

UNIVERSIDAD JOSÉ ANTONIO
PÁEZ

**OPORTUNIDADES DE NEGOCIO DE LOS PROFESIONALES DE
MERCADERO EN LOS PAÍSES LATINOAMERICANOS (CASO:
ARGENTINA, ECUADOR Y CHILE)**

Autores: Manuel Prieto.
C.I.: 21.004.198
William Flores.
C.I.: 23.698.627

Urb. Yuma II, calle N° 3. Municipio San Diego

Teléfono: (0241) 8714240 (master) – Fax: (0241) 8712394
UNIVERSIDAD JOSÉ ANTONIO PÁEZ
FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES
ESCUELA DE MERCADEO
CARRERA MERCADEO

**OPORTUNIDADES DE NEGOCIO DE LOS PROFESIONALES DE
MERCADEO EN LOS PAÍSES LATINOAMERICANOS
(CASO.ARGENTINA, ECUADOR Y CHILE).**

Proyecto del Trabajo de Grado para optar al título de
Licenciados en Mercadeo

Autores:.
Manuel Prieto
William Flores
Tutor: Yandyra Paéz.



San Diego, Octubre 2017
REPÚBLICA BOLIVARIANA DE VENEZUELA
UNIVERSIDAD JOSÉ ANTONIO PÁEZ
FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES
ESCUELA DE MERCADEO
CARRERA MERCADEO

San Diego, Noviembre del 2017

ACTA DE APROBACIÓN DEL PROYECTO DE TRABAJO DE GRADO

Quienes suscriben esta Acta, dejan constancia que el Proyecto de Trabajo de Grado: **OPORTUNIDADES DE NEGOCIO DE LOS PROFESIONALES DE MERCADEO EN LOS PAÍSES LATINOAMERICANOS (CASI: ARGENTINA, ECUADOR Y CHILE)**. Ha sido revisado y, cumpliendo con los requisitos exigidos para su aprobación, recomiendan su tramitación ante el organismo académico correspondiente.

Nombre Tutor Académico

Firma

Fecha



REPÚBLICA BOLIVARIANA DE VENEZUELA
UNIVERSIDAD JOSÉ ANTONIO PÁEZ
FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES
ESCUELA DE MERCADEO
CARRERA MERCADEO

**OPORTUNIDADES DE NEGOCIO DE LOS PROFESIONALES DE
MERCADEO EN LOS PAÍSES LATINOAMERICANOS (CASO:
ARGENTINA, ECUADOR Y CHILE).**

AUTORES: MANUEL PRIETO
WILLIAM FLORES
TUTOR: YANDIRA PÁEZ
FECHA: JUNIO 2017

RESÚMEN INFORMATIVO

El presente anteproyecto de investigación se desarrolló con el objetivo de analizar las Oportunidades de Negocio de los profesionales de mercadeo en los países latinoamericanos, específicamente en Argentina, Ecuador y Chile con el fin de brindar herramientas a quienes deciden migrar a las naciones antes mencionadas y de esta manera tener un conocimiento base que les ayude de forma positiva en su inversión. El estudio se desarrolló bajo la modalidad de trabajo de campo apoyado en el documental. De igual forma, se utilizaron técnicas e instrumentos de recolección de datos como encuesta, lista de cotejo y cuestionarios, para ser aplicados a una población de 70 estudiantes del área de mercadeo de la Universidad José Antonio Páez en fase de graduados con el fin de conocer su nivel de emprendimiento y búsqueda de mayores oportunidades de negocios en latinoamérica para posteriormente implementar el uso de análisis y matrices necesarias para detectar y proponer los diferentes tipos de negocios y posibilidades de inversión en las naciones sudamericanas anteriormente expuestas.

Descriptor: Emprendimiento, Marketing Internacional, Comercio Internacional,

Investigación, Análisis de Mercados.

