

PERFIL Y COMPORTAMIENTO DEL EMPRESARIO CHILENO: CASO REGION DEL BIO BIO. CHILE SEGUNDO SEMESTRE DE 1993.

CARLOS A. EGAÑA DIAZ
ALVARO ESCOBAR GONZALEZ

Universidad de Concepción - Chile. Facultad de Ciencias Económicas y Administrativas.
Departamento de Administración

I. JUSTIFICACION

En términos generales se considera pertinente conocer los factores relevantes que influyen en la gestación de empresarios y en la creación de empresas, buscando determinar si el origen se basa en una formación académica o en características innatas y empíricas de las personas.

Por otro lado, se considera de vital importancia tener un conocimiento sobre los orígenes de los empresarios y de las empresas, para reorientar la formación de futuras generaciones de administradores en Chile.

En la medida que se identifique quién es el empresario y cómo crea las empresas, se podrá encarar la búsqueda de metodologías pedagógicas de enseñanza para inculcar el espíritu emprendedor, potenciar las cualidades de un empresario y seleccionar los conocimientos relevantes para la creación de empresas.

II. BREVE DESCRIPCION DE LA INVESTIGACION

Este estudio consistió en la aplicación de cuestionarios a través de personal

especializado —Survey— a una muestra representativa de empresarios y altos ejecutivos de empresas, respectivamente, en la zona de estudio, a fin de recolectar información sobre la posible existencia de algún patrón común que señale o demuestre que los empresarios requieren de algún tipo de información previa para adquirir la condición de tales y de algunos factores comunes condicionantes y determinantes que conlleven a la formación de empresas.

El presente estudio es de tipo exploratorio (búsqueda de nuevas hipótesis) y de tipo descriptivo, ya que muestra un diagnóstico en un período de tiempo específico y en un lugar determinado. No es un estudio bibliográfico.

Es importante destacar que se consideró la opinión de un grupo de altos ejecutivos, puesto que ellos mantienen un estrecho contacto con los empresarios y que es plausible asumir que sus opiniones pueden aportar importantes antecedentes relacionados con el tema. Además, que pareció interesante poder confrontar las opiniones de los empresarios con las de los ejecutivos.

III. HIPOTESIS GENERALES

El estudio estuvo orientado a probar las siguientes hipótesis generales:

- a) Los empresarios se forman.
- b) La creación de una empresa depende en alto grado de la existencia de una persona con las características del empresario.
- c) El empresario chileno tiene un perfil de personalidad único.
- d) El empresario chileno tiene patrones de conducta psicológica, sociológica y económicas definidos.

IV. SINTESIS METODOLÓGICA

1. UNIVERSO

El universo para efectos del presente estudio se dividió en los siguientes sub-universos:

1.1. *Universo de Empresarios*: el elemento poblacional quedó definido como "toda aquella persona, hombre o mujer, que creó o gestó una empresa que ac-

tualmente se encuentra en funcionamiento, de tamaño mediano o grande.

1.2. *Universo de Ejecutivos*: el elemento poblacional quedó definido por "el representante legal o ejecutivo superior que dirige una empresa de tamaño mediano o grande, cuya matriz se encuentra en la zona en estudio.

2. MUESTRA

Para la determinación de la muestra de cada sub-universo se pretendió aplicar el muestreo probabilístico conocido como muestreo estratificado con afijación proporcional por atributo, pero dado que no se pudo determinar los tamaños de los sub-universos, se usó en definitiva el muestreo no probabilístico por cupos en cada uno de ellos.

El tamaño de la muestra se fijó en un total de 121 personas, y está compuesta por dos sub-muestras; la muestra de empresarios que se fijó en 58 y la muestra de ejecutivos que se fijó en 63 (ver Tabla 1).

TABLA 1. COMPOSICION DE LA MUESTRA
(Cifras en número de personas)

Elemento Muestral	Empresarios	Ejecutivos	Total
Empresas	58	63	121

3. METODO DE MEDICION

Se diseñó y aplicó para cada grupo muestral un cuestionario mediante encuestadores especialmente capacitados para el efecto, para cada grupo muestral (Survey).

4. INFORME FINAL

Los resultados se presentan a través de un Informe tipo ejecutivo, es decir, un informe compuesto por conclusiones relevantes y tablas de salida.

Las conclusiones relevantes están referidas, fundamentalmente, a cuáles eran las características de las personas

cuando crearon las empresas, a detectar la fuente de inspiración que sirvió de base para crear la empresa, a identificar el perfil de personalidad de un empresario, a conocer sus componentes conductuales, a determinar su estilo de dirección y a detectar las variables del entorno que influyeron en la decisión de crear la empresa.

V. CONCLUSIONES RELEVANTES

1. EL EMPRESARIO SE FORMA

De un total de 121 personas consultadas, un 57% de ellos opina que el empresario se forma. El resto sostiene

que el empresario nace. Cabe destacar que los ejecutivos están levemente por debajo de este porcentaje. No obstante, se puede concluir que ambos grupos opinan en forma semejante. (Ver Tablas 1, 2 y 3).

2. CARACTERIZACION DE LAS PERSONAS QUE CREARON LA EMPRESA

Según opinión de las personas consultadas, la persona, al momento de crear la empresa, tenía las siguientes características demográficas, sociales y económicas.

2.1. Características demográficas

a) Sexo:

El 89% de las personas era de sexo masculino.

El 11% de las personas era de sexo femenino.

El hombre aparece como un emprendedor por excelencia (Ver Tabla 1).

b) Edad:

Aproximadamente el 80% de las personas que crearon empresas tenían, en ese momento, menos de 40 años de edad. Las opiniones entre empresarios y ejecutivos son semejantes.

No obstante, que ser empresario parece ser una característica de personas jóvenes y maduras, ello no es privativo para personas de mayor edad. (Ver Tabla 2).

c) Educación:

El estudio detectó que mayoritariamente las personas proclives a formar empresas son personas que poseen educación universitaria. Esta información es avalada preferente y mayoritariamente por los ejecutivos.

Sin embargo, un porcentaje significativo, 39% de los empresarios, sólo requirieron de enseñanza a lo más técnica, siendo más importante en este último grupo el nivel de enseñanza media. (Ver Tabla 3).

2.2 Características sociales y económicas

a) Nivel socioeconómico:

Las personas que crearon empresas, en ese instante eran predominantemente de nivel socioeconómico C₂ C₃. Siendo el nivel socioeconómico ABC₁, también importante. (Ver Tabla 4).

b) Ciclo de vida:

Las principales etapas del ciclo de vida de las personas que crearon empresas son las siguientes y en orden de importancia: 41% aproximadamente de las personas eran casados con hijos dependientes y 34% aproximadamente, eran solteros independientes. El grupo ejecutivo opinó que un importante grupo de personas eran casados sin hijos.

