



Global University Entrepreneurial Spirit Students' Survey

A collage of six photographs showing students engaged in various entrepreneurial activities: a student working at a desk, a student in a white apron in a kitchen, a student at a laptop, a student holding a cardboard box, a group of students in green shirts, a student at a sewing machine, and a student in a dental clinic.

INFORME NACIONAL
GUESSSS BOLIVIA
2021

EL ESPÍRITU EMPRENDEDOR DE LOS UNIVERSITARIOS

RAFAEL M. VELÁSQUEZ RAMÍREZ

CO AUTORES:

JHONNY DAVID ATILA LIJERON

MARIANA SANTA CRUZ TERRAZAS

LUZ MARIELA DE LOS RÍOS CABRERA

Con la colaboración de:



RAFAEL MARCELINO VELÁSQUEZ RAMIREZ

INFORME NACIONAL
GUESS BOLIVIA
2021

**EL ESPÍRITU EMPRENDEDOR
DE LOS UNIVERSITARIOS**

Con la colaboración de:



CITATION/CITACION: Por favor, cite esta publicación como:
Velasquez, R; Atila, J; Santa Cruz, M; Ríos, L. Informe GUESSS Bolivia (2021),
El espíritu emprendedor de los universitarios. Santa Cruz, Bolivia.
ORCID ID: 0000-0001-6929-9635

Autor y Coordinador GUESSS Bolivia:

Rafael Marcelino Velásquez Ramírez Mag. - Universidad Núr

Co autores:

Jhonny David Atila Lijeron, Mag.- Universidad Autónoma Gabriel René Moreno

Mariana Santa Cruz Terrazas, PhD.- Universidad Católica Boliviana San Pablo

Luz Mariela de los Ríos Cabrera, Mag.- Universidad Privada de Santa Cruz de la Sierra

Primera Edición: 2022

©2022 Editorial Núr

Depósito Legal: 8-1-4264-2022

ISBN: 978-99974-394-7-5

Impresión: Industrias Gráficas Sirena

La editorial ha hecho lo posible por conseguir los permisos correspondientes para las obras con copyright que aparecen citadas en el presente texto. Cualquier error u omisión será rectificado en futuras ediciones a medida que la información esté disponible.

Queda rigurosamente prohibida, bajo las sanciones establecidas por ley, la reproducción total o parcial de esta obra por cualquier medio o procedimiento, salvo autorización escrita de los titulares del copyright.

Impreso en Bolivia - Printed in Bolivia

Prefacio

El estudio Global sobre Espíritu Emprendedor Universitario, llamado GUESSS 2021 por su sigla en inglés (Global University Entrepreneurial Spirit Students' Survey), se realizó en un contexto de pandemia mundial causada por la enfermedad del coronavirus, denominado también covid-19.

“En Bolivia esta enfermedad genero una crisis socio económica que tuvo como efecto una tasa de desempleo que alcanzo el 7,8% el año 2021”, (Morales, 2022), en respuesta a esta coyuntura, muchos emprendedores y emprendedoras han creado empresas innovadoras y creativas.

Por primera vez, Bolivia participa en esta investigación global, bajo el liderazgo de las universidades suizas de St. Gallen y de Bern. Para la versión 2021, Bolivia participo, gracias a una alianza con cuatro universidades, con alcance regional y nacional, logrando obtener más de 2.133 encuestas. El estudio GUESSS Bolivia es el resultado de la coordinación de un equipo de investigadores pertenecientes a la Universidad Núr, la Universidad Autónoma Gabriel René Moreno, Universidad Católica Boliviana San Pablo y la Universidad Privada de Santa Cruz de la Sierra.

El equipo fue conformado de la siguiente manera:

| RAZÓN SOCIAL | PROFESOR(A) |
|--|--|
| Universidad Núr | Rafael Marcelino Velásquez Ramírez Mag. |
| Universidad Autónoma Gabriel René Moreno | Jhonny David Atila Lijeron, Mag. |
| UCB - Universidad Católica Boliviana San Pablo | Mariana Santa Cruz Terrazas, PhD. |
| UPSA - Universidad Privada de Santa Cruz de la Sierra | Luz Mariela de los Ríos Cabrera, Mag. |

Agradecemos el apoyo de las autoridades universitarias, para que los estudiantes participen en la encuesta, especial agradecimiento a las y los estudiantes que aplicaron la encuesta. También agradecer al equipo central de GUESSS en Suiza, por el acompañamiento para la realización de esta investigación.

Siglas y acrónimos

| | |
|----------------------|---|
| COVID-19 | Enfermedad del coronavirus |
| Excel | Hoja electrónica de MS Office |
| EY | Ernest & Young |
| GEM | Global Entrepreneurship Monitor |
| GUESSSS ¹ | Encuesta Global sobre el Espíritu Emprendedor de Estudiantes Universitarios |
| IPBI | Impuesto a la propiedad de bienes inmuebles |
| IPVA | Impuesto a la propiedad de vehículos automotores |
| IT | Impuesto a las transacciones |
| IUE | Impuesto a las Utilidades de las Empresas |
| IVA | Impuesto al valor agregado |
| MyPE | Micro y Pequeñas Empresas |
| ONG | Organización no gubernamental |
| Qualtrix | Software para encuestas, investigaciones, otras. |
| RAE | Real Academia Española |
| SPSS ² | Paquete estadístico para las ciencias sociales |
| TCP | Teoría del comportamiento planificado |
| TEA | Total early-stage Entrepreneurial Activity |
| TIC | Tecnologías de información y comunicación |
| TPB ³ | Teoría del Comportamiento Planificado |
| U Núr | Universidad Núr |
| UAGRM | Universidad Autónoma Gabriel René Moreno |
| UCB | Universidad Católica Boliviana San Pablo |
| UPSA | Universidad Privada de Santa Cruz de la Sierra |

1 Del inglés Global University Entrepreneurial Spirit Students' Survey.

2 Del inglés Statistical Package for Social Sciences.

3 Del inglés Theory of Planned Behavior

Contenido

| | |
|--|----|
| 1. CAPÍTULO I INTRODUCCIÓN | 17 |
| 1.1. RESUMEN | 17 |
| 1.2. ABSTRACT | 18 |
| 1.3. OBJETIVOS | 20 |
| 1.4. MARCO TEÓRICO | 21 |
| 1.5. METODOLOGÍA | 26 |
| 2. CAPÍTULO II ANÁLISIS GUESSS 2021 | 29 |
| 2.1. ANÁLISIS DESCRIPTIVO DE LA MUESTRA | 29 |
| 2.2. INTENCIÓN DE ELECCIÓN DE CARRERA EMPREENDEDORA DE LOS ESTUDIANTES | 32 |
| 2.3. ACTIVIDADES EMPRESARIALES | 36 |
| 2.3.1. Emprendedores nacies y activos | 36 |
| 2.3.2. Tasa emprendedora nacies/activa | 39 |
| 2.3.3. Emprendedores activos por área de conocimiento y sector económico | 41 |
| 2.3.4. Género | 44 |
| 2.3.5. Perfil del emprendedor/ de la emprendedora | 48 |
| 2.3.6. Co-Fundadores | 50 |
| 2.3.7. El contexto universitario | 51 |
| 2.3.8. El impacto de la pandemia COVID-19 | 54 |
| 3. CAPITULO III ANÁLISIS DE VARIABLES DE LA TEORÍA DEL COMPORTAMIENTO PLANIFICADO (TCP) | 61 |
| 3.1. DETERMINANTES DE LAS INTENCIONES EMPREENDEDORAS | 61 |
| 3.1.1. Intención Emprendedora | 61 |
| 3.1.2. Intención Emprendedora, comparativo por género | 63 |
| 3.1.3. Determinantes directos de la intención emprendedora | 65 |

| | |
|---|----|
| 3.1.3.1. Actitud Emprendedora | 65 |
| 3.1.3.2. Actitud Emprendedora, comparativo por Género | 67 |
| 3.1.3.3. Control percibido (control interno)..... | 68 |
| 3.1.3.4. Control percibido, comparativo por Género | 70 |
| 3.1.3.5. Autoevaluación sobre competencias empreendedoras | 71 |
| 3.1.3.6. Autoevaluación sobre competencias empreendedoras, comparativo por género... | 73 |
| 3.1.3.7. Apoyo Social, Familiar y de los Amigos..... | 74 |
| 3.1.3.8. Apoyo Social, Familiar y de los Amigos, comparativo por género | 76 |
| 4. RECOMENDACIONES..... | 77 |
| 4.1. A LAS INSTITUCIONES, UNIVERSIDADES Y AUTORIDADES ACADÉMICAS..... | 77 |
| 4.2. A LOS ESTUDIANTES | 79 |
| 4.3. A LOS PROFESORES E INVESTIGADORES..... | 80 |
| BIBLIOGRAFÍA..... | 83 |

Índice de tablas

| | |
|---|----|
| TABLA Nº 1 EMPRENDIMIENTOS ACTIVOS POR SECTOR ECONÓMICO Y ÁREA CONOCIMIENTO | 43 |
| TABLA Nº 2 MUJERES EMPRENDEDORAS POR SECTOR ECONÓMICO Y ÁREA DE CONOCIMIENTO | 46 |
| TABLA Nº 3 AFIRMACIÓN EMPRENDEDORA..... | 62 |
| TABLA Nº 4 AFIRMACIÓN DE ACTITUD EMPRENDEDORA..... | 66 |
| TABLA Nº 5 CONTROL PERCIBIDO | 72 |
| TABLA Nº 6 APOYO AL EMPRENDEDOR..... | 74 |

Índice de figuras

| | |
|---|----|
| FIGURA Nº 1 TEORÍA DEL COMPORTAMIENTO PLANIFICADO (TCP/TPB) | 23 |
| FIGURA Nº 2 FACTORES QUE CONTRIBUYEN A LA TCP... .. | 26 |
| FIGURA Nº 3 ÁREA DE CONOCIMIENTO | 30 |
| FIGURA Nº 4 PARTICIPACIÓN POR GÉNERO..... | 30 |
| FIGURA Nº 5 PARTICIPACIÓN POR EDAD | 31 |
| FIGURA Nº 6 ESTADO CIVIL..... | 31 |
| FIGURA Nº 7 INTENCIÓN DE ELECCIÓN DE CARRERA DE LOS UNIVERSITARIOS BOLIVIANOS AL FINALIZAR LOS ESTUDIOS Y 5 AÑOS DESPUÉS | 33 |
| FIGURA Nº 8 INTENCIÓN DE ELECCIÓN DE CARRERA DE LOS UNIVERSITARIOS PAÍSES GUESSS IBEROAMÉRICA AL FINALIZAR LOS ESTUDIOS Y 5 AÑOS DESPUÉS..... | 35 |
| FIGURA Nº 9 INTENCIÓN DE ELECCIÓN DE LA CARRERA POR GRUPOS DE LOS UNIVERSITARIOS | 36 |
| FIGURA Nº 10 EMPRENDEDOR NACIENTE / ACTIVO | 37 |
| FIGURA Nº 11 EMPRENDEDOR NACIENTE GEM 2014 - NACIENTE /NUEVO/PROPIETARIO GUESSS 2021..... | 38 |
| FIGURA Nº 12 TASA EMPRENDEDORA PAÍSES GUESSS IBEROAMÉRICA..... | 39 |
| FIGURA Nº 13 TASA DE ACTIVIDAD EMPRENDEDORA.... | 40 |
| FIGURA Nº 14 ASUNCIÓN DEL RIESGO | 41 |
| FIGURA Nº 15 PREFERENCIAS DE ELECCIÓN DE CARRERA POR GÉNERO | 44 |
| FIGURA Nº 16 EMPRENDIMIENTOS ACTIVOS POR GÉNERO | 47 |
| FIGURA Nº 17 BRECHA DE GÉNERO BOLIVIA Y PAÍSES GUESSS IBEROAMÉRICA | 48 |

| | |
|---|----|
| FIGURA Nº 18 PERFIL DEL EMPRENDEDOR UNIVERSITARIO..... | 49 |
| FIGURA Nº 19 CO FUNDADORES Y EMPRENDIMIENTOS ACTIVOS..... | 50 |
| FIGURA Nº 20 EL CONTEXTO FAVORABLE DE LA UNIVERSIDAD AL EMPRENDIMIENTO..... | 52 |
| FIGURA Nº 21 OFERTA EDUCATIVA A LOS ESTUDIANTES EMPRENDEDORES | 53 |
| FIGURA Nº 22 CLIMA DE LA UNIVERSIDAD PARA EL EMPRENDIMIENTO..... | 54 |
| FIGURA Nº 23 EMPRENDEDORES NACIENTES DEBIDO A LA PANDEMIA COVID 19..... | 56 |
| FIGURA Nº 24 EMPRENDEDORES ACTIVOS DEBIDO A LA PANDEMIA COVID 19..... | 57 |
| FIGURA Nº 25 COFUNDADORES Y EMPRENDIMIENTOS ACTIVOS PAÍSES GUESSS..... | 58 |
| FIGURA Nº 26 AÑO DEL FUNDACIÓN DEL EMPRENDIMIENTO ACTIVO..... | 59 |
| FIGURA Nº 27 INTENCIÓN EMPRENDEDORA | 63 |
| FIGURA Nº 28 INTENCIÓN EMPRENDEDORA POR GÉNERO | 64 |
| FIGURA Nº 29 ACTITUD EMPRENDEDORA | 67 |
| FIGURA Nº 30 ACTITUD EMPRENDEDORA POR GÉNERO .. | 68 |
| FIGURA Nº 31 CONTROL PERCIBIDO | 70 |
| FIGURA Nº 32 CONTROL PERCIBIDO POR GÉNERO | 71 |
| FIGURA Nº 33 AUTOEVALUACIÓN CONTROL PERCIBIDO | 73 |
| FIGURA Nº. 34 AUTOEVALUACIÓN CONTROL PERCIBIDO POR GÉNERO | 74 |
| FIGURA Nº 35 APOYO FAMILIAR, SOCIAL Y DE COMPAÑEROS AL EMPRENDEDOR | 75 |
| FIGURA Nº 36 APOYO FAMILIAR, SOCIAL,Y DE COMPAÑEROS AL EMPRENDEDOR POR GÉNERO..... | 76 |

Presentación del rector de la universidad Núr Mag. William Shoaie Baker

En la Universidad NUR a lo largo de sus cuatro décadas de vida, se lograron programas académicos que contemplan elementos que no solamente son técnicos y científicos o cómo tener una gestión institucional que sea efectiva, conectar con la sociedad y tener actores y diferentes instancias, tener una red de ex estudiantes que creen que la NUR tiene programas que responden a las necesidades de hoy en día, llegar a diferentes sectores de la sociedad adultos, jóvenes, gente del sector rural, del sector urbano, llegar a ciertos sectores poblacionales que no tenían acceso a la educación superior y marcar una pauta.

Este año la universidad NUR ha cumplido 40 años y podemos afirmar que no es una universidad exclusiva; sino esencialmente inclusiva donde buscamos que todo tipo de personas tenga acceso a la educación superior; no solamente un sector de la sociedad. Por otro lado, creemos que la ciencia sola, no logra cambios significativos, la ciencia sola genera una cultura materialista. Creemos firmemente que para lograr una transformación el conocimiento científico debe estar acompañado con la orientación espiritual y moral y bajo esta armonía se logrará un desarrollo económico y social basados en principios de justicia y paz.

En este entendido es que vemos el rol del emprendedurismo como factor de cambio y transformación, en especial con los nuevos enfoques integrales de múltiple impacto.

Es así que, en esta ocasión me permito hacer la presentación del “*Informe nacional GUESSS Bolivia 2021. El espíritu emprendedor de los universitarios*”, libro que permite observar los avances y brechas con relación a las emprendedoras y los emprendedores universitarios, las empresas de estudiantes de universidades públicas y privadas de pre grado y pos grado, contribuyen a la movilidad social haciendo más equitativa nuestra sociedad, asimismo promueven nuevas unidades de negocio que aportan al desarrollo económico y social, además muchas de ellas en actual ejercicio, contribuyen al cuidado del medio ambiente. Es un gusto redactar estas líneas y motivar a que las universidades que participamos y las que se sumen en un futuro próximo, mantengamos coordinación para profundizar esta línea de investigación científica, que es una línea necesaria para el sustento familiar de los universitarios, para mayor conocimiento científico de las universidades y por supuesto, para el desarrollo socio, económico y ambiental de las diversas regiones de nuestro país.

Presentación de la Dra. María del Rocío Martínez Torres PhD.

Área de Organización de Empresas de la Universidad de Sevilla

En sus manos tiene el libro *El Espíritu Emprendedor de los Universitarios*, que recoge el Informe Nacional GUESSS Bolivia 2021, escrito por el Profesor Rafael M. Velásquez Ramírez, en coordinación con un equipo de profesores bolivianos.

Este libro es fruto del esfuerzo y tesón de su autor, quien ha sabido hacer frente a numerosas vicisitudes para conseguir que el mismo salga a la luz. Fue concebido a raíz del trabajo de investigación que está realizando para su tesis doctoral sobre el emprendimiento a nivel universitario, a través del cual trata de analizar aquellos factores que influyen en el interés del alumnado por el mismo y que promueven el desarrollo económico y el empleo.

