23,5	29,4
	Parcialmente de acuerdo	4	23,5	23,5	52,9
	Totalmente de acuerdo	8	47,1	47,1	100,0
	Total	17	100,0	100,0	

Ilustración 68 Mayor energía y vigor físico que los demás

Fuente: elaboración trabajo

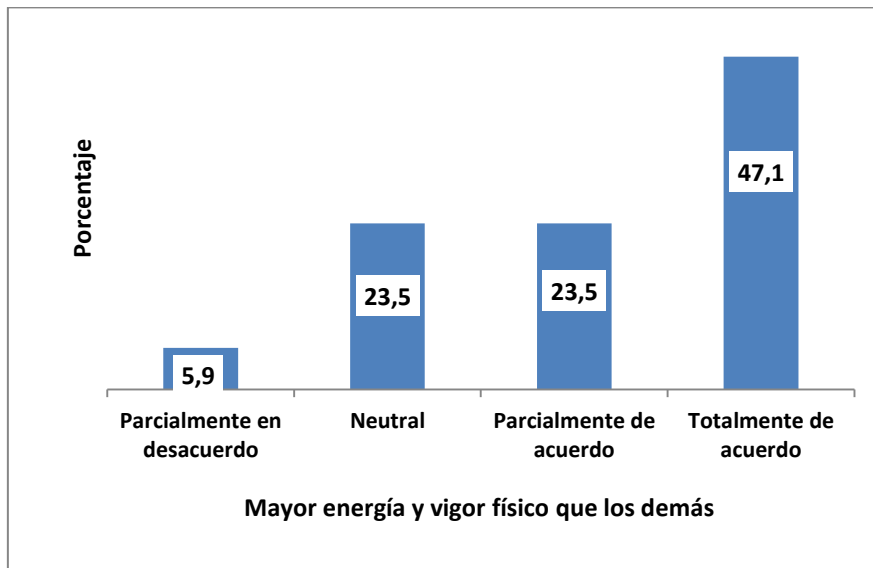


Ilustración 69 Mayor energía y vigor físico que los demás

Fuente: elaboración trabajo

5. Éxito como resultado de esfuerzos sostenidos:

El 70,6% de los encuestados asevera estar totalmente de acuerdo con que el éxito es el resultado de esfuerzos sostenidos, mientras que el 11,8% afirma estar parcialmente de acuerdo, y ese mismo porcentaje manifiesta estar neutral.

Por último, sólo el 5,9% de los encuestados asegura estar en total desacuerdo.

	Frecu	Porce	Porcenta	Porcenta

		encia	ntaje	je válido	je acumulado
Vál ido	En total desacuerdo	1	5,9	5,9	5,9
	Neutral	2	11,8	11,8	17,6
	Parcialmente de acuerdo	2	11,8	11,8	29,4
	Totalmente de acuerdo	12	70,6	70,6	100,0
	Total	17	100,0	100,0	

Tabla 68 Éxito como resultado de esfuerzos sostenidos

Fuente: elaboración trabajo

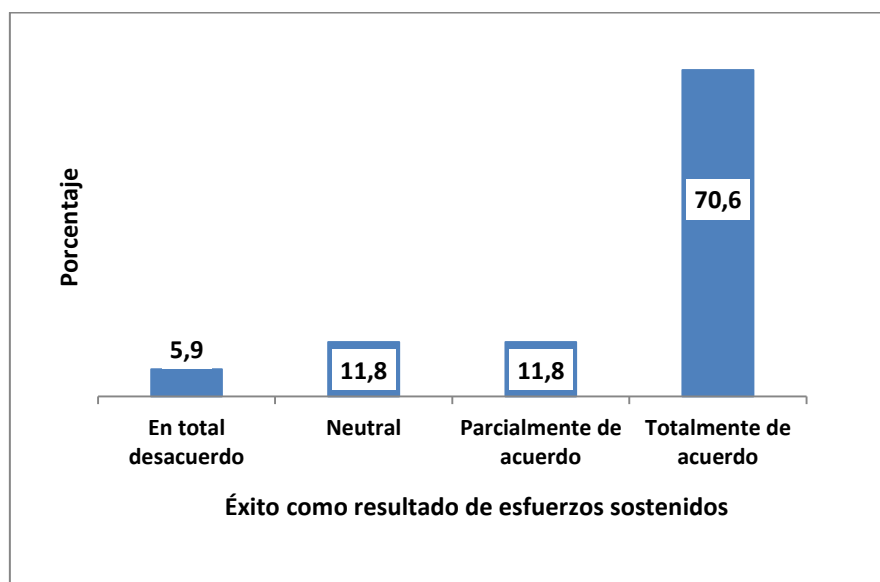


Ilustración 70 Éxito como resultado de esfuerzos sostenidos

Fuente: elaboración trabajo

6. Estar ocupado en algo siempre:

El 52,9% de los encuestados aseguró estar totalmente de acuerdo en que tratan de estar siempre ocupados en algo, mientras que el 35,3% reveló estar parcialmente de acuerdo. Entre tanto, el 11,8% restante manifiesta estar neutral ante tal afirmación.

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Neutral	2	11,8	11,8	11,8
	Parcialmente de acuerdo	6	35,3	35,3	47,1
	Totalmente de acuerdo	9	52,9	52,9	100,0
	Total	17	100,0	100,0	

Tabla 69 Estar ocupado en algo siempre

Fuente: elaboración trabajo

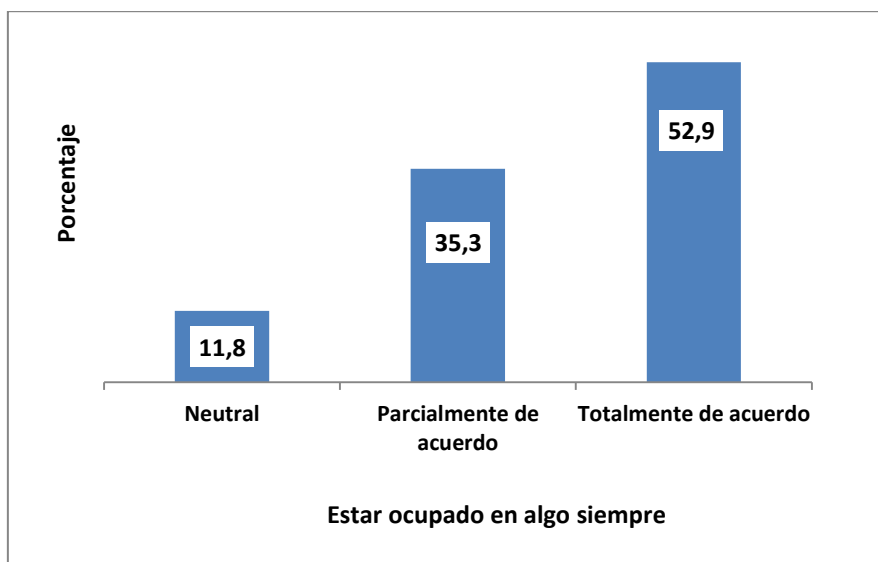


Ilustración 71 Estar ocupado en algo siempre

Fuente: elaboración trabajo

7. Iniciativa como primer paso al éxito:

El 76,5% de los encuestados se encuentra totalmente de acuerdo en relación a que consideran que la iniciativa es el primer paso al éxito, mientras que el 23,5% restante manifiesta estar parcialmente de acuerdo.

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje

					acumulado
Válido	Parcialmente de acuerdo	4	23,5	23,5	23,5
	Totalmente de acuerdo	13	76,5	76,5	100,0
	Total	17	100,0	100,0	

Tabla 70 Iniciativa como primer paso al éxito

Fuente: elaboración trabajo

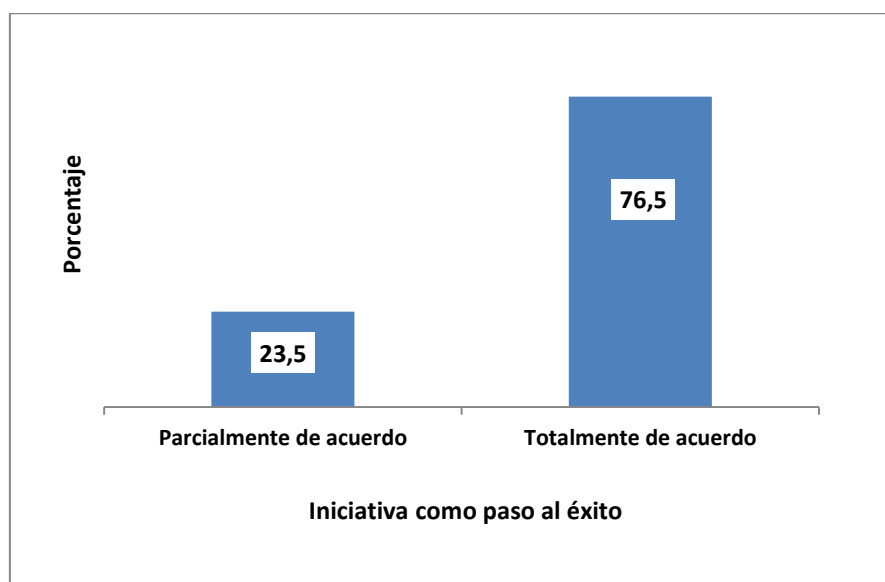


Ilustración 72 Iniciativa como primer paso al éxito

Fuente: elaboración trabajo

8. Satisfacción en superar marcas propias:

El 58,8% de los encuestados afirma estar totalmente de acuerdo en que sienten mayor satisfacción superando marcas o metas propias en relación a las de los demás, mientras que el 35,3% asegura estar totalmente de acuerdo. Finalmente, sólo el 5,9% de los encuestados manifiesta estar neutral.

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Neutral	1	5,9	5,9	5,9
	Parcialmente de acuerdo	10	58,8	58,8	64,7
	Totalmente de acuerdo	6	35,3	35,3	100,0
	Total	17	100,0	100,0	

Tabla 71 Satisfacción en superar marcas propias

Fuente: elaboración trabajo

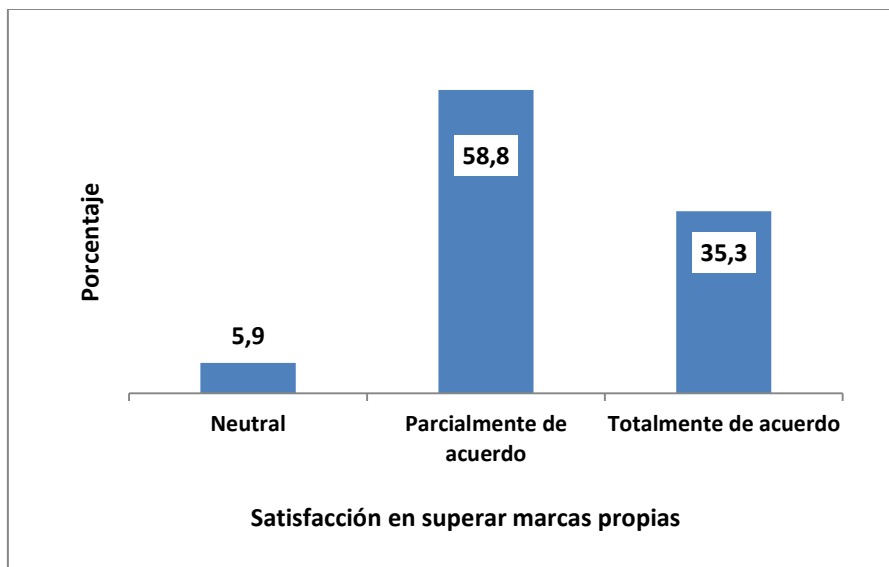


Ilustración 73 Satisfacción en superar marcas propias

Fuente: elaboración trabajo

9. Buena salud importante para dirigir un negocio:

El 47,1% de los encuestados manifiesta estar parcialmente de acuerdo en considerar importante gozar de buena salud para dirigir un negocio, mientras que el 41,2% asevera estar totalmente de acuerdo. Por otra parte, el 11,8% restante señala estar neutral al respecto.

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje

					acumulado
Vá lido	Neutral	2	11,8	11,8	11,8
	Parcialmente de acuerdo	8	47,1	47,1	58,8
	Totalmente de acuerdo	7	41,2	41,2	100,0
	Total	17	100,0	100,0	

Tabla 72 Buena salud importante para dirigir un negocio

Fuente: elaboración trabajo

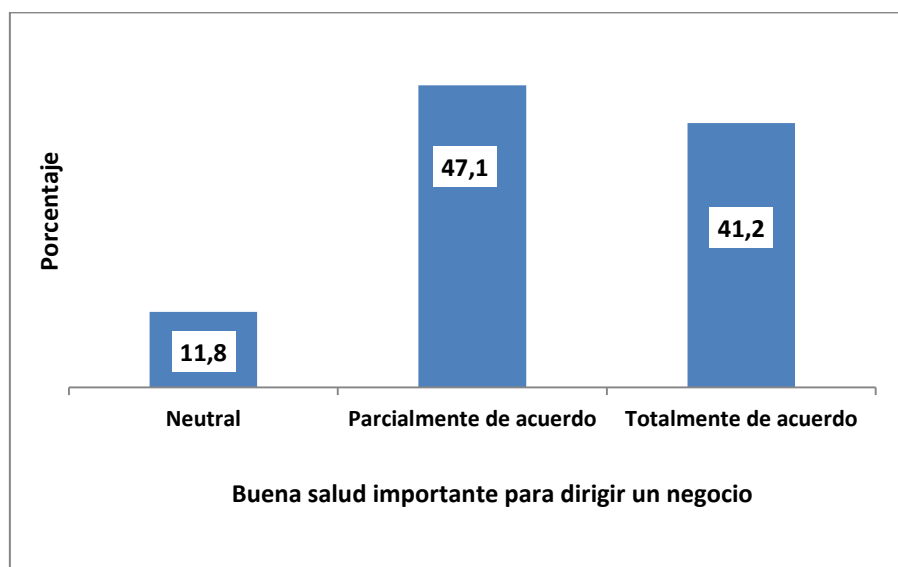


Ilustración 74 Buena salud importante para dirigir un negocio

Fuente: elaboración trabajo

10. Disposición a viajar:

El 11,8% de los datos son perdidos, lo que equivale a un total de dos personas que no respondieron a esta pregunta.

Por otra parte, el 58,8% de los encuestados asevera estar totalmente de acuerdo con tener disposición para viajar, mientras que el 17,6% señala estar parcialmente de acuerdo. Entre tanto, el 5,9% de los encuestados afirma estar parcialmente en desacuerdo, y ese mismo porcentaje manifiesta estar neutral ante este aspecto, respectivamente.

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Parcialmente en desacuerdo	1	5,9	6,7	6,7
	Neutral	1	5,9	6,7	13,3
	Parcialmente de acuerdo	3	17,6	20,0	33,3
	Totalmente de acuerdo	10	58,8	66,7	100,0
	Total	15	88,2	100,0	
Perdidos	Sistema	2	11,8		
Total		17	100,0		

Tabla 73 Disposición a viajar

Fuente: elaboración trabajo

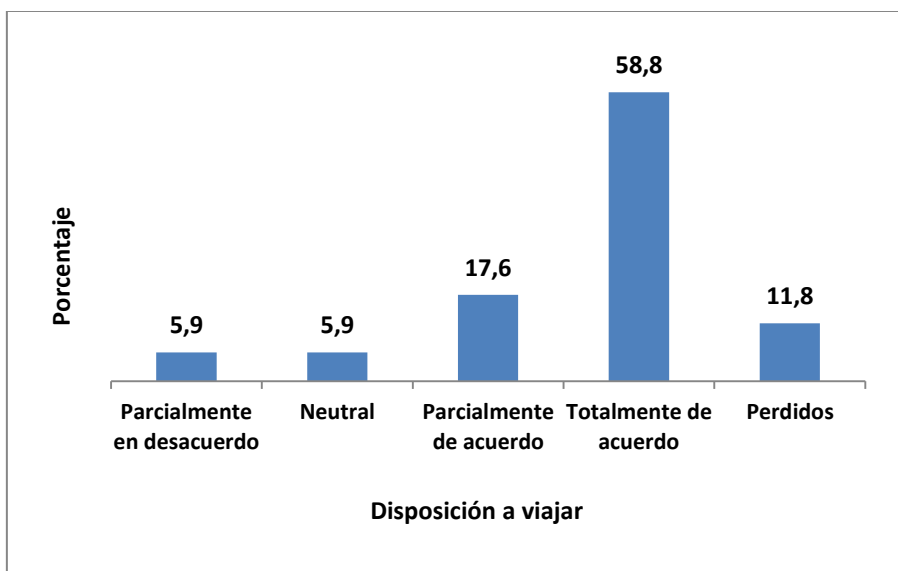


Ilustración 75 Disposición a viajar

Fuente: elaboración trabajo

11. Terminar lo que se inicia:

El 70,6% de los encuestados asegura estar totalmente de acuerdo con que los asuntos se deben seguir hasta terminarlos, mientras que el 29,4% manifiesta estar parcialmente de acuerdo al respecto.