Esta conclusión es congruente con la edad de las personas que crean empresas. (Ver Tabla 5).

c) Nivel de ingreso:

El nivel de ingreso predominante de las personas que crearon empresas, según opinión de empresarios y ejecutivos, era el nivel de ingreso mediano, es decir, ni pobres ni ricos. No obstante, el segundo nivel de ingreso sobresaliente era el alto.

Se concluye que las personas al momento de crear la empresa tienen un nivel de ingreso mediano o alto; pero un porcentaje cercano al 21% era de ingreso regular y bajo, lo que no deja de ser significativo, ya que las oportunidades para ser empresarios aparecen diversificadas en relación con esta variable. (Ver Tabla 6).

d) Salud:

Aproximadamente el 59% de los encuestados considera que el estado de salud compatible con la capacidad emprendedora es el de salud excelente. El estado de salud buena, también aparece con un porcentaje importante, como lo es un 40%.

Se concluye que es deseable tener buena o excelente salud para emprender una actividad empresarial. (Ver Tabla 7).

e) Origen familiar:

La característica principal de las personas que crearon empresas es la de tener padres empresarios, lo que es corroborado por ambos grupos de encuestados.

Sin embargo, la segunda característica en importancia de estas personas fue la de ser hijos de padres empleados, lo que es corroborado mayoritariamente por los propios empresarios.

En otro orden de importancia aparece el hecho de ser hijos de profesionales y el de tener familiares empresarios.

Si bien es cierto que para crear empresas es importante ser hijo de empresario o tener familiares empresarios, también lo es el hecho de que este trabajo no es privativo de los hijos de profesionales o de empleados. (Ver Tabla 8).

En resumen, el perfil de la persona que creó la empresa, según opinión de ejecutivos y empresarios y aplicando el criterio modal (mayor frecuencia), fue el siguiente:

1. Sexo: Masculino
2. Edad: Entre 31 y 40 años
3. Educación: Universitaria
4. Nivel socioeconómico: C₂C₃
5. Ciclo de vida: Casado con hijos dependientes
6. Nivel de ingreso: Mediano
7. Salud: Excelente
8. Origen familiar: Padres empresarios

3. PERSONALIDAD DEL EMPRESARIO

En esta parte del estudio se preguntó a los empresarios por los rasgos de su personalidad al crear la empresa. Lo mismo se preguntó a los ejecutivos, pero

por aquellos rasgos de personalidad de quien creó la empresa donde él actualmente se desempeña.

Se aplicó una escala de 1-5 en orden ascendente en cuanto a la manifestación o intensidad de distintos rasgos de personalidad agrupados en: biológicas, cognitivos, afectivo, conductual, ética intachable y psíquico.

3.1 Rasgos biológicos

Las características o cambios que se producen en el sistema anatómico-fisiológico del organismo humano pueden producir efectos sobre el comportamiento y sobre el aspecto psicológico del empresario.

Según el estudio, los rasgos biológicos de la persona al convertirse en empresario, que se mencionaron con mayor intensidad fueron:

- *Iniciativa*, es decir, la característica imprescindible para el éxito emprendedor. La creatividad, el ingenio y la iniciativa son factores que juegan un rol crucial en las conductas emprendedoras.
- *Afán de logro*, es decir, saber lo que quiere y realizar las tareas que le permitan alcanzar lo propuesto.
- *Dinamismo*, característica necesaria de la persona empresaria, para enfrentar los desafíos de emprender.
- *Auto exigencia*, fuerza que lo hace seguir adelante en los objetivos que se ha trazado.
- *Independencia*, lo que implica que el empresario puede tomar decisiones con la información que tiene disponible.

3.2 Rasgos Cognitivos

Las cogniciones, es decir, las percepciones, pensamientos, imágenes, recuerdos, etc., nos aportan información acerca del entorno y cerca de nosotros mismos. El como se percibe e interpreta la realidad, influye de manera impor-

tante en el aspecto psicológico de una persona y en su comportamiento.

En el estudio los rasgos cognitivos, que obtuvieron la mayor intensidad o manifestación al momento de crear la empresa, fueron los siguientes:

- *Creatividad*, pues juega un rol muy importante en la génesis de ideas de negocios, lo importante es que se manifieste en forma pragmática para poder ser eficientes.
- *Realismo Perceptivo*: es crucial para el desarrollo de una idea, si la persona se ha basado en información distorsionada o falsa todo el proceso de resolución de problemas será poco eficiente.
- *Visión generalista*: en el sentido de tener una visión global de toda la acción a desarrollar.

— *Perspectiva a Largo Plazo*: ver un poco más allá de lo que lo hacen el común de las personas. Tener la capacidad de poder extrapolar tendencias.

3.3 Rasgos afectivos

Los afectos son las emociones y sentimientos. Las emociones se entienden como respuestas subjetivas, intensas y pasajeras, tales como miedo, ira y alegría.

Los sentimientos se entienden como respuestas subjetivas más estables como felicidad, odio, tristeza, entre otras.

En el estudio los rasgos afectivos con mayor manifestación en los empresarios son los siguientes:

- *Entusiasmo en el emprender*, para que así pueda enrielar afectivamente sus acciones hacia el logro de los objetivos perseguidos.
- *Dominio de sí mismo*, es importante el saber mantenerse estable ante los inconvenientes que se presenten en el camino.

— *Compromiso con objetivos empresariales*, para tener la fuerza de seguir hacia adelante con lo propuesto.

3.4 Rasgos conductuales

Los rasgos conductuales, es decir, aquellos rasgos que son propios en el desenvolvimiento de las personas, y que los hacen enfrentar las situaciones de diferente forma, aquellos que obtuvieron una mayor manifestación en los empresarios fueron los siguientes:

- *Motivador y Persuasor*, de manera de poder transmitir sus ideas a los demás, y persuadirlos para que lo sigan en sus objetivos y se comprometan en su cumplimiento.
- *Buenas relaciones públicas*, es importante saber y tener que relacionarse con distintos públicos.
- *Enfrentador/audaz*, la persona no hace el quite a los desafíos que se le presentan, es contrario al lema: "quien nada hace nada teme".

3.5 Ética intachable

Un aspecto importante del empresario es actuar de acuerdo con la ética, sólo así se realizará una real contribución a la sociedad.

Cada uno de los rasgos aquí mencionados, obtuvo una alta puntuación siendo los más altos:

- *Lealtad con lo que se hace*, de manera de ser honesto consigo mismo, y de esa forma ser honesto para con los demás.
 - *Ejercicio competente y honesto*, lo que lleva implícito el hacer las cosas bien en forma competitiva y en forma correcta.
 - *Espíritu de servicio a los demás*.
- Es importante recalcar que estas características fueron compartidas en forma semejante, por parte de los empresarios como de los ejecutivos encuestados.

3.6 Rasgos psíquicos

Es interesante conocer el comportamiento del empresario del punto de vista psíquico y cómo se manifiestan dichas características. Las principales que se detectaron en el estudio son las de ser innovador, es decir, una persona que está constantemente buscando cosas nuevas, ideas, proyectos, cambios, y la otra característica que sobresale es la de ser racional, es decir, en su carácter innovativo, esta persona tiene una capacidad de evaluar dicha idea con la mente fría.