ÍNDICE GENERAL

	P.p
RESUMEN INFORMATIVO.....	vi
INTRODUCCIÓN.....	1
CAPÍTULOS	
I. EL PROBLEMA	
1.1. Planteamiento del Problema.....	3
1.1.1. Formulación del problema.....	7
1.2. Objetivos de la Investigación.....	7
1.3. Justificación.....	8
II. MARCO TEÓRICO	
2.1. Antecedentes.....	10
2.2. Bases Teóricas.....	16
2.2.1. Mercadeo.....	16
2.2.2. Mercado Internacional.....	17
2.2.3. Teorías de Emprendimiento.....	17
2.2.4. El Marketing en un Mundo Globalizado.....	19
2.2.5. Situación Laboral de los Jóvenes Universitarios.....	21
2.2.6. Campo Laboral en Venezuela	25
2.2.7. Situación Actual del Mercado Laboral en Venezuela..	27
2.2.8. Situación Actual del Mercado Laboral en Chile.....	30
2.2.9. Situación Actual del Mercado Laboral en Argentina	32
2.2.10 Situación Actual del Mercado Laboral en Ecuador.....	35
2.3 Definición de Términos Básicos.....	36
III. MARCO METODOLÓGICO	
3.1 Tipo de la Investigación.....	38
3.2 Nivel de la Investigación.....	39
3.3. Población y Muestra.....	40
3.4 Técnicas e Instrumento de Recolección de Datos.....	41

IV. RESULTADOS	
4.1. Análisis e Interpretación de Datos.....	44
4.2. Lista de Cotejo.....	65
4.3. Resultados del Diagnóstico.....	70
CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	72
REFERENCIAS	77

INTRODUCCIÓN

En la actualidad, la problemática social y económica que vive Venezuela es un factor influyente para quienes egresan de las diferentes universidades del país en busca de trabajos formales que le permitan aplicar los conocimientos adquiridos durante su formación, es por ello que muchos de los profesionales buscan migrar a otras naciones del continente para una mejor calidad de vida.

mercadeo conocer acerca de los países sudamericanos antes mencionados y así tener una noción del mercado en el cual buscan incurrir. Esta investigación está compuesta por:

Capítulo I: se detalla el planteamiento del problema, los objetivos y la justificación del análisis de las diferentes oportunidades de negocio que existen en latinoamerica, específicamente en Argentina, Ecuador y Chile.

Capítulo II: es acá donde se desarrolla toda la teoría que sustenta la presente investigación como antecedentes, bases teóricas y definición de términos básicos.

Capítulo III: se establece el tipo y nivel de la Investigación, así como las fases metodológicas a aplicar.

Capítulo IV: se mencionan los recursos que se utilizaron y formaron parte de la investigación, los cuales fueron humanos, institucionales, materiales y de tiempo.

CAPÍTULO I

EL PROBLEMA

1.1 Planteamiento del Problema

El mercado laboral se transa el más importante y valioso recurso, que es el humano, el cual presenta unas características muy peculiares que merecen ser estudiadas por una rama de la Economía como lo es la Economía Laboral.

La importancia y complejidad del recurso humano en la economía radica en que todas las actividades económicas que se llevan a cabo alrededor del mundo tienen, o al menos deberían tener como objetivo el bienestar del mismo recurso humano, lo cual a su vez impulsa su uso, por efecto de lo que se conoce como demanda derivada; además, curiosamente todas las actividades, medidas y políticas económicas tomadas por los países, tienen incidencia casi inmediata en los mercados laborales. De acuerdo con McConnell y Brue (2015):

Los mercados de trabajo de cualquier país tienen características muy peculiares; sus transacciones son muy distintas a las del mercado de cualquier producto y su complejidad obliga a un estudio pormenorizado para revisar y reorientar los conceptos de demanda y oferta que se aplican en este campo (p.3)

Por ejemplo, cuando se hace referencia a la oferta de trabajo (servicios que los trabajadores alquilan a los patrones o empresarios) las decisiones sobre ella son mucho más complejas que en otro tipo de mercado, pues el trabajador (oferente) no sólo analiza los precios (salarios) y las cantidades, sino toda una serie de factores

Evaluará además estabilidad laboral, posibilidades de ascenso, independencia y hasta el status o las posibilidades de autorrealización.

Por otro lado, la demanda de trabajo (servicios que los patronos o empleadores alquilan a los trabajadores) depende de la utilidad o contribución que reporta el trabajador a la creación de bienes y servicios (productividad), constituyéndose así en una demanda indirecta o derivada de otros bienes y servicios. Además, en torno a estas especiales fuerzas existen una serie de consideraciones institucionales (regulaciones, sindicatos, políticas públicas) que afectan y complican aún más su funcionamiento.

De este modo, el sistema laboral venezolano está altamente intervenido por el Estado. Tanto los trabajadores como los empresarios y sus representantes han perdido terreno, su legitimidad, prestigio y participación en la toma de decisiones se ha visto mermada por un proceso degenerativo de larga data y agudizado por una postura gubernamental que insiste en debilitarlo especialmente impulsando artificialmente una estrategia de conformación de organizaciones paralelas de corte oficialista y de carácter vertical que pretenden llenar el vacío dejado por un modelo corporativista raquítrico y agotado.