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Vá	Parcialmente de	5	29,4	29,4	29,4

lido	acuerdo				
	Totalmente de acuerdo	12	70,6	70,6	100,0
	Total	17	100,0	100,0	

Tabla 74 Terminar lo que se inicia

Fuente: elaboración trabajo

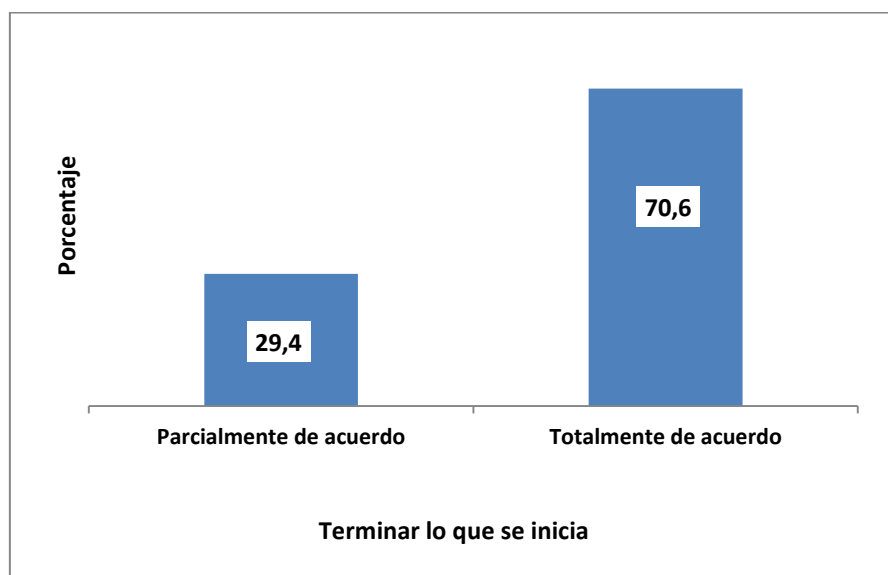


Ilustración 76 Terminar lo que se inicia

Fuente: elaboración trabajo

12. Crecimiento ante dificultades:

El 47,1% de los encuestados reveló estar totalmente de acuerdo con que se presenta un crecimiento personal ante la confrontación de las dificultades. De los encuestados que señalaron estar parcialmente de acuerdo, neutral y en total desacuerdo, se presenta para estos casos un porcentaje del 11,8%, respectivamente. Entre tanto, sólo el 5,9% afirmó estar parcialmente en desacuerdo y el 11,8% no respondieron a esta pregunta.

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	En total desacuerdo	2	11,8	13,3	13,3
	Parcialmente en desacuerdo	1	5,9	6,7	20,0
	Neutral	2	11,8	13,3	33,3
	Parcialmente de acuerdo	2	11,8	13,3	46,7
	Totalmente de acuerdo	8	47,1	53,3	100,0
	Total	15	88,2	100,0	
Perdidos	Sistema	2	11,8		
Total		17	100,0		

Tabla 75 Crecimiento ante dificultades

Fuente: elaboración trabajo

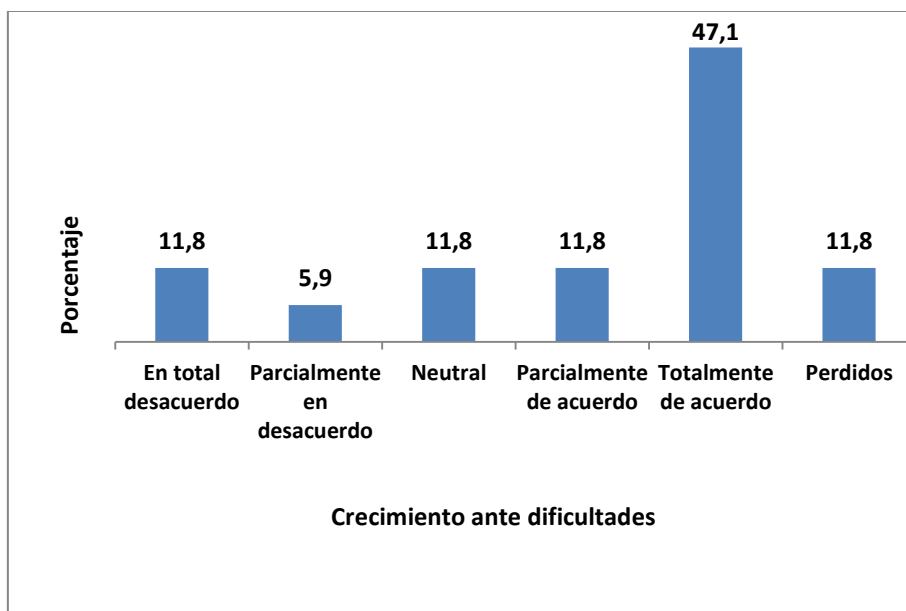


Ilustración 77 Crecimiento ante dificultades

Fuente: elaboración trabajo

13. Aguante ante el estrés diario:

El 41,2% de los encuestados asegura estar parcialmente de acuerdo al considerar que no todas las personas tienen el mismo aguante que ellos ante el estrés diario al cual están sometidos. Entre tanto, el 23,5% asevera estar totalmente de acuerdo con ello, y ese mismo porcentaje, señala una posición neutral. Por último, de los encuestados que indicaron estar en total desacuerdo y parcialmente en desacuerdo se presenta un 5,9%, respectivamente para cada caso.

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje

					acumulado
Vá lido	En total desacuerdo	1	5,9	5,9	5,9
	Parcialmente en desacuerdo	1	5,9	5,9	11,8
	Neutral	4	23,5	23,5	35,3
	Parcialmente de acuerdo	7	41,2	41,2	76,5
	Totalmente de acuerdo	4	23,5	23,5	100,0
	Total	17	100,0	100,0	

Tabla 76 Aguante ante el estrés diario

Fuente: elaboración trabajo

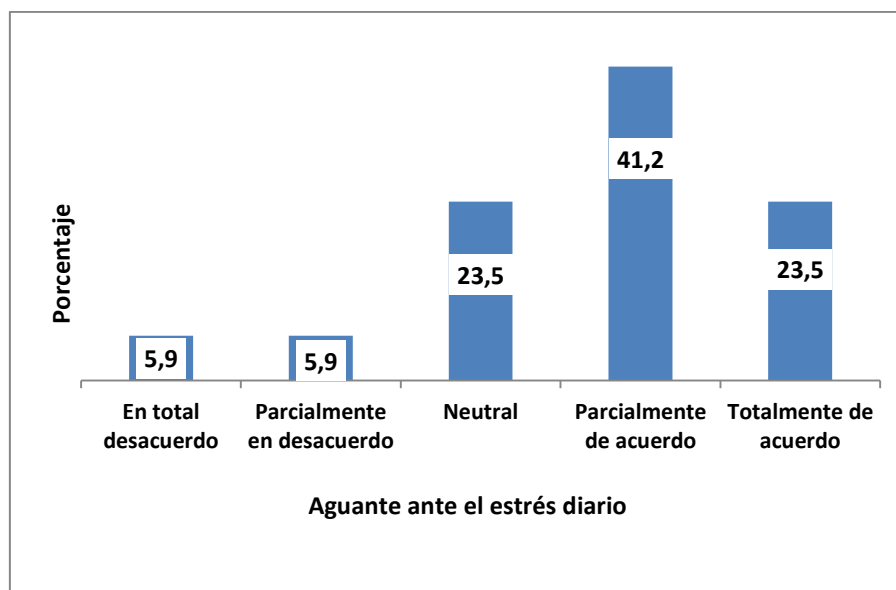


Ilustración 78 Aguante ante el estrés diario

Fuente: elaboración trabajo

14. Disciplina:

El 64,7% de los encuestados asegura estar totalmente de acuerdo con considerarse personas disciplinadas, mientras que el 35,3% indica estar parcialmente de acuerdo con esta afirmación.

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Parcialmente de acuerdo	6	35,3	35,3	35,3
	Totalmente de acuerdo	11	64,7	64,7	100,0
	Total	17	100,0	100,0	

Tabla 77 Disciplina

Fuente: elaboración trabajo

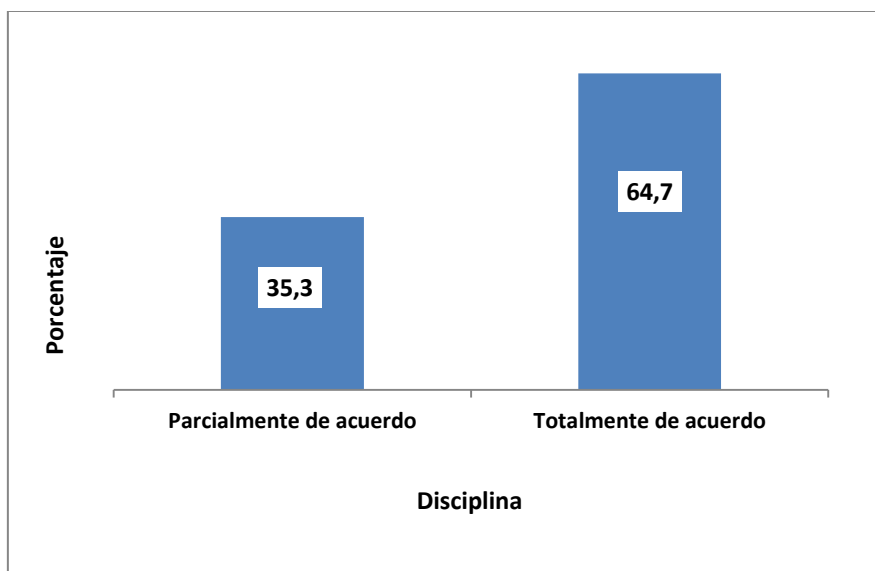


Ilustración 79 Disciplina

Fuente: elaboración trabajo

15. Importancia de la formación permanente:

El 82,4% de los encuestados manifiesta estar totalmente de acuerdo en relación a la importancia otorgada a la formación permanente, mientras que el 17,6% restante señala estar parcialmente de acuerdo al respecto.

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado

Vál ido	Parcialmente de acuerdo	3	17,6	17,6	17,6
	Totalmente de acuerdo	14	82,4	82,4	100,0
	Total	17	100,0	100,0	

Tabla 78 Importancia de la formación permanente

Fuente: elaboración trabajo

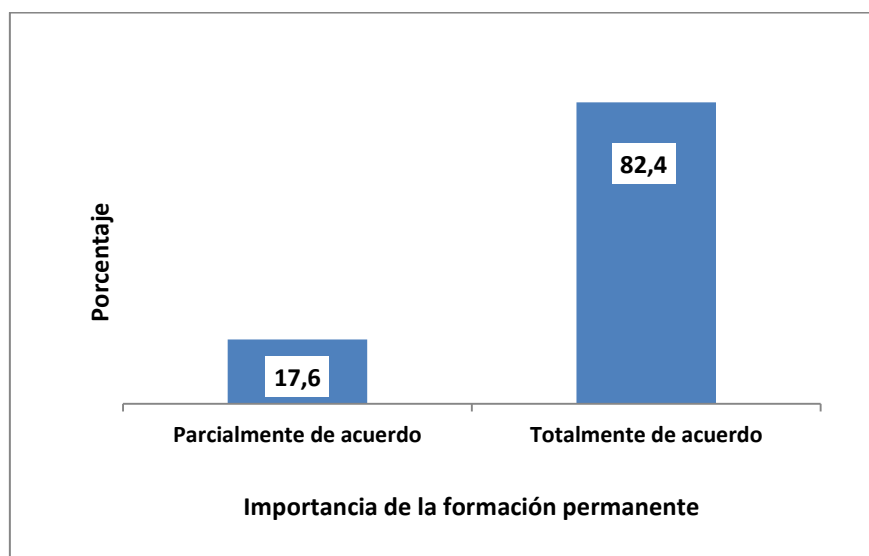


Ilustración 80 Importancia de la formación permanente

Fuente: elaboración trabajo

16. Pasión por lo que hace:

El 88,2% de los encuestados asevera estar totalmente de acuerdo con relación a la pasión que sienten por lo que hacen, mientras que el 11,8% señala estar parcialmente de acuerdo.

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Parcialmente de acuerdo	2	11,8	11,8	11,8
	Totalmente de acuerdo	15	88,2	88,2	100,0
	Total	17	100,0	100,0	

Tabla 79 Pasión por lo que hace

Fuente: elaboración trabajo

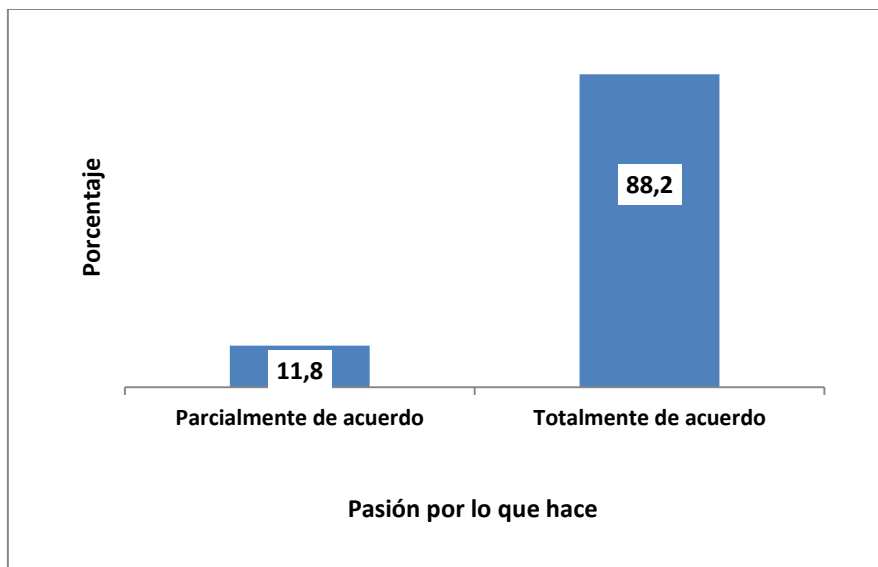


Ilustración 81 Pasión por lo que hace

Fuente: elaboración trabajo

V. CAPACIDAD DE ANÁLISIS:

1. Importancia en definición de clientes potenciales al crear negocio:

El 70,6% de los encuestados afirma estar totalmente de acuerdo con la importancia otorgada a la definición concienzuda de clientes potenciales antes de crear un negocio, mientras que el 23,5% manifiesta estar parcialmente de acuerdo. Entre tanto, sólo el 5,9% restante indica tener una posición neutral al respecto.