Como dijo el físico y matemático británico William Thomson Kelvin (Lord Kelvin): *“Lo que no se define no se puede medir. Lo que no se mide, no se puede mejorar. Lo que no se mejora, se degrada siempre”*. Es por ello por lo que necesitamos trabajos como éste, que nos permitan conocer la realidad que vivimos y que nos hagan ser conscientes de nuestras fortalezas y debilidades, y nos permitan avanzar en la mejora de la sociedad y de la economía.

El Espíritu Emprendedor de los Universitarios describe, utilizando una perspectiva de género y basándose en la Teoría del Comportamiento Planificado, aquellos factores y variables personales, académicas y sociales que

influyen en el carácter emprendedor de dichos universitarios, realizando una comparativa con resultados obtenidos a nivel internacional y aventurándose a realizar recomendaciones a los distintos *stakeholders* implicados en el emprendimiento universitario, desde el alumnado al profesorado, pasando por las distintas instituciones y autoridades académicas.

Trabajos como el que se recoge en *El Espíritu Emprendedor de los Universitarios* son necesarios para el progreso. Desde aquí animo a su autor a seguir profundizando y avanzando en el mismo con el mismo ímpetu y empuje como hasta ahora.

CAPÍTULO I INTRODUCCIÓN

1.1. RESUMEN

El objetivo de este estudio es promover conocimiento acerca de la elección de una carrera profesional de los universitarios, y conocer la perspectiva personal en la creación de nuevas empresas. También se analizan las profesiones emprendedoras, contrastando con las variables propuestas por la Teoría del Comportamiento Planificado, en adelante TCP.

En el capítulo I Introducción, se examinan los objetivos, el marco teórico y la metodología, en el capítulo II se efectúa un análisis comparativo, con los resultados de los países iberoamericanos⁴ que participaron en la encuesta global sobre el espíritu emprendedor de universitarios, en adelante GUESSS (2021)⁵, en el capítulo III se realizó un análisis de variables de la TCP.

Se empleó la metodología del Instituto suizo de investigación de pequeñas empresas y del espíritu empresarial. Para la recolección de datos se recurrió a la aplicación del software Qualtrix, y para la tabulación y procesamiento de salidas de información se utilizó el IBM SPSS Statistics, versión 26, y el Excel 365.

4 Iberoamérica, es el nombre que recibe el conjunto de países americanos que formaron parte de los reinos de España y Portugal, (RAE, 2022).

5 GUESSS es la abreviatura en inglés de Global University Entrepreneurial Spirit Students' Survey, traducido al español como la Encuesta Global sobre el Espíritu Emprendedor de Estudiantes Universitarios, (GUESSS, 2022).

Algunos de los principales resultados fueron:

El 43,4% de los estudiantes tienen la intención de emprender un negocio propio al terminar la carrera, esta cifra asciende a 51,8% a los cinco años de concluida la carrera. Mientras que para los países GUESSS, la intención emprendedora al terminar la carrera es del 17,8%, y del 32,3%. a los cinco años de concluida la carrera.

La brecha de género en emprendimientos activos en Bolivia, alcanza al 57,9%, es decir por cada 10 emprendedores hombres, existe casi 11 emprendedoras mujeres.

Casi el 80% de estos empresarios activos invierten en sectores económicos como el comercio, publicidad / diseño y marketing, transporte, construcción y servicios de ingeniería, entre otros sectores.

Respecto a las inversiones de los emprendedores activos, el comercio es el sector más dinámico con el 31.7%, seguido por los siguientes sectores económicos: Publicidad / Diseño / Marketing con el 8,7%; Transporte con el 5%; y arquitectura e ingeniería, con 4.2%.

El perfil del empresario activo universitario presenta edades entre 19 a 28 años de edad, además es mujer u hombre, y está estudiando un grado universitario. Si bien existen emprendimientos en la mayoría de las disciplinas, existe un 80% de empresarios de las carreras de negocios y administración, ingeniería y arquitectura, ciencias de la salud, humanidades, economía, psicología, educación, arte, entre otros.

1.2. ABSTRACT

The objective of this study is to promote knowledge about the choice of a professional career for university stu-

dents and to know their perspectives on the creation of new companies. Entrepreneurial professions are also analyzed, contrasting with the variables proposed by the Theory of Planned Behavior, hereinafter TCP.

In chapter I Introduction, the objectives, the theoretical framework, and the methodology are examined, in chapter II a comparative analysis is carried out, with the results of the Ibero-American countries that participated in the global survey on the entrepreneurial spirit of university students, hereinafter GUESSS (2021), in chapter III, an analysis of the variables of the TCP was carried out.

The Swiss Institute for Small Business and Entrepreneurship Research methodology was used. For data collection, the Qualtrix software application was used, and for the tabulation and processing of information outputs, IBM SPSS Statistics, version 26, and Excel 365 were used.

Some of the main results were:

43.4% of the students intend to start their own business upon completion of the degree, and this figure rises to 51.8% five years after completing the degree. While for the GUESSS countries, the entrepreneurial intention at the end of the degree is 17.8% and 32.3%. five years after graduation.

The gender gap in active enterprises in Bolivia reaches 57.9%, that is, for every 10 male entrepreneurs, there are almost 11 female entrepreneurs. Nearly 80% of these active entrepreneurs invest in economic sectors such as commerce, advertising/design and marketing, transportation, construction, and engineering services, among other sectors.

Regarding the investments of active entrepreneurs, commerce is the most dynamic sector with 31.7%, followed by the following economic sectors: Advertising / Design / Marketing with 8.7%; Transport with 5%; and architecture and engineering, with 4.2%.

The profile of the active university entrepreneur is between 19 and 28 years old, is also a woman or a man, and is studying for a university degree. Although there are enterprises in most disciplines, 80% of entrepreneurs in business and administration, engineering and architecture, health sciences, humanities, economics, psychology, education, and art, among others.

1.3. OBJETIVOS

La investigación GUESSS 2021, marca un hito en el conocimiento acerca del emprendimiento de universitarios en Bolivia, país iberoamericano, que por primera vez participa en la encuesta global sobre el espíritu emprendedor de universitarios.

El objetivo principal de la investigación es generar conocimientos acerca de la elección de una carrera profesional de los universitarios y la creación de nuevas empresas.

Otro aspecto es la selección de los emprendimientos por sector económico, y la semblanza del sector profesional a la que pertenecen los emprendedores. Luego, se ajusta la perspectiva, para examinar algunas de esas características.

También se estudian el emprendimiento naciente y el emprendimiento activo, en perspectiva comparativa con países iberoamericanos que participan en GUESSS 2021.

Además, se examinan las variables personales, académicas y sociales que intervienen en la creación de una empresa. Comparando los resultados obtenidos a nivel internacional.

Asimismo, se analizan los componentes definidos en la Teoría del Comportamiento Planificado, intentando examinar las variables de influencia en diferentes niveles. Factores como las preferencias, los sociales, la identidad (individual), los antecedentes de conformación de empresas, los familiares (nivel familiar), el espíritu empresarial, la educación, el clima empresarial y el aprendizaje (nivel universitario), cultura e instituciones (nivel contextual).

Se realizará un análisis sobre los efectos y posibles impactos de la pandemia COVID-19 en los emprendimientos.

Desde otra perspectiva, se compara el comportamiento empresarial con enfoque de género, priorizando los aspectos convergentes y divergentes entre mujeres y hombres. A partir de estos resultados, será viable proponer algunas recomendaciones para cerrar la brecha de género, con la idea de profundizar los avances de igualdad de género.

Por último, este informe facilitará recomendaciones generales que promuevan alternativas de solución a las problemáticas que impiden el progreso de los emprendimientos de universitarios.

1.4. MARCO TEÓRICO

La investigación GUESSS (versión 2021), utilizo como marco teórico la Teoría del Comportamiento Planificado.

Icek Ajzen⁶ es profesor de la universidad de Massachusetts Amherstes, es el autor de la Teoría del Comportamiento Planificado (TCP) originalmente en inglés Theory of Planned Behavior (TPB)..

Según Ajzen, (2005), esta teoría plantea que una persona puede decidir a voluntad, realizar o no realizar una determinada conducta. Aunque algunos comportamientos pueden, cumplir con este requisito bastante bien, el desempeño de la mayoría depende, de factores no motivacionales como la disponibilidad de oportunidades y recursos necesarios (por ejemplo, tiempo, dinero, habilidades, cooperación de otros; ver Ajzen, 1985). Colectivamente, estos factores representan control real de las personas sobre el comportamiento. En la medida en que una persona tenga las oportunidades y los recursos necesarios, y tenga la intención de realizar el comportamiento, él o ella debía tener éxito en hacerlo.

Por otra parte, Arnoletto (2022), cita a (Hull, 1943), que el nivel de aspiración, “Field Theory” (Lewin, 1890-1947), la idea de que el logro conductual depende conjuntamente de la motivación (intención) y la capacidad (control conductual) no es de ninguna manera nueva. Constituye la base para teorizar sobre temas tan diversos como el aprendizaje animal.

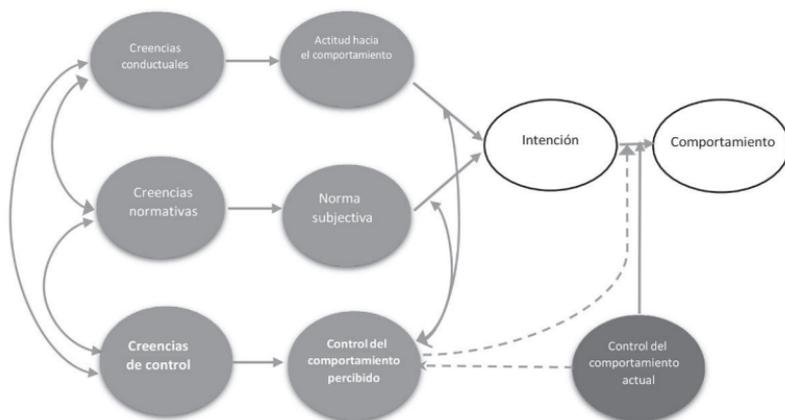
“La teoría del comportamiento planificado es una extensión de la teoría de la acción razonada”, (Ajzen & Fishbein, 1980; Fishbein & Ajzen, 1975), teoría actualizada por las limitaciones del modelo original para tratar comportamientos sobre los cuales las personas tienen un locus

⁶ Icek Ajzen obtuvo en 1969 el PhD. en Psicología Social, en la Universidad de Illinois Urbana-Champaign; en 1967 M.A. en Psicología, Universidad de Illinois Urbana-Champaign; en 1967 B.A. como Psicólogo, Sociólogo, en la Universidad Hebrea de Jerusalén, Israel. (people.umass.edu/ajzen/)

de control incompleto. Rotter (1966) “propuso el locus de control como un rasgo de personalidad en la Teoría del Aprendizaje Social, esta percepción afecta al punto de vista de un individuo y a la manera que éste tiene de interactuar con el entorno”, citado en (Psicologiyamente, 2022).

La Figura N° 1 representa la teoría en forma de un diagrama estructural, al igual que en la teoría original de la acción razonada, un factor central en la teoría del comportamiento planificado es la intención del individuo de realizar un comportamiento dado. Se supone que las intenciones capturan los factores motivacionales que influyen en un comportamiento; son indicaciones de lo duro que las personas están dispuestas a intentarlo, de cuánto esfuerzo planean ejercer, para realizar el comportamiento.

FIGURA N° 1 TEORÍA DEL COMPORTAMIENTO PLANIFICADO (TCP/TPB)



Fuente: Ajzen, 2019.

Según la teoría del comportamiento planificado, las intenciones y los comportamientos se construyen a partir de

tres determinantes básicas, uno de naturaleza personal, otro que refleja la influencia social, y el último que lo relaciona al autocontrol.

De acuerdo con Ajzen (2005), hay tres tipos de creencias relacionadas con los constructos de la teoría que el desarrollo, que son:

- 1.4.1. Actitud: La valoración personal que hace un individuo de una conducta, si la valoración es positiva, la intención es mayor. Incluye aspectos como las creencias de comportamiento, opinión que tienen sobre las probables consecuencias u otros atributos del comportamiento.

Según Ajzen, aunque una persona puede tener muchas convicciones conductuales con respecto a cualquier comportamiento, solo un número pequeño es accesible en un momento dado. Se presume que estas creencias accesibles, en combinación con los valores subjetivos de los resultados y experiencias esperados, determinan la actitud preponderante hacia el comportamiento.

- 1.4.2. Norma Subjetiva: Creencias normativas, están relacionadas con los aspectos de otras personas, es decir, de lo que los grupos sociales a los que pertenece el universitario, esperan de él. (Teoría del comportamiento planificado), mientras que esta convicción, es la probabilidad subjetiva de que un referente determinado fomente la ejecución de la conducta (creencia normativa preceptiva) o es

probable que realice la conducta por sí mismo (creencia normativa descriptiva).

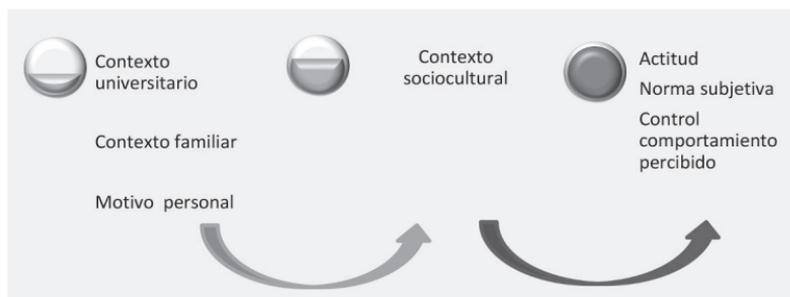
- 1.4.3. Control del Comportamiento Percibido: Creencias de control, tienen que ver con la presencia de factores que pueden dificultar el desempeño del comportamiento. Esta última es la variable innovadora que incorpora la TCP, frente a la teoría de la acción razonada. Por otra parte, las creencias de control tienen que ver con la presencia percibida de factores que pueden facilitar o impedir la realización de una conducta. Se supone que estas presunciones, en combinación con el poder percibido de cada factor de control, determinan el control conductual percibido predominante.

En la figura No. 1, Ajzen actualizó el modelo de la TCP, incorporando el control comportamiento actual, argumentando que el desempeño exitoso de un comportamiento depende no solo de una intención favorable, sino también de un nivel suficiente de control del comportamiento. El control conductual real se refiere a la medida en que una persona tiene las habilidades, los recursos y otros requisitos previos necesarios para realizar el comportamiento en cuestión. En muchas situaciones, puede ser difícil o imposible determinar el nivel de control real de una persona. Sin embargo, en la medida en que el control conductual percibido sea preciso, puede servir como sustituto del control real y usarse para la predicción del comportamiento.

Según Sieger, (2021), en GUESSS 2021, se consideran las variables de la Teoría del Comportamiento Planificada, y profundiza el análisis del espíritu emprendedor

de los estudiantes universitarios incluyendo variables importantes, como: El contexto universitario, el familiar, las motivaciones personales de los estudiantes, y el contexto sociocultural son fundamentales en la posible puesta en marcha del nuevo emprendimiento, Ver figura N° 2.

FIGURA N° 2 FACTORES QUE CONTRIBUYEN A LA TCP



1.5. METODOLOGÍA

El presente estudio empleó la metodología utilizada por GUESSS 2021 diseñada por el Instituto suizo de investigación de pequeñas empresas y del espíritu empresarial, y coordinada por el profesor Dr. Philipp Sieger, CEO de GUESSSS, (Sieger, 2021).

Los datos fueron recolectados virtualmente mediante la aplicación Qualtrics, para ser finalmente depurados y analizados por el equipo central en Suiza. Durante este proceso, inicialmente la recolección tiene lugar en una plataforma online creada para tal efecto a través del equipo nacional. En el caso boliviano, la Universidad Núr es la institución que se encargó de remitir el cuestionario en línea a las universidades bolivianas que participaron en el estudio.

En el cuestionario diseñado y aplicado, gran parte

de las preguntas respondían a una variable de escala tipo Likert. Estas escalas miden el grado de acuerdo o no de acuerdo, satisfacción o insatisfacción, entre otros tipos de respuesta, que varían en una escala con opciones de respuesta entre 1 y 7. Igualmente, se generaron otra clase de preguntas que se debían contestar mediante un sí, y en su caso a través de un no.

El software que se utilizó en este estudio para realizar el análisis estadístico fue el software IBM SPSS Statistics en su versión 26, con el cual se realizó análisis de frecuencias en las distintas variables y el análisis descriptivo e inferencial de las variables estudiadas.

Para el ordenamiento de los datos obtenidos y realizar las diferentes tablas y gráficas, se utilizó el software Microsoft Excel en su versión 360.