Es así pues, que, Bernardez. (2016), señala:

Muchas listas internacionales publican a Venezuela entre los peores países para invertir y hacer negocios y se ha llegado a comparar al país con zonas de guerra. Como emprendedor venezolano, considero erróneo comparar a Venezuela con países afectados por guerras y dictaduras severas. Venezuela ha tenido una enorme cantidad de nuevos emprendedores en los últimos años, e incluso llegó a liderar muchas listas en cuanto a emprendimiento.

Actualmente existen cerca de 300 mil comercios formales y alrededor de

5 millones de comerciantes informales en el país. Esta clara diferencia se debe a la búsqueda del venezolano para incrementar sus ingresos personales. Estudios demuestran que muchos sobrevivientes de traumas experimentan alguna forma de crecimiento al enfrentarse a un fenómeno psicológico post-traumático en el que se profundiza el sentido de la vida (p.1)

En consecuencia, desde el punto de vista de graduados y especialistas en el área de marketing, una vez fuera del país, estos venezolanos profesionales no tardan mucho en ser captados por empresas, institutos, universidades e incluso gobiernos que, sin haber invertido en su formación, pueden aprovechar el conocimiento. Incluso, dependiendo del caso, pueden llegar a monopolizarlo.

En este sentido, destaca la importancia de crear instituciones que vinculen a quienes han decidido emigrar de Venezuela. Países como Chile, Ecuador y Argentina, en los últimos años han tenido un ascenso en crecimiento económico, emprendimientos y contrataciones a diferentes profesionales de diversas áreas, como por ejemplo, el área de marketing, siendo esta última una rama en auge en muchos países del mundo.

En base a estos argumentos, un estudio reciente de Thomson Reuters Foundation califica a Chile como el sexto mejor país del mundo para ser un emprendedor social, a continuación de Estados Unidos, Canadá, Reino Unido, Singapur e Israel, con una puntuación de 59,2 puntos, de un total de 100. El top 10 lo completan Corea del Sur, Hong Kong, Malasia y Francia y de los países latinoamericanos le siguen Colombia, en el puesto 14, Argentina (27), México (28), Brasil (40) y Venezuela (42).

Por otro lado, Ecuador continúa como uno de los países más emprendedores

de América Latina. Así lo señala el estudio Global Entrepreneurship Monitor GEM Ecuador 2013. El índice de actividad emprendedora temprana o TEA se ubicó en el 2013 en el 36%. Esto significa que el año pasado "aproximadamente 1 de cada 3 adultos ecuatorianos había iniciado los trámites para establecer un negocio, o poseía uno cuya antigüedad no superaba los tres años y medio", según el estudio.

En esta misma línea, Argentina, es un país con un gran potencial en cuestión económica y de recursos que se suma a las tendencias del emprendimiento con grandes éxitos pese a su vulnerabilidad y ciclos económicos. El sistema económico argentino ha pasado por sus más y sus menos, y de hecho, según el Barómetro de las Américas es una de las peores valoradas. Si bien es cierto que, tras la grave crisis que sufrió el país en 2001, la progresión económica ha sido rápida y creciente, hasta al menos 2014 con una de las reestructuraciones de deuda más radicales del momento; lo que ha generado una de las cifras del PIB más altas de Latinoamérica: 540.000 millones de dólares.

Se hace evidente pues, el afán de jóvenes profesionales en el área de marketing en considerar países como Chile, Argentina y Ecuador para desarrollar sus habilidades en esta sección profesional ya que, estas personas entienden la situación de crisis en la que se encuentra actualmente Venezuela y que, bajo esta premisa, las ganancias deseadas por emprendimientos personales o por el sueldo suministrado de una agencia de marketing o publicidad en el país no cubre las necesidades de los mismos, se ven en la obligación de analizar las oportunidades de negocios en dichos países Latinoamericanos.

El propósito de esta investigación radica en el hecho de que es importante poder desarrollar las potenciales alternativas laborales para los egresados de la carrera en

mercadeo que se encuentran en dificultades para conseguir trabajo en esta área hoy en día en Venezuela y que, además, bajo los esquemas políticos y económicos en los que se encuentran en el país, buscan emigrar a otros países latinoamericanos con la esperanza de poder ejercer su carrera. Es por ello que se hace necesario realizar un estudio donde se pueda estudiar a profundidad las diversas opciones para crear oportunidades de emprendimiento y desarrollo laboral para profesionales en el área de marketing.