GRAFICO 1. RASGOS RELEVANTES DE LA PERSONALIDAD DEL EMPRESARIO SEGUN JUICIO DEL EMPRESARIO Y DEL EJECUTIVO.

INTENSIDAD RASGOS	5 MFI	4 FI	3 RI	2 BI	1 MBI	PROMEDIO
BIOLOGICOS						
A. Dinamismo		*				4.35
B. Tolerancia a la fatiga		*				3.9
C. Animo expansivo		*				4
D. Enérgico		*				4.1
E. Timido				*		1.75
F. Inicativo		*				4.5
G. Afán de logro		*				4.45
H. Competitividad		*				4.05
I. Autoexigencia		*				4.4
J. Independencia		*				4.2
K. Sociable		*				3.85
L. Capacidad de asumir riesgos		*				3.85
COGNITIVO						
A. Adecuados sist. de retroal.		*				3.65
B. Adecuados sist. toma decis.		*				4.1
C. Perspectiva L/P		*				4.15
D. Capac. definición objetivos		*				3.9
E. Inteligencia general		*				4.1
F. Realismo perceptivo		*				4.3
G. Creatividad		*				4.3
H. Visión generalista		*				4.15
AFECTIVO						
A. Afectividad dinero, poder, etc.		*				3.6
B. Entusiasmo en el aprender	*					4.7
C. Compromiso afectivo obj. em.		*				4
D. Tolerancia a la frustración			*			3.3
E. Dominio de sí mismo	*					4.15
F. Sensible a la crítica, burla, etc.			*			2.75

Con los antecedentes expuestos se concluye que los rasgos de personalidad de un empresario, son de un perfil definido y que contrasta con los rasgos de personalidad de una persona común y corriente, ya que los de este último son, el ser conservador, sensible a la crítica, baja tolerancia a la frustración, poco perseverante, poco asertiva, motivación de logros relativamente moderados y gusta de trabajar poco.

Esto se puede apreciar en el Cuadro 9 y en los Gráficos 1 y 2.

GRAFICO 2. RASGOS RELEVANTES DE LA PERSONALIDAD DEL EMPRESARIO SEGUN JUICIO DEL EMPRESARIO Y DEL EJECUTIVO.

INTENSIDAD RASGOS	5 MFI	4 FI	3 RI	2 BI	1 MBI	PROMEDIO
CONDUCTUAL						
A. Asertividad		*				4
B. Motivador y persuasor		*				4.2
C. Facilidad de adaptarse a normas		*				3.75
D. Gusta trabajar poco y descansar				*		1.86
E. Enfrentador/audaz		*				4.1
F. Buenas relaciones públicas		*				4.2
G. Ahorrativo		*				3.85
H. Derrochador				*		1.5
ETICA						
A. Lealtad a lo que hace	*					4.6
B. Ejercicio competente y honesto	*					4.55
C. Servicio a los demás		*				4
PSIQUICOS						
A. Emocional			*			3.15
B. Racional		*				4.2
C. Introverso			*	*		2.4
D. Extroverso			*			3.45
E. Solitario				*		2.3
F. Sociable		*				3.85
G. Conservador			*			3.4
H. Innovador		*				4.15

4. FUENTES DE INSPIRACION DEL EMPRESARIO PARA CREAR UNA EMPRESA

Es interesante conocer las fuentes de inspiración que tuvo el empresario al crear su empresa. Para esto, el empresario tenía opciones para responder en forma abierta a dicha consulta. De igual forma se le consultó a los ejecutivos, por sus apreciaciones de las fuentes de inspiración de los empresarios al formar su empresa.

Se puede ver que las fuentes más mencionadas, resultaron ser:

Familia y amigos empresarios, lo que implica que existe una fuerte influencia de parte de estos grupos de convivencia.

Aprovechamiento de oportunidades, el empresario tiene una capacidad de poder ver ciertos hechos de los cuales sabe sacar provecho.

Independencia económica y social, es decir, tiene la inquietud de generar su propio trabajo, sin tener la dependencia de algún jerárquico.

Realización, superación personal y social, es decir, en esta actividad se

busca el poder realizarse como persona y tener un reconocimiento social.

Necesidad económica y seguridad futura, lo que respalda el hecho de que muchas personas se hacen empresarios ante situaciones adversas y que de alguna manera puedan tener la seguridad que su futuro esté en sus manos y no en las de otra persona.

Es importante recalcar que no es muy mencionado el hecho, de que el empresario se haya creído con dotes naturales para realizar dicha actividad.

El resultado de esta inquietud se puede ver en la Tabla 10.

5. COMPORTAMIENTO DEL EMPRESARIO. VARIABLES PSICOLOGICAS

En este punto se muestran cuáles son las variables según el juicio del empresario y del ejecutivo.

a) Necesidades a satisfacer

A los encuestados se les presentó una lista de necesidades, dándoles la oportunidad de seleccionar aquellas que consideraron más ad hoc al comportamiento de un empresario.

Las necesidades que obtuvieron los mayores puntajes fueron las siguientes:

— *Autorrealización*, la razón de poder realizar una actividad con la cual se siente plenamente satisfecho.

— *Independencia*, el hecho de poder llevar a cabo acciones en forma no subordinada.

— *Seguridad*, en el sentido de crear su auto-empleo y no estar subordinado a decisiones de otros. (Ver Tabla 11.)

b) Principales motivaciones o razones que impulsaron la idea de ser empresario

Con este fin se utilizó una pregunta abierta con la posibilidad de mencionar cuatro motivaciones distintas.

Las motivaciones más mencionadas, fueron las siguientes:

— Buscar la independencia económica y social.

— Lograr la realización y superación personal.

— Apoyar su grupo familiar. (Ver Tabla 12).

c) Aspectos estudiados para ser empresario

Se presentó una lista con distintos aspectos que pudiesen haber sido "estudiados"; o que se cree que deberían estudiarse para tomar la decisión de ser empresario, dejando la oportunidad de añadir otra que no estuviese en la lista.

Los principales factores estudiados, fueron:

— *Rentabilidad*, es decir, determinar cuánto dinero entregará el negocio al inversionista, en un determinado período, comparándolo con la cantidad de dinero invertida en el negocio.

— *Capital a invertir*: muy relacionado con el anterior, conocer cuál es el monto requerido para llevar a cabo la acción de emprender.

— *Conocimiento del negocio*: entre los empresarios fue muy importante tener un conocimiento del negocio, antes de entrar a él y estar familiarizado con éste.

Esto nos indica que el empresario hace un análisis racional de la actividad que va a emprender y que, por supuesto, tiene un conocimiento para saber cómo estructurarlo. (Ver Tabla 13).

d) Conocimientos necesarios para ser empresario

A los encuestados se les presentó una lista de distintos tipos de conocimientos, que a su juicio fuesen necesarios para el empresario.