CAPÍTULO II

ANÁLISIS GUESSS 2021

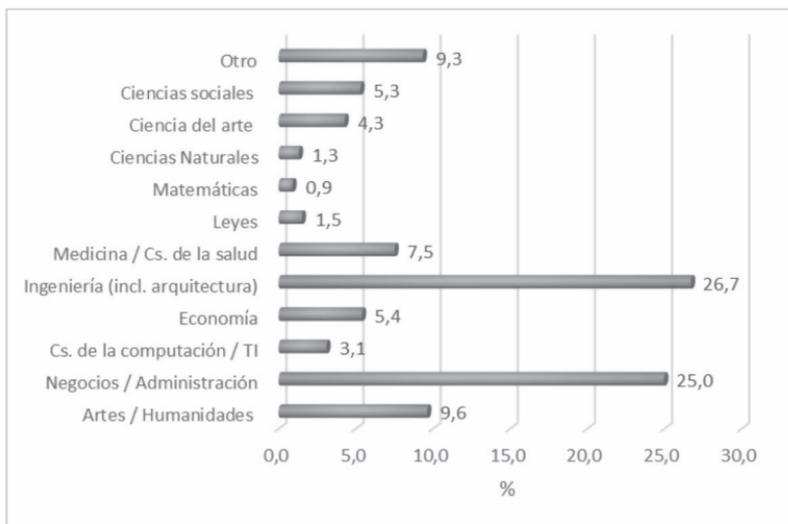
2.1. ANÁLISIS DESCRIPTIVO DE LA MUESTRA

En este apartado se reflejan los datos más relevantes a nivel socio demográfico de la muestra.

Los encuestados en este estudio fueron N=2133 estudiantes de universidad, correspondientes a los departamentos de La Paz, Santa Cruz, Cochabamba y otras localidades del país. Con relación al nivel de estudio, predominan los estudiantes de Grado con un 74%, de maestría con un 25%, y de doctorado con un 1%.

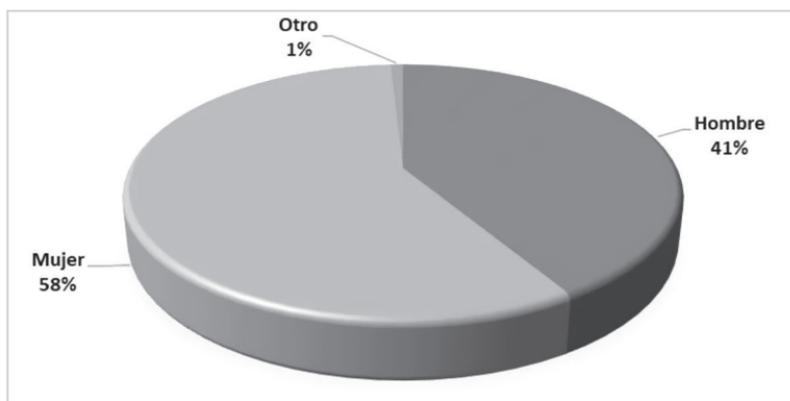
En este escenario hubo una mayoritaria participación de las áreas de conocimiento como ingeniería, que incluye a la carrera de arquitectura con un 26,7%, las carreras de negocios y administración el 25%, en artes y humanidades con el 9,6%, en ciencias de la salud con el 7,5%, otra carrera con 9,3%. Mientras que otras carreras como ciencias sociales participaron con 5,3%, ciencias del arte con 4,3%, ciencias naturales con 1,3%, matemáticas con 0,9%, leyes con 1,5%, economía con 5,4%. ciencias de la computación con 3,1%, la figura N° 3 presenta este análisis.

FIGURA N° 3 ÁREA DE CONOCIMIENTO



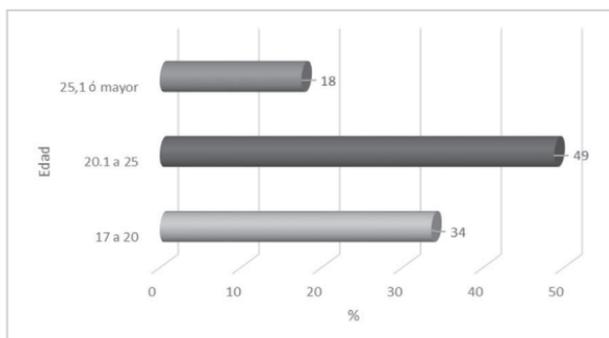
En la figura N° 4 se analiza la participación por género, las mujeres intervinieron con el 58 %, los hombres con el 41% y con el 1% otros, lo anterior denota una mayoritaria presencia de las mujeres en la encuesta.

FIGURA N° 4 PARTICIPACIÓN POR GÉNERO



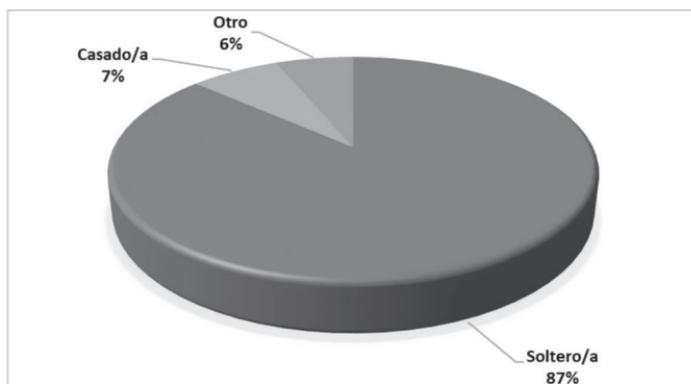
Respecto a la participación generacional, participaron 1.042 jóvenes entre 20 y 25 años, es decir casi un 49% del total, la presencia de 717 jóvenes entre 17 y 20 años fue del 34%, y 374 personas mayores a 25 años fue del 18% del total de participantes. Los datos mencionados se presentan en la figura N° 5.

FIGURA N° 5 PARTICIPACIÓN POR EDAD



En la figura N° 6, respecto al estado civil, participaron solteros en un 87%, casados en un 7%, y en otros estados civiles un 6%. La gráfica No. 6 presenta resumidamente este análisis.

FIGURA N° 6 ESTADO CIVIL



2.2. INTENCIÓN DE ELECCIÓN DE CARRERA EMPRENDEDORA DE LOS ESTUDIANTES

Un aspecto central para GUESSS es responder los aspectos relacionados con la elección de la carrera emprendedora, de esta manera se aplicaron preguntas como:

- ¿Qué carrera profesional piensa seguir inmediatamente después de completar sus estudios?
- ¿Qué carrera tiene la intención de seguir 5 años después de completar sus estudios?

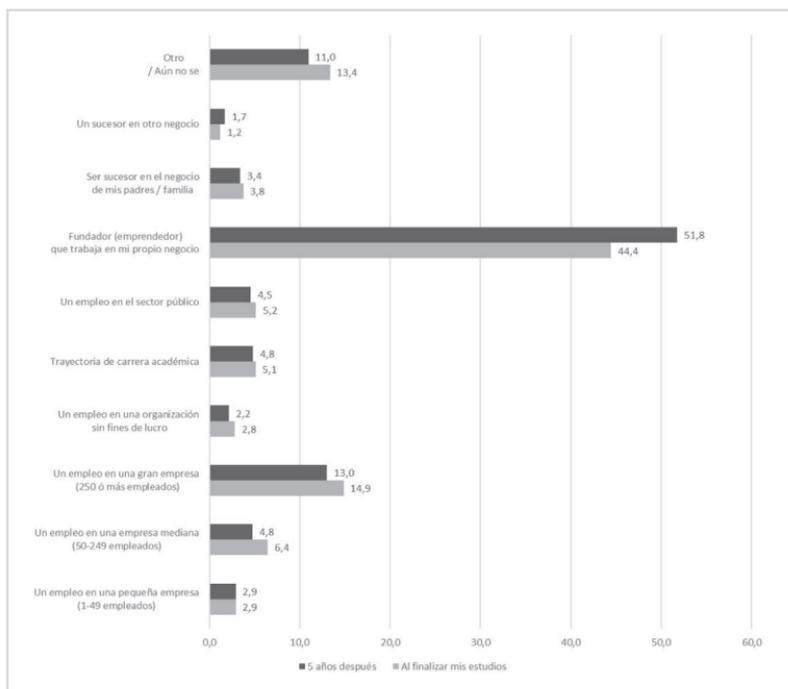
Los universitarios manifiestan que emprenderán un negocio propio al terminar la carrera en un 44,4%, esta cifra asciende a los cinco años de concluida la carrera hasta el 51,8%. Estas cantidades demuestran el porcentaje de intención emprendedora en Bolivia.

Respecto a la perspectiva de trabajar de manera dependiente en una gran empresa (250 empleados) al concluir la carrera se tiene el 14,9%, y 5 años después el 13%. También los que quieren trabajar en una mediana empresa (50 a 249 empleados) al concluir la carrera se tiene al 6,4%, y 5 años después el 4,8%; con relación a trabajar en una pequeña empresa (1 a 49 empleados) al concluir la carrera y 5 años después se tiene al 2,9%.

En la percepción de ser sucesor en el negocio de los padres al concluir la carrera se tiene al 3,8% y 5 años después al 3,4%. Tener una trayectoria académica al concluir la carrera se tiene al 5,1%, y 5 años después el 4,8%.

Entre tanto, las otras percepciones se mantienen con porcentajes aproximados a los resultados logrados al concluir las profesiones, la figura N° 7, presenta los aspectos analizados.

FIGURA N° 7 INTENCIÓN DE ELECCIÓN DE CARRERA DE LOS UNIVERSITARIOS BOLIVIANOS AL FINALIZAR LOS ESTUDIOS Y 5 AÑOS DESPUÉS



Mientras que para los países GUESSS, “la intención emprendedora al terminar la carrera es del 17,8% y esta cifra, a los cinco años de concluida la carrera, se incrementa hasta el 32,3%”, (Sieger, 2021, pp. 10 - 11). Desde esta perspectiva, los resultados de la investigación en Bolivia, muestran que existe una intención más acentuada, que a nivel internacional, debido a que el espíritu emprendedor está presente en más de la mitad de los encuestados, esta es una potencialidad para que entidades del Gobierno en sus diferentes niveles (Nacional, departamental, regional y municipal), las cámaras de industria, las federaciones de

empresarios, las universidades, la cooperación internacional y las entidades financieras, apoyen coordinadamente el nacimiento y desarrollo de emprendimientos.

Algunas universidades cuentan con incubadoras, aceleradoras que promueven los emprendimientos de estudiantes, y en sus pensum cuentan con asignaturas que promueven empresas sociales⁷, entre otras. Aunque no en todos los casos, este es un aspecto a relevar en futuras investigaciones académicas.

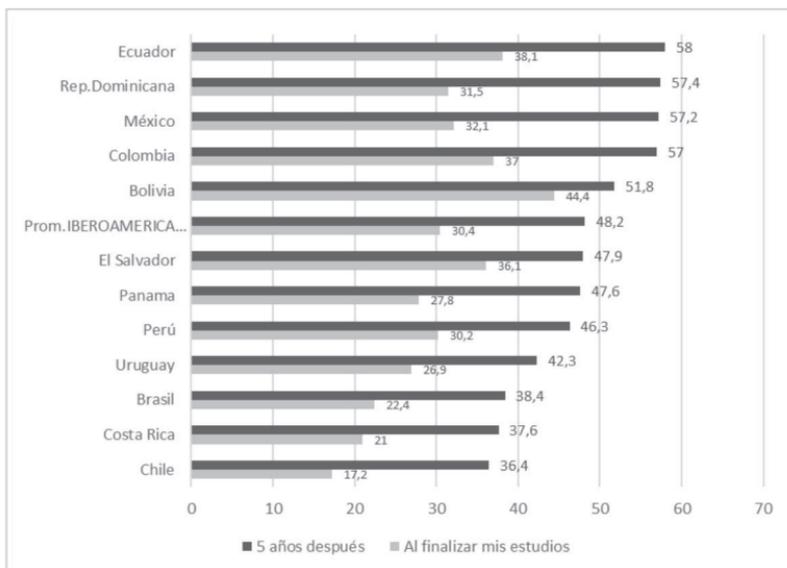
El análisis de la figura N° 8, evidencian que en Bolivia la intención emprendedora a los cinco años de egresar del grado (51,8%) está por encima de los datos calculados para estudiantes de algunos países iberoamericanos, pero también por debajo de otros:

El Salvador (47,9%), Perú (46,3%), Panamá (47,6%), Uruguay (42,3%), Brasil (38,4%), Costa Rica (37,6%), Chile (36,4%). Bolivia se encuentra por debajo de la intención emprendedora a los 5 años de concluida la carrera de los universitarios del Ecuador (58%), República Dominicana (57,4%), México (57,2%) y Colombia (57%), (Sieger, 2021, p. 11).

El promedio iberoamericano de intención emprendedora al egresar de las carreras es del 30,4% y cinco años después es del 48,2%. Bolivia, comparando con las medias globales e iberoamericanas, para este indicador se encuentra en el grupo de países con mayor intención emprendedora de Iberoamérica.

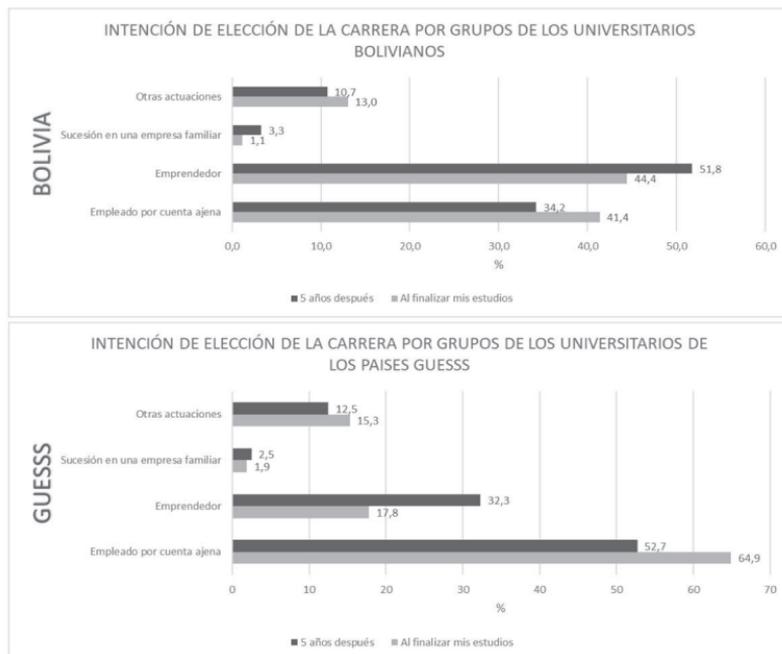
⁷ Una empresa social es una nueva forma de negocio que busca obtener utilidades mediante la búsqueda de soluciones a problemas sociales, culturales y medioambientales, (Economipedia, 2022)

FIGURA N° 8 INTENCIÓN DE ELECCIÓN DE CARRERA DE LOS UNIVERSITARIOS PAISES GUESSS IBEROAMÉRICA AL FINALIZAR LOS ESTUDIOS Y 5 AÑOS DESPUÉS



La figura N° 9 visualiza, que cuando se agrupan los datos de los universitarios por agregados, se evidencia que los estudiantes que quieren trabajar por cuenta ajena, en Bolivia, existe una brecha con los resultados de los países GUESSS. Mientras que en este país el porcentaje de universitarios que quieren trabajar por cuenta ajena al concluir sus estudios es del 41,4%; en la encuesta global es del 64,9%. Después de 5 años de egresados en Bolivia es del 34,2% y para los países GUESSS el 52,7, es decir, en Bolivia se presenta una intención mayor de elección de carrera emprendedora en 19,5 puntos porcentuales.

FIGURA N° 9 INTENCIÓN DE ELECCIÓN DE LA CARRERA POR GRUPOS DE LOS UNIVERSITARIOS



2.3. ACTIVIDADES EMPRESARIALES

2.3.1. Emprendedores nacientes y activos

En GUESS se realizaron dos interrogantes, para elaborar los resultados de este subtítulo.

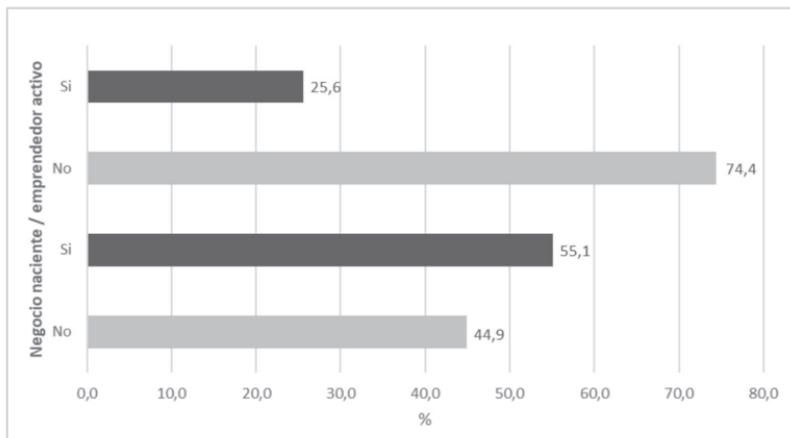
- *¿Estás intentando montar tu propio negocio o convertirte en autónomo?*
- *¿Tiene su propio negocio / ya trabaja por cuenta propia?*

En la figura N° 10 se presenta que la intención de empezar un negocio alcanza afirmativamente al 55,1% del to-

tal, y que los emprendedores y emprendedoras activos son el 25,6%.