1.1.1 Formulación del Problema

Las interrogantes que se desprenden son las siguientes:

¿Cuáles son las oportunidades de negocio que tienen los profesionales de mercadeo en los países latinoamericanos, como Ecuador, Argentina y Chile?

1.2 Objetivos de la Investigación

1.2.1 Objetivo General

Analizar las Oportunidades de Negocio de los Profesionales de Mercadeo en los Países Latinoamericanos (Caso: Argentina, Ecuador y Chile)

1.2.2 Objetivos Específicos

Diagnosticar las Oportunidades de Negocio de los Profesionales de Mercadeo en los Países Latinoamericanos (Caso: Argentina, Ecuador y Chile).

Identificar los tipos de negocio más asequibles a los profesionales de Mercadeo en Argentina, Ecuador y Chile.

Determinar la importancia del emprendimiento de los profesionales de

Mercadeo en Latinoamérica.

1.3 Justificación de la Investigación

Muchos profesionales en el área de marketing en Venezuela tienen la incertidumbre de poder conseguir un trabajo estable con un salario devengado suficiente para satisfacer las necesidades de éstos, además de ello, hoy en día muchos de estos especialistas en esta área buscan emprender un negocio, consiguiéndose en el camino muchas trabas, por ello, buscan como opción emigrar a otros países latinoamericanos donde se pueden determinar enormes oportunidades de crecimiento a nivel laboral, como es el caso de Chile, Ecuador, Argentina, Perú y Brasil, siendo de gran relevancia el análisis factorial de los elementos económicos, los beneficios y facilidades de emprendimiento para extranjeros.

Por consiguiente ante la problemática planteada, el análisis exhaustivo de las oportunidades laborales en otros países por parte de profesionales en mercadeo, permitirá dar a conocer las diferentes opciones que pueden favorecer a los especialistas en el área de mercadeo para considerar al momento de decidir emigrar de Venezuela a otros países latinoamericanos. De igual forma se espera que esta investigación, contribuya a futuras investigaciones en dar las bases teóricas que enfoquen la similitud del caso estudiado, si este es de igual índole al presentado en esta investigación.

De esta manera, se buscará aprovechar al máximo el contenido del mercado en el que se desarrolla diversos países latinoamericanos en materia de marketing y trabajos afines a esta área de estudio, con el objetivo de que este tema pueda ser de utilidad para estudios superiores. Consecuentemente, esta información aportará

conocimientos emprendimiento, oportunidades de negocio, investigación de mercado, basados éstos en métodos conceptuales para el estudio de la misma.

Se tiene que, el aporte para la Universidad José Antonio Páez, es el poder contar con un nuevo elemento de consulta o apoyo, para aquellos estudiantes que deseen realizar investigaciones similares al tema tratado. Además será una base para aplicar las herramientas y los conocimientos adquiridos durante la programación educativa dentro de la universidad, logrando de esta forma un reforzamiento y mayor seguridad en el desenvolvimiento profesional del investigador.

A nivel personal esta investigación proporcionará a los autores conocimientos básicos sobre el estudio de mercado para ser aplicado al análisis profundo desde el punto de vista factible y económico para emigrar con éxito a otro país, trayendo como consecuencia una buena aplicación de lo aprendido en esta investigación en relación a los demás conocimientos obtenidos a lo largo de la carrera de mercadeo.

En cuanto a los especialistas en mercadeo, el aporte que se le brindó será el de saber las estrategias a seguir para considerar opciones de migración, oportunidades de trabajo en su área y emprendimientos a futuro en países latinoamericanos.

CAPÍTULO II

MARCO TEÓRICO

El marco teórico es integrar el tema de la investigación con las teorías, enfoques teóricos, estudios y antecedentes en general que se refieren al problema de investigación. En tal sentido el marco teórico según Tamayo y Tamayo (2012:3) “nos amplía la descripción del problema. Integra la teoría con la investigación y sus relaciones mutuas”.

2.1 Antecedentes de la Investigación

Abreu. (2016), En su trabajo titulado **Análisis de las oportunidades del comercio internacional** . En la Universidad Rafael Urdaneta. Las empresas exportadoras necesitan conocer su situación competitiva respecto al mercado mundial. De este modo pueden tanto enfrentar las dificultades, como beneficiarse de las oportunidades que les brinda el comercio internacional de bienes y servicios.