Los resultados fueron los siguientes:

— *Administración general*: lo que nos indica la importancia que ellos le dan, a tener una visión general de la forma de manejar una empresa.

— *Cultura general*, lo que nos indica que es importante tener una visión general del mundo exterior en todas sus dimensiones.

— *Áreas funcionales*, nombrando principalmente a las áreas financieras, marketing, recursos humanos, entre otras.

Es importante recalcar que los ejecutivos le otorgan a dichas áreas una mayor importancia relativa.

— Por otra parte, los empresarios valoran en gran medida, la experiencia en un negocio en marcha, es decir, la vivencia adquirida. (Ver Tabla 14).

e) Creencias que influyeron en la decisión de ser empresario

A los encuestados se les presentó una lista de creencias que se supone que influyen en la decisión de ser empresario.

Las más importantes fueron:

— Creer que la actividad empresarial genera *independencia económica*, fue lejos la más contestada por los encuestados. El empresario busca tener una independencia económica y no estar sujeto a subordinación de otro, es decir, dejar de depender de otros.

— Creer que se logra una *distinción social*, el hecho de tener una retribución social es considerado un factor que influye en la decisión de ser empresario. (Ver Tabla 15).

f) Imagen con respecto a los empresarios

Al empresario se le preguntó por la imagen que ellos tenían de los empresarios antes de convertirse en tal.

Las principales imágenes que se tenían de ellos, eran las de personas in-

dependientes y de personas inteligentes.

Cabe destacar que no tuvieron mucha aceptación las imágenes de personas poderosas y solventes; imágenes de personas reconocidas por la opinión pública y la autoimagen del empresario desde joven. (Ver Tabla 16).

6. VARIABLES SOCIALES QUE INFLUYERON EN LA DECISION DE SER EMPRESARIO

Detrás de la acción de emprender una actividad empresarial existen algunos grupos sociales que aparecen influyendo en esa dirección.

En general, estos grupos son de dos tipos: en primer lugar se tiene los llamados grupos de convivencia, destacándose dentro de ellos en forma sobresaliente el grupo familiar, donde existía una tradición empresarial y que influye en la dirección de entregar experiencia, otorgar apoyo, motivación y orientación; después, aparecen los amigos como influenciadores importantes, dándose en este caso la idea de imitación; algo semejante se da para el grupo de compañeros de trabajo. Destacan por su escasa importancia los compañeros de estudios y los vecinos.

En segundo lugar se tiene los grupos de referencias, destacándose dentro de estos grupos el de los jefes de trabajo, y con escasa importancia aparece el grupo de profesores.

Estas percepciones son compartidas, en general, tanto por empresarios como por ejecutivos. Cabe destacar eso sí que los ejecutivos le asignaron una mayor influencia al grupo de profesores. (Ver Tablas 17 y 18).

7. VARIABLES ECONOMICAS QUE APARECEN COMO RELEVANTES EN LA DECISION

En general, el rol que desempeñan las variables económicas en la acción de emprender algo es el de ser inhibi-

dores, con la excepción de que en caso específico son grandes facilitadores.

En la investigación se detectó que la principal variable que influyó en la decisión empresarial fue el "capital necesario para invertir"; le siguen en importancia, "la tasa de crecimiento económico del país"; "la posibilidad de pago por endeudamiento"; los "ingresos pasados" (ahorro) y la "baja tasa de interés del préstamo".

Se detectaron algunas opiniones diferentes entre empresarios y ejecutivos, por ejemplo, los ejecutivos le asignan mayor relevancia a la "baja tasa de interés del préstamo", que los empresarios. También sucede lo mismo con las variables "posibilidad de pago por endeudamiento" y "baja inflación". (Ver Tabla 19).

8. FUNCIONES DIRECTIVAS DE LOS EMPRESARIOS

Consultados los encuestados respecto de cuáles eran las funciones de los empresarios y para lo cual se le presentaron funciones propias de un directivo de tipo administrador optimizador por un lado y por otro, funciones de un directivo emprendedor o empresario, y teniendo ellos que elegir sin saber a quién correspondían. Se obtuvo el siguiente resultado en orden de importancia:

- 1ª Relación personal, da la cara, hombre de contacto con fábricas, clientes y con proveedores.
- 2ª Funciones de desarrollo (innovación, agente de cambio, asumir riesgos, ver oportunidades, etc.).
- 3ª Profundo conocimiento del sector, capaz de detectar oportunidades y riesgos.
- 4ª Dosis diarias de riesgos, cuando encuentra la oportunidad la aprovecha.
- 5ª Caza la oportunidad rápidamente, asume el compromiso y pone gran empeño para el logro.
- 6ª Preferencia por estructuras planas, con muchos contactos informales y

mayor contacto directo.

- 7ª Busca oportunidad y luego los recursos.

Dado que las funciones del directivo emprendedor que se les mostraron fueron siete, se concluye que justamente los encuestados las identificaron plenamente como las funciones relevantes de un empresario, como directivo.

Otro aspecto importante es que hubo similitud total de opiniones entre ejecutivos y empresarios. (Ver Tabla 20).

9. VARIABLES DEL ENTORNO QUE INFLUYERON EN LA DECISION DE SER EMPRESARIO

En opinión de los encuestados, las principales variables del entorno que influyeron en la decisión de ser empresario, y en orden de importancia, son las siguientes:

- 1ª Mercados insatisfechos
- 2ª Libre competencia
- 3ª Crecimiento económico
- 4ª Necesidad de un producto diferenciado y competencia pasiva, respectivamente.
- 5ª Ayuda de financiamiento
- 6ª Mercados muy competitivos; aprovechamiento de tecnología de punto y aprovechamiento de nuevos recursos, respectivamente.
- 7ª Mercados poco competitivos
- 8ª Cartera de proyectos disponibles
- 9ª Mercados externos y defensa del ecosistema respectivamente.
10. Aranceles y nueva legislación, respectivamente.
11. Tipo de cambio y ayuda estatal, respectivamente.

Se observa que para todas las variables del entorno, sin excepción, los empresarios le dan una menor valorización como variables influenciadores, que lo que dan los ejecutivos. (Ver Tabla 21 y Gráfico 3).

GRAFICO 3. VARIABLES DEL ENTORNO QUE INFLUYEN EN LA DECISION DE SER EMPRESARIO SEGUN JUICIO DEL EMPRESARIO Y DEL EJECUTIVO.