Respecto a la media de los países que participaron en GUESS - 2021 para iniciar un negocio es del 30,5%, se tiene una brecha favorable para el caso boliviano.

FIGURA N° 10 EMPRENDEDOR NACIENTE / ACTIVO



Por otra parte, según la encuesta realizada a los universitarios bolivianos, se sabe que el espíritu de iniciativa en los universitarios bolivianos cambio en el tiempo.

En Bolivia un estudio realizado sobre esta temática, fue el estudio GEM 2014⁸, “donde se refleja que los emprendedores nacientes según sector de emprendimiento, por nivel de educación, respecto al grado universitario era del 17,3% y en el nivel de maestría y doctorado sólo era del 0,9%”, (UCB, 2014, p. 66). En el estudio GUESS

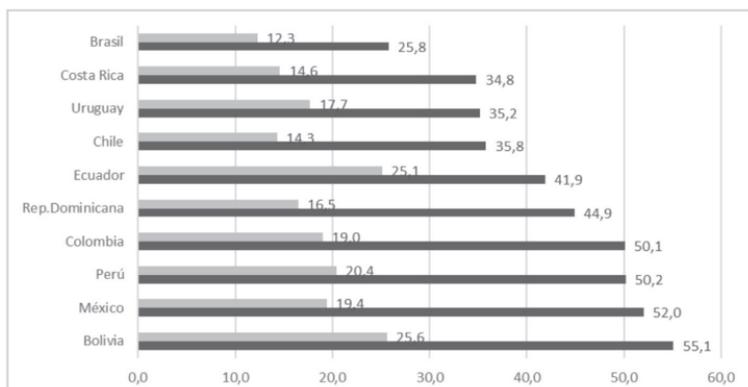
8 El Global Entrepreneurship Monitor - Reporte Nacional Bolivia 2014, realizó una encuesta nacional, a 2.590 personas, con el propósito de:

1. Conocer las percepciones y atributos individuales de los emprendedores en general,
2. Describir la actividad emprendedora general,
3. Identificar un perfil de los emprendedores bolivianos.

2021, los emprendedores activos nacientes, nuevos y gerentes propietario⁹ que se encuentran estudiando un grado son el 19%, los que cuentan con una maestría el 6,3%, y un doctorado el 0,3%. Con los resultados examinados en este apartado, se puede concluir que en la actualidad existe un incremento en el espíritu de iniciativa emprendedora en los universitarios, en todos los niveles de estudios superiores.

Lo anterior, muestra que existe cierto avance respecto a los emprendedores activos nacientes con estudios superiores. Para una observación más precisa se presenta la figura N° 11.

FIGURA N° 11 EMPRENDEDOR NACIENTE GEM 2014 - NACIENTE /NUEVO/PROPIETARIO GUESSS 2021

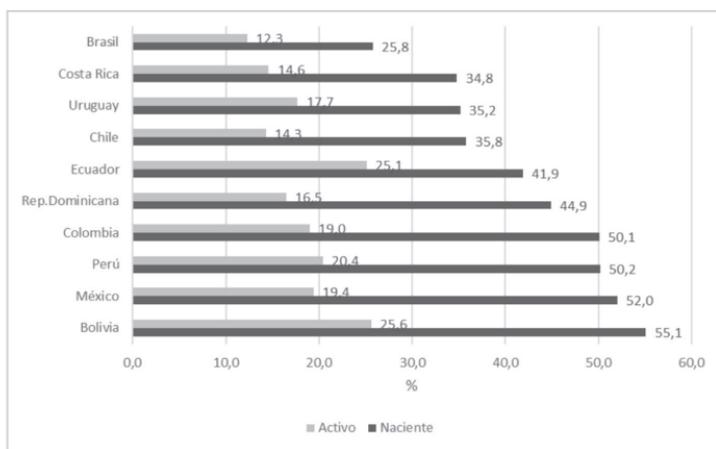


En lo referente a los emprendedores actuales, la tasa de los universitarios bolivianos alcanza al 25,6% del total. Comparando con los datos resultantes de los países GUESSS de Iberoamérica, tenemos que en Bolivia pre-

⁹ Empresarios nacientes son quienes han dado los pasos necesarios para iniciar un negocio, pero aún no han pagado salarios o retribuciones por más de tres meses. Los nuevos emprendedores son las personas que manejan un negocio que está en operación por un periodo de tres a 42 meses. Los propietarios de negocios establecidos son aquellos que están manejando un negocio consolidado en operación por más de 42 meses, (GEM, 2014).

senta una intención emprendedora naciente y activa, en mayor proporción que el resto de los países de la región, como se observa en la figura N° 12.

FIGURA N° 12 TASA EMPRENDEDORA PAISES GUESS IBEROAMÉRICA



2.3.2. Tasa emprendedora naciente/activa

Según Khan (2014), en promedio, en Iberoamérica hay 2,4 emprendedores nacientes por cada emprendedor activo, varios países han superado esta media. Esto indica que el número de empresarios activos debería incrementarse a futuro, sin embargo, no todos los empresarios nacientes concretarán el proceso fundacional.

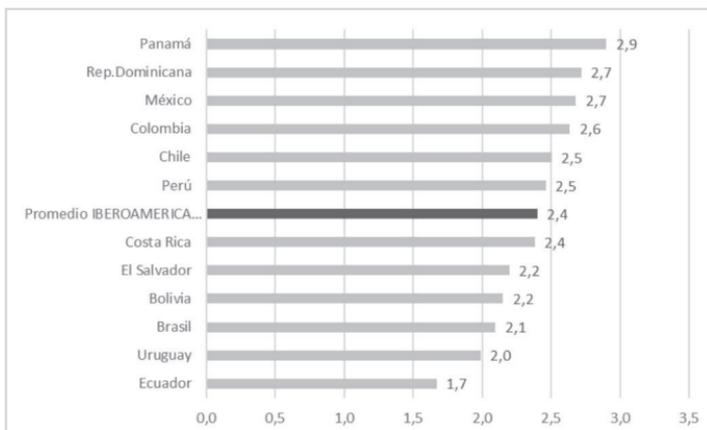
Observando la tasa emprendedora naciente y activa¹⁰, en adelante TEA, Panamá es el país que tiene mejor

¹⁰ La Tasa de Actividad Emprendedora, o TEA por sus siglas en inglés (Total early-stage Entrepreneurial Activity), es aquella que mide todas las iniciativas emprendedoras de menos de tres años y medio que existen en un mercado.

indicador de 2,9, República Dominicana con 2,7, y México 2,7, Colombia con 2,6, Chile y Perú obtuvieron el 2,5, Costa Rica el 2,4, El promedio de los países Iberoamericanos GUESSS es 2,4, por tanto, los países mencionados en este epígrafe están con indicadores similares o por encima del promedio de GUESSS.

“Países como Bolivia¹¹ y El Salvador obtuvieron un 2,2, Brasil 2,1, Uruguay 2,0, Ecuador 1,7. Este grupo de países presenta un indicador menor que el promedio de países de Iberoamérica GUESSS, lo que implica que los actores relacionados con el emprendimiento universitario deben analizar posibles estrategias para mejorar este indicador”, (Sieger, 2021, p. 14). En la figura 13 se puede apreciar el análisis de la región iberoamericana.

FIGURA N° 13 TASA DE ACTIVIDAD EMPRENDEDORA



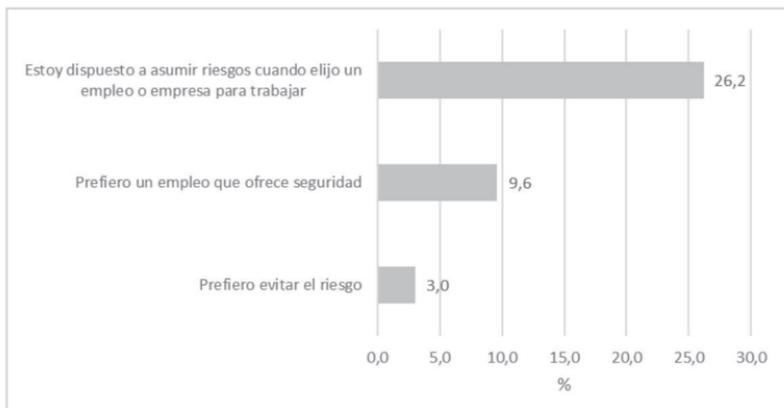
También se determinó en qué proporción existe la asunción del riesgo, en una pregunta con escala Likert donde 1 se refiere a estar completamente en desacuerdo y

11 El cociente 2,2 de Bolivia, es el resultado de la división de 55,1 / 25,6.

7 se refiere a estar completamente de acuerdo, se utilizaron promedios para analizar los grupos respectivos.

La opción, estoy dispuesto a asumir riesgos cuando elija un empleo o empresa para trabajar, los universitarios manifiestan en promedio el 26,2%, la opción prefiero un empleo que ofrece seguridad es del 9,6%, y prefiero evitar el riesgo es del 3%, lo que indica que la mayor parte de universitarios bolivianos está dispuesto a asumir riesgos en emprendimientos. Este análisis se lo visualiza en la figura N° 14.

FIGURA N° 14 ASUNCIÓN DEL RIESGO



2.3.3. Emprendedores activos por área de conocimiento y sector económico

Como se analiza en la tabla N° 1 Emprendedores activos por área de conocimiento y sector económico, refleja que los emprendimientos de hombres y mujeres en Bolivia son fuertemente orientados al comercio mayorista / minorista con el 30,1%, marketing y publicidad con 8,7% y otros servicios con 31,6%, esta opción intentaremos sea más detallada en las siguientes encuestas de GUESS.

Existe un menor número de emprendedores en sectores como transporte con el 5%, en turismo con 2,1%, manufactura/industria 2,9%, tecnología de la información 2,5%, salud 1,5%, servicios financieros 1,2%, educación y entrenamiento 3,5%, consultorías 3,3%, construcción 3,5%, arquitectura e ingeniería con el 4,2%.

Por una parte, se analizaron las inversiones por sector económico, por la otra existe una semblanza de los empresarios con relación al área del conocimiento que pertenece los estudiantes universitarios. El mismo muestra que las carreras que cuentan con más emprendimientos son: negocios / administración con el 27,8%, ingeniería con el 27,8%, humanidades con el 7,1%, ciencias de la salud con el 5,8%, ciencias sociales y economía con el 5,4%, otros con el 9,3%. El resto de carreras presentan algunos emprendimientos que son menores al 5% del total de empresas.

Esto refleja que los estudiantes universitarios pueden lograr emprender en sectores económicos, donde se potencien las capacidades y ventajas competitivas emprendedoras que otros profesionales no las tienen, por ejemplo, los de ingeniera en sistemas y los contadores públicos, en las tecnologías de información y comunicación, en adelante Tics, y en sistemas de información en línea; o los administradores e ingenieros industriales en manufactura; o los ingenieros comerciales y profesiones afines en marketing digital; los médicos en ingeniería genética; o los profesionales de bellas artes en unidades de cultura y arte; entre otras áreas del conocimiento, son algunas posibilidades, que pueden acentuarse en la medida que los universitarios reconozcan la oportunidad de emprender en una empresa con base en el desarrollo de las ciencias aplicadas.

**TABLA N° 1 EMPRENDIMIENTOS ACTIVOS POR SECTOR ECONÓMICO
Y ÁREA CONOCIMIENTO**

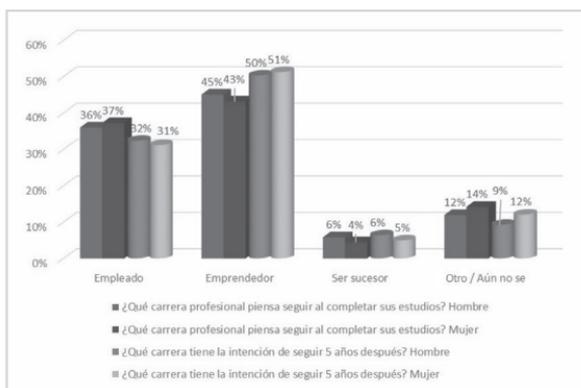
| Sector económico / Área conocimiento | Publicidad / Diseño / Marketing | Arquitectura e Ingeniería | Construcción | Consultoría | Educación y entrenamiento | Servicios financieros | Salud humana y trabajo social | Tecnología de la información | Fabricación | Turismo y ocio | Comercio | Transporte | Otros | Total |
|---|---------------------------------------|------------------------------|--------------|-------------|---------------------------------|--------------------------|-------------------------------------|------------------------------------|-------------|-------------------|--------------|-------------|--------------|---------------|
| Humanidades | 1.2% | 0.4% | 0.2% | 0.0% | 1.2% | 0.0% | 0.0% | 0.0% | 0.0% | 0.2% | 2.1% | 0.4% | 2.3% | 7.1% |
| Negocios / Administración | 2.3% | 0.0% | 0.6% | 1.5% | 0.6% | 0.6% | 0.0% | 0.6% | 1.2% | 0.8% | 9.3% | 1.5% | 8.9% | 27.8% |
| Ciencias de la computación / TI | 0.2% | 0.0% | 0.0% | 0.2% | 0.0% | 0.0% | 0.0% | 0.8% | 0.0% | 0.0% | 0.8% | 0.2% | 0.8% | 2.9% |
| Economía | 0.2% | 0.0% | 0.2% | 0.0% | 0.2% | 0.4% | 0.2% | 0.2% | 0.0% | 0.0% | 2.7% | 0.0% | 1.4% | 5.4% |
| Ingeniería/Arquitectura | 1.5% | 2.1% | 1.2% | 0.8% | 0.2% | 0.2% | 0.2% | 0.6% | 1.2% | 0.4% | 8.1% | 2.3% | 6.5% | 27.8% |
| Ciencias de la salud | 0.2% | 0.0% | 0.4% | 0.0% | 0.2% | 0.0% | 1.0% | 0.0% | 0.0% | 0.0% | 2.1% | 0.0% | 1.9% | 5.8% |
| Leyes | 0.8% | 0.0% | 0.0% | 0.2% | 0.0% | 0.0% | 0.0% | 0.0% | 0.0% | 0.4% | 0.2% | 0.0% | 0.2% | 1.7% |
| Matemáticas | 0.2% | 0.0% | 0.0% | 0.2% | 0.0% | 0.0% | 0.0% | 0.0% | 0.0% | 0.0% | 0.2% | 0.0% | 0.0% | 0.6% |
| Ciencias Naturales | 0.0% | 0.0% | 0.0% | 0.0% | 0.0% | 0.0% | 0.0% | 0.0% | 0.0% | 0.0% | 0.8% | 0.0% | 1.0% | 1.5% |
| Ciencia del arte | 0.4% | 0.8% | 0.4% | 0.0% | 0.2% | 0.0% | 0.0% | 0.0% | 0.0% | 0.0% | 1.2% | 0.0% | 1.7% | 4.6% |
| Ciencias sociales | 0.6% | 0.0% | 0.0% | 0.2% | 1.5% | 0.0% | 0.0% | 0.0% | 0.2% | 0.2% | 1.4% | 0.0% | 1.2% | 5.4% |
| Otro | 0.8% | 1.0% | 0.6% | 0.0% | 0.2% | 0.0% | 0.0% | 0.2% | 0.0% | 0.2% | 1.5% | 0.6% | 3.9% | 9.3% |
| Total | 8.7% | 4.2% | 3.5% | 3.1% | 3.5% | 1.2% | 1.5% | 2.5% | 2.9% | 2.1% | 30.1% | 5.0% | 31.7% | 100.0% |

2.3.4. Género

En este epígrafe se presentan un análisis comparativo¹² de las preferencias de elección de carrera profesional de los alumnos y alumnas, tanto al terminar los estudios, como cinco años después. Estos resultados dan cuenta de los cambios en las preferencias de las y los jóvenes en esta categoría de género.

La Figura N° 15 muestra que las preferencias de las mujeres universitarias se concentran en ser emprendedoras. Esta figura también muestra que cinco años después de haber terminado los estudios, las preferencias de elección de carrera profesional de los hombres y las mujeres son elevadas para concretar emprendimientos. Estos resultados indican que las preferencias de elección de carrera profesional para ambos sexos, no cambian significativamente con el tiempo.

FIGURA N° 15 PREFERENCIAS DE ELECCIÓN DE CARRERA POR GÉNERO



12 Cuando se concibe la comparación desde el punto de vista de método comparativo, su uso está más asociado a investigaciones científicas, y se considera más que observación simple, un procedimiento ordenado que examina semejanzas, diferencias y la relación entre ellas, (Lifeder, 2022).

En la Tabla N° 2, podemos observar que las emprendedoras universitarias, en función del campo de estudio / carrera profesional, se concentran en las carreras de negocios/administración el 31,2%, ingenierías 16,1%, otras carreras 10%, humanidades 9%, ciencias de la salud 8,2%, ciencias del arte 7,9%, economía 7,2%, Ciencias sociales 7,8%. Publicidad / Diseño / Marketing representan el 6,9%.

Otras carreras como ciencias de la computación, leyes, matemáticas, ciencias naturales presentan emprendimientos menores al 1,4%.