Para la detección de esas potenciales oportunidades de comercio, el GEI acumula un amplio bagaje en el análisis de las relaciones comerciales entre las principales potencias mundiales; el estudio de la relevancia sectorial de los distintos flujos comerciales a partir del cálculo de índices; y la determinación de las variables "clave" en los flujos de comercio. Así, el Grupo de Economía Internacional (GEI) pone a disposición del sector empresarial y comercial todo su conocimiento en todos estos aspectos de especial relevancia para el comercio internacional.

El vínculo con la presente investigación radica en el hecho de que las empresas Para ello, los profesionales en el área de mercadeo pueden trabajar en estas empresas con la finalidad de realizar un estudio de mercado para conocer el impacto, ventajas

oportunidades y amenazas para poder expandir una empresa en un país extranjero.

López, A. (2016). En su trabajo titulado **“Las exportaciones de servicios de América Latina y su integración en las cadenas globales de valor”**. De la Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL) en Buenos Aires, Argentina. Las exportaciones de servicios han venido creciendo a tasas rápidas en los últimos años en casi todo el mundo. Este crecimiento ha venido en gran medida motorizado por el incremento del comercio en actividades que antes eran débilmente transables, o no transables, tales como salud, educación, contabilidad, servicios jurídicos y de administración, publicidad e investigación y desarrollo, entre otras.

En paralelo, rubros en donde las exportaciones ya eran relativamente importantes desde hace tiempo, como finanzas o construcción e ingeniería, han visto profundizar su nivel de internacionalización. Finalmente, industrias “jóvenes” como los servicios de computación y el software rápidamente se transformaron en actividades en donde el comercio internacional juega un rol clave. Así, al presente estos servicios hoy se encuentran plenamente integrados al proceso de fragmentación internacional de la producción que ha dado lugar a lo que la literatura denomina “cadenas globales de valor” (CGV).

La exportación de servicios claramente enfrenta oportunidades atractivas en un mercado mundial que presenta perspectivas de expansión rápida en diversos mercados (tanto geográficos como sectoriales). Los países de América Latina, entonces, tienen ante sí la gran oportunidad de ingresar en las CGV en los distintos segmentos del vasto mundo de los servicios, en búsqueda principalmente de generar divisas y nuevas oportunidades de empleo para sus economías.

Ante este panorama, el presente trabajo tiene como objetivo analizar las

tendencias y perspectivas de la exportación de servicios desde América Latina y la inserción de los países de la región en las respectivas CGV. Nos focalizamos en particular en aquellas áreas en las que la exportación es una posibilidad nueva o que se ha potenciado en las últimas décadas (servicios empresariales y profesionales, computación e información, construcción e ingeniería, arquitectura, medicina, publicidad, entre otros.), sin tratar entonces sobre actividades más tradicionales como turismo o transporte. Hacia el final, se plantean, en base al análisis realizado, algunas recomendaciones de política que podrían contribuir al diseño en los países de la región de estrategias que apunten a profundizar y consolidar la inserción de los mismos en las CGV y potenciar los impactos favorables que de ella podrían derivarse.

Vásquez, A. (2015). En su trabajo titulado **Creación de empresas entorno a las universidades por los ex alumnos de las mismas: un análisis del ITESO** . En la Universidad Ramon Llull, en Barcelona en España. Las universidades contribuyen al desarrollo económico de su comunidad a través de la creación del capital humano por medio de la enseñanza; por la investigación y su potencial aplicación; por la transferencia de tecnología y por la formación de emprendedores para la creación de empresas.

La formación de empresas con un impacto económico se presenta cuando se conectan los recursos necesarios para generar ideas y las necesidades del mercado. Las universidades contribuyen a este impacto económico fortaleciendo su sistema emprendedor en base a programas académicos y métodos educacionales, así como por centros especializados que proporcionan un soporte al desarrollo de las potencialidades de los emprendedores.

El presente trabajo de investigación analiza los factores y tendencias en emprendimiento de los ex alumnos del ITESO a través de cinco preguntas de investigación: (1) ¿Cuál es la evolución del emprendimiento de los ex alumnos del ITESO y la forma que han impactado los recursos económicos disponibles? (2) ¿Cómo influye en la creación de empresas el apoyo familiar y la exposición a diferentes experiencias emprendedoras en la transición previa a llegar a ser emprendedor? (3) ¿Cuáles son los factores que dan origen a la detección y explotación de las oportunidades emprendedoras y su influencia en la creación y desarrollo de empresas? (4) ¿Cuáles son los principales motivadores personales para la creación y el desarrollo de las empresas? (5) ¿Los emprendedores surgen por la formación académica como alumnos en la universidad o por apoyos que presta el ITESO a través de programas en centros de emprendimiento?.