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Neutral	1	5,9	5,9	5,9
	Parcialmente de acuerdo	4	23,5	23,5	29,4
	Totalmente de acuerdo	12	70,6	70,6	100,0
	Total	17	100,0	100,0	

Tabla 80 Importancia en definición de clientes potenciales al crear negocio

Fuente: elaboración trabajo

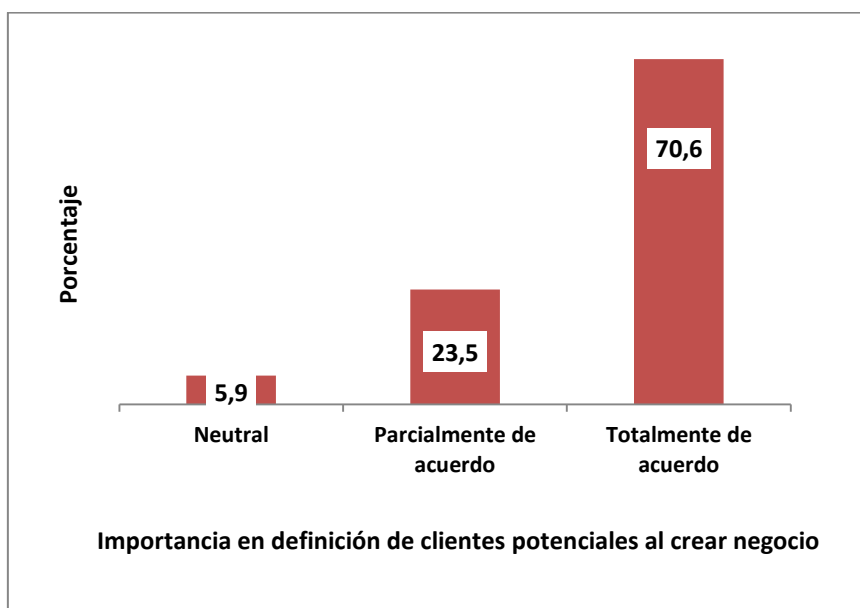


Ilustración 82 Importancia en definición de clientes potenciales al crear negocio

Fuente: elaboración trabajo

2. Importancia en producto y dinero al crear negocio:

El 41,2% de los encuestados asegura estar parcialmente de acuerdo con la importancia otorgada al producto y dinero antes de crear un negocio, mientras que el 29,4% manifiesta estar neutral. Entre tanto, el 11,8% de los encuestados señala estar totalmente de acuerdo, y ese mismo porcentaje, afirma estar parcialmente en desacuerdo. Por último, el 5,9% restante no respondió a esta pregunta.

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Parcialmente en desacuerdo	2	11,8	12,5	12,5
	Neutral	5	29,4	31,3	43,8
	Parcialmente de acuerdo	7	41,2	43,8	87,5
	Totalmente de acuerdo	2	11,8	12,5	100,0
	Total	16	94,1	100,0	
Perdidos	Sistema	1	5,9		
Total		17	100,0		

Tabla 81 Importancia en producto y dinero al crear negocio

Fuente: elaboración trabajo

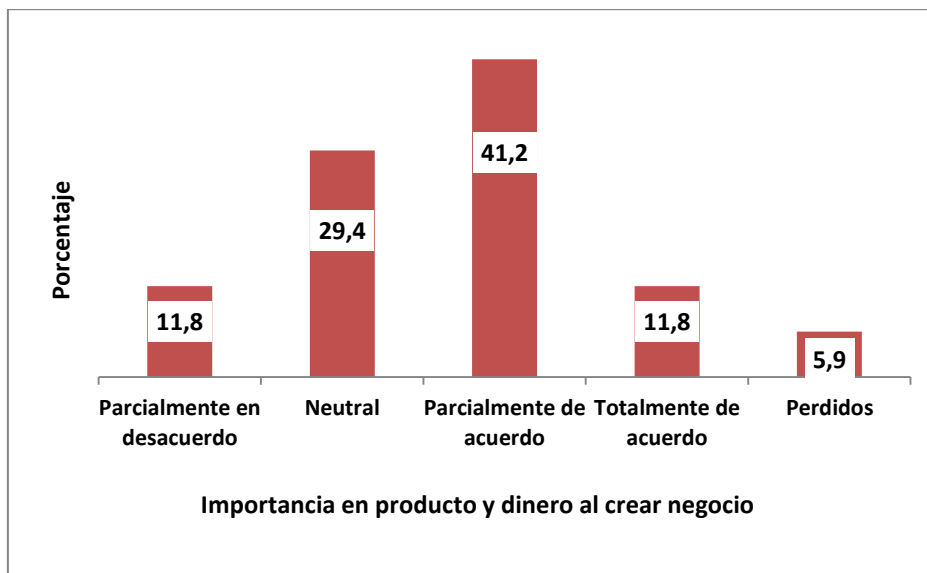


Ilustración 83 Importancia en producto y dinero al crear negocio

Fuente: elaboración trabajo

VI. CAPACIDAD DE INFLUENCIA:

1. Comprensión y satisfacción de las necesidades de los clientes:

El 70,6% de los encuestados reveló estar totalmente de acuerdo con que la comprensión y satisfacción de las necesidades de los clientes es una condición imprescindible para sacar adelante el negocio, mientras que el 23,5 % afirmó estar parcialmente de acuerdo. Entre tanto, el 5,9% restante asumió una posición neutral.

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Neutral	1	5,9	5,9	5,9
	Parcialmente de acuerdo	4	23,5	23,5	29,4
	Totalmente de acuerdo	12	70,6	70,6	100,0
	Total	17	100,0	100,0	

Tabla 82 Comprensión y satisfacción de las necesidades de los clientes

Fuente: elaboración trabajo

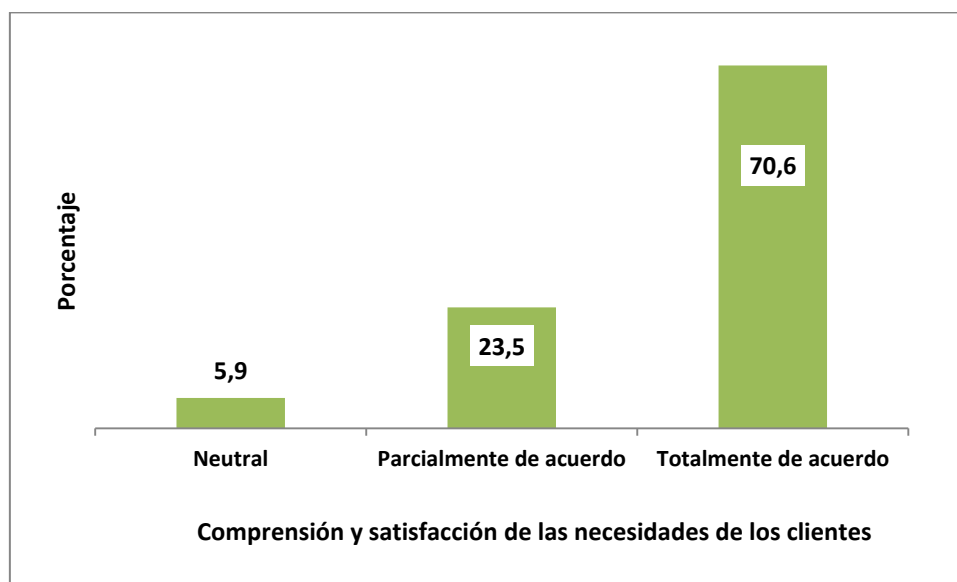


Ilustración 84 Comprensión y satisfacción de las necesidades de los clientes

Fuente: elaboración trabajo

2. Trabajo cooperativo para alcanzar objetivos propuestos:

El 64,7% de los encuestados manifiesta estar totalmente de acuerdo con que el trabajo cooperativo que se ha logrado permite alcanzar los objetivos propuestos, mientras que el 35,3 restante asegura estar parcialmente de acuerdo al respecto.

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Parcialmente de acuerdo	6	35,3	35,3	35,3
	Totalmente de acuerdo	11	64,7	64,7	100,0
	Total	17	100,0	100,0	

Tabla 83 Trabajo cooperativo para alcanzar objetivos propuestos

Fuente: elaboración trabajo

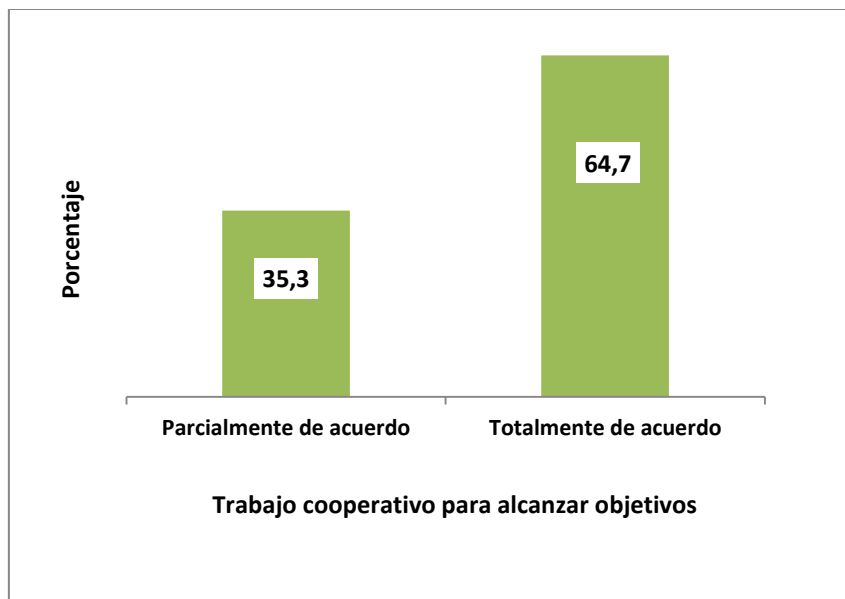


Ilustración 85 Trabajo cooperativo para alcanzar objetivos propuestos

Fuente: elaboración trabajo

3. Tendencia a conducir el debate en reuniones:

El 47,1% de los encuestados se encuentra totalmente de acuerdo con que son personas que tienden a conducir el debate en las reuniones a las que asisten, mientras que el 35,3% asegura estar parcialmente de acuerdo. Entre tanto, el 11,8% mantiene una posición neutral al respecto y el 5,9% restante manifiesta estar en total desacuerdo.

	Frecu	Porce	Porcenta	Porcenta

		encia	ntaje	je válido	je acumulado
Vál ido	En total desacuerdo	1	5,9	5,9	5,9
	Neutral	2	11,8	11,8	17,6
	Parcialmente de acuerdo	6	35,3	35,3	52,9
	Totalmente de acuerdo	8	47,1	47,1	100,0
	Total	17	100,0	100,0	

Tabla 84 Tendencia a conducir el debate en reuniones

Fuente: elaboración trabajo

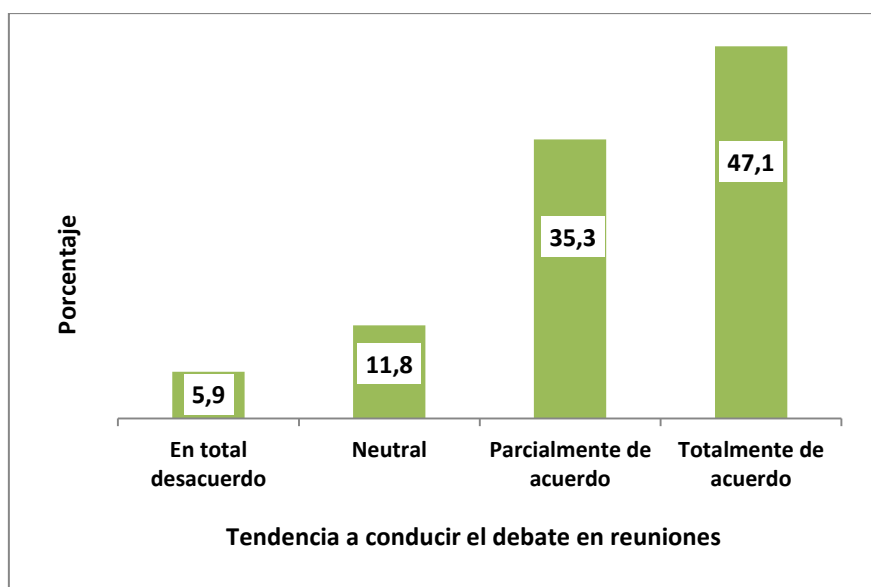


Ilustración 86 Tendencia a conducir el debate en reuniones

Fuente: elaboración trabajo

4. Comunicación asertiva:

El 64,7% de los encuestados se encuentra totalmente de acuerdo al considerarse una persona capaz de transmitir lo que pretende con sus ideas, mientras que el 23,5% manifiesta estar parcialmente de acuerdo. Entre tanto, el 11,8% restante mantiene una posición neutral al respecto.

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Neutral	2	11,8	11,8	11,8
	Parcialmente de acuerdo	4	23,5	23,5	35,3
	Totalmente de acuerdo	11	64,7	64,7	100,0
	Total	17	100,0	100,0	

Tabla 85 Comunicación asertiva

Fuente: elaboración trabajo

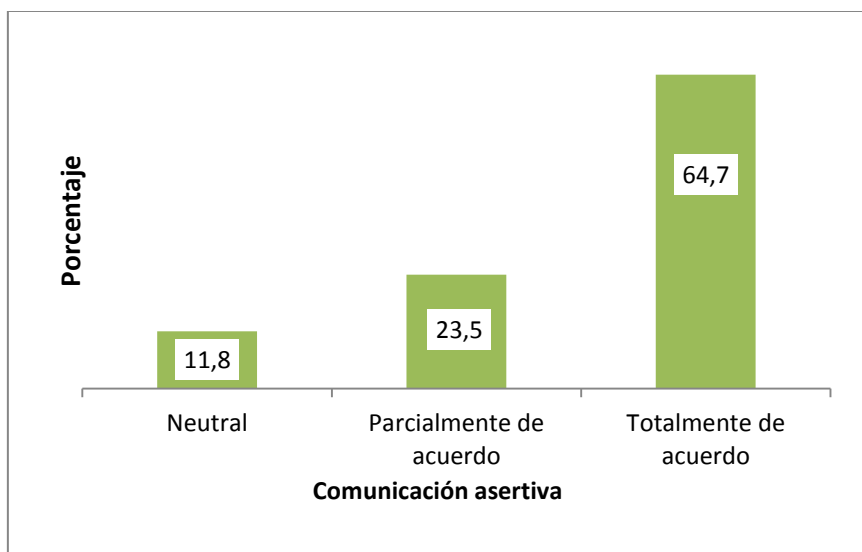


Ilustración 87 Comunicación asertiva

Fuente: elaboración trabajo

5. Función comercial clave para el éxito:

El 58,8% de los encuestados indica estar totalmente de acuerdo al considerar que la función comercial fue clave para el éxito de la empresa, mientras que el 35,3% manifiesta estar parcialmente de acuerdo. Por último, sólo el 5,9% restante asegura estar parcialmente en desacuerdo ante este enunciado.

	Frecu	Porce	Porcenta	Porcenta

		encia	ntaje	je válido	je acumulado
Vál ido	Parcialmente en desacuerdo	1	5,9	5,9	5,9
	Parcialmente de acuerdo	6	35,3	35,3	41,2
	Totalmente de acuerdo	10	58,8	58,8	100,0
	Total	17	100,0	100,0	

Tabla 86 Función comercial clave para el éxito

Fuente: elaboración trabajo

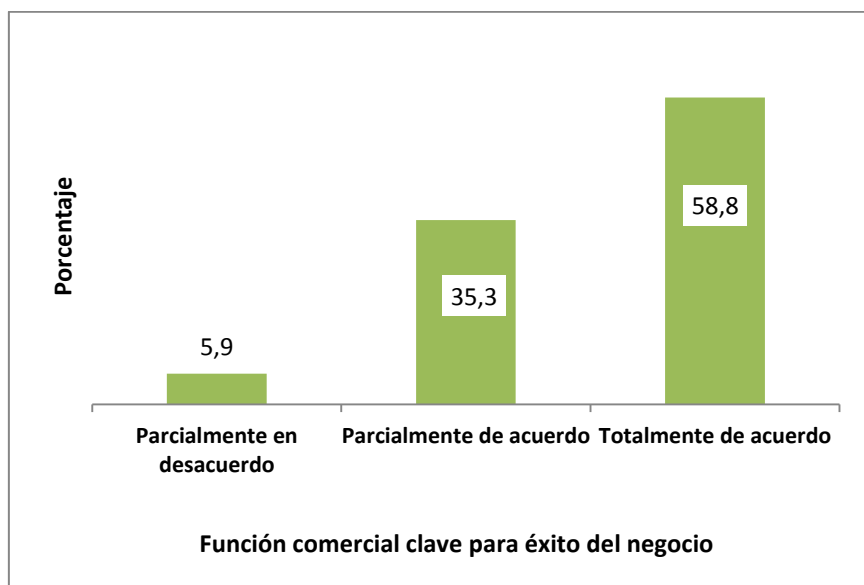


Ilustración 88 Función comercial clave para el éxito

Fuente: elaboración trabajo

6. Creación de redes de apoyo para salir adelante:

El 52,9% de los encuestados se encuentra totalmente de acuerdo con la creación de redes de apoyo como un elemento imprescindible para llevar a cabo una idea, mientras que el 35,3% afirma estar totalmente de acuerdo. Entre tanto, sólo el 5,9% mantiene una posición neutral. Por último, el 5,9% restante no respondió a esta pregunta, presentado un dato perdido.