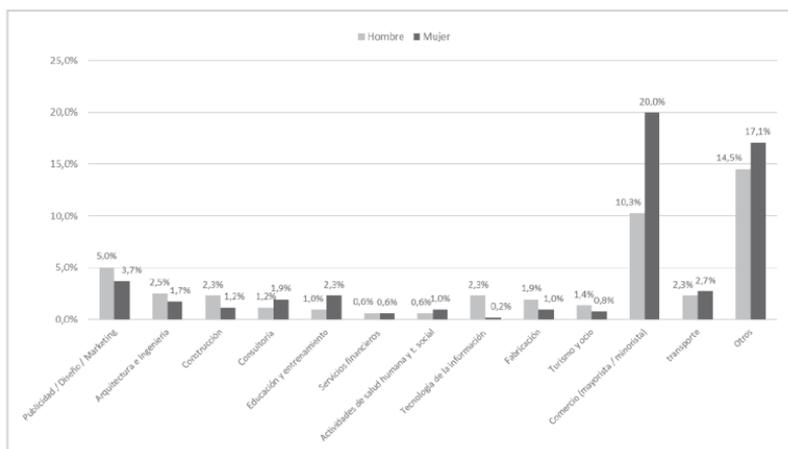
Respecto a las inversiones de las emprendedoras por sectores económicos, el comercio es el sector más dinámico con el 36,9% y en segundo lugar otros sectores económicos con el 31,5%. Publicidad / Diseño / Marketing con el 6,8%, Transporte 5%, Educación 4,3%, Consultoría 3,6%. Otros sectores como Arquitectura/ Ingeniería, Construcción, Salud, Servicios financieros, Tecnología de la información, Fabricación y Turismo presentan índices menores al 3,9. La tabla N° 2 también presenta el cruce de ambas variables.

**TABLA N° 2 MUJERES EMPRENDEDORAS POR SECTOR
ECONÓMICO Y ÁREA DE CONOCIMIENTO**

| Sector económico/ Área conocimiento | Publicidad/ Diseño/ Marketing | Arquitectura e ingeniería | Construcción | Consultoría | Educación y entrenamiento | Servicios financieros | Salud humana y trabajo social | Tecnología de la información | Fabricación | Turismo y ocio | Comercio | Transporte | Otros | Total |
|--|-------------------------------------|------------------------------|--------------|-------------|---------------------------------|--------------------------|-------------------------------------|------------------------------------|-------------|-------------------|--------------|-------------|--------------|---------------|
| Humanidades | 0.7% | 0.7% | 0.4% | 0.0% | 0.7% | 0.0% | 0.0% | 0.0% | 0.0% | 0.0% | 2.5% | 0.4% | 3.2% | 9.0% |
| Negocios / Administración | 1.1% | 0.0% | 0.4% | 2.2% | 0.0% | 0.7% | 0.0% | 0.0% | 1.1% | 0.7% | 12.5% | 1.8% | 10.4% | 31.2% |
| Ciencias de la computación / TI | 0.0% | 0.0% | 0.0% | 0.0% | 0.0% | 0.0% | 0.0% | 0.0% | 0.0% | 0.0% | 0.7% | 0.0% | 0.4% | 1.1% |
| Economía | 0.4% | 0.0% | 0.0% | 0.0% | 0.4% | 0.4% | 0.4% | 0.0% | 0.0% | 0.0% | 3.5% | 0.0% | 1.8% | 7.2% |
| Ingeniería/Arquitectura | 1.1% | 0.4% | 0.0% | 0.4% | 0.0% | 0.0% | 0.0% | 0.4% | 0.4% | 0.0% | 6.5% | 2.9% | 3.9% | 16.1% |
| Ciencias de la salud | 0.4% | 0.0% | 0.4% | 0.0% | 0.4% | 0.0% | 1.4% | 0.0% | 0.0% | 0.0% | 2.5% | 0.0% | 2.9% | 8.2% |
| Leyes | 1.1% | 0.0% | 0.0% | 0.4% | 0.0% | 0.0% | 0.0% | 0.0% | 0.0% | 0.0% | 0.0% | 0.0% | 0.0% | 1.4% |
| Matemáticas | 0.0% | 0.0% | 0.0% | 0.4% | 0.0% | 0.0% | 0.0% | 0.0% | 0.0% | 0.0% | 0.4% | 0.0% | 0.0% | 0.7% |
| Ciencias Naturales | 0.0% | 0.0% | 0.0% | 0.0% | 0.0% | 0.0% | 0.0% | 0.0% | 0.0% | 0.0% | 0.4% | 0.0% | 0.4% | 0.7% |
| Ciencia del arte | 0.7% | 1.1% | 0.7% | 0.0% | 0.0% | 0.0% | 0.0% | 0.0% | 0.0% | 0.0% | 2.2% | 0.0% | 3.2% | 7.9% |
| Ciencias sociales | 0.4% | 0.0% | 0.0% | 0.4% | 2.5% | 0.0% | 0.0% | 0.0% | 0.0% | 0.4% | 1.5% | 0.0% | 1.1% | 6.5% |
| Otro | 1.1% | 1.1% | 0.4% | 0.0% | 0.4% | 0.0% | 0.0% | 0.0% | 0.4% | 0.4% | 2.2% | 0.0% | 4.3% | 10.0% |
| Total | 6.8% | 3.2% | 2.2% | 3.6% | 4.3% | 1.1% | 1.8% | 0.4% | 1.8% | 1.4% | 36.9% | 5.0% | 31.5% | 100.0% |

La figura N° 16 amplifica la perspectiva respecto a los emprendimientos activos. Las mujeres presentan una tasa muy significativa en lo que se refiere al sector económico donde emprenden. En esta figura, además se muestra que tanto mujeres, como hombres desarrollan más emprendimientos activos, en los sectores del comercio (mayorista/minorista), otros sectores y en publicidad/diseño y marketing.

FIGURA N° 16 EMPRENDIMIENTOS ACTIVOS POR GÉNERO

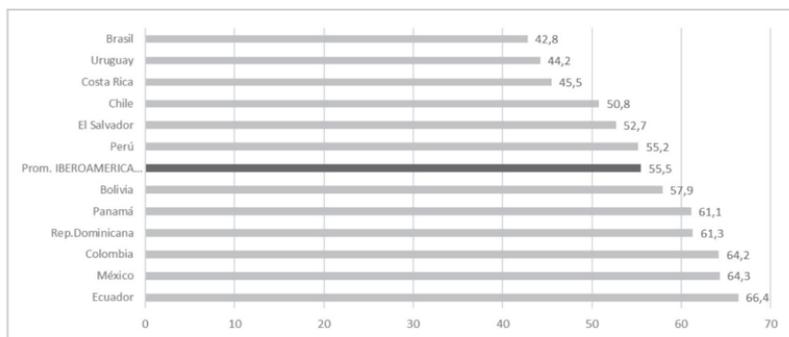


La intención de mujeres emprendedoras, visibiliza cierto avance respecto a la brecha de género. En la figura No. 17, se examina este indicador entre las intenciones emprendedoras después de 5 años de egresados de la carrera en 12 países de Iberoamérica. “En este contexto, Bolivia presenta una tasa 57,9%, porcentaje por encima del promedio de los países iberoamericanos, que es de 55,5%”, (Sieger, 2021, p. 19).

En la figura No. 17, la brecha de género en emprendimientos en Bolivia alcanza al 57,9%, es decir por cada 10 hombres, existen 11 mujeres con intenciones de emprender.

La evidencia reciente muestra que las tasas de prevalencia del espíritu empresarial femenino tienden a ser relativamente más altas en los países en desarrollo, que en los países desarrollados, aspecto que tiene que ver con la nueva normativa jurídica en favor de la educación a las niñas, se está avanzando en la reducción de la discriminación de la mujer y también por el emprendimiento en una empresa es la respuesta para salir de la pobreza, un mal que aqueja a miles de personas en Iberoamérica, (UNU-WIDER, 2022).

FIGURA Nº 17 BRECHA DE GÉNERO BOLIVIA Y PAISES GUESSS IBEROAMÉRICA



2.3.5. Perfil del emprendedor/ de la emprendedora

Hasta este epígrafe se analizaron diferentes aspectos relacionados a los emprendedores y a las emprendedoras, en ese contexto podemos sintetizar algunos elementos que fueron relevados en los anteriores apartados, como la edad, el sexo, el área de conocimiento que estudia y finalmente podemos establecer el sector económico donde normalmente invierte.

El perfil del empresario activo universitario presenta edades entre 19 a 28 años de edad, además es mujer u

hombre, y está estudiando un grado universitario. Si bien existen emprendimientos en la mayoría de las disciplinas, existe más del 80% de empresarios de las carreras de negocios y administración, ingeniería y arquitectura, ciencias de la salud, humanidades, economía, psicología, educación, arte, entre otros.

Casi el 80% de estos empresarios invierten en sectores económicos como el comercio, publicidad / diseño y marketing, transporte, construcción y servicios de ingeniería, entre otros sectores. La figura N° 18 representa gráficamente lo mencionado en estos párrafos.

FIGURA N° 18 PERFIL DEL EMPRENDEDOR UNIVERSITARIO

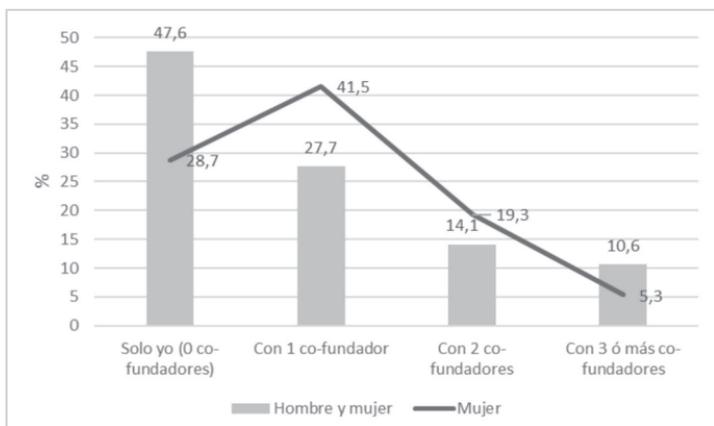


2.3.6. Co-Fundadores

La base de datos de co-fundación de emprendimientos activos muestra que en promedio la tendencia más usual de fundar un emprendimiento es como una sociedad del tipo unipersonal (47,6%), y la segunda opción más utilizada es crear una empresa con una cofundadora o un cofundador (27,7%). Es decir, la tendencia para los emprendedores bolivianos es que inician solos sus emprendimientos, y en el caso de que logren asociarse existe mayor probabilidad de que sea con una mujer cofundadora (41,5%).

Las mujeres emprendedoras tienden a asociarse con un cofundador, a diferencia de los hombres, que en el caso boliviano resultan ser más individualistas, este indicador infiere que las mujeres asumen riesgos, cuando tienen apoyo o se complementan con las capacidades de otro emprendedor o emprendedora. La figura N° 19 presenta esta información de manera gráfica.

**FIGURA N° 19 CO FUNDADORES
Y EMPRENDIMIENTOS ACTIVOS**



En la figura N° 20, se presentan los resultados globales de los 58 países que fundaron empresas activas y que participaron en GUESS 2021, se registra en promedio 37,7% con fundadores unipersonales, y el 29,7% presenta empresas con un cofundador. Entonces Bolivia, está 10 puntos por encima de los datos globales de emprendimientos universitarios. La empresa unipersonal (47,6%/37,3%), y en el caso de los emprendimientos con un cofundador está dos puntos por debajo del indicador global, (27,7%/29,7%), (Sieger, 2021).

2.3.7. El contexto universitario

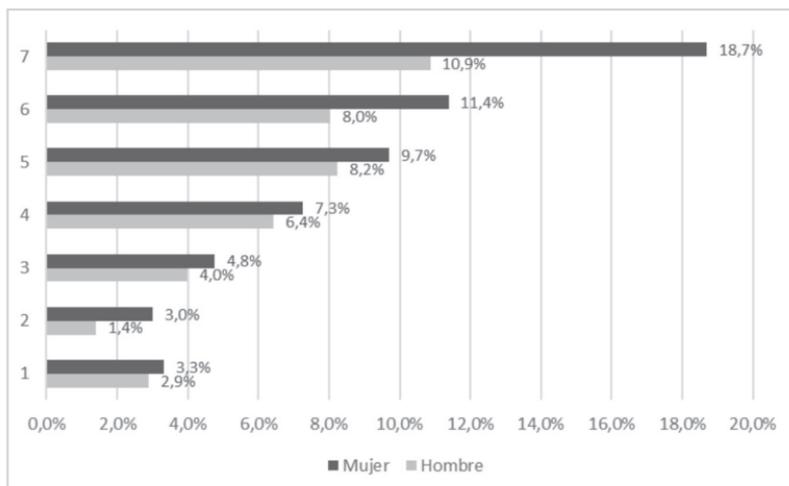
También se determinó en qué proporción el ambiente de la universidad inspira en el desarrollo de los nuevos negocios, en una pregunta con escala Likert donde 1 se refiere a estar completamente en desacuerdo y 7 se refiere a estar completamente de acuerdo.

Se observa que la mayoría de los estudiantes hombres están muy de acuerdo que la universidad promueve nuevos emprendimientos con un puntaje de 5 (8,2%), 6 (8%), y 7 (10,9%). En cambio, las estudiantes mujeres tienen una perspectiva con porcentajes relativamente menores a los hombres, sobre este mismo aspecto y califican con un puntaje de 5 (9,7%), 6 (11,4%), y 7 (18,7%). También existen estudiantes hombres que respondieron con una calificación menos positiva, en la perspectiva de que su universidad inspira la creación de nuevos emprendimientos con calificaciones de 1 (2,9%), 2 (1,4%) y 3 (4%), y algunas mujeres encuestadas calificaron con puntajes inferiores al de los hombres, 1 (3,3%), 2 (3%) y 3 (4,8%). El análisis realizado se presenta en la figura N° 20.

Estos resultados motivan a la reflexión, diseño y ejecución de políticas que promuevan el fortalecimiento

del espíritu emprendedor de los estudiantes, incluyendo alternativas como, cursos, talleres, diplomados, o en su caso la probabilidad de visualizar la fundación de incubadoras, aceleradoras que promuevan emprendimientos.

FIGURA N° 20 EL CONTEXTO FAVORABLE DE LA UNIVERSIDAD AL EMPRENDIMIENTO

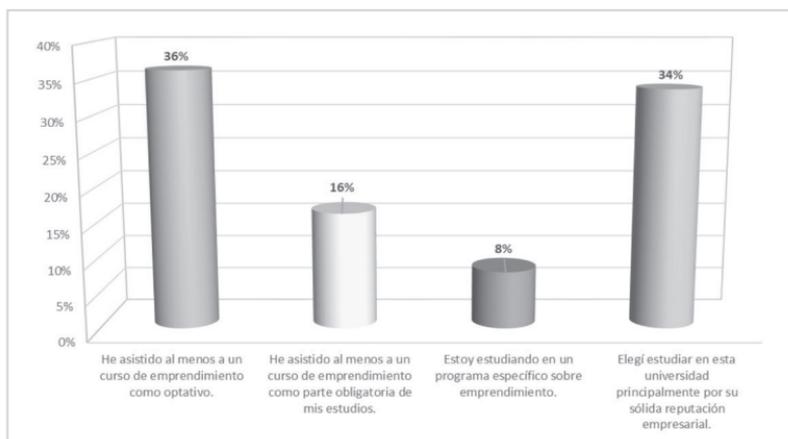


Además, un 36 % de los emprendedores activos informan que un factor importante para desarrollar su emprendimiento es la educación emprendedora, estos estudiantes informan que asistieron al menos a un curso de emprendimiento optativo; un 16% asistieron al menos a un curso de emprendimiento, como parte obligatoria de sus estudios; un 8% está estudiando en un programa específico sobre emprendimiento; un 34% explica que eligió estudiar en esta universidad principalmente por su sólida reputación empresarial.

Esto evidencia que promover currículos adecuados, cursos y posgrados que estimulen el espíritu emprendedor

se constituyen en eslabones importantes para el desarrollo de emprendedores universitarios. El análisis realizado se presenta en la figura N° 21.

FIGURA N° 21 OFERTA EDUCATIVA A LOS ESTUDIANTES EMPRENDEDORES

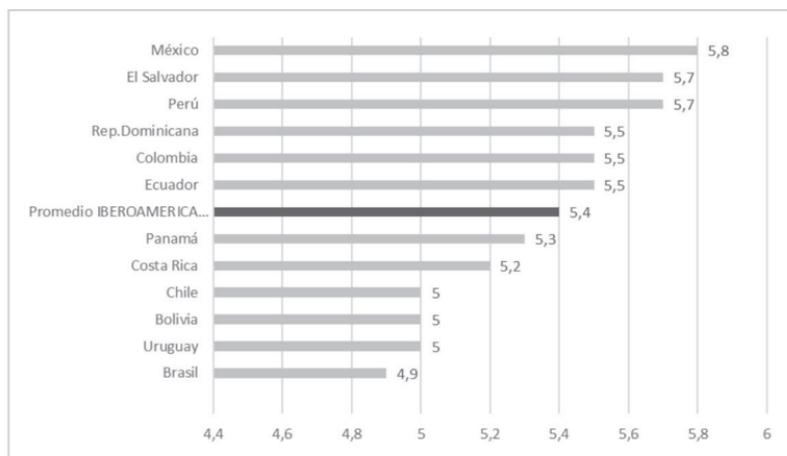


Con base en Franke y Lüthje (2004), para medir el clima de las universidades para el emprendimiento se utilizaron tres ítems: “el ambiente en mi universidad me inspira a desarrollar ideas para nuevos negocios”; “hay un clima favorable para emprender en mi universidad”; y “en mi universidad, se alienta a los estudiantes a participar en actividades empresariales”. Se pidió a los estudiantes que indique en qué medida está de acuerdo con estas afirmaciones (1=nada, 7=mucho), (Sieger, 2021, p. 15).