INTENSIDAD	5	4	3	2	1	PROMEDIO
VARIABLES DEL ENTORNO	MFI	FI	RI	BI	MBI	
1. Tipo de cambio				*		2.2
2. Aranceles				*		2.25
3. Mercados externos				*		2.35
4. Mercado insatisfecho		*				3.85
5. Necesidad prod. diferenc.			*			3.3
6. Aprovechamiento tec. punta			*			3
7. Competencia pasiva			*			3.3
8. Nueva legislación				*		2.2
9. Aprov. de nuevos recursos			*			3
10. Defensa del ecosistema				*		2.25
11. Protección del consumidor				*		2.45
12. Crecimiento económico			*			3.45
13. Economía social mercado			*			3.2
14. Libre competencia		*				3.75
15. Mercados muy competitivos			*			3
16. Mercados poco compet.			*			2.9
17. Ayuda estatal				*		2.2
18. Ayuda de financiamiento			*			3.05
19. Cartera de proyectos disp.			*			2.85
20. Otras					*	1.45

10. CONCLUSIONES

Es estratégico conocer los factores relevantes explicativos de quién es la persona que crea la empresa, de los rasgos de su personalidad y del comportamiento del empresario, de forma que orienten la formación de futuras generaciones de jóvenes como probables emprendedores. Esto motivó a planteamos ciertas hipótesis tales como:

- Los empresarios se forman; la creación de una empresa depende en alto grado de la existencia de una persona con las características del empre-

sario; el empresario chileno tiene un perfil de personalidad único; el empresario chileno tiene patrones de conducta psicológica, sociológica y económicas definidas.

Para probar estas hipótesis se realizó un "survey" a una muestra representativa de empresarios y ejecutivos de las comunas de Concepción y Talcahuano.

De acuerdo con la investigación, el empresario se forma según la opinión del 57% de los encuestados, el resto opina que el empresario nace.

En relación con las características de las personas, que crearon la empresa, se puede mostrar, a título de resumen, el siguiente perfil, basado en la aplicación del criterio modal:

1. Sexo: Masculino
2. Edad: Entre 31 y 40 años
3. Educación: Universitaria
4. Nivel socioeconómico: C₂C₃
5. Ciclo de vida: Casado con hijos

Rasgos biológicos:

- Iniciativa
- Afán de logro
- Autoexigencia
- Dinamismo

Rasgos éticos:

- Lealtad a lo que se hace
- Ejercicio competente y honesto

Rasgos cognitivos:

- Realismo perceptivo
- Creatividad
- Perspectiva de largo plazo
- Visión generalista

dependientes

6. Nivel de ingreso: Mediano
7. Salud: Excelente
8. Origen familiar: Padres empresarios

De los antecedentes recopilados sobre las rasgos de personalidad, de un empresario se concluye que ellos son de un perfil definido, destacándose los siguientes:

Rasgos afectivos:

- Entusiasmo en el emprender
- Dominio de sí mismo
- Compromiso con objetivos empresariales

Rasgos conductuales:

- Buenas relaciones públicas
- Motivador y persuasivo
- Enfrentador/audaz

Rasgos psíquicos:

- Racional
- Innovador
- Sociable

Según los rasgos mencionados se ve claramente que éstos son especiales y contrastan con los rasgos de personalidad de una persona común, los cuales son: ser conservador; sensible a la crítica; baja tolerancia a la frustración; poco perseverante; poco asertivo; motivación de logros relativamente moderados y gusta de trabajar poco.

La idea de ser empresario tiene como principales fuentes de inspiración a la familia, a los amigos empresarios, al aprovechamiento de oportunidades de mercado y a la independencia económica y social.

El comportamiento del empresario está influenciado por las siguientes variables psicológicas relevantes:

Necesidad de independencia; necesidad de auto-realización; motivación de logros; económicos y sociales; motivación de logros de realización y superación personal; basa su conducta sobre el estudio de la rentabilidad esperada y en los montos de capital a invertir, sus conocimientos más requeridos son los de Administración General y los de Cultura General; sus principales creencias son que generan independencia económica y deja de depender de otros; po-

see una autoimagen de ser persona independiente e inteligente.

En cuanto a las variables sociales que influyen en la decisión de ser empresario, se destacan la influencia del grupo familiar y la de los amigos. El principal apoyo que brinda el grupo familiar es la motivación y las transferencias de experiencias.

En cuanto a las variables económicas que influyen en la decisión de ser empresario, se tiene el capital necesario para invertir, la tasa de crecimiento de la economía y las transferencias de experiencias.

Las funciones directivas de los empresarios, son las de un emprendedor, destacándose las de relación de perso-

nal; funciones de desarrollo; conocimiento del sector; dosis diaria de riesgo; caza de oportunidades rápidamente; preferencias por estructuras planas y busca oportunidades. Se ven claramente que estas funciones difieren de la de un ejecutivo normal.

Por último, los factores del entorno que influyen en la decisión de ser empresario se refieren principalmente a:

Mercados insatisfechos; libre competencia; crecimiento económico; diferencian productos, etc.

Estas han sido las principales conclusiones que hemos obtenido de esta investigación exploratoria, que indudablemente abre las inquietudes para seguir investigando sobre el tema.

VII. TABLAS DE SALIDA

TABLA 1. PERFIL DEL EMPRESARIO, SEGUN JUICIO DEL EJECUTIVO Y DEL EMPRESARIO. (CIFRAS EN Nº Y % DE ENCUESTADOS) SEXO

SEXO	EMPRESARIO		EJECUTIVO		TOTAL	
	Nº	%	Nº	%	Nº	%
Masculino	49	84.48	59	93.6	108	89.3
Femenino	9	15.52	4	6.35	13	10.7
Total	58	100	63	100	121	100

TABLA 1.1. PERFIL DEL EMPRESARIO SEGUN, JUICIO DEL EMPRESARIO Y DEL EJECUTIVO QUE OPINAN QUE EL EMPRESARIO NACIO PARA ESO. (CIFRAS EN Nº Y % DE ENCUESTADOS) SEXO

SEXO	EMPRESARIO		EJECUTIVO		TOTAL	
	Nº	%	Nº	%	Nº	%
Masculino	19	79.2	25	89.3	44	84.6
Femenino	5	20.8	3	10.7	8	15.4
Total	24	100	28	100	52	100

TABLA 1.2. PERFIL DEL EMPRESARIO, SEGUN JUICIO DEL EMPRESARIO Y DEL EJECUTIVO QUE OPINAN QUE EL EMPRESARIO SE FORMA PARA ESO.
(CIFRAS EN Nº Y % DE ENCUESTADOS)
SEXO

SEXO	EMPRESARIO		EJECUTIVO		TOTAL	
	Nº	%	Nº	%	Nº	%
Masculino	30	98.2	35	100	65	94.2
Femenino	4	11.8	0	0	4	5.8
Total	34	100	35	100	69	100

TABLA 2. PERFIL DEL EMPRESARIO, SEGUN JUICIO DEL EMPRESARIO Y DEL EJECUTIVO.
(CIFRAS EN Nº Y % DE ENCUESTADOS)
EDAD

EDAD	EMPRESARIO		EJECUTIVO		TOTAL	
	Nº	%	Nº	%	Nº	%
20/30	23	40	22	34.9	45	37.2
31/40	22	38	29	46	51	42.1
41/50	9	15.5	10	15.8	19	15.7
51/60	4	6.9	2	3.17	6	5
Total	58	100	63	100	121	100