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Neutral	1	5,9	6,3	6,3
	Parcialmente de acuerdo	9	52,9	56,3	62,5
	Totalmente de acuerdo	6	35,3	37,5	100,0
	Total	16	94,1	100,0	
Perdidos	Sistema	1	5,9		
Total		17	100,0		

Tabla 87 Creación de redes de apoyo para salir adelante

Fuente: elaboración trabajo

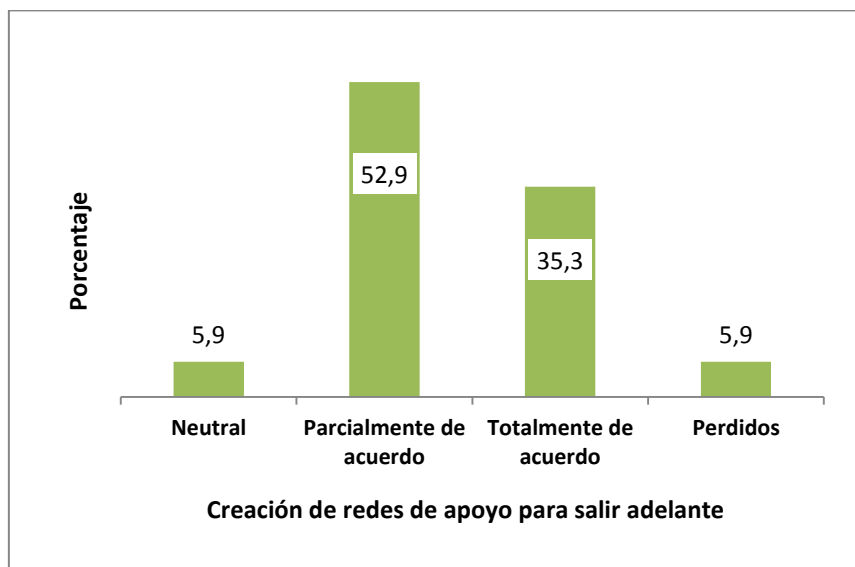


Ilustración 89 Creación de redes de apoyo para salir adelante

Fuente: elaboración trabajo

VII. PROPENSIÓN AL RIESGO:

1. Enfrentamiento y solución de problemas:

El 64,7% de los encuestados asevera estar totalmente de acuerdo al considerarse personas que no les importa el enfrentamiento de problemas y la búsqueda de su respectiva solución, mientras que el 29,4% manifiesta estar parcialmente de acuerdo con tal enunciado. Entre tanto, el 5,9% de los encuestados no respondió a la pregunta.

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Parcialmente de acuerdo	5	29,4	31,3	31,3
	Totalmente de acuerdo	11	64,7	68,8	100,0
	Total	16	94,1	100,0	
Perdidos	Sistema	1	5,9		
Total		17	100,0		

Tabla 88 Enfrentamiento y solución de problemas

Fuente: elaboración trabajo

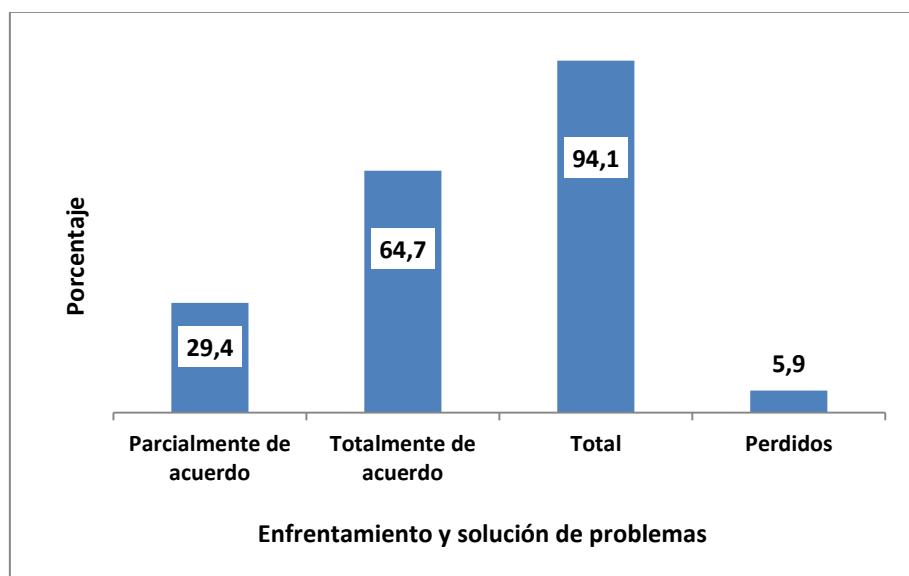


Ilustración 90 Enfrentamiento y solución de problemas

Fuente: elaboración trabajo

2. Importancia al asesoramiento externo:

El 35,3% de los encuestados mantiene una posición neutral en relación la importancia otorgada al asesoramiento externo cuando se debe dar solución a algún problema.

Entre tanto, el 23,5% afirma estar parcialmente de acuerdo con tal afirmación, y ese mismo porcentaje, asegura estar parcialmente en desacuerdo.

Por otra parte, el 11,8% manifiesta estar totalmente de acuerdo en relación a la importancia del asesoramiento externo en su empresa, mientras que el 5,9% no respondió a esta pregunta.

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Parcialmente en desacuerdo	4	23,5	25,0	25,0
	Neutral	6	35,3	37,5	62,5
	Parcialmente de acuerdo	4	23,5	25,0	87,5
	Totalmente de acuerdo	2	11,8	12,5	100,0
	Total	16	94,1	100,0	
Perdidos	Sistema	1	5,9		
Total		17	100,0		

Tabla 89 Importancia al asesoramiento externo

Fuente: elaboración trabajo

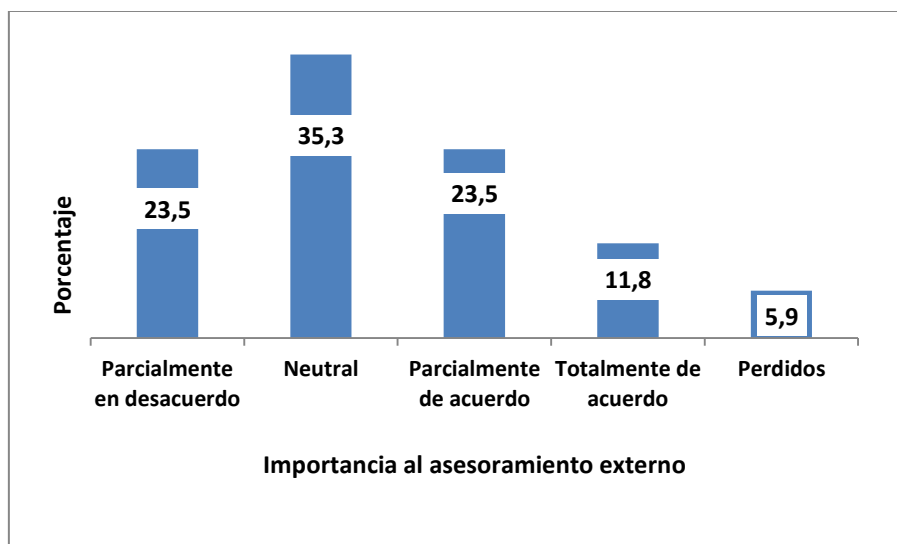


Ilustración 91 Importancia al asesoramiento externo

Fuente: elaboración trabajo

3. Necesidad de toma de decisiones para resolver problemas:

El 52,9% de los encuestados afirma estar totalmente de acuerdo con asumir la necesidad de tomar decisiones para resolver problemas, mientras que el 29,4% asegura estar parcialmente de acuerdo. Entre tanto, el 11,8% mantiene una posición neutral, y por último, el 5,9% restante no respondió a esta pregunta.

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válid	Neutral	2	11,8	12,5	12,5

do	Parcialmente de acuerdo	5	29,4	31,3	43,8
	Totalmente de acuerdo	9	52,9	56,3	100,0
	Total	16	94,1	100,0	
Perdidos	Sistema	1	5,9		
Total		17	100,0		

Tabla 90 Necesidad de toma de decisiones para resolver problemas

Fuente: elaboración trabajo

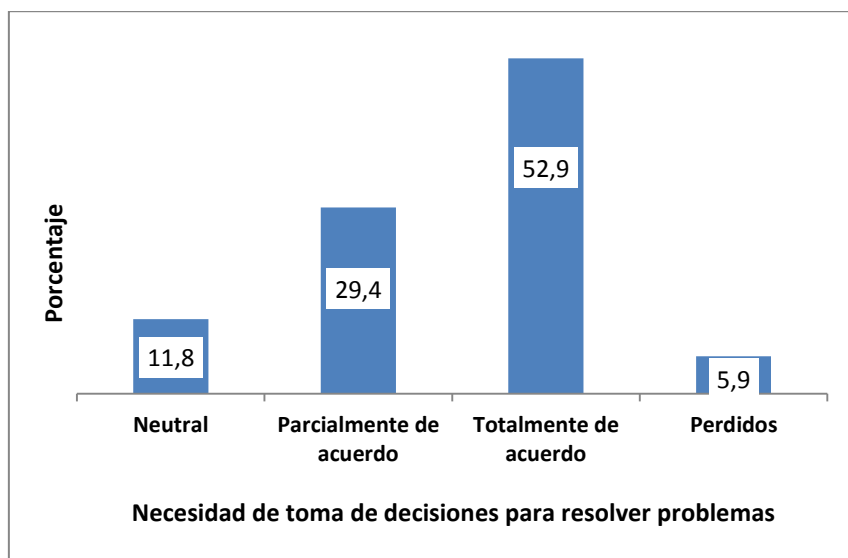


Ilustración 92 Necesidad de toma de decisiones para resolver problemas

Fuente: elaboración trabajo

4. Asumir riesgos:

El 47,1% de los encuestados reveló estar parcialmente de acuerdo al considerar que tienen una alta capacidad para asumir riesgos. En contraste, el 23,5% se encuentra totalmente de acuerdo, y ese mismo porcentaje, señaló mantener una posición neutral ante tal enunciado. Por último, se presentó un dato perdido que corresponde al 5,9%.

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Neutral	4	23,5	25,0	25,0
	Parcialmente de acuerdo	8	47,1	50,0	75,0
	Totalmente de acuerdo	4	23,5	25,0	100,0
	Total	16	94,1	100,0	
Perdidos	Sistema	1	5,9		
Total		17	100,0		

Tabla 91 Asumir riesgos

Fuente: elaboración trabajo

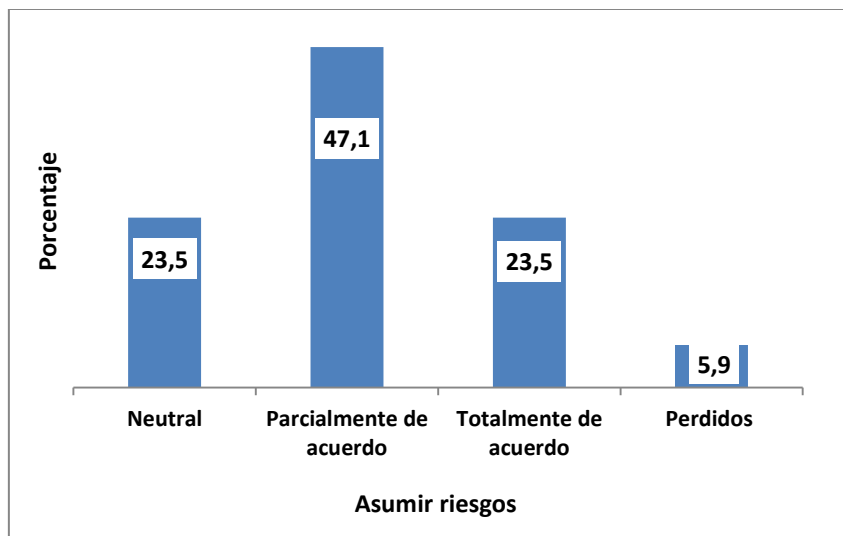


Ilustración 93 Asumir riesgos

Fuente: elaboración trabajo

5. Identificación, cálculo y control del riesgo:

El 52,9% de los encuestados afirma estar totalmente de acuerdo con que es necesario la identificación, cálculo y control del riesgo de las acciones en la medida que sea posible, mientras que el 29,4% asegura estar parcialmente de acuerdo con ello. Entre tanto, el 17,6% mantiene una posición neutral.

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje

					acumulado
Vál ido	Neutral	3	17,6	17,6	17,6
	Parcialmente de acuerdo	5	29,4	29,4	47,1
	Totalmente de acuerdo	9	52,9	52,9	100,0
	Total	17	100,0	100,0	

Tabla 92 Identificación, cálculo y control del riesgo

Fuente: elaboración trabajo

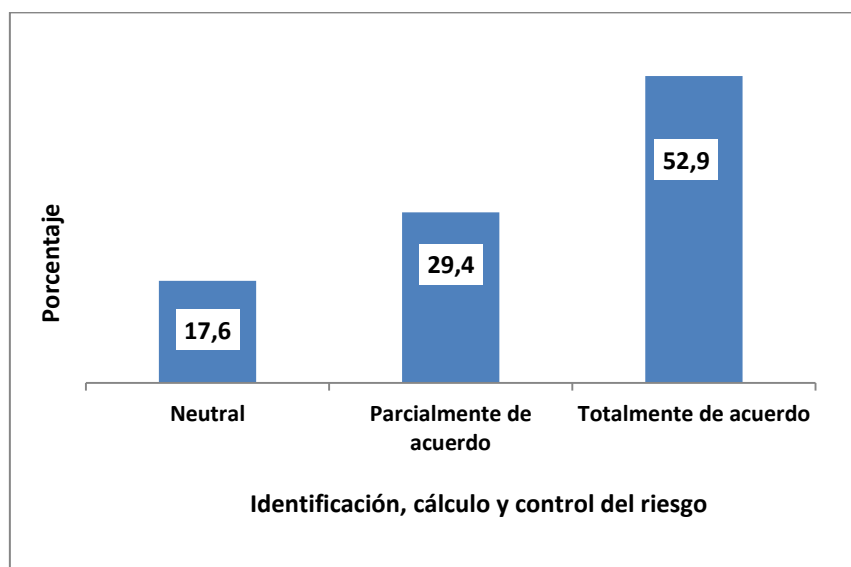


Ilustración 94 Tabla 93 Identificación, cálculo y control del riesgo

Fuente: elaboración trabajo

6. Seguridad en lo que se hace para no arriesgarse:

El 64,7% de los encuestados asevera estar parcialmente de acuerdo con que se requiere tener seguridad en lo que se hace para no arriesgarse. Entre tanto, de los encuestados que manifestaron estar totalmente de acuerdo, parcialmente en desacuerdo y neutral se presentaron con un porcentaje del 11,8%, respectivamente para cada caso.