Con relación al promedio de emprendimiento universitario por país en Iberoamérica, el indicador más alto lo presenta México con 5,8, El Salvador y Perú con 5,7, república dominicana, Colombia y Ecuador es de 5,5. Son 6 países en total que presentan un índice más elevado que

el promedio de países Iberoamérica GUESSS que es de 5,4. Aunque, algunos países se encuentran por debajo del promedio iberoamericano de GUESSS, este es el caso de Panamá con 5,3, Costa Rica con 5,2, Chile, Uruguay y Bolivia con 5, y el Brasil con 4,9, (Sieger, 2021, p. 16). Ver figura N° 22.

**FIGURA N° 22 CLIMA DE LA UNIVERSIDAD
PARA EL EMPRENDIMIENTO**



2.3.8. El impacto de la pandemia COVID-19

En el caso boliviano, la pandemia COVID-19 afectó de varias formas al tejido social y al tejido económico/empresarial, en primer lugar, afectó a las empresas de todos los sectores económicos, porque las autoridades gubernamentales decretaron cuarentenas a la población de forma rígida y blanda el año 2020, que luego se fueron flexibilizando hasta la gestión 2022.

Estas medidas afectaron negativamente al consumo de bienes y servicios, y al comercio en general. En la oferta, el cierre temporal de minas y fábricas, la interrupción

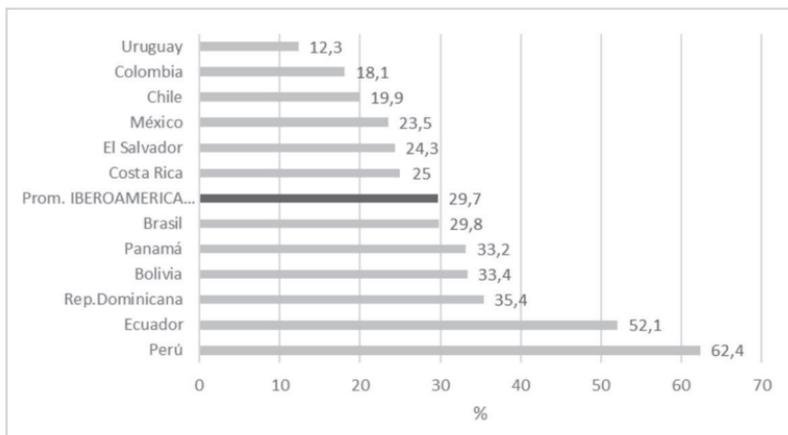
del transporte, el cierre de las fronteras al comercio exterior, afectaron a la producción y a la cadena de oferta.

La demanda también fue afectada, tanto en su componente interno como por la caída en el valor de las exportaciones en el primer semestre 2022, los bonos emitidos por el gobierno transitorio de la ex presidenta Añez mitigaron en algo la falta de ingresos de miles de familias pobres (Morales, 2022). El desempleo alcanzó el año 2020 un 8,3% y el año 2021 un 7,8%, por otro lado, las clases en universidades públicas y privadas se realizaron de manera virtual, para contener la propagación del COVID-19 hasta el año 2022, y algunas universidades equiparon sus aulas e infraestructura para promover medidas de bio seguridad.

En esta coyuntura socio económica, varios emprendedores universitarios bolivianos encontraron una oportunidad para emprender un negocio en algunos sectores de la economía. En la figura N° 23, los emprendedores nacientes presentan un indicador del 33,4 %, mayor al promedio de Iberoamérica que es del 28,4%. De manera similar, en el caso de los emprendedores activos presentan un indicador del 48,4%, mayor al promedio iberoamericano 29.7%.

Existen países de la región iberoamericana, como Uruguay 12,3%, Colombia el 18,1%, Chile el 19,9%, México el 23,5%, El Salvador el 24,3%, Costa Rica el 25%, que presentan resultados por debajo del promedio regional de emprendedores nacientes. Pero, otros países como el Brasil 29,8%, Panamá el 33,2%, Bolivia el 33,4%, R. Dominicana el 35,4%, Ecuador el 52,1%, Perú el 62,4%, (Sieger, 2021, p.22), presentan indicadores mayores al promedio iberoamericano.

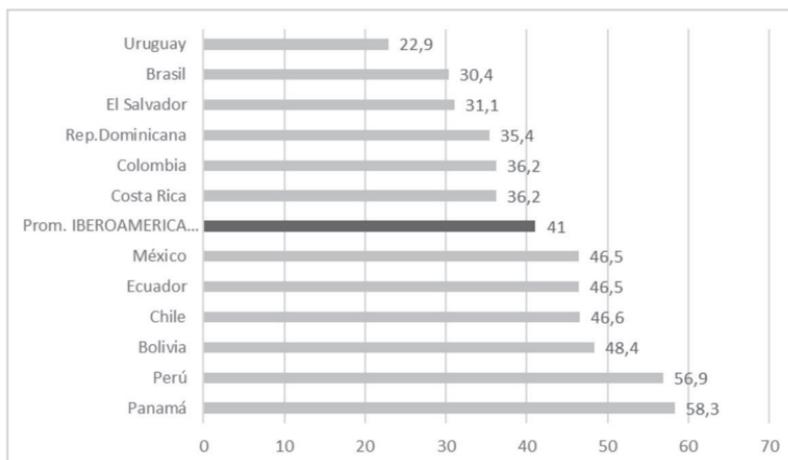
**FIGURA N° 23 EMPRENDEDORES NACIENTES
DEBIDO A LA PANDEMIA COVID 19**



Por una parte, en la figura N° 23 se analizan los datos regionales del emprendimiento naciente en el periodo pandémico, por otra, en la figura No. 24 se analizan datos referidos a los emprendimientos activos. Existen países de la región iberoamericana que presentan resultados por debajo del promedio regional de emprendedores activos que se encuentra en el 41%. Entre estos países se tiene a Uruguay con 22,9%, al Brasil con 30,4%, El Salvador con 31,1%, República Dominicana con 35,4%, Colombia y Costa Rica con el 36,2%.

Sin embargo, otros países, presentan indicadores por encima del promedio iberoamericano, como México y Ecuador con el 46,5%, Chile con el 46,6%, Bolivia con el 48,4%, Perú con el 56,9% y Panamá con el 58,3%. Lo comentado también se visualiza en la figura N° 24.

FIGURA N° 24 EMPRENDEDORES ACTIVOS DEBIDO A LA PANDEMIA COVID 19



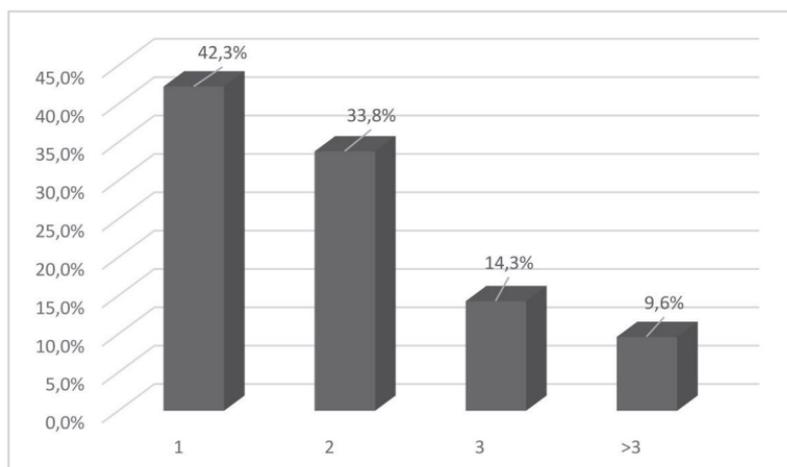
Respecto al año de fundación de los emprendimientos activos, el estudio demuestra que durante la pandemia del COVID-19 se han creado en el año 2020 el 6,6% de empresas, y en el año 2021 el 4,9%. Un aspecto interesante de esta base de datos es que se tiene un contingente importante de emprendedores persistentes que han superado 3,5 años de operaciones, denominado propietario de negocio establecido (UCB, 2014), aproximadamente un 83% de emprendedores universitarios informan que presentan empresas en etapa de persistencia.

Otro aspecto que amplía el conocimiento sobre la persistencia de los negocios, en el caso de los universitarios bolivianos, se evidencia que la mayor parte de estas empresas son sostenibles en el tiempo, logrando antigüedades que sobrepasan la década, el 49% de los emprendimientos activos reportados en GUESS 2021, fueron fundados antes del año 2011.

Bolivia en el estudio monitor global del emprendimiento del año 2014, en adelante GEM, presentaba el 9,1% de empresas de persistencia, es decir empresas con emprendimientos mayores a 42 meses. El estudio GEM fue orientado a emprendedores de diferentes niveles económicos, y no estaba enfocada en personas con estudios superiores, (UCB, 2014).

En la figura N° 25 relacionada a cofundadores y emprendimientos activos se establece que en el caso boliviano la tendencia a tener 1 solo socio es mayor, representando el 42,3%, con 2 socios el 33,8%, y con 3 socios el 14,3%, con más de 3 socios con 9,6%. Lo que evidencia que las empresas unipersonales y con dos socios son los más comunes en este país.

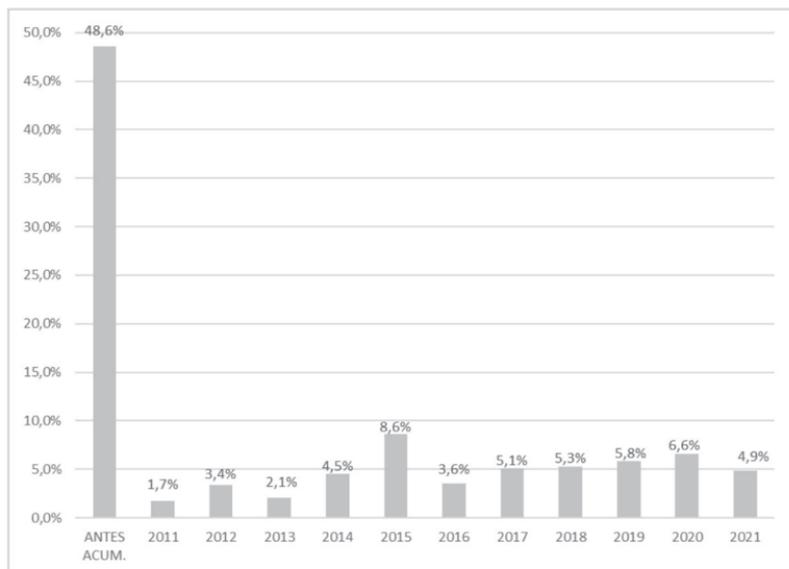
**FIGURA N° 25 COFUNDADORES Y EMPRENDIMIENTOS
ACTIVOS PAISES GUESSS**



En este país, hasta el 2021, el indicador de persistencia empresarial presenta una tendencia más alentadora para los

últimos años, y aunque el virus que provoca el COVID-19, “obliga a que las autoridades bolivianas, determinen para el primer y segundo trimestres del año 2020 una fase de confinamiento, con cuarentenas rígidas y luego cuarentenas flexibles en las principales ciudades del país”, (Ministerio/ Salud, 2022). “Para luego, establecer en el tercer y cuarto trimestre del año 2020, una fase post confinamiento; no obstante, el espíritu emprendedor de algunos universitarios emergió, para brindar oportunidades de nuevos negocios y fuentes de ingreso familiar”, (INESAD, 2022), la figura N° 26 presenta sucintamente lo informado en este apartado.

**FIGURA N° 26 AÑO DEL FUNDACIÓN DEL
EMPREDIMIENTO ACTIVO**



CAPITULO III

ANÁLISIS DE VARIABLES

DE LA TEORÍA DEL COMPORTAMIENTO

PLANIFICADO (TCP)

3.1. DETERMINANTES DE LAS INTENCIONES EMPRENDEDORAS

Por otro lado, para conocer la intención emprendedora realizada, se han orientado las preguntas de las circunstancias de las estudiantes. En este estudio los estudiantes valoraron en una escala Likert que va desde el número 1 (totalmente en desacuerdo) al número 7 (muy de acuerdo), que se usa para explicar la inquietud emprendedora que tienen los estudiantes y si presentan una fuerte intención para abrir una empresa en el futuro, (Liñan, González, & Gualteros, 2018).

3.1.1. Intención Emprendedora

Resultantes de una escala de 1 al 7, el promedio de la intención emprendedora varía entre el 5,47 y el 5,85, algunas cifras se encuentran ligeramente por debajo del promedio de las variables estudiadas que es de 4 para la escala, las siguientes afirmaciones de la tabla N° 3.

TABLA N° 3 AFIRMACIÓN EMPRENDEDORA

Estoy dispuesto a hacer cualquier cosa para hacerme cargo del negocio de mis padres.

Mi objetivo profesional es convertirme en sucesor del negocio de mis padres.

Haré todo lo posible para convertirme en sucesor del negocio de mis padres.

Estoy decidido a convertirme en sucesor del negocio de mis padres en el futuro.

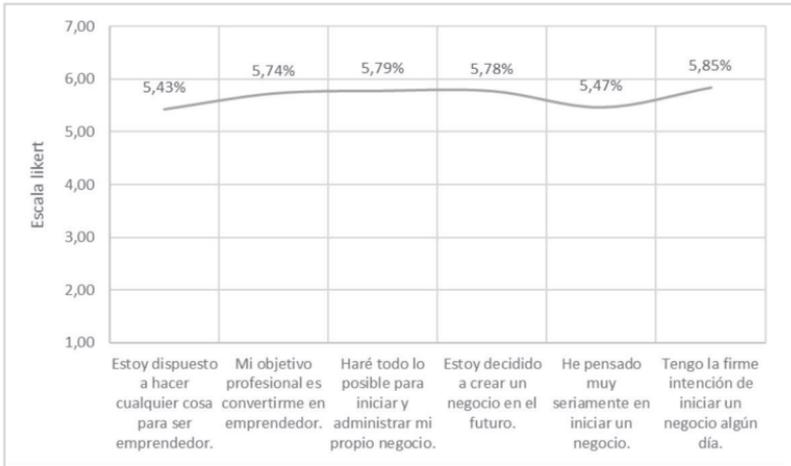
He pensado muy seriamente en hacerme cargo del negocio de mis padres.

Tengo la firme intención de convertirme en un sucesor en el negocio de mis padres algún día.

En la figura N° 27 se observa que tan solamente los ítems “Mi objetivo profesional es convertirme en emprendedor”, “Haré todo lo posible para iniciar y administrar mi propio negocio”, “Estoy decidido a crear un negocio en el futuro”, y “Tengo la firme intención de iniciar un negocio algún día”, están por encima del punto medio de la escala (4). No obstante, “Estoy dispuesto a hacer cualquier cosa para ser emprendedor”, “He pensado muy seriamente en iniciar un negocio”, muestra la menor puntuación. En consecuencia, los encuestados muestran un elevado nivel de intención emprendedora.

Todas estas aseveraciones se encuentran por encima de 4 puntuación promedio de la escala Likert aplicada a esta pregunta.

FIGURA N° 27 INTENCIÓN EMPRENDEDORA



3.1.2. Intención Emprendedora, comparativo por género

La intención emprendedora de los estudiantes bolivianos está ligeramente por encima de la media iberoamericana, pero las acciones emprendedoras realizadas son mucho menores.

En la figura N° 28, al promediar los resultados de los seis ítems muestra que la intención emprendedora de las mujeres es superior a la de los hombres (5,78/5,58), aunque la diferencia no es significativa. No obstante, en el caso de la intención emprendedora realizada, sí que se produce una diferencia significativa, siendo las mujeres las que más han abierto una empresa en los últimos años (279 de mujeres, versus 237 de hombres).

Se observa que los ítems “Mi objetivo profesional es convertirme en emprendedor”, “Haré todo lo posible para iniciar y administrar mi propio negocio”, “Estoy decidido

a crear un negocio en el futuro”, y “Tengo la firme intención de iniciar un negocio algún día”, están por encima del punto medio de la escala (4). Por ello, cabe considerar que las encuestadas muestran un elevado nivel de intención emprendedora en estas afirmaciones.

En otra perspectiva, “Estoy dispuesto a hacer cualquier cosa para ser emprendedor”, “He pensado muy seriamente en iniciar un negocio”, muestra la menor puntuación.