Esta investigación tiene como objetivo, entender los factores asociados que han impulsado la actividad emprendedora en una universidad mexicana, el caso de los ex alumnos del ITESO, analizando la evolución del emprendimiento a través del tiempo e identificando la influencia de roles que tienen lugar en la transición al emprendimiento como la experiencia previa de los emprendedores, los efectos de la capacitación para iniciar una empresa y la exposición a diferentes experiencias emprendedoras.

El estudio de la capacidad de creación de empresas por los ex alumnos del ITESO nos permite alinear el entorno académico con la actividad empresarial para tener un flujo de información de doble vía que permita la introducción y desarrollo de una cultura emprendedora en la Universidad así como una cultura de innovación continua en la empresa.

Beier, G. (2015). En tu trabajo titulado **Inserción laboral de los egresados de la Licenciatura en Comercio Internacional de la UNLu** . El presente trabajo aborda el problema de la inserción laboral de los egresados universitarios de Comercio Internacional de UNLu-CRC a partir de una encuesta de seguimiento a quienes concluyeron sus estudios en el período 2003-2015. El presente estudio está dirigido a investigar la percepción sobre su inserción laboral que tienen los egresados durante el período 2003-2015 de la Licenciatura de Comercio Internacional de la Universidad Nacional de Luján, Centro Regional Campana (UNLu-CRC). Se aborda la preocupación internacional sobre la inserción laboral de egresados universitarios.

Para llevar a cabo esta investigación, se realizó un estudio de campo por medio de entrevistas a 19 egresados, lo cual representa aproximadamente al 10% de los graduados, por lo que se considera una muestra representativa de la población objetivo.

Finalmente, se concluye que existe una percepción de subutilización de las competencias de los graduados y se hace hincapié en la necesidad de articular los espacios universidad-empresa y crear políticas de incentivo para la inserción laboral de los jóvenes egresados.

Conferencia Internacional del Trabajo, 101.^a reunión, (2013). **La crisis del empleo de los jóvenes: ¡Actuemos ya** . Oficina Internacional del Trabajo Ginebra”. La crisis del empleo de los jóvenes —y las proporciones sin precedentes que ha adquirido — fue lo que indujo al Consejo de Administración de la Oficina Internacional del Trabajo, en su reunión de marzo de 2013, a inscribir este tema en el orden del día de la 101.^a reunión (2013) de la Conferencia Internacional del Trabajo para una discusión general. Aunque existe un amplio consenso en que la Resolución

relativa al empleo de los jóvenes adoptada por la Conferencia en 2005 conserva su plena vigencia, la necesidad de tomar medidas ha vuelto a adquirir un carácter urgente.

En los países gravemente afectados por la crisis financiera mundial, el desempleo de los jóvenes ha alcanzado dimensiones asombrosas. El hecho de que cuatro de cada diez jóvenes carezcan de empleo constituye una catástrofe social y económica. La crisis financiera mundial ha empeorado la situación de «crisis antes de la crisis» que ya existía. En todo el mundo, los jóvenes de ambos sexos tropiezan con dificultades reales y crecientes para encontrar un trabajo decente. En los últimos 20 años, el número de jóvenes desempleados ha triplicado, en promedio, el de los adultos en esa situación y, en la actualidad, hay regiones en que llega a ser cinco veces mayor que la tasa de desempleo de los adultos.

En 2013, el mundo presenció por todas partes un aumento repentino de movimientos significativos de protesta política y social encabezados por jóvenes, que clamaban por «trabajo, libertad y justicia social». En Túnez, las quejas de los jóvenes por las altas tasas de desempleo y el gobierno autoritario fueron una gran chispa que inflamó la «primavera árabe» en 2013. En El Cairo, los jóvenes también tuvieron un papel prominente en la ocupación en masa de la Plaza Tahrir que precipitó la caída del régimen en Egipto.

Entre los factores importantes que alimentaron las protestas hay que mencionar la falta de oportunidades de empleo productivo, aunada a las aspiraciones de libertad política, justicia social y un futuro económico mejor. En los dos casos citados, la movilización inicial y la organización posterior del movimiento dependieron en muy amplia medida del uso de Internet y de las redes sociales, lo que constituyó una

demostración de la importante participación de los jóvenes.