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Parcialmente en desacuerdo	2	11,8	11,8	11,8
	Neutral	2	11,8	11,8	23,5
	Parcialmente de acuerdo	11	64,7	64,7	88,2
	Totalmente de acuerdo	2	11,8	11,8	100,0
	Total	17	100,0	100,0	

Tabla 94 Seguridad en lo que se hace para no arriesgarse

Fuente: elaboración trabajo

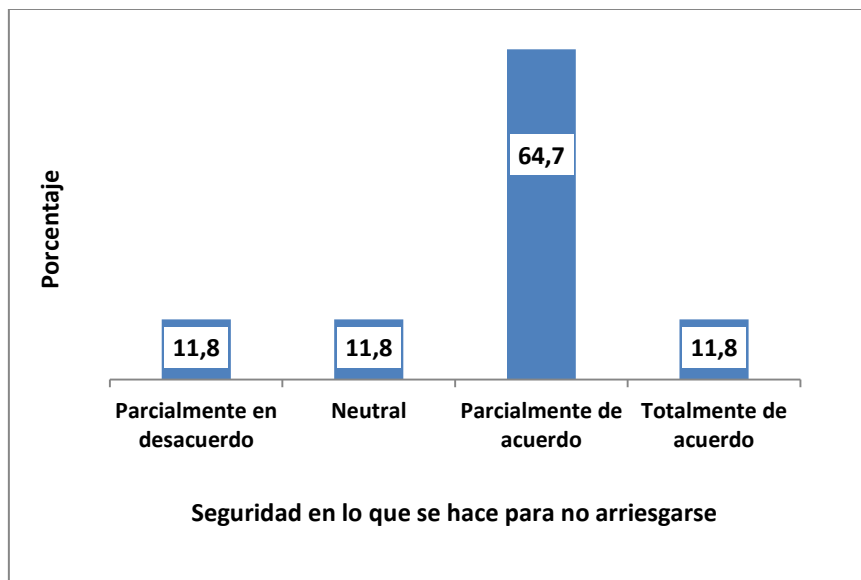


Ilustración 95 Tabla 95 Seguridad en lo que se hace para no arriesgarse

Fuente: elaboración trabajo

7. Necesidad de evaluar el riesgo para la toma de decisiones:

El 41,2% de los encuestados asegura estar totalmente de acuerdo con la necesidad de evaluar el riesgo para la toma de decisiones, mientras que el 35,3% indica estar parcialmente de acuerdo. Entre tanto, el 17,6% mantiene una posición neutral ante este aspecto y el 5,9% manifiesta estar parcialmente en desacuerdo.

	Frecu	Porce	Porcenta	Porcenta

		encia	ntaje	je válido	je acumulado
Vál ido	Parcialmente en desacuerdo	1	5,9	5,9	5,9
	Neutral	3	17,6	17,6	23,5
	Parcialmente de acuerdo	6	35,3	35,3	58,8
	Totalmente de acuerdo	7	41,2	41,2	100,0
	Total	17	100,0	100,0	

Tabla 96 Necesidad de evaluar el riesgo para la toma de decisiones

Fuente: elaboración trabajo

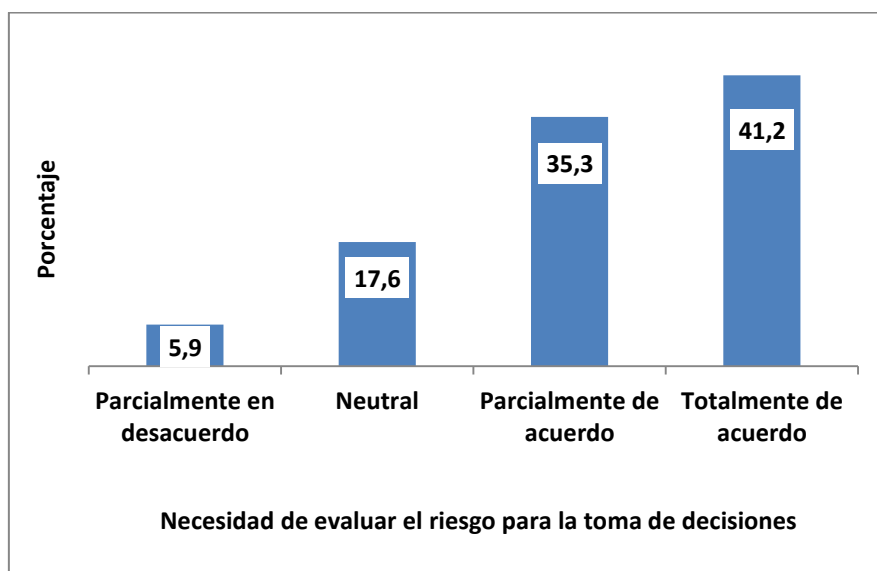


Ilustración 96 Necesidad de evaluar el riesgo para la toma de decisiones

Fuente: elaboración trabajo

8. Necesidad de estar bien informado para ser empresario:

El 52,9% de los encuestados asevera estar totalmente de acuerdo en relación con la necesidad de estar bien informado para ser empresario, mientras que el 41,2% señala estar parcialmente de acuerdo con ello. Entre tanto, sólo el 5,9% manifiesta una posición de neutralidad.

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Neutral	1	5,9	5,9	5,9
	Parcialmente de acuerdo	7	41,2	41,2	47,1
	Totalmente de acuerdo	9	52,9	52,9	100,0
	Total	17	100,0	100,0	

Tabla 97 Necesidad de estar bien informado para ser empresario

Fuente: elaboración trabajo

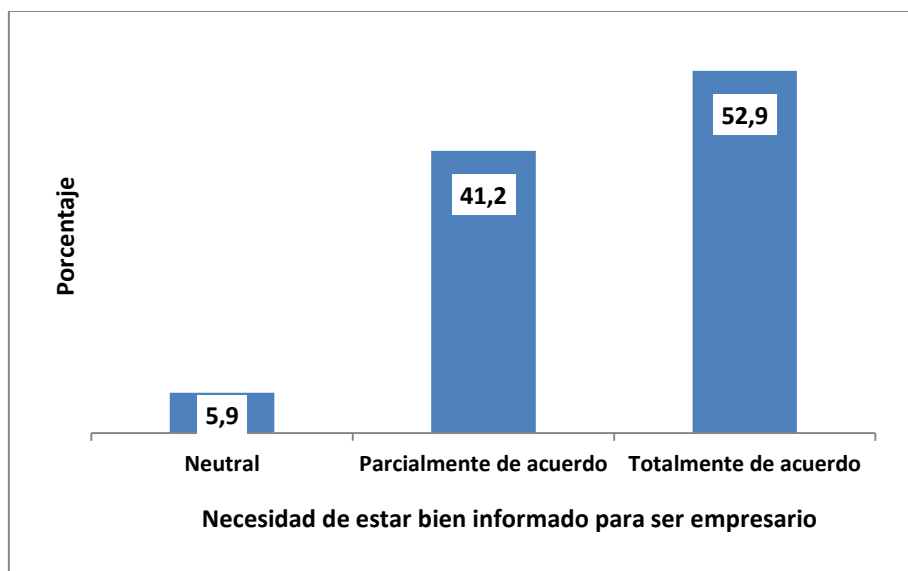


Ilustración 97 Necesidad de estar bien informado para ser empresario

Fuente: elaboración trabajo

9. Adaptación de la concepción de la empresa a las cambios del mercado:

El 52,9% de los encuestados afirma estar parcialmente de acuerdo con que la concepción de la empresa debe ir adaptándose a los cambios del mercado, mientras que el 41,2% asevera estar totalmente de acuerdo. El 5,9% restante mantiene una posición neutral.

	Frecu	Porce	Porcenta	Porcenta

		encia	ntaje	je válido	je acumulado
Vál ido	Neutral	1	5,9	5,9	5,9
	Parcialmente de acuerdo	9	52,9	52,9	58,8
	Totalmente de acuerdo	7	41,2	41,2	100,0
	Total	17	100,0	100,0	

Tabla 98 Adaptación de la concepción de la empresa a los cambios del mercado

Fuente: elaboración trabajo

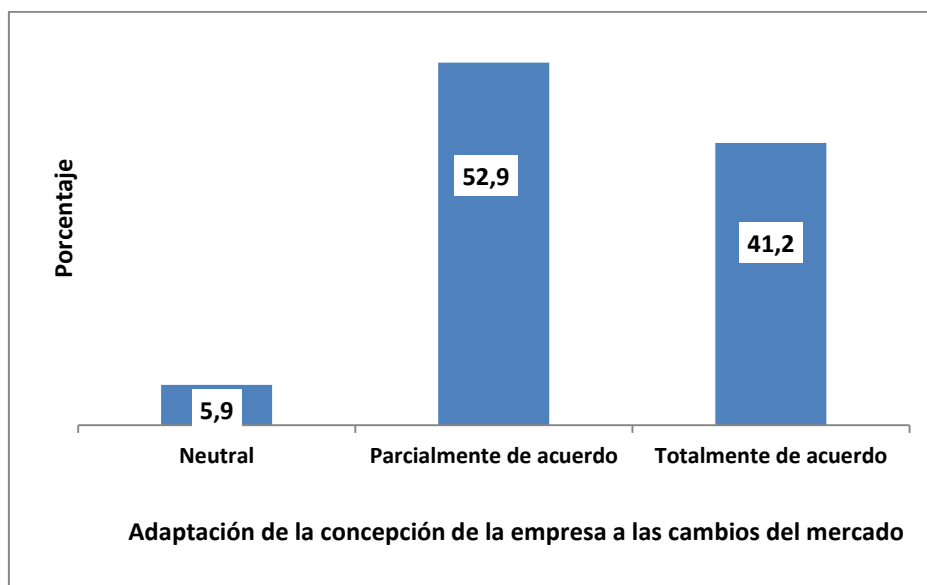


Ilustración 98 Adaptación de la concepción de la empresa a los cambios del mercado

Fuente: elaboración trabajo

10. Prestar siempre atención al entorno:

El 47,1% de los encuestados asegura estar totalmente de acuerdo con prestar siempre atención al entorno, sin importar si lo que ocurre tiene relación directa o no con la empresa. Entre tanto, el 41,2% afirma estar parcialmente de acuerdo mientras que el 11,8% manifiesta estar neutral ante tal afirmación.

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Neutral	2	11,8	11,8	11,8
	Parcialmente de acuerdo	7	41,2	41,2	52,9
	Totalmente de acuerdo	8	47,1	47,1	100,0
	Total	17	100,0	100,0	

Tabla 99 Prestar siempre atención al entorno

Fuente: elaboración trabajo

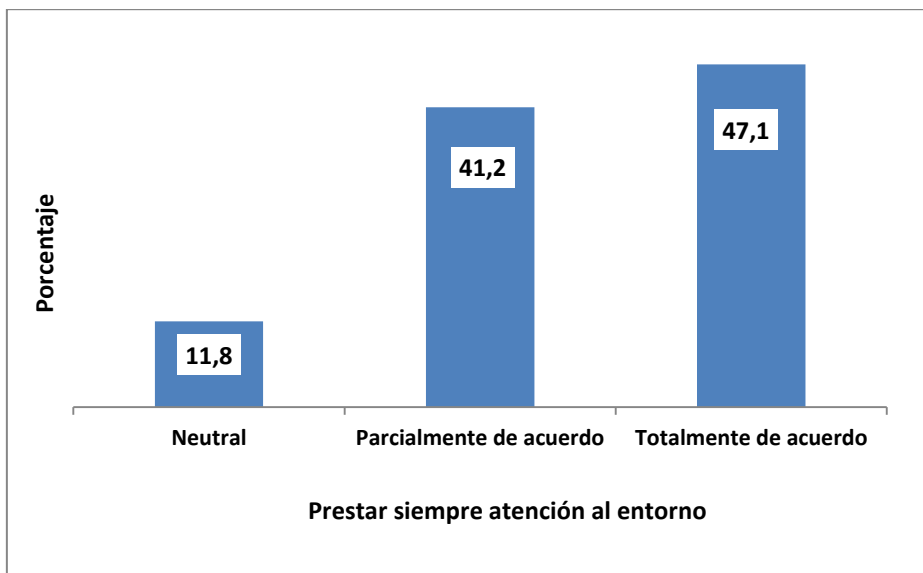


Ilustración 99 Prestar siempre atención al entorno

Fuente: elaboración trabajo

11. Definir objetivos para llevar a cabo una idea:

El 47,1% de los encuestados reveló estar totalmente de acuerdo al considerar que es necesario definir objetivos para llevar a cabo una idea, mientras que el 41,2% manifestó estar parcialmente de acuerdo con ello. Por último, el 11,8% restante indicó tener una posición neutral frente al tema.

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje

					acumulado
Vá lido	Neutral	2	11,8	11,8	11,8
	Parcialmente de acuerdo	7	41,2	41,2	52,9
	Totalmente de acuerdo	8	47,1	47,1	100,0
	Total	17	100,0	100,0	

Tabla 100 Definir objetivos para llevar a cabo una idea

Fuente: elaboración trabajo

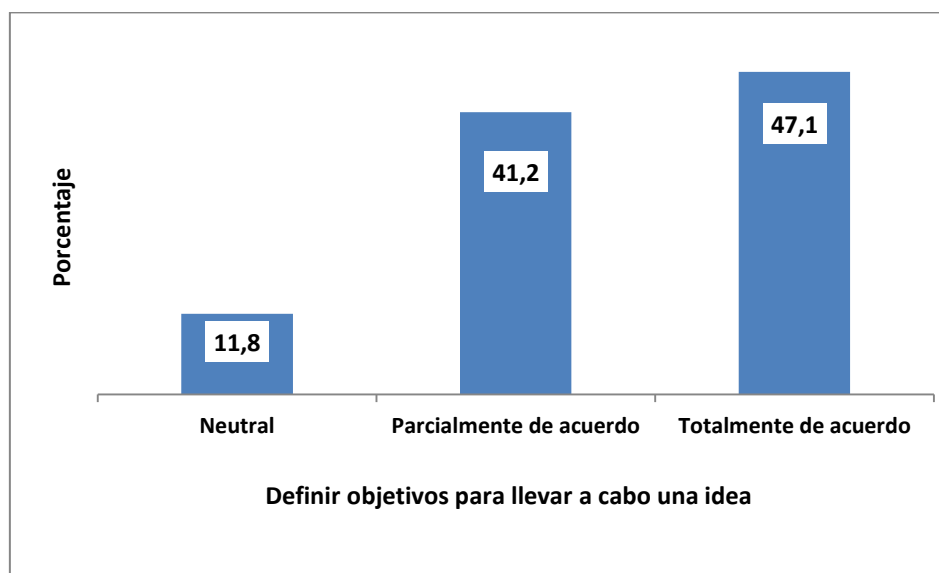


Ilustración 100 Definir objetivos para llevar a cabo una idea

Fuente: elaboración trabajo

12. Diseñar planes para alcanzar objetivos:

El 47,1% de los encuestados se encuentra totalmente de acuerdo con la importancia de diseñar planes cuando se busca alcanzar objetivos, mientras que el 35,3% indica estar parcialmente de acuerdo. Por otra parte, el 17,6% restante manifiesta estar neutral ante el presente enunciado.

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Neutral	3	17,6	17,6	17,6
	Parcialmente de acuerdo	6	35,3	35,3	52,9
	Totalmente de acuerdo	8	47,1	47,1	100,0
	Total	17	100,0	100,0	

Tabla 101 Diseñar planes para alcanzar objetivos

Fuente: elaboración trabajo

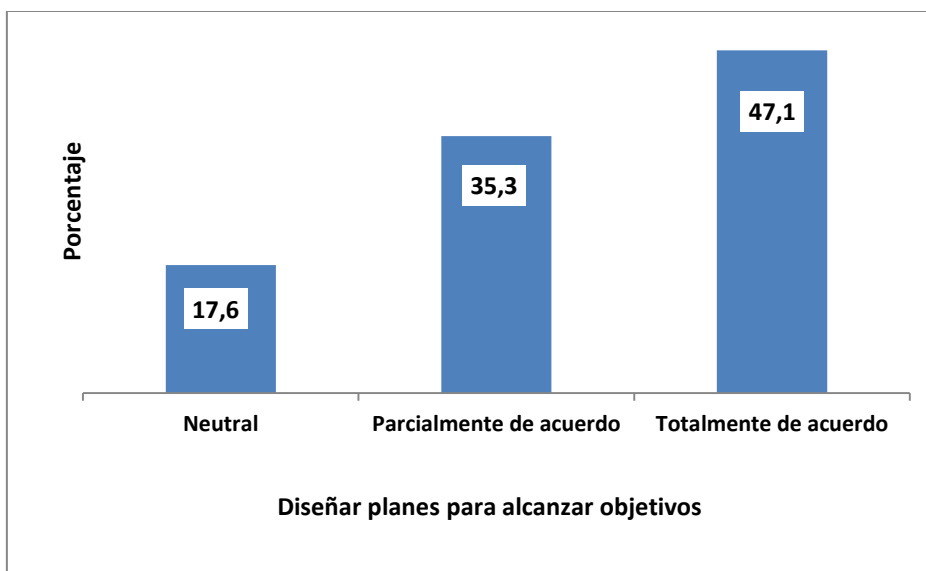


Ilustración 101 Diseñar planes para alcanzar objetivos

Fuente: elaboración trabajo

13. Planificación detallada antes de iniciar negocio:

El 47,1% de los encuestados manifiesta estar totalmente de acuerdo con que antes de iniciar su negocio, realizó una planificación detallada del mismo. De los encuestados que afirmaron estar neutral, parcialmente de acuerdo, y parcialmente en desacuerdo, se obtiene los porcentajes correspondientes al 23,5%, 17,6% y 11,8%, respectivamente.