En este marco contextual, ante la mayoritaria valoración positiva, se plantea la posibilidad de realizar esfuerzos para incentivar la intención emprendedora de los estudiantes, de forma que sea considerada por los estudiantes como una opción para el ejercicio profesional.

“Por otro lado, al realizar el promedio de las medias obtenidas para los ítems que definen la escala de actitud emprendedora se obtiene un valor de 5,65. Valor superior al valor medio de la escala (4)”, (Sieger, 2021).

FIGURA N° 28 INTENCIÓN EMPRENDEDORA POR GENERO



3.1.3. Determinantes directos de la intención emprendedora

En este apartado se analizarán las apreciaciones personales que tienen los estudiantes de la Universidad en lo que se refiere a las variables explicativas que se han determinado que influyen directamente en las intenciones emprendedoras: la actitud hacia el emprendimiento, el apoyo social, familiar y de los amigos (o normas subjetivas) y la autoeficacia emprendedora.

Del mismo modo que se usó para medir las intenciones emprendedoras, para analizar estas variables, se usó escalas tipo Likert de 7 posibles niveles, con el nivel 7 indicando la valoración “muy de acuerdo”, y el nivel 1 para la valoración “completamente en desacuerdo”. A continuación, “se examinan las tres variables de intención según la Teoría de la Acción Planificada”, (Ajzen, 2005, p. 9).

3.1.3.1. Actitud Emprendedora

En esta sección se analizarán las percepciones de los estudiantes de la Universidad sobre su propia actitud hacia el emprendimiento.

¿Cómo describirías tu actitud hacia el emprendimiento?

A continuación, se presenta un listado de las descripciones de la actitud hacia el emprendimiento:

TABLA N° 4 AFIRMACIÓN DE ACTITUD EMPRENDEDORA

Ser emprendedor me implica más ventajas que desventajas.

La carrera de emprendedor me atrae.

Si tuviera la oportunidad y los recursos, me convertiría en emprendedor.

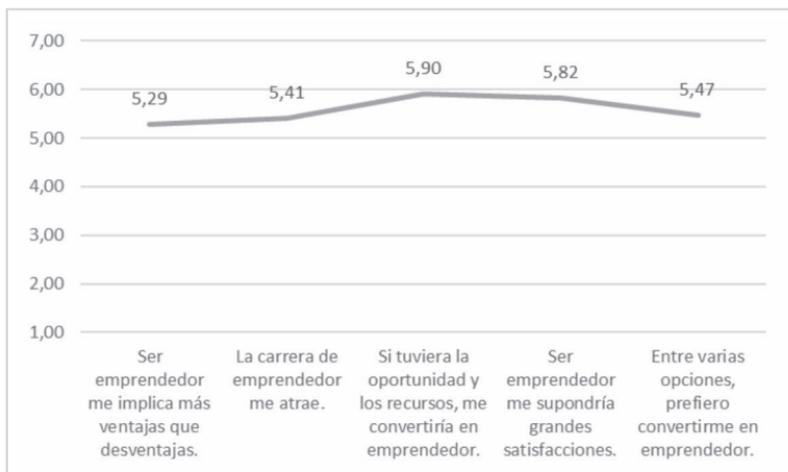
Ser emprendedor me supondría grandes satisfacciones.

Entre varias opciones, prefiero convertirme en emprendedor.

La actitud emprendedora considera las perspectivas positivas o negativas que tiene la o el estudiante sobre las consecuencias de ser emprendedor(a). Una valoración más positiva influirá positivamente sobre la intención de emprender. En este sentido, la Figura N° 29 muestra la distribución de las respuestas para cada uno de los cinco ítems que forman la escala de Actitud Emprendedora. Como se puede apreciar, la proporción de respuestas que está muy de acuerdo o totalmente de acuerdo con esas afirmaciones oscilan entre 5,29 y el 5,9. Los ítems “Si tuviera la oportunidad y los recursos, me convertiría en emprendedor”, “Ser emprendedor me supondría grandes satisfacciones”, superan el promedio obtenido para la escala aplicada de (4). Sin embargo, “ser emprendedor implica más ventajas que desventajas para mí”, “La carrera de emprendedor me atrae”, y “Entre varias opciones, prefiero convertirme en emprendedor”, muestra la menor puntuación. Este resultado puede entenderse en el sentido de que las Universidades, así como entidades públicas y privadas, debieran focalizar esfuerzos para desarrollar acciones que contribuyan a los universitarios a detectar oportunidades de mercado, y que puedan guiarlos en el dónde y cómo pueden lograr la captación de recursos financieros, entre otros.

Desde otra perspectiva, “al realizar el promedio de las medias obtenidas para los ítems que definen la escala de actitud emprendedora se obtiene un valor de 5,58. Valor superior al valor medio de la escala (4)”, (Sieger, 2021, p.24).

FIGURA N° 29 ACTITUD EMPRENDEDORA



3.1.3.2. Actitud Emprendedora, comparativo por Género

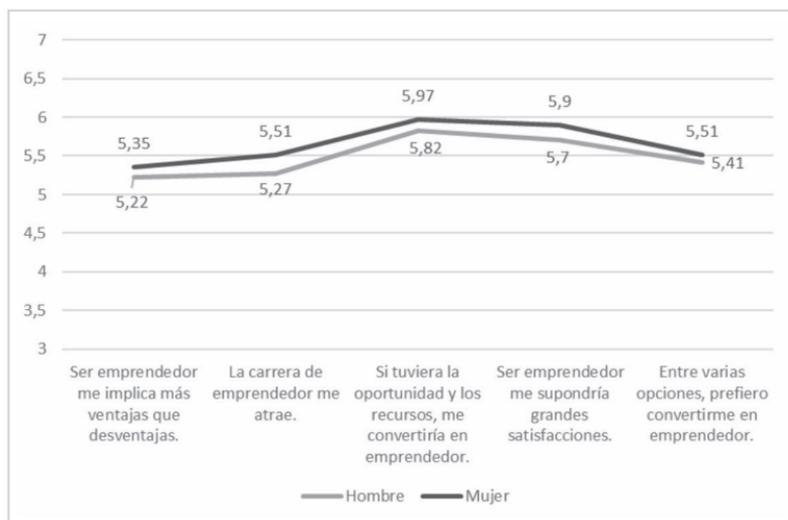
En la figura N° 30, el análisis de los resultados de las medias muestra que la intención emprendedora de las mujeres es superior al de los hombres (5,65/5,48), aunque la diferencia es reducida.

Se observa que en todos los ítems las mujeres presentan resultados más elevados que el de los hombres. Aunque la diferencia es estrecha, demuestra que la actitud para ser empresaria es más evidente en las mujeres universitarias bolivianas. Ambos géneros sobrepasan el valor medio de la escala (4) en todos los ítems.

Para el caso de las mujeres se obtuvo un valor mínimo de 5,35 en el ítem “Ser emprendedor me implica más ventajas que desventajas” y el valor más alto de 5,97 en el ítem “Si tuviera la oportunidad y los recursos, me convertiría en emprendedora”.

Logrando en el caso de los hombres un valor mínimo de 5,22 en el ítem “Ser emprendedor me implica más ventajas que desventajas” y el valor más alto de 5,82 en el ítem “Si tuviera la oportunidad y los recursos, me convertiría en emprendedor”.

FIGURA N° 30 ACTITUD EMPRENDEDORA POR GÉNERO



3.1.3.3. Control percibido (control interno)

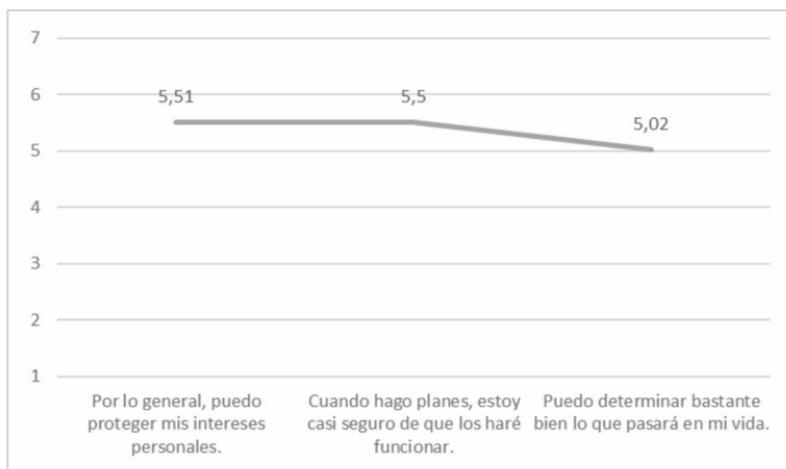
El control percibido es un concepto psicológico de la teoría de la acción planificada que incluye dos componentes diferenciados. El primero de ellos (control interno) se refiere al grado en el que la persona cree que las cosas que le ocurren dependen fundamentalmente de sí

mismo. El segundo (control externo) hace referencia al grado en el que la persona cree que las cosas que le ocurren dependen fundamentalmente de las circunstancias externas. “A mayor control interno se esperaría un mayor bienestar psicológico, mientras que a mayor control externo se espera un menor bienestar psicológico”, (Ajzen, 2005,p.9).

Según Wallston, Wallston, Smith & Dobbins, (1987), el control percibido también puede ser definido como la creencia de que el individuo puede determinar sus propios estados internos y comportamientos, para de esta manera contribuye en su entorno y/o lograr un resultado deseado, “control percibido, emociones y experiencias satisfactorias”, (Wallston, 2014, p.7).

En este contexto, la investigación aplicó el control percibido a los encuestados obteniendo En este sentido, se analizará gráficamente, bajo una escala Likert de 1 al 7 los ítems relacionados con esta cuestión, para determinar el grado de desacuerdo o acuerdo con este ítem.

En la figura No. 31 se analizan los ítems correspondientes a esta variable, donde se encontró que los ítems se encuentran por encima del promedio establecido en la escala de 1 al 7 likert (4). Los ítems que logran una mayor puntuación son, “Por lo general, puedo proteger mis intereses personales”, y “Cuando hago planes, estoy casi seguro de que los haré funcionar”, mientras que el ítem logra una puntuación menor que las anteriores, “Puedo determinar bastante bien lo que pasará en mi vida”.

FIGURA N° 31 CONTROL PERCIBIDO

3.1.3.4. Control percibido, comparativo por Género

En cuanto a las escalas de actitud emprendedora, en la figura N° 32, se presentan los resultados de las medias de la intención emprendedora de las mujeres, la misma es ligeramente superior a la de los hombres (5,38/5,31), aunque la diferencia no es más que 7 centésimas.

Se observa, además, que en todos los ítems las mujeres presentan resultados más elevados que el de los hombres. Ambos géneros sobrepasan el valor medio de la escala (4) en todos los ítems.

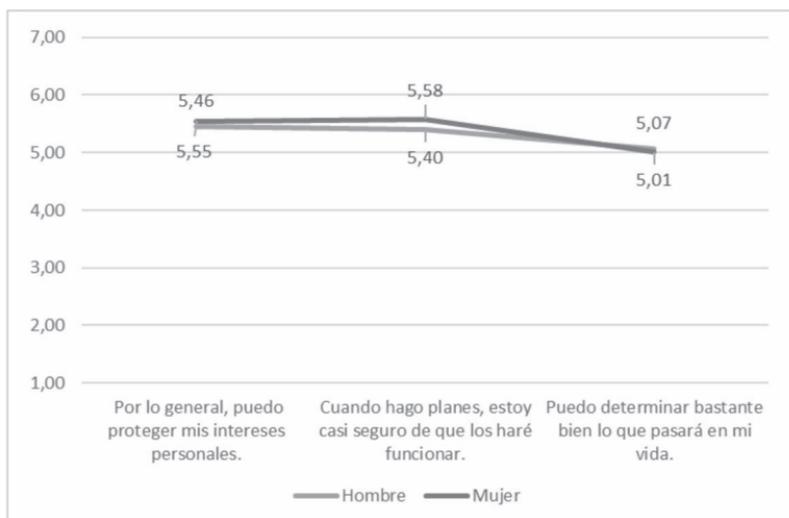
Para el caso de las mujeres se obtuvo un valor mínimo de 5,01 en el ítem “Puedo determinar bastante bien lo que pasará en mi vida” y el valor más alto de 5,58 en el ítem “Cuando hago planes, estoy casi seguro de que los haré funcionar”.

Logrando en el caso de los hombres un valor mínimo de 5,07 en el ítem “Puedo determinar bastante bien

lo que pasará en mi vida” y el valor más alto de 5,46 en el ítem “Por lo general, puedo proteger mis intereses personales”. Es un poco más alta en el caso de las mujeres y un poco menor en el caso de los hombres.

En el caso boliviano, con relación al supuesto de que los hombres son más emprendedores, este apartado muestra que existe un cierto sesgo social, con relación al emprendedor hombre, ya que las mujeres plantean una mejor puntuación que el sexo opuesto.

FIGURA N° 32 CONTROL PERCIBIDO POR GÉNERO



3.1.3.5. Autoevaluación sobre competencias emprendedoras

Otro componente del control percibido, según la teoría de la acción planificada, es la autoeficacia, que es una creencia personal sobre las propias capacidades para realizar una tarea o lograr un objetivo concreto. Es decir, es la percepción que tenemos de nosotros mismos sobre

nuestra capacidad para llevar a cabo una determinada tarea y alcanzar un objetivo. Por tanto, es subjetiva. Es decir, “la autoeficacia no es una capacidad objetiva que se pueda medir de forma objetiva, sino que es una percepción subjetiva de nuestras propias habilidades, en este caso, de emprender”, (Ajzen, 2005,p.9).

En este acápite se analizan 7 ítems de autoeficacia, que fueron valoradas siguiendo el mismo esquema que las anteriores, usando una escala tipo Likert de 1 a 7. Los 7 ítems se muestran en la tabla N° 5.

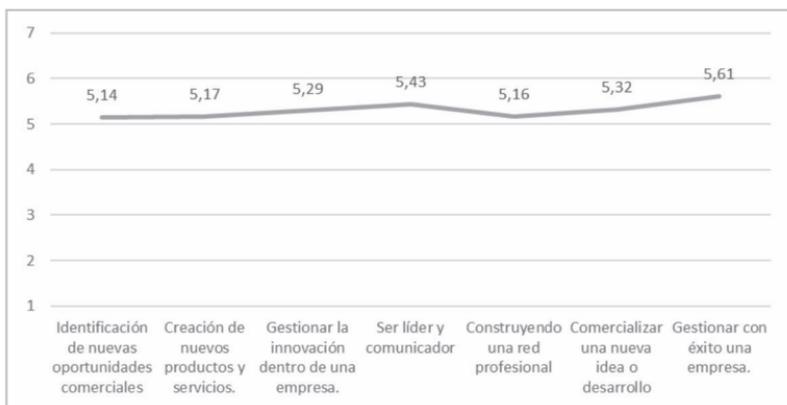
TABLA N° 5 CONTROL PERCIBIDO

Identificación de nuevas oportunidades comerciales
 Creación de nuevos productos y servicios.
 Gestionar la innovación dentro de una empresa.
 Ser líder y comunicador
 Construyendo una red profesional
 Comercializar una nueva idea o desarrollo
 Gestionar con éxito una empresa.

En la figura N° 33 las mayores medias las obtienen los ítems “Ser líder y comunicador” y “Gestionar con éxito una empresa”, mientras que las que presentan menores medias son “Identificación de nuevas oportunidades comerciales” y “Creación de nuevos productos y servicios”.

El promedio de las medias de los 7 ítems ofrece como resultado 5,3, por lo tanto, es mayor a la media de la escala (4). Lo anterior evidencia que la autoeficacia es muy satisfactoria en los estudiantes de la universidad boliviana, estos resultados obtenidos son elevados y por ende la creencia de sus propias capacidades es alta.

FIGURA N° 33 AUTOEVALUACIÓN CONTROL PERCIBIDO



3.1.3.6. Autoevaluación sobre competencias emprendedoras, comparativo por género.

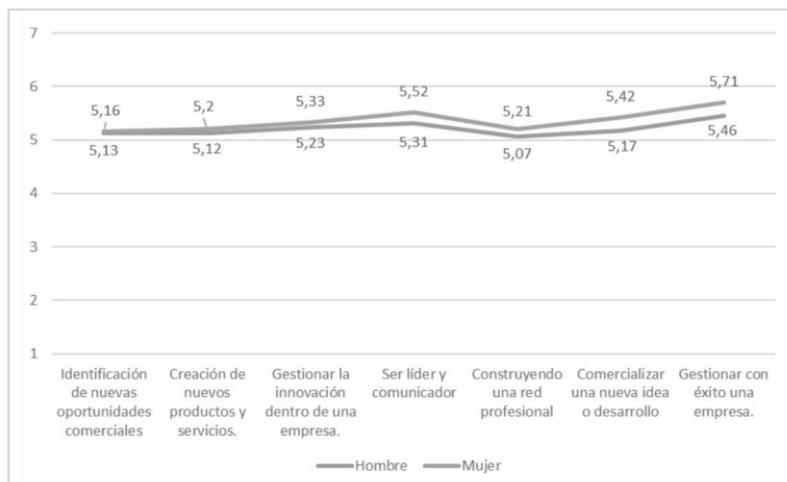
En la figura N° 34, el análisis de los resultados de las medias muestra que la intención emprendedora de las mujeres es superior a la de los hombres (5,36/5,21), aunque la diferencia es estrecha.