TABLA 3. PERFIL DEL EMPRESARIO, SEGUN JUICIO DEL EMPRESARIO, Y DEL EJECUTIVO.
(CIFRAS EN Nº Y % DE ENCUESTADOS)
EDUCACION

EDUCACION	EMPRESARIO		EJECUTIVO		TOTAL	
	Nº	%	Nº	%	Nº	%
Media	19	32.8	9	12	28	23.1
Técnica	11	19	8	12.6	19	15.8
Universitaria	28	48.3	43	68.2	71	58.7
Post-grado	0	0	3	4.76	3	2.8
Total	58	100	63	100	121	100

TABLA 4. PERFIL DEL EMPRESARIO, SEGUN JUICIO DEL EMPRESARIO Y DEL EJECUTIVO.
(CIFRAS EN Nº Y % DE ENCUESTADOS)
NIVEL SOCIO-ECONOMICO

NSE	EMPRESARIO		EJECUTIVO		TOTAL	
	Nº	%	Nº	%	Nº	%
ABC ₁	13	22.4	25	39.6	38	31.4
C _{2c3}	42	72.4	35	55.5	77	63.6
DE	3	5.2	3	4.74	6	5
Total	58	100	63	100	121	100

TABLA 5. PERFIL DEL EMPRESARIO, SEGUN JUICIO DEL EMPRESARIO Y DEL EJECUTIVO.
(CIFRAS EN Nº Y % DE ENCUESTADOS)
CICLO DE VIDA

CICLO DE VIDA	EMPRESARIO		EJECUTIVO		TOTAL	
	Nº	%	Nº	%	Nº	%
Soltero independ.	20	34.5	21	33.3	41	33.88
Casado	7	12.1	17	26.9	24	19.83
Casado con hijos dep.	28	48.3	21	33.3	49	40.50
Casado sin hijos dep.	1	1.7	3	4.76	4	3.31
Solitario maduro	2	3.5	1	1.58	3	2.48
Total	58	100	63	100	121	100.00

TABLA 6. PERFIL DEL EMPRESARIO, SEGUN JUICIO DEL EMPRESARIO Y DEL EJECUTIVO.
(CIFRAS EN Nº Y % DE ENCUESTADOS)
NIVEL DE INGRESO

NIVEL DE INGRESO	EMPRESARIO		EJECUTIVO		TOTAL	
	Nº	%	Nº	%	Nº	%
Alto	19	32.8	22	34.9	41	33.9
Mediano	29	50	34	53.9	63	52
Regular	10	17.2	6	9.52	16	13.2
Bajo	0	0	1	1.58	1	8.3
Total	58	100	63	100	121	100

TABLA 7. PERFIL DEL EMPRESARIO, SEGUN JUICIO DEL EMPRESARIO Y DEL EJECUTIVO.
(CIFRAS EN Nº Y % DE ENCUESTADOS)
SALUD

SALUD	EMPRESARIO		EJECUTIVO		TOTAL	
	Nº	%	Nº	%	Nº	%
Excelente	29	50	43	68.2	72	59.5
Buena	28	48.3	19	30.1	47	39
Regular	1	1.7	1	1.58	2	1.7
Total	58	100	63	100	121	100

TABLA 8. PERFIL DEL EMPRESARIO, SEGUN JUICIO DEL EMPRESARIO Y DEL EJECUTIVO
(CIFRAS EN Nº Y % DE ENCUESTADOS)
ORIGEN FAMILIAR

ORIGEN FAMILIAR	EMPRESARIO		EJECUTIVO		TOTAL	
	Nº	%	Nº	%	Nº	%
Padres empresarios	20	34.5	34	53.9	54	44.63
Familiares empresarios	7	12.1	7	11.1	14	11.57
Padres profesionales	10	17.2	10	15.8	20	16.53
Padres con form. tecn.	2	3.5	2	3.17	4	3.31
Padres empleados	19	32.8	9	14.3	28	23.14
No responde	0	0	1	1.58	1	0.83
Total	58	100	63	100	121	100.00

TABLA 9. RASGOS RELEVANTES DE LA PERSONALIDAD DEL EMPRESARIO, SEGUN JUICIO DEL EMPRESARIO Y DEL EJECUTIVO
(CIFRAS EN PROMEDIO)

RASGOS	EMPRESARIO PROMEDIO	EJECUTIVO PROMEDIO	TOTAL PROMEDIO
BIOLOGICOS			
Dinamismo	4.2	4.5	4.35
Tolerancia a la fatiga	3.8	4.0	3.9
Animo expansivo	3.9	4.1	4
Enérgico	4.0	4.2	4.1
Tímido	1.8	1.7	1.75
Iniciativa	4.4	4.6	4.5
Afán de logro	4.3	4.6	4.45
Competitividad	3.9	4.2	4.05
Autoexigencia	4.3	4.5	4.4
Independencia	4.2	4.2	4.2
Sociabilidad	3.7	4.0	3.85
Capacidad de asumir riesgos	3.7	4.2	3.95
COGNITIVO			
Adecuado sistema de retroalimentación	3.4	3.9	3.65
Adecuado sistema de toma de decisiones	3.9	4.3	4.1
Perspectiva de largo plazo	4.1	4.2	4.15
Capacidad de definición de objetivos	4.0	3.8	3.9
Inteligencia general	4.0	4.2	4.1
Realismo perceptivo	4.2	4.4	4.3
Creatividad	4.2	4.4	4.3
Visión generalista	4.1	4.2	4.15
AFECTIVO			
Afectividad por dinero poder, bien común	3.5	3.7	3.6
Entusiasmo en el emprender	4.9	4.5	4.7
Compromiso con objetivos empresariales	4.1	3.9	4
Tolerancia a la frustración	3.0	3.6	3.3
dominio de sí mismo	3.9	4.4	4.15
Sensible a la crítica	2.6	2.9	2.75
CONDUCTUAL			
Asertividad	3.8	4.2	4
Motivador y persuasor	4.0	4.4	4.2
Facilidad de adaptarse a la norma	3.8	3.7	3.75
Gusta de poco trabajo y descanso habitual	2.1	1.6	1.85
Enfrentador/audaz	4.0	4.2	4.1
Buenas relaciones públicas	4.1	4.3	4.2
Ahorrativo	3.8	3.9	3.85
Derrochador	1.6	1.4	1.5
ETICA INTACHABLE			
Lealtad a lo que se hace	4.5	4.7	4.6
Ejercicio competente y honesto	4.5	4.6	4.55
Servicio a los demás	4.1	3.9	4
PSIQUICOS			
Emocional	3.4	2.9	3.15
Racional	4.1	4.3	4.2
Introvertido	2.4	2.4	2.4
Extrovertido	3.4	3.5	3.45
Solitario	2.6	2.0	2.3
Sociable	3.9	3.8	3.85
Conservador	3.5	3.3	3.4
Innovador	4.0	4.3	4.15