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Vál	Parcialmente en	2	11,8	11,8	11,8

ido	desacuerdo				
	Neutral	4	23,5	23,5	35,3
	Parcialmente de acuerdo	3	17,6	17,6	52,9
	Totalmente de acuerdo	8	47,1	47,1	100,0
	Total	17	100,0	100,0	

Tabla 102 Planificación detallada antes de iniciar negocio

Fuente: elaboración trabajo

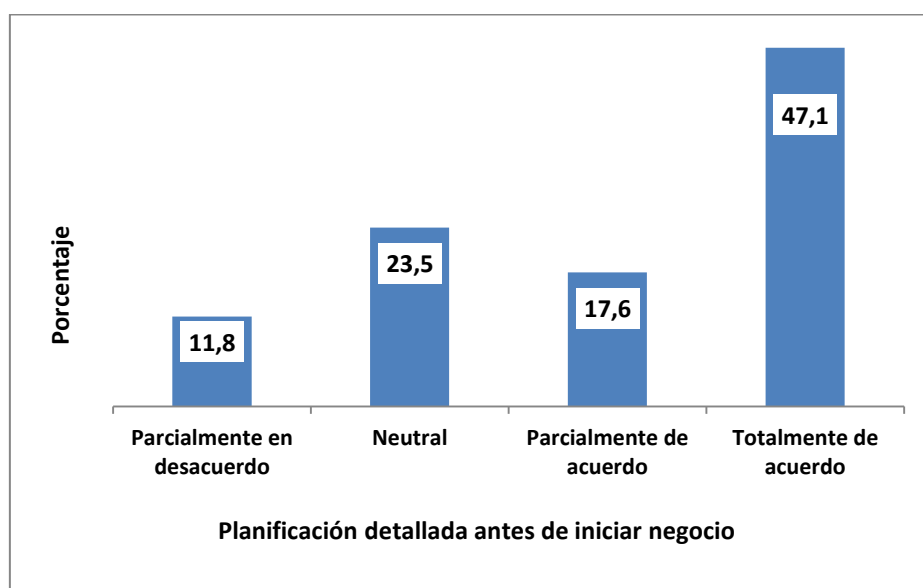


Ilustración 102 Planificación detallada antes de iniciar negocio

Fuente: elaboración trabajo

14. Planificación de recursos y financiación acorde:

El 41,2% de los encuestados asegura estar totalmente de acuerdo con que se llevó a cabo una planificación detallada de recursos y luego se realizó una financiación acorde a la misma, mientras que el 35,3% afirma estar parcialmente de acuerdo.

Entre tanto, el 11,8% mantiene una posición neutral y el 5,9% manifiesta estar parcialmente de acuerdo ante ello. Por último, sólo el 5,9% no respondió a esta pregunta.

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Parcialmente en desacuerdo	1	5,9	6,3	6,3
	Neutral	2	11,8	12,5	18,8
	Parcialmente de acuerdo	6	35,3	37,5	56,3
	Totalmente de acuerdo	7	41,2	43,8	100,0
	Total	16	94,1	100,0	
Perdidos	Sistema	1	5,9		
Total		17	100,0		

Tabla 103 Planificación de recursos y financiación acorde

Fuente: elaboración trabajo

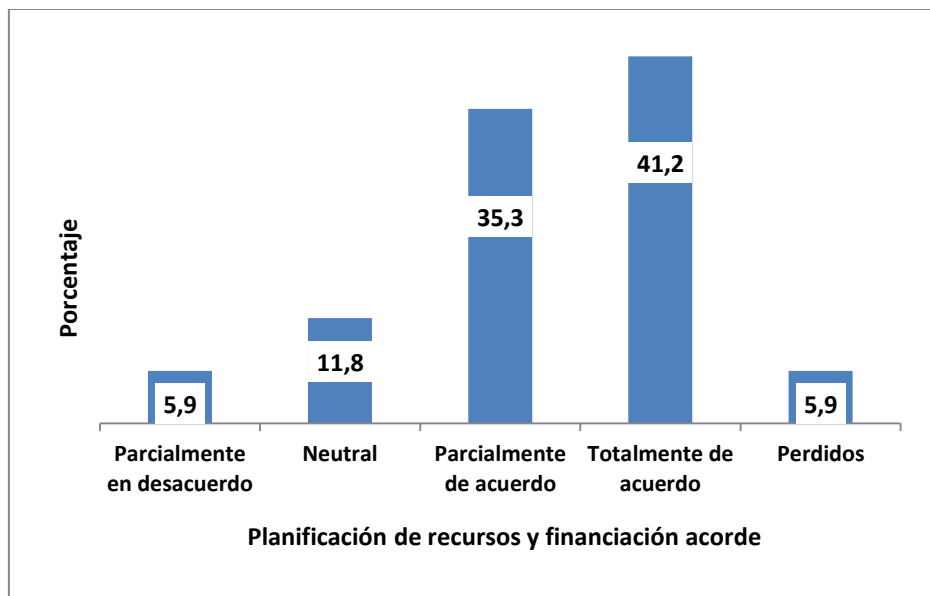


Ilustración 103 Planificación de recursos y financiación acorde

Fuente: elaboración trabajo

15. Alcanzar metas con calidad:

El 58,8% de los encuestados reveló estar totalmente de acuerdo al considerar que para alcanzar una meta es necesario hacer las cosas con calidad, mientras que el 23,5% aseguró estar parcialmente de acuerdo con ello. El 17,6% restante manifestó tener una posición neutral frente al tema.

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado

Vál ido	Neutral	3	17,6	17,6	17,6
	Parcialmente de acuerdo	4	23,5	23,5	41,2
	Totalmente de acuerdo	10	58,8	58,8	100,0
	Total	17	100,0	100,0	

Tabla 104 Alcanzar metas con calidad

Fuente: elaboración trabajo

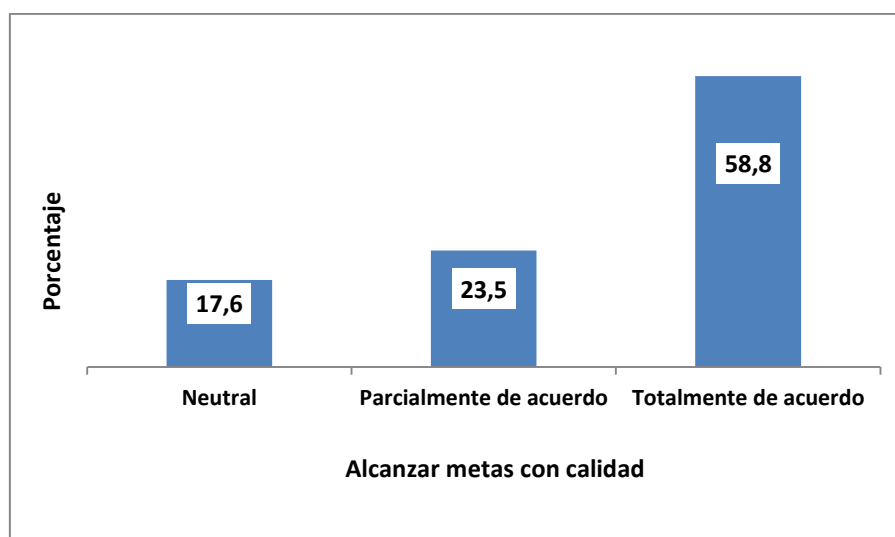


Ilustración 104 Alcanzar metas con calidad

Fuente: elaboración trabajo

16. Preocupación por búsqueda del motivo del fracaso:

El 52,9% de los encuestados señaló estar totalmente de acuerdo con la preocupación que sienten por la búsqueda del motivo del fracaso, mientras que el 29,4% aseguró estar parcialmente de acuerdo con ello. Entre tanto, el 11,8% mantuvo una posición neutral frente al tema y el 5,9% restante no respondió a esta pregunta.

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Neutral	2	11,8	12,5	12,5
	Parcialmente de acuerdo	5	29,4	31,3	43,8
	Totalmente de acuerdo	9	52,9	56,3	100,0
	Total	16	94,1	100,0	
Perdidos	Sistema	1	5,9		
Total		17	100,0		

Tabla 105 Preocupación por búsqueda del motivo del fracaso

Fuente: elaboración trabajo

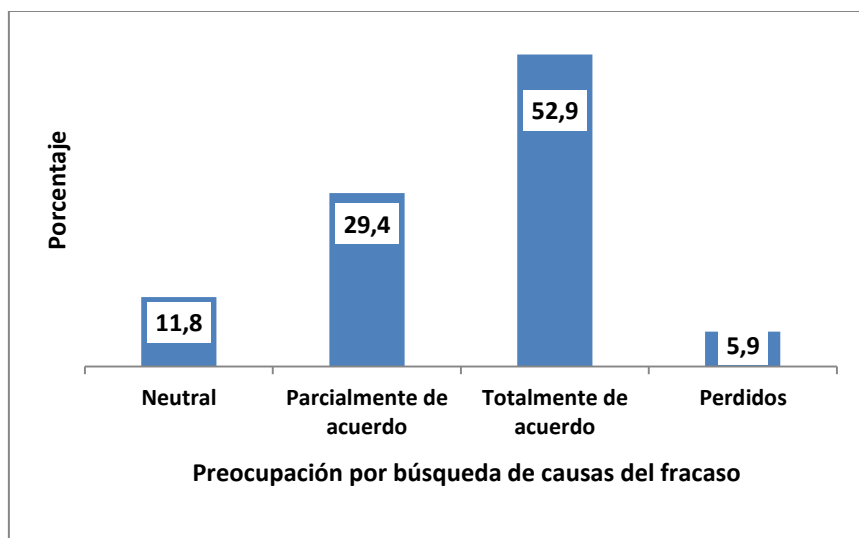


Ilustración 105 Preocupación por búsqueda del motivo del fracaso

Fuente: elaboración trabajo

17. Importancia de una gran idea para emprender:

De los encuestados que manifestaron estar totalmente de acuerdo, parcialmente de acuerdo y neutral en relación a la importancia otorgada a una gran idea para emprender un negocio, se obtuvo un porcentaje del 29,4%, respectivamente. Y sólo el 11,8% restante indicó estar parcialmente en desacuerdo con el presente enunciado.

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Vál	Parcialmente en	2	11,8	11,8	11,8

ido	desacuerdo				
	Neutral	5	29,4	29,4	41,2
	Parcialmente de acuerdo	5	29,4	29,4	70,6
	Totalmente de acuerdo	5	29,4	29,4	100,0
	Total	17	100,0	100,0	

Tabla 106 Importancia de una gran idea para emprender

Fuente: elaboración trabajo

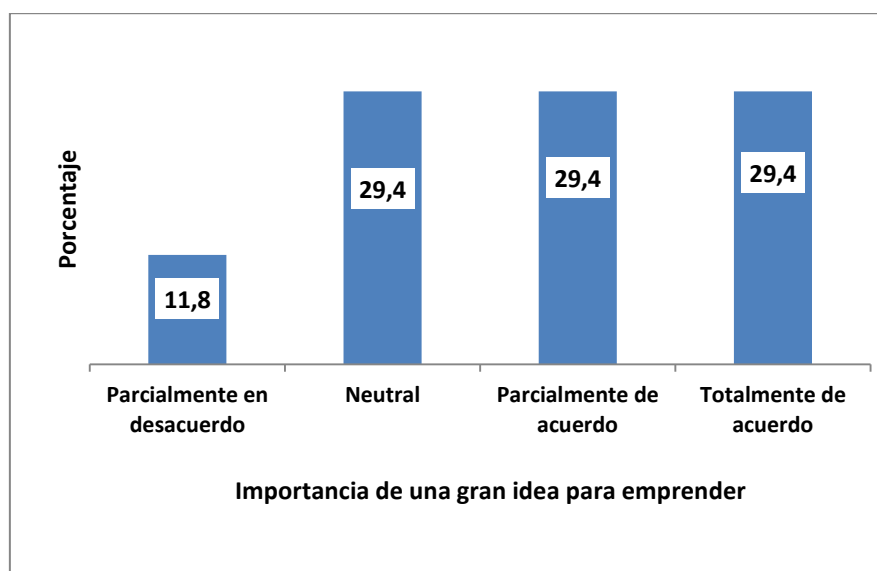


Ilustración 106 Importancia de una gran idea para emprender

Fuente: elaboración trabajo

18. Planeación y organización vitales para la buena marcha de la empresa:

El 70,6% de los encuestados asevera estar totalmente de acuerdo al considerar que a la planeación y organización como elementos vitales para buena marcha de una empresa. Entre tanto, el 23,5% asegura estar parcialmente de acuerdo con ello, y el 5.9% restante indica estar en una posición neutral.

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Neutral	1	5,9	5,9	5,9
	Parcialmente de acuerdo	4	23,5	23,5	29,4
	Totalmente de acuerdo	12	70,6	70,6	100,0
	Total	17	100,0	100,0	

Tabla 107 Planeación y organización vitales para la buena marcha de la empresa

Fuente: elaboración trabajo

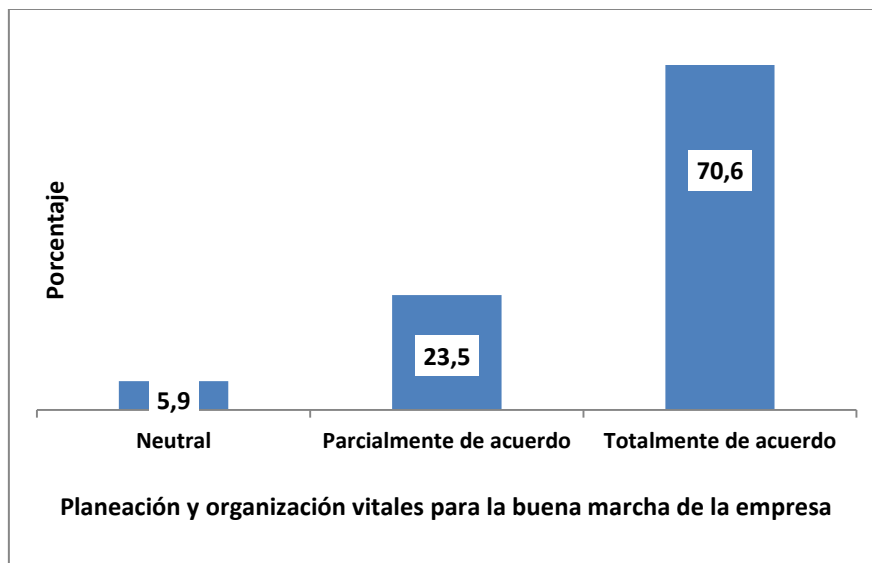


Ilustración 107 Planeación y organización vitales para la buena marcha de la empresa

Fuente: elaboración trabajo

19. Ejercer control sobre actividades de la empresa:

El 76,5% de los encuestados afirma estar totalmente de acuerdo con ejercer control sobre las actividades de la empresa, mientras que el 17,6% señala estar parcialmente de acuerdo con ello. Por último, sólo el 5,9% restante mantiene una posición neutral frente al tema.