Se observa que en todos los ítems las mujeres presentan resultados más elevados que los hombres. Ambos géneros sobrepasan el valor medio de la escala (4) en todos los ítems.

Para el caso de las mujeres se obtuvo un valor mínimo de 5,16 en el ítem “Identificación de nuevas oportunidades comerciales” y el valor más alto de 5,71 en el ítem “Gestionar con éxito una empresa”. Logrando en el caso de los hombres un valor mínimo de 5,13 en el ítem “Identificación de nuevas oportunidades comerciales” y el valor más alto de 5,46 en el ítem “Gestionar con éxito una empresa”.

Respecto a la creencia que los hombres son más emprendedores, en este apartado se analiza que existe un relativo sesgo social. Este estudio refleja que el espíritu emprendedor de las mujeres con estudios superiores, es mayor al de los hombres con estudios académicos.

FIGURA N° 34 AUTOEVALUACIÓN CONTROL PERCIBIDO POR GÉNERO



3.1.3.7. Apoyo Social, Familiar y de los Amigos

La tabla N° 6 presenta los ítems relacionados con las valoraciones subjetivas que los encuestados presentan acerca del apoyo de su entorno más cercano:

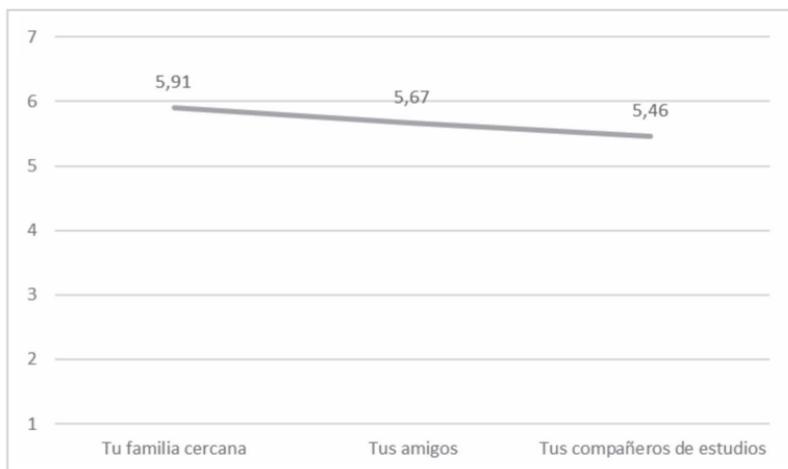
TABLA N° 6 APOYO AL EMPRENDEDOR

La familia.
Los amigos.
Compañeros de estudios.

En la figura N° 35, los resultados expresan que existiría apoyo a los emprendedores de su entorno más cercano, independiente de su sexo o género.

El ítem que presenta mayor apoyo es el de “Tu familia cercana” con una media de 5,91, un ítem intermedio en apoyo es el relacionado a “Tus amigos” con 5,67; y el ítem que presenta menor apoyo es el de “Tus compañeros de estudios” con una media de 5,46. El grupo de compañeros de estudio, represente el valor más bajo, podría ser un posible aspecto que mejorar para el desarrollo de las intenciones emprendedoras de las y los estudiantes. En todos los casos se presenta un indicador mayor al promedio de la escala 4.

**FIGURA N° 35 APOYO FAMILIAR, SOCIAL Y DE
COMPAÑEROS AL EMPRENDEDOR**

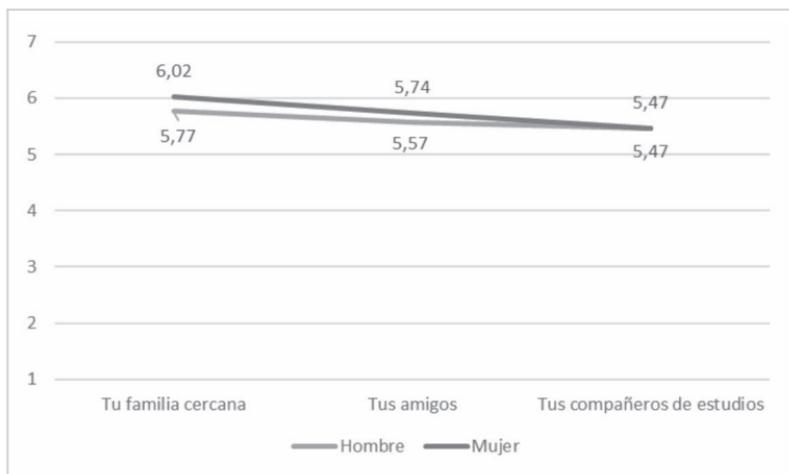


3.1.3.8. Apoyo Social, Familiar y de los Amigos, comparativo por género

En la figura N° 36 se analiza la comparativa de género, del apoyo social, familiar y de los amigos, resultando en que las mujeres perciben un mayor apoyo social, el ítem “Tu familia cercana” presenta una media de 6,02; y el ítem “Tus compañeros de estudios”, resulta en una media de 5,47; parecido al de los hombres.

En el caso de los hombres, el ítem “Tu familia cercana” presenta una media de 5,77; y el ítem “Tus compañeros de estudios”, resulta en una media de 5,47. En este caso también se presenta una mejor perspectiva emprendedora para las mujeres y levemente por debajo para los hombres.

FIGURA N° 36 APOYO FAMILIAR, SOCIAL, Y DE COMPAÑEROS AL EMPRENDEDOR POR GÉNERO



4. RECOMENDACIONES

4.1. A LAS INSTITUCIONES, UNIVERSIDADES Y AUTORIDADES ACADÉMICAS

4.1.1. En la esfera institucional, se sugiere fomentar la creación o consecución de incubadoras e impulsadoras de empresas. Asimismo, lograr coordinar el fortalecimiento de ecosistemas emprendedores que contribuyan a consolidar una agenda compartida regional y nacional entre instituciones públicas (Gobierno nacional, departamental, municipal), con instituciones que aglutinan a las Micro y Pequeñas Empresas (MyPE), las cámaras de industria y comercio, los colegios profesionales, acompañadas por las universidades y la cooperación internacional, pueden lograr proyectos de mediano y largo plazo sustentables, como se han logrado en países desarrollados.

4.1.2. Promover una reflexión en impuestos internos y gobiernos regionales y municipales, para visualizar la posibilidad de concretar incentivos tributarios que favorezcan el nacimiento y supervivencia de las nuevas empresas. Actualmente el régimen general tributario del país comprende impuestos como el impuesto al valor agregado (IVA), impuesto a las transacciones (IT) y el impuesto sobre las utilidades (IUE), y en las competencias municipales las patentes y el impuesto a la propiedad de bienes inmuebles (IPBI) y del impuesto a la propiedad de vehículos automotores (IPVA).

4.1.3. Para las universidades, se sugiere analizar los currículos, para incluir asignaturas que promuevan el espí-

ritu emprendedor de los estudiantes de grado, o en su caso fortalecer y actualizar las mismas en posgrado y en educación continua. Los emprendimientos favorecen la creación de unidades de negocios, y la generación de empleos, fundamentales en una etapa post pandémica, donde muchas organizaciones han reducido su personal e inclusive han cerrado sus operaciones por la crisis económica generada en el país.

Ahora bien, el formar emprendedores puede contribuir a la movilidad social, de los estratos más pobres a la clase media¹³. El concepto de movilidad social, se lo define como el conjunto de movimientos o desplazamientos que efectúan los individuos y familias en un sistema socioeconómico, gracias a la formación superior y a los emprendimientos implementados.

Autores como, Castellani & Zenteno, (2015), plantean que este concepto existe en el marco de una sociedad de clases o sociedad estratificada. Está muy relacionado con la idea de meritocracia: que los individuos pueden ascender socialmente si se esfuerzan lo suficiente. Así, en una sociedad ideal, las personas que más se esfuerzan lograrían ascender socialmente, mejorando su calidad de vida y teniendo acceso a nuevas oportunidades.

4.1.4. Se propone, que las autoridades académicas reflexionen acerca del rol de las universidades en la formación de la innovación y de las emprendedoras y los emprendedores. Quizás, fuese conveniente ajustar este aspecto en los planes estratégicos universitarios. El nuevo

13 Los hogares de clase pobre ganan menos de US\$ 4, en adelante, paridad del poder adquisitivo (PPA) diarios, hogares vulnerables de US\$ 4 a 10 PPA diarios, hogares de clase media de US\$ 10 a 50 PPA diarios, hogares de clase alta hogares con un ingreso mayor, a US\$50 PPA, (Castellani & Zenteno, 2015).

rol de las universidades como catalizadores de la cultura emprendedora y de la innovación, es un nuevo paradigma que varias universidades están transitando en varios continentes. Para los países en desarrollo, cualquier aporte para la generación de pequeñas empresas y de start up, resultan multiplicadoras para el desarrollo social y para el desarrollo económico regional y nacional, con la consiguiente asignación de recursos financieros que promuevan la ejecución de este objetivo.

4.1.5. Las universidades podrían priorizar la movilidad internacional de los estudiantes y del personal académico, para consolidar procesos de innovación necesarios para desarrollar la cultura emprendedora.

4.1.6. Apoyar la creación de un observatorio sobre emprendimiento universitario, reconociendo los avances realizados por GUESSS Bolivia, y de otros actores que se desenvuelven en el ecosistema boliviano.

4.2. A LOS ESTUDIANTES

4.2.1. Se sugiere a los universitarios robustecer e innovar sus capacidades mediante proyectos emprendedores que promuevan su ejercicio profesional, insertándose laboralmente como propietarios de negocios amigables con el medio ambiente, y con alto impacto social, en un contexto donde las empresas sociales que aplican la economía circular no solo tratan de ser rentables, sino que protejan al ecosistema ambiental y contribuyen al desarrollo social de la región.

4.2.2. Lograr formarse en asignaturas de grado o de posgrado, en capacidades emprendedoras. Esa formación fortalecerá la innovación y el espíritu emprendedor en la

perspectiva de crear o desarrollar empresas con valores que favorezcan a la sociedad y al cuidado ambiental.

4.2.3. Además, se sugiere desarrollar y aplicar capacidades de liderazgo moral, para facilitar las acciones emprendedoras, con el que podrán gestionar y apalancar recursos financieros, para iniciar o desarrollar su empresa.

4.2.4. Lograr consolidar socios con otros universitarios o inversionistas que tengan similares objetivos en el mediano o largo plazo, tratando de estructurar equipos humanos competitivos, que afiancen esta(s) ventaja(s) competitiva(s) que les facilitarán triunfar en el mercado.

4.2.5. Aprender a gestionar y operar micro o pequeñas empresas / start up, que sean sustentables económica, social y ambientalmente.

4.2.6. Contribuir a consolidar contextos, familiares, universitarios, sociales que fomenten el espíritu emprendedor, y que juntos logren enfatizar el probable nacimiento o crecimiento empresarial.

4.3. A LOS PROFESORES E INVESTIGADORES

4.3.1. Desarrollar investigaciones que logren fortalecer la integración con el proceso enseñanza-aprendizaje, con las tecnologías de información y comunicación que promuevan start up y negocios digitales. “La investigación es fundamento de la docencia, medio para el progreso de la comunidad y soporte de la transferencia social del conocimiento”, (Martinez, 2003).

4.3.2. Contribuir a realizar formación de grado y pos grado básica, intermedia o avanzada sobre innovación, planes de negocios y emprendimientos.

4.3.3. Pudieran interactuar de manera armónica en el desarrollo de una agenda compartida, que promueva la innovación y emprendimientos a partir del acercamiento e interacción con agencias estatales, universidades, Organismo no gubernamentales (ONG), asociaciones gremiales y la cooperación internacional.

BIBLIOGRAFÍA

Ajzen, I. (2005). *Actitudes, Personalidad y Comportamiento (2ª Edición)*. Londres: Open University.

Arnoletto, E. (11 de 5 de 2022). *Eumed net*. Obtenido de Eumed net: <https://www.eumed.net/libros-gratis/2007b/300/40.htm#:~:text=Otra%20noci%C3%B3n%20importante%20de%20Kurt%20Lewin%20%28de%20indudable,alcanzar%20cuando%20va%20a%20emprender%20una%20nueva%20actividad.>

BID, B. I. (2014). Pobreza y movilidad social en Bolivia en la última década. *BID*, <https://publications.iadb.org/publications/spanish/document/Pobreza-y-movilidad-social-en-Bolivia-en-la-%C3%BA%20ltima-d%C3%A9cada.pdf>.

Castellan, F., & Zenteno, J. (2015). Pobreza y movilidad social en Bolivia en la última década. *BID*, 17.

Castellani, F., & Zenteno, J. (2015). *Pobreza y movilidad social en*. La PAz: BID.

Consuelo, A. (2017). *Análisis financiero*. Mexico: UNE.

Economipedia. (1 de 7 de 2022). *Economipedia*. Obtenido de Economipedia: <https://economipedia.com/definiciones/emprendimiento-social.html>

GUESSS. (31 de 5 de 2022). *GUESSS SURVEY*. Obtenido de <https://guesssurvey.org/>

INESAD. (31 de 5 de 2022). *INESAD*. Obtenido de <https://www.inesad.edu.bo/2021/03/12/en-2020-la-tasa-de-desempleo-cerro-en-84-por-la-pandemia/>

Khan, T. &. (31 de 5 de 2014). *ELSEVIER*.

Lifeder. (1 de 7 de 2022). *Lifeder*. Obtenido de Lifeder: <https://www.lifeder.com/metodo-comparativo/>

Liñan, F., González, D., & Gualteros, I. (2018). *Informe GUESSS 2018, Universidad de Sevilla*. Sevilla: US.

Martinez, M. d. (2003). *El capital intelectual en un departamento universitario. análisis del área socio-jurídico*. Sevilla: US.

Ministerio/Salud. (31 de 5 de 2022). *Ministerio de salud*. Obtenido de <https://www.minsalud.gob.bo/>

Morales, J. A. (2022 de 2 de 2022). *Economía boliviana 2022*. (U. Nur, Entrevistador)

Psicologiaymente. (27 de 5 de 2022). *Psicologiaymente*. Obtenido de Psicologiaymente: <https://psicologiaymente.com/psicologia/locus-de-control>

RAE. (1 de 6 de 2022). *Real academia de la lengua española*. Obtenido de <https://dle.rae.es/buscar>

Sieger, P. R. (2021). *Global Student Entrepreneurship 2021: Insights From 58 Countries*. St.Gallen/Bern: Bern University.

UCB, E. d. (2014). *Global Entrepreneurship Monitor - Reporte Nacional Bolivia 2014*. La Paz: UCB.

UNU-WIDER. (30 de 5 de 2022). *Examinando la brecha de género del emprendedor*. Obtenido de UNU. EDU: <https://unu.edu/publications/articles/examining-entrepreneur-gender-gap.html#info>

Wallston, W. S. (2014). Researchgate. *Current Psychology*, 7. Obtenido de https://www.researchgate.net/publication/225258541_Perceived_control_and_health/link/02e7e523b10085cd1a000000/download

Wikipedia. (4 de 5 de 2022). *Wikipedia*. Obtenido de https://es.wikipedia.org/wiki/Teor%C3%ADa_del_comportamiento_planeado

Auspiciador del Proyecto GUESSS 2021

Agradecemos el apoyo de la empresa EY (Ernst & Young), como aliado global del proyecto.



EY

**Building a better
working world**

REFERENCIAS:

Rafael Marcelino Velásquez Ramirez, administrador de empresas, especialista en gestión de calidad, magister en administración, y doctorando en gestión estratégica y negocios internacionales de la universidad de Sevilla, autor de publicaciones en las áreas empresarial y académica, es actual coordinador de administración de empresas en pre y pos grado en la universidad Núr y coordinador del proyecto GUESSS en Bolivia.

Jhonny David Atila Lijeron, ingeniero comercial, máster en finanzas corporativas y especialista en administración de empresas de la universidad Castilla de la Mancha, es actual director del canal 11 televisión de la universidad autónoma Gabriel Rene Moreno.

Mariana Santa Cruz Terrazas, PhD, doctora en psicología de la VRIJE, Universidad Libre de Bruselas, es actual coordinadora regional de investigación de la Universidad Católica Boliviana “San Pablo”.

Luz Mariela de los Ríos Cabrera, Licenciada en Administración de Empresas, Mag. en Gerencia de Recursos Humanos, diplomados en Educación Superior, en Investigación científica, en Habilidades gerenciales, en Responsabilidad social y empresarial. Docente en el área empresarial. Actualmente es Jefe de Carrera de Administración de Empresas en la Universidad Privada de Santa Cruz de la Sierra UPSA.

Se terminó de imprimir en Diciembre de 2022
en los Talleres de **Industrias Gráficas SIRENA**
Calle Manuel Ignacio Salvatierra N° 240
Teléfono: 336-6030 • Fax: 334-7774
E-mail: imprentasirena@imprentasirena.com
Santa Cruz - Bolivia