TABLA 10. FUENTE DE INSPIRACION DE LA IDEA DE SER EMPRESARIO, SEGUN JUICIO DEL EMPRESARIO Y DEL EJECUTIVO

FUENTE	EMPRESARIO		EJECUTIVO		TOTAL	
	Nº	%	Nº	%	Nº	%
Familia y amigos empresarios	18	31.0	18	28.6	36	29.75
Independencia económica y social	14	24.1	8	12.7	22	18.18
Realización y superación personal	15	25.9	0	0	15	12.40
Realización y superación social	0	0	19	30.2	19	15.70
Necesidad de creación	7	12.0	8	12.7	15	12.40
Necesidad económica	11	19.0	0	0	11	9.09
Aprovechar oportunidades	13	22.4	14	22.2	27	22.31
Dotes naturales	4	6.9	8	12.7	12	9.92
Seguridad futura	7	12.0	0	0	7	5.79
Experiencia en el área	8	13.8	6	9.5	14	11.57
Crecer económica y socialmente	0	0	14	22.2	14	11.57
Ego	2	3.5	0	0	2	1.65
Dios	1	1.7	0	0	1	0.83
Bienestar social	3	5.17	8	12.7	11	9.09
Otras	1	1.7	6	9.5	7	5.79
No responde	1	1.7	8	12.5	9	7.44

TABLA 11. VARIABLES PSICOLOGICAS DEL COMPORTAMIENTO DEL EMPRESARIO, SEGUN JUICIO DEL EMPRESARIO Y DEL EJECUTIVO (CIFRAS EN Nº Y % DE ENCUESTADOS)

NECESIDADES	EMPRESARIO		EJECUTIVO		TOTAL	
	Nº	%	Nº	%	Nº	%
Independencia	52	89.7	53	84.1	105	86.78
Status social	15	25.9	20	31.7	35	28.93
Autorrealización	51	88	57	90.5	108	89.26
Seguridad	44	75.9	32	50.8	76	62.81
Prestigio	22	38	33	52.4	55	45.45
Aceptación	15	25.9	20	31.8	35	28.93
Biológicas	14	24.1	12	19	26	21.49
Otras	8	13.8	6	9.5	14	11.57
	4	6.9	8	12.7	12	9.92

TABLA 12. PRINCIPAL MOTIVACION QUE IMPUSO LA IDEA DE SER EMPRESARIO, SEGUN JUICIO DEL EMPRESARIO Y DEL EJECUTIVO. (CIFRAS EN Nº Y % DE ENCUESTADOS).

MOTIVACION	EMPRESARIO		EJECUTIVO		TOTAL	
	Nº	%	Nº	%	Nº	%
Independencia económica y social	24	41.4	34	53.9	58	47.93
Necesidad económica	8	13.8	0	0	8	6.61
Grupo familiar	15	25.9	5	7.9	20	16.53
Necesidad de crear, concretar ideas	3	5.2	9	14.3	12	9.92
Bienestar social	0	0	8	12.7	8	6.61
Prestigio, status social	3	5.2	4	6.3	7	5.79
Realización y superación personal	1	36.2	30	47.6	51	42.15
Seguridad económica familiar	6	10.3	2	3.2	8	6.61
Crecimiento económico	2	3.4	13	20.6	15	12.40
Aprovechar oportunidades	3	5.2	0	0	3	2.48
Necesidad de conocimientos	2	3.5	0	0	2	1.65
Deseos de trabajar	1	1.7	0	0	1	0.83
Búsqueda de conocimientos y oportunidades	0	0	5	7.9	5	4.13
Poder	0	0	2	3.2	2	1.65
Entorno, medio-ambiente	0	0	3	4.8	3	2.48
Tradición familiar	0	0	1	1.6	1	0.83
Dotes naturales	0	0	1	1.6	1	0.83
Otras	4	6.9	5	7.9	9	7.44
No responde	0	0	4	6.3	4	3.31

TABLA 13. ASPECTOS ESTUDIADOS PARA SER EMPRESARIO, SEGUN JUICIO DEL EMPRESARIO Y DEL EJECUTIVO.
(CIFRAS EN N° Y % DE ENCUESTADOS)

Aspectos estudiados	EMPRESARIO		EJECUTIVO		TOTAL	
	N°	%	N°	%	N°	%
Capital a invertir	45	77.6	46	73	91	75.12
Endeudamiento	26	44.8	28	44.4	54	44.63
Rentabilidad	54	93.1	55	87.3	109	90.08
Utilidad	33	56.9	36	57	69	57.02
Conocimiento	39	67.2	39	62	78	64.46
Capacidades necesarias	31	53.5	21	33.3	52	42.98
Información recolectada	26	44.9	30	47.6	56	46.28
Riesgo percibido	12	20.7	34	54	46	38.02
Satisfacción a cubrir	24	41.4	28	44.4	52	42.98
Sector de la gestión	32	55.2	23	36.5	55	45.45
Costo de oportunidad	17	29.3	33	52.4	50	41.32
Otro	2	3.5	4	4	6	4.96

TABLA 14. CONOCIMIENTOS NECESARIOS PARA SER EMPRESARIO, SEGUN JUICIO DEL EMPRESARIO, Y DEL EJECUTIVO.
(CIFRAS EN N° Y % DE ENCUESTADOS)

Conocimientos necesarios	EMPRESARIO		EJECUTIVO		TOTAL	
	N°	%	N°	%	N°	%
Derecho	15	25.9	22	35	37	30.58
Finanzas	26	44.8	46	73	72	59.50
Marketing	16	27.6	44	70	60	49.59
Administración general	32	55.2	49	77.7	81	66.94
Administración de personal	17	29.3	38	60.3	55	45.45
Economía	15	25.9	21	33.3	36	29.75
Cultura general	36	62.1	43	68.3	79	65.29
Un oficio	18	31	13	20.6	31	25.62
Experiencia en negocio en marcha	31	53.5	30	47.6	61	50.41
Una profesión	19	32.8	15	23.8	34	28.10
Otro	5	8.6	5	7.9	10	8.26

TABLA 15. CREENCIAS QUE INFLUYERON EN LA DECISION DE SER EMPRESARIO, SEGUN JUICIO DEL EMPRESARIO Y DEL EJECUTIVO
(CIFRAS EN N° Y % DE ENCUESTADOS)

Creencias	EMPRESARIO		EJECUTIVO		TOTAL	
	N°	%	N°	%	N°	%
Ser considerado rico	0	0	6	9.5	6	4.96
Dejar de depender de otros	41	70.7	45	71.4	86	71.07
Independencia económica	55	94.8	59	93.7	114	94.21
Distinción social	13	22.4	21	33.3	34	28.10
Lograr lo más ambicionado	9	15.5	12	19	21	17.36
Ser considerado poderoso	5	8.6	8	12.7	13	10.74