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado

Vál ido	Neutral	1	5,9	5,9	5,9
	Parcialmente de acuerdo	3	17,6	17,6	23,5
	Totalmente de acuerdo	13	76,5	76,5	100,0
	Total	17	100,0	100,0	

Tabla 108 Ejercer control sobre actividades de la empresa

Fuente: elaborar trabajo

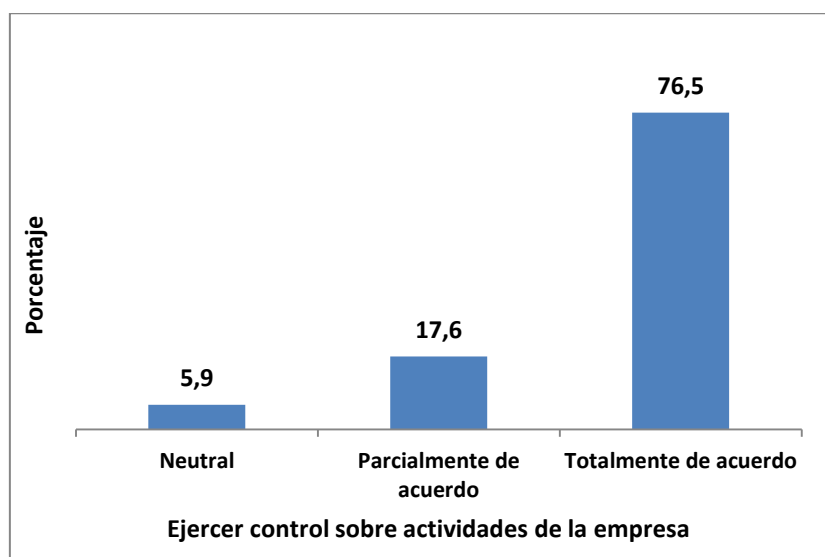


Ilustración 108 Ejercer control sobre actividades de la empresa

Fuente: elaborar trabajo

20. Capacidades administrativas para lograr el éxito:

El 64,7% de los encuestados manifiesta estar totalmente de acuerdo con que se requieren de capacidades administrativas para lograr el éxito en un negocio, mientras que el 23,5% afirma estar parcialmente de acuerdo con ello. Por último, el 11,8% mantiene una posición de neutralidad ante el tema.

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Neutral	2	11,8	11,8	11,8
	Parcialmente de acuerdo	4	23,5	23,5	35,3
	Totalmente de acuerdo	11	64,7	64,7	100,0
	Total	17	100,0	100,0	

Tabla 109 Capacidades administrativas para lograr el éxito

Fuente: elaboración trabajo

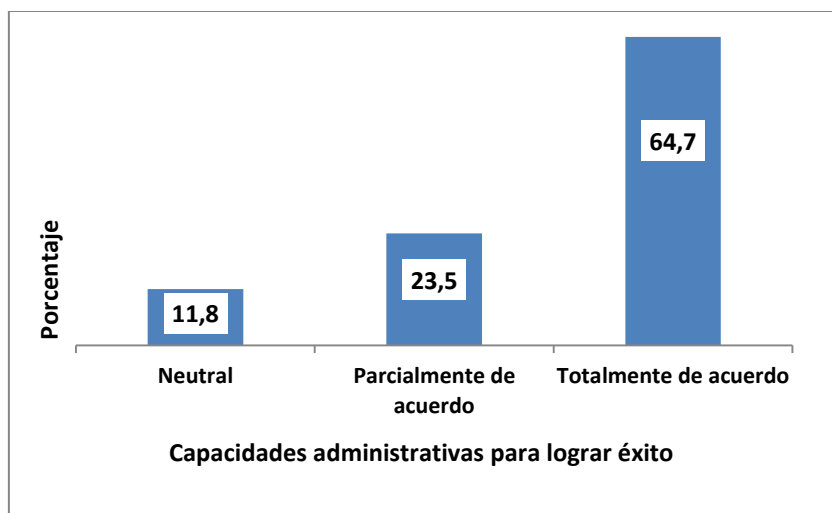


Ilustración 109 Capacidades administrativas para lograr el éxito

Fuente: elaboración trabajo

VIII. CARACTERÍSTICAS DE UN EMPRENDEDOR:

1. Nivel de importancia - características de un empresario exitoso :

1.1. Perfil psicológico:

El 29,4% de los encuestados afirma que el componente denominado “perfil psicológico” es no prioritario para ser un empresario exitoso, y ese mismo porcentaje señala que este componente es parcialmente poco prioritario.

El 23,5% de los encuestados manifiesta que el perfil psicológico es poco prioritario, mientras que el 11,8% lo observa como muy prioritario. Por último, el 5,9% lo señala como parcialmente prioritario.

	Frecu	Porce	Porcenta	Porcenta

		encia	ntaje	je válido	je acumulado
Vál ido	Muy prioritario	2	11,8	11,8	11,8
	Parcialmente prioritario	1	5,9	5,9	17,6
	Parcialmente poco prioritario	5	29,4	29,4	47,1
	Poco prioritario	4	23,5	23,5	70,6
	No prioritario	5	29,4	29,4	100,0
	Total	17	100,0	100,0	

Tabla 110 Perfil psicológico

Fuente: elaboración trabajo

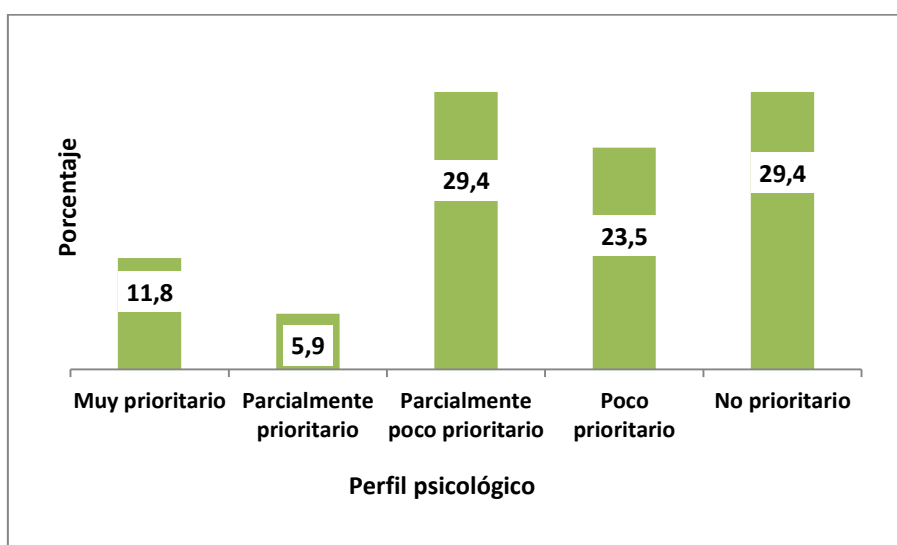


Ilustración 110 Perfil psicológico

Fuente: elaboración trabajo

1.2. Motivación:

El 76,5% de los encuestados señala que la motivación es un elemento totalmente prioritario para ser un empresario exitoso, mientras que el 11,8% afirma que es parcialmente prioritario.

Entre tanto, el 5,9% señala la motivación como un componente poco prioritario. En contraste, ese mismo porcentaje lo observa como muy prioritario.

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Totalmente prioritario	13	76,5	76,5	76,5
	Muy prioritario	1	5,9	5,9	82,4
	Parcialmente prioritario	2	11,8	11,8	94,1
	Poco prioritario	1	5,9	5,9	100,0
	Total	17	100,0	100,0	

Tabla 111 Motivación

Fuente: elaboración trabajo

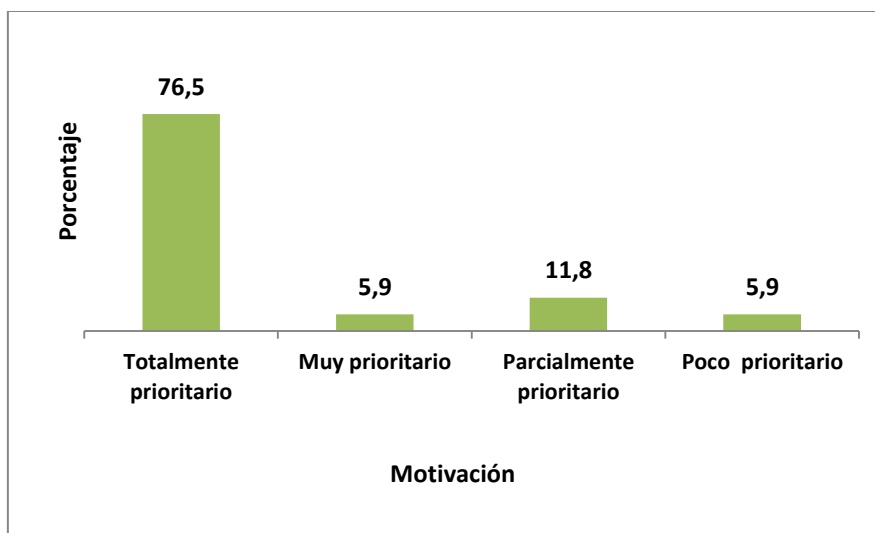


Ilustración 111 Motivación

Fuente: elaboración trabajo

1.3. Innovación y creatividad:

El 35,3% de los encuestados manifiesta que el componente denominado “innovación y creatividad” es totalmente prioritario para ser un empresario exitoso, y ese mismo porcentaje lo señala como muy prioritario.

Sólo el 5,9% califica a la innovación y creatividad como elementos parcialmente prioritarios para ser un empresario de éxito. Entre tanto, el 11,8% afirma que el componente es parcialmente poco prioritario, mientras que para ese mismo porcentaje el componente es indiferente.

	Frecu	Porce	Porcenta	Porcenta

		encia	ntaje	je válido	je acumulado
Vá lido	Totalmente prioritario	6	35,3	35,3	35,3
	Muy prioritario	6	35,3	35,3	70,6
	Parcialmente prioritario	1	5,9	5,9	76,5
	Indiferente	2	11,8	11,8	88,2
	Parcialmente poco prioritario	2	11,8	11,8	100,0
	Total	17	100,0	100,0	

Tabla 112 Innovación y creatividad

Fuente: elaboración trabajo

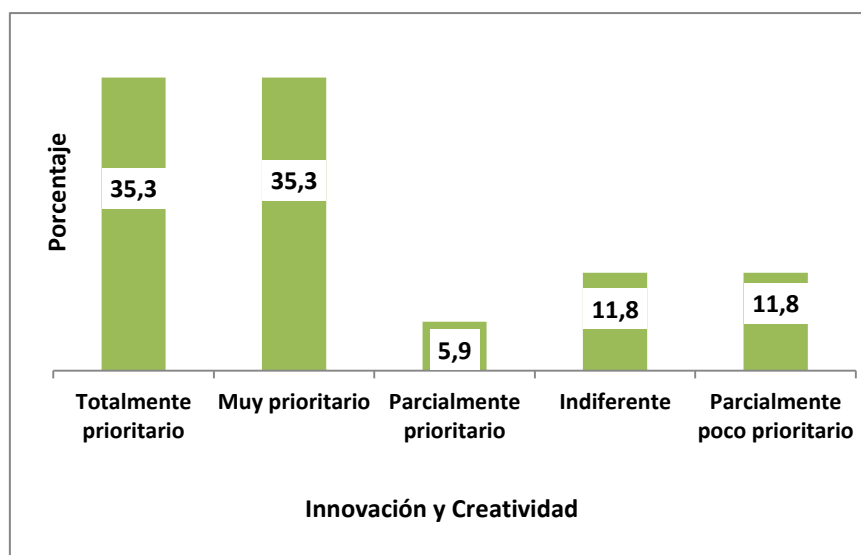


Ilustración 112 Innovación y creatividad

Fuente: elaboración trabajo

1.4. Energía e iniciativa personal:

De los encuestados, aquellos que calificaron al componente “energía e iniciativa personal” como elementos totalmente prioritarios, muy prioritarios y parcialmente prioritarios para ser un empresario exitoso, lo hicieron con un porcentaje del 23,5% respectivamente para cada caso.

Entre tanto, para el 17,6% de los encuestados dichos componentes les es indiferente, mientras que para el 11,8% es calificado como no prioritario.

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Totalmente prioritario	4	23,5	23,5	23,5
	Muy prioritario	4	23,5	23,5	47,1
	Parcialmente prioritario	4	23,5	23,5	70,6
	Indiferente	3	17,6	17,6	88,2
	No prioritario	2	11,8	11,8	100,0
	Total	17	100,0	100,0	

Tabla 113 Energía e iniciativa personal

Fuente: elaboración trabajo

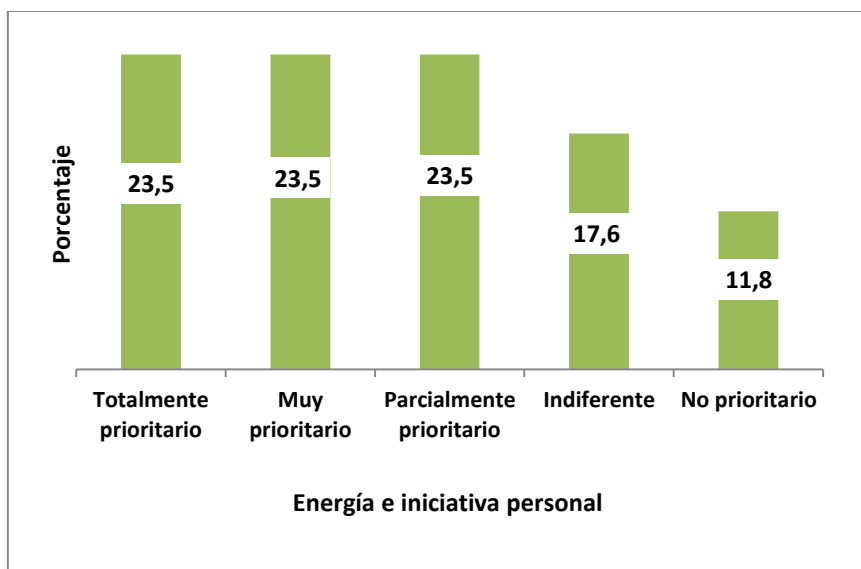


Ilustración 113 Energía e iniciativa personal

Fuente: elaboración trabajo

1.5. Capacidad de análisis:

De los encuestados, al 41,2% le es indiferente la capacidad de análisis como elemento indispensable para ser un empresario exitoso.

Entre tanto, para el 17,6% es totalmente prioritario dicho componente, mientras que para ese mismo porcentaje es parcialmente prioritario.

Finalmente, entre los encuestados que calificaron a la capacidad de análisis como un elemento muy prioritario, parcialmente poco prioritario y no prioritario, lo hicieron con un porcentaje del 5,9% respectivamente.

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado

Válido	Totalmente prioritario	3	17,6	17,6	17,6
	Muy prioritario	1	5,9	5,9	23,5
	Parcialmente prioritario	3	17,6	17,6	41,2
	Indiferente	7	41,2	41,2	82,4
	Parcialmente poco prioritario	1	5,9	5,9	88,2
	Poco prioritario	1	5,9	5,9	94,1
	No prioritario	1	5,9	5,9	100,0
	Total	17	100,0	100,0	

Tabla 114 Capacidad de análisis

Fuente: elaboración trabajo

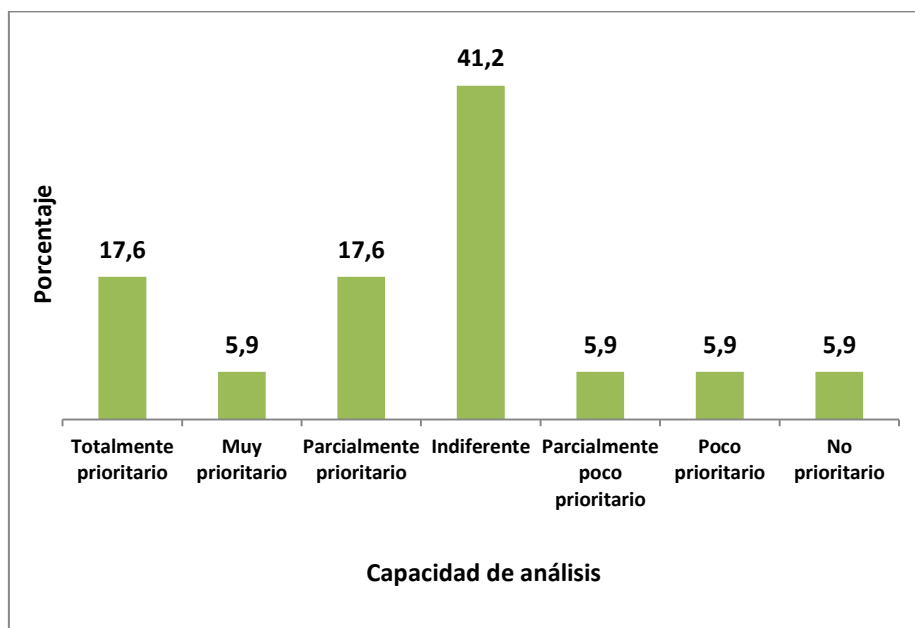


Ilustración 114 Capacidad de análisis

Fuente: elaboración trabajo

1.6. Capacidad de influencia:

El 41,2% de los encuestados calificó a la capacidad de influencia como no prioritaria a la hora de ser un empresario exitoso, mientras que el 23,5% lo estimó como parcialmente prioritario. Entre tanto, el 17,6% calificó al componente como poco prioritario y el 11,8% como totalmente prioritario. Por último, sólo el 5,9% lo señaló como parcialmente prioritario.