2.2 Bases Teóricas

De acuerdo a Arias (1999:35), constituyen: “Un conjunto de conceptos y proposiciones que constituyen un punto de vista o enfoque determinado, dirigido a explicar el fenómeno o problema planteado. Una vez que se plantea el problema, donde además se evaluará la importancia y factibilidad del proyecto, se continúa teóricamente el estudio”. Esto implica analizar, exponer teorías, enfoques teóricos, las investigaciones y los antecedentes en general, que sirvan para el mejoramiento del estudio. Se darán a conocer las bases teóricas, las cuales sustentan bibliográficamente esta investigación.

2.2.1 Mercadeo

La definición de mercadeo, como pocas, ha evolucionado de manera considerable en los últimos años. Si bien es cierto que los principios básicos se mantienen; la forma, las herramientas e incluso, el discurso mismo de un profesional es diferente. Hoy por hoy, los ‘marketeros’ son muy diferentes a los de hace 10 años y la diferencia radica principalmente en la manera en que se concibe esta disciplina. Según Philip Kotler (2002:6), el mercadeo “consiste en un proceso administrativo y social gracias al cual determinados grupos o individuos obtienen lo que necesitan o desean a través del intercambio de productos o servicios”

2.2.2 Mercadeo Internacional

El objetivo del marketing internacional es dar a conocer las diferencias de los entornos en los que se mueven las empresas por los diferentes territorios internacionales, con estrategias definidas hacia la globalización de las marcas y los productos en los mercados exteriores. Señala Hurtado (2014):

El conocimiento exhaustivo de la marca y de los territorios permite entrar en un mundo apasionante de estrategias dirigidas al éxito internacional, ya que todo ello permite ahondar en una oportunidad de negocio que tienen los mercados. Ni que decir que con las nuevas tecnologías, hoy por hoy ya imparable, la globalización y la mercadotecnia internacional se dan la mano para abrir fronteras, permitir la venta directa en mercados hasta el momento lejanos (se mire desde donde se mire), y a los que era imposible acceder para millones de empresas, y a costes muy variables (p.34)

2.2.3 Teorías del Emprendimiento

El creciente interés académico en torno a la creación de empresas se basa en la evidencia de su contribución al desarrollo económico Storey, Reynold, Hay, y Camp, (2009); como impulsor de los procesos innovadores Acs y Audretsch, (2008), y a la generación de nuevos puestos de trabajo White y Reynolds, (2006). Esto ha llevado a los diferentes gobiernos e instituciones públicas, principalmente a las universidades a establecer programas para apoyo a la creación de nuevas empresas y la promoción empresarial. La forma de entender las características y la naturaleza del fenómeno emprendedor y sus implicaciones para los individuos, la sociedad y el desarrollo económico, se ha constituido en uno de las partes fundamentales de la investigación sobre creación de empresas.

Como consecuencia, se analiza con mayor frecuencia el papel del individuo en aspectos tales como el impacto de su formación, motivación, y rasgos psicológicos al

momento de diseñar políticas públicas de promoción de nuevas empresas. Díaz, Hernández y Barata, (2005:3). Las creencias, valores y actitudes englobadas en el entorno social y cultural condicionan las conductas y decisiones tomadas por los individuos lo cual influye en las percepciones de deseabilidad y viabilidad así como en la intención final de crear una empresa.

El fenómeno de creación de empresas no sería completo si solamente se analizan las características y comportamientos de los empresarios individuales, se deben considerar otros factores sociales, económicos y estructurales como determinantes. Gartner (1985:689), distingue cuatro perspectivas de análisis o enfoques que inciden en la creación de empresas “los individuos, personas involucradas en la creación e inicio de la nueva organización; las actividades emprendidas por estos individuos durante el proceso de creación; el entorno que rodea e influye a la nueva empresa; la organización y la estrategia de la nueva empresa”.