TABLA 16. IMAGEN DE LOS EMPRESARIOS, SEGUN JUICIO DEL EMPRESARIO Y DEL EJECUTIVO.
(CIFRAS EN N° Y % DE ENCUESTADOS)

Imagen	EMPRESARIO		EJECUTIVO		TOTAL	
	N°	%	N°	%	N°	%
Persona poderosa y solvente	13	22.4	12	19	25	20.66
Persona con problema económico solucionado	22	37.9	10	15.8	32	26.45
Persona independiente	54	93.1	58	92	112	92.56
Persona inteligente	36	62.1	42	66.6	78	64.46
Persona reconocida por la opinión pública	12	20.7	9	14.3	21	17.36
Autoimagen del empresario desde joven	15	25.9	11	17.5	26	21.49
Otra	12	20.7	13	20.6	25	20.66

TABLA 17. VARIABLES SOCIALES QUE INFLUYERON EN LA DECISION DE SER EMPRESARIO, SEGUN JUICIO DEL EMPRESARIO Y DEL EJECUTIVO
(CIFRAS EN N° Y % DE ENCUESTADOS)

GRUPO	EMPRESARIO		EJECUTIVO		TOTAL	
	Nº	%	Nº	%	Nº	%
	Familia	41	70.7	50	79.4	91
Amigos	19	32.8	25	39.7	44	36.36
Compañeros de estudio	7	12.1	9	14.3	16	13.22
Compañeros de trabajo	11	19	14	22.2	25	20.66
Profesores	1	1.7	9	14.3	10	8.26
Jefes de trabajo	8	13.8	12	19	20	16.53
Vecinos	2	3.5	2	3.2	4	3.31
Publicidad	5	8.6	16	25.4	21	17.36

TABLA 18. INFLUENCIA DEL GRUPO FAMILIAR EN LA DECISION DE SER EMPRESARIO, SEGUN JUICIO DEL EMPRESARIO Y DEL EJECUTIVO.
(CIFRAS EN N° Y % DE ENCUESTADOS)

Influencia	EMPRESARIO		EJECUTIVO		TOTAL	
	Nº	%	Nº	%	Nº	%
Apoyo y motivación	7	12.5	18	28.6	25	20.66
Orientación	1	1.72	6	9.5	7	5.79
Apoyo económico	3	5.17	0	0	3	2.48
Satisfacer necesidades económico-sociales	0	0	5	7.9	5	4.13
Experiencia	12	20.69	21	33.3	33	27.27
Subsistencia	8	13.79	0	0	8	6.61
Herencia genética	3	5.17	0	0	3	2.48
Educación familiar	1	1.72	0	0	1	0.83
Incentivo a superarse	2	3.45	0	0	2	1.65
Otra	0	0	3	4.7	3	2.48
No responde	21	36.21	14	22.2	35	28.93

TABLA 19. VARIABLES ECONOMICAS QUE INFLUYEN EN LA DECISION DE SER EMPRESARIO, SEGUN JUICIO DEL EMPRESARIO Y DEL EJECUTIVO
(CIFRAS EN N° Y % DE ENCUESTADOS)

Variable económica	EMPRESARIO		EJECUTIVO		TOTAL	
	Nº	%	Nº	%	Nº	%
Capital necesario para invertir	38	65.5	50	79.5	88	72.73
Baja tasa de interés del préstamo	12	20.7	28	44.4	40	33.06
Ingresos pasados	24	41.4	22	34.9	46	38.02
Tipo de cambio	4	6.9	5	7.9	9	7.44
Valor de las acciones	1	1.7	3	4.7	4	3.31
Valor de los bonos	0	0	2	3.2	2	1.65
Nivel de impuestos	7	12.1	9	14.3	16	13.22
Franquicias tributarias	5	8.6	20	31.7	25	20.66
Posibilidad de pago por endeudamiento	20	34.5	33	52.4	53	43.80
Baja inflación	7	12.1	18	28.6	25	20.66
Tasa de crecimiento económico del país	22	37.9	35	55.5	57	47.11

TABLA 20. FUNCIONES DE DIRECTIVO QUE CORRESPONDEN AL EMPRESARIO, SEGUN JUICIO DEL EMPRESARIO Y DEL EJECUTIVO. (CIFRAS EN Nº Y % DE ENCUESTADOS)

Funciones de directivo	EMPRESARIO		EJECUTIVO		TOTAL	
	Nº	%	Nº	%	Nº	%
Funciones de desarrollo	40	68.9	59	93.7	99	81.82
Funciones de mantenimiento	19	32.7	8	12.7	27	22.31
Dosis diaria de riesgo	36	62	56	88.8	92	76.03
No toma riesgos en la marcha cotidiana	18	31	4	6.3	22	18.18
Busca oportunidad y luego recursos	33	56.9	43	68.3	76	62.81
Busca oportunidad para los recursos	30	51.7	20	31.7	50	41.32
Relación personal. Hombre de contacto	54	93.1	57	90.5	111	91.74
Relación formal	2	3.5	4	6.3	6	4.96
Caza la oportunidad rápidamente	40	68.9	45	71.4	85	70.25
Se toma su tiempo	19	32.8	16	25.4	35	28.93
Profundo conocimiento del área	46	79.3	49	77.7	95	78.51
Directivo profesional	9	15.5	13	20.6	22	18.18
Preferencia por estructuras llanas	44	75.9	38	60.3	82	67.77
Preferencia por jerarquía formalizada	7	12.1	13	20.6	20	16.53

TABLA 21. VARIABLES DEL ENTORNO QUE INFLUYEN EN LA DECISION DE SER EMPRESARIO, SEGUN JUICIO DEL EMPRESARIO Y DEL EJECUTIVO. (CIFRAS EN PROMEDIO).

Variables del entorno	EMPRESARIO	EJECUTIVO	TOTAL
	Promedio	Promedio	Promedio
Tipo de cambio	1.9	2.5	2.2
Aranceles	1.9	2.6	2.25
Mercados externos	1.9	2.8	2.35
Mercados insatisfechos	3.4	4.3	3.85
Necesidad de un producto diferenciado	2.8	3.8	3.3
Aprovechamiento de tecnología de punta	2.4	3.6	3
Competencia pasiva	3.0	3.6	3.3
Nueva legislación	1.6	2.8	2.2
Aprovechamiento de nuevos recursos	2.3	3.7	3
Defensa del ecosistema	1.8	2.7	2.25
Proteccion del consumidor	2.2	2.7	2.45
Crecimiento económico	3.0	3.9	3.45
Economía social de mercado	2.7	3.7	3.2
Libre competencia	3.4	4.1	3.75
Mercados muy competitivos	2.6	3.4	3
Mercados poco competitivos	2.5	3.3	2.9
Ayuda estatal	1.7	2.7	2.2
Ayuda de financiamiento	2.6	3.5	3.05
Cartera de proyectos disponible	2.3	3.4	2.85
Otra	0.2	2.7	1.45