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Totalmente prioritario	2	11,8	11,8	11,8
	Parcialmente prioritario	1	5,9	5,9	17,6
	Parcialmente poco prioritario	4	23,5	23,5	41,2
	Poco prioritario	3	17,6	17,6	58,8
	No prioritario	7	41,2	41,2	100,0
	Total	17	100,0	100,0	

Tabla 115 Capacidad de influencia

Fuente: elaboración trabajo

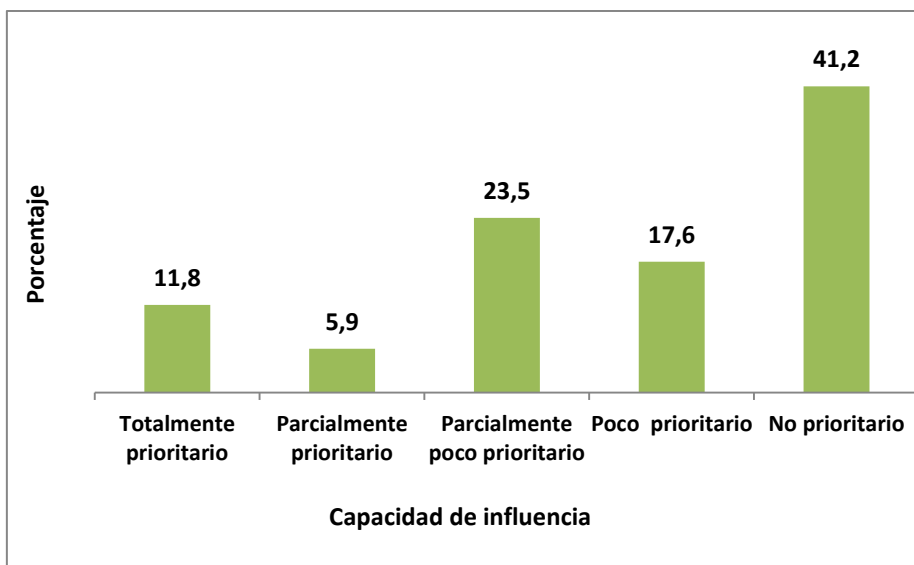


Ilustración 115 Capacidad de influencia

Fuente: elaboración trabajo

1.7. Propensión al riesgo:

El 47,1% de los encuestados estima que la propensión al riesgo es un elemento no prioritario para ser un empresario de éxito y el 23,5% manifiesta que para ellos es poco prioritario. Entre tanto, para el 11,8% de los encuestados la propensión al riesgo les parece un componente que es indiferente, mientras que el 5,9% opina que es parcialmente prioritario. Finalmente, de los encuestados que consideran al componente como totalmente prioritario y parcialmente prioritario, lo hacen con un porcentaje del 5,9% respectivamente.

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Totalmente prioritario	1	5,9	5,9	5,9
	Parcialmente prioritario	1	5,9	5,9	11,8
	Indiferente	2	11,8	11,8	23,5
	Parcialmente poco prioritario	1	5,9	5,9	29,4
	Poco prioritario	4	23,5	23,5	52,9
	No prioritario	8	47,1	47,1	100,0
	Total	17	100,0	100,0	

Tabla 116 Propensión al riesgo

Fuente: elaboración trabajo

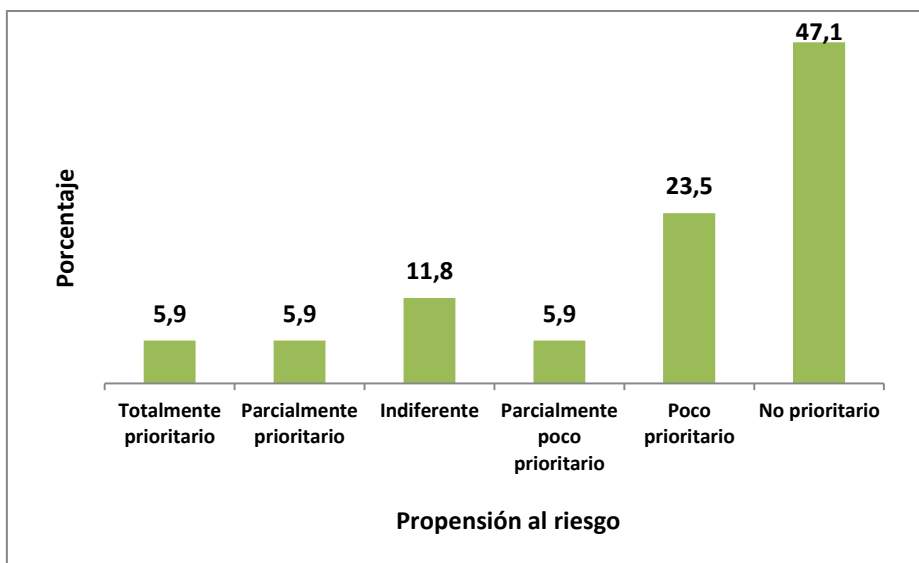


Ilustración 116 Propensión al riesgo

Fuente: elaboración trabajo

2. Se considera un emprendedor:

De los datos válidos, todos respondieron afirmativamente a esta pregunta. De modo que, el 58,8% de los encuestados manifiesta que si se considera un emprendedor, mientras que el 41,2% restante no respondieron a esta pregunta.

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Si	10	58,8	100,0	100,0
Perdidos	Sistema	7	41,2		
Total		17	100,0		

Tabla 117 Se considera un emprendedor

Fuente: elaboración trabajo

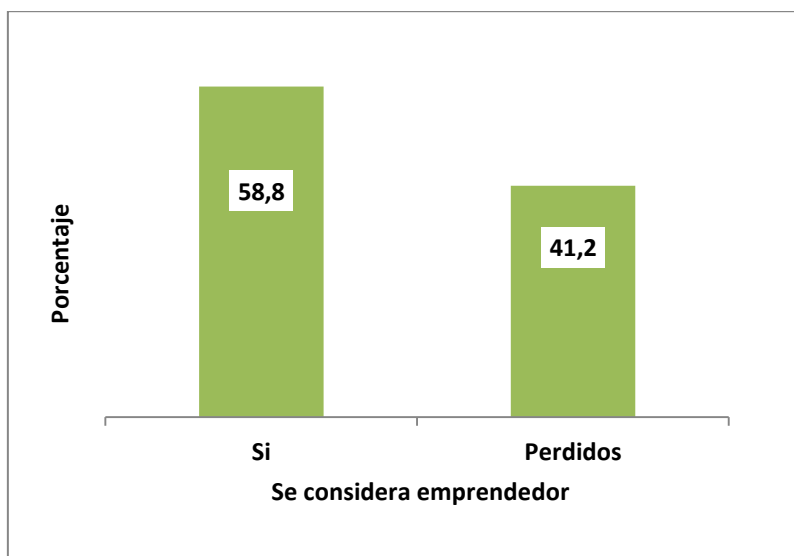


Ilustración 117 Se considera un emprendedor

Fuente: elaboración trabajo

3. Elementos necesarios para ser un emprendedor:

El 52,9% de los datos son perdidos, es decir, que no respondieron a esta pregunta, mientras que el 47,1% de los datos son válidos.

De los encuestados que resaltaron los elementos necesarios para ser un emprendedor, se tiene que sus respuestas fueron: Gestión; Ganas e Iniciativa; Motivación; Gestión y Dirección; Positivismo; Constancia y Responsabilidad; Empatía; y Motivación e Iniciativa. Todas las respuestas anteriores arrojaron un 5,9% para cada elemento señalado respectivamente.

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Gestión	1	5,9	12,5	12,5
	Ganas e Iniciativa	1	5,9	12,5	25,0
	Motivación	1	5,9	12,5	37,5
	Gestión y Dirección	1	5,9	12,5	50,0
	Positivismo	1	5,9	12,5	62,5
	Constancia y Responsabilidad	1	5,9	12,5	75,0
	Empatía	1	5,9	12,5	87,5
	Motivación e Iniciativa	1	5,9	12,5	100,0
	Total	8	47,1	100,0	
Perdidos	Sistema	9	52,9		
Total		17	100,0		

Tabla 118 Elementos necesarios para ser un emprendedor

Fuente: elaboración trabajo

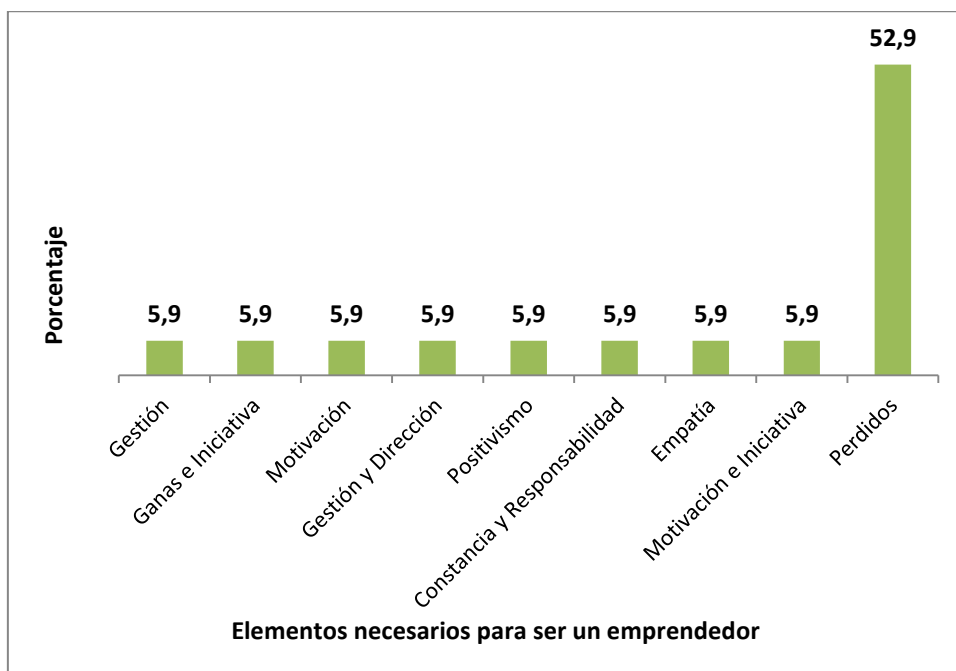


Ilustración 118 Elementos necesarios para ser un emprendedor

Fuente: elaboración trabajo

4. CONCLUSIONES

En la investigación que se realizó sobre factores determinantes de la actividad emprendedora se puede concluir que al aplicar el instrumento o la encuesta nos dimos cuenta que las empresas de la ciudad de Popayán en su gran mayoría son familiares y en su totalidad llevan una antigüedad de más de 25 años operando en el mercado, también se pudo concluir que estas empresas ofrecen más que todo un servicio en su conjunto. Se pudo evidenciar en la ciudad de Popayán que las empresas industriales son muy pocas, en Popayán no se ve industria lo cual hace que afecte el desarrollo de la región ya que Popayán y el Cauca son unos de los departamentos con la mayor tasa de desempleo en Colombia, aunque se dice que en la ciudad hubo industria pero no duró mucho tiempo ya que estas se desplazaron hacia el valle donde encontraron mejores oportunidades de prosperar y de verse con un gran futuro por delante.

También se puede concluir y evidenciar por medio de la encuesta que en las empresas familiares de la ciudad de Popayán no hay exportaciones no se mira el comercio de productos y servicios hacia otros países son muy pocas las que se dedican a exportar, esto es un aspecto a tener en cuenta del por qué no hay progreso y madurez de estas empresas, del por qué desaparecen tan rápido del mercado o de pronto puede ser que no aprovechan las nuevas oportunidades que les brinda el mercado.

Otro de los aspectos que se pudo evidenciar en la aplicación del cuestionario fue que la mayoría de las empresas familiares en la ciudad de Popayán requieren de personal con estudios superiores con formación profesional son muy pocos los que tienen educación básica, este es un aspecto favorable para la empresa y por ende para la ciudad ya que entre más capacitado este el empleado más va a generar valor agregado para está aportando todos sus conocimientos y mejorando cada día más en su trabajo y aportando nuevas ideas para que las empresas salgan adelante y no desaparezcan.

Se puede concluir también que para ser un empresario de éxito se debe tener en cuenta varios aspectos como los más prioritarios la motivación, la innovación y creatividad y la energía e iniciativa personal según lo que evidencia la encuesta la mayoría de los empresarios de la ciudad

de Popayán aplican esto en sus empresas para que estas funcionen bien mejorando cada día más y siendo exitosos.

En cuanto a las entrevistas y el cuestionario se pudo concluir que son de gran importancia para la investigación ya que con ellos se logró recoger información precisa sobre los perfiles empresariales de estas empresas familiares generando con ello que el futuro emprendedor podrá comparar su perfil personal respecto a un perfil de emprendedor de éxito.

4.1 Recomendaciones

Una de las cosas que se tendría que mejorar en la investigación es el instrumento o encuesta, ya que diseñándola salió muy extensa y el método que se utilizó para responder cada pregunta no fue fácil de entender por algunos encuestados.

Otra recomendación sería que la universidad regale un reconocimiento o les compartan los resultados obtenidos a las empresas que nos colaboraron con la recopilación de la información para la investigación objeto de estudio.

Bibliografía

- Camara de Comercio de Huila. (s.f.). *www.cchuila.org*. Obtenido de *www.cchuila.org*.
- Camara de Comercio de Pasto. (s.f.). *www.ccpasto.org.co*. Obtenido de *www.ccpasto.org.co*.
- Camara de Comercio del Cauca. (s.f.). *www.cccauca.org.co*. Obtenido de *www.cccauca.org.co*.
- Centro de Estudios de Empresas e Innovación de Navarra. (s.f.). *Emprender: que capacidades se requieren. Novactiva, 2*. Obtenido de [http://www.iespugaramon.com/ies-puga-ramon/resources/emprender__qu__capacidades_se_requieren__1___idgoogle__0b21w8a_tkoyq5uddhrl9ic0jnree1446035679176.pdf;jsessionid=102FC501809081F55472D06B23666647](http://www.iespugaramon.com/ies-pugaramon/resources/emprender__qu__capacidades_se_requieren__1___idgoogle__0b21w8a_tkoyq5uddhrl9ic0jnree1446035679176.pdf;jsessionid=102FC501809081F55472D06B23666647)
- Deusto, P. (2009). *Emprendimiento hacia el 2020: una renovada perspectiva global del arte de crear empresas*. España.
- Filion. (2007).
- Méndez. (2007).
- Pereira Laverde, F. (2003). *Reflexión sobre algunas características del espíritu emprendedor colombiano*. cali. Obtenido de http://revistaeconomia.puj.edu.co/html/articulos/Numero_1/art1.pdf
- Robertson. (2012).
- Saporosi. (1991).
- Tarapuez. (2008).
- Von Mises. (1949).

Anexos

Anexo N° 1: Instrumento o encuesta a aplicar.

Anexo N°2: Entrevistas.