Veciana (2008), clasifica los factores relacionados con la decisión de crear empresa en cuatro grupos:

- 1) los antecedentes del empresario tanto familiares y como los valores personales y los elementos que afectan la decisión de crear una empresa;
- 2) la organización incubadora que relaciona los conocimientos adquiridos, su tamaño y localización geográfica;
- 3) los atributos personales tales como las motivaciones de logro, los rasgos psicológicos y la experiencia profesional. Finalmente,
- 4) los factores relacionados con el entorno, donde destaca la disponibilidad de financiamiento, el mercado y las actitudes favorables de la sociedad hacia el emprendedor (p.5)

Se hace importante el desarrollo teórico del emprendimiento pues hoy en día las

personas que se gradúan de cualquier carrera buscan de alguna u otra forma comenzar a desarrollar sus ideas en vez de emplearse en una determinada empresa, para ello es necesario comprender la estructura del emprendimiento para poder ser llevado con éxito.

2.2.4 El Marketing en un Mundo Globalizado

En las últimas décadas, la economía mundial se ha caracterizado no sólo por los avances tecnológicos sino también por los fenómenos de Globalización e Integración, producto de numerosos acuerdos de libre comercio, lo que obliga a las empresas a comprender mejor estos paradigmas comerciales para poder formular estrategias coherentes y lograr ser exitosas frente a dichos procesos.

El proceso de globalización consiste en operar con costos relativamente bajos como si el mundo entero o las regiones más importantes de las ciudades fueran una sola entidad. Es considerar al mundo como mercado, fuente de insumos y espacio de acción, tanto para la producción como para la adquisición y la comercialización de productos. Su principal característica es que es un fenómeno que tiene como motor de crecimiento económico a un comercio internacional que se incrementa de manera predominante, teniendo su base de apoyo en un elevado nivel de competitividad y que se centra en dirigirse a otras economías para servirles con calidad, precio y confiabilidad en un marco regulatorio que debe hacer del comercio el nuevo impulsor de la economía mundial. Como fenómeno de mercado, la globalización tiene su impulso básico en el proceso técnico y particularmente en la capacidad que a partir del mismo tiene un país de mover bienes, servicios, dinero, personas e informaciones. Indica Hernández (2008), lo siguiente:

Los impulsores de la globalización representan las condiciones del mercado que determinan el potencial y la necesidad de competir con una estrategia global. Básicamente se distinguen 5 tipos de impulsores, clasificados por su origen, para de esta forma ayudar a los administradores a identificarlos y manejarlos más fácilmente, estos son según indica Hernández (2008:6), lo siguiente:

De Mercado. Dependen de la conducta de los clientes, de la estructura de los canales de distribución y de la naturaleza del marketing en la empresa. Como por ejemplo el crecimiento de canales globales y regionales; movimiento para el desarrollo de una publicidad global; incremento de viajes, lo que crea consumidores globales; organizaciones que se comportan como clientes globales y nivelación de estilos de vida y gustos.

De Costos. Dependen de la economía del negocio, por ejemplo la innovación tecnológica acelerada; el esfuerzo continuo por lograr economías de escala; el surgimiento de países industrializados con capacidad productiva y bajos costos de mano de obra; el costo creciente de desarrollo de producto con respecto a la vida en el mercado;

Gubernamentales. Son determinados por las leyes que dicten los gobiernos de las distintas naciones, así, podríamos hablar de la reducción de barreras arancelarias; la creación de bloques comerciales; la privatización de economías antes dominadas por el estado.

Competitivos. Dependen de los actos de los competidores. Aquí podríamos mencionar el aumento continuo del volumen del comercio mundial; la conversión de más países en campos de batalla competitivos claves; la aparición de nuevos competidores resueltos a volverse globales; aumento de compañías que se globalizan en vez de mantenerse centradas; el aumento de la formación de alcanzar estrategias.

Otros Impulsores. Globalización de los mercados financieros; mayor facilidad para viajes comerciales, y la revolución de la informática y

de las comunicaciones.

Los impulsores son en su mayor parte incontrolables para el negocio mundial pues cada mercado tiene su nivel potencial de globalización que se determina por impulsores externos. Cada grupo de impulsores es distinto para cada mercado y también puede cambiar con el tiempo. Por consiguiente, unos mercados tienen mayor potencial de globalización que otros y ese potencial también varía.

En las últimas décadas, la economía mundial se ha caracterizado no sólo por los avances tecnológicos sino también por los fenómenos de Globalización e Integración, producto de numerosos acuerdos de libre comercio, lo que obliga a las empresas a comprender mejor estos paradigmas comerciales para poder formular estrategias coherentes y lograr ser exitosas frente a dichos procesos y, partiendo de ello, los profesionales en esta área deben de conocer y adaptarse a este mundo de exigencias globalizadas.

2.2.5 Situación Laboral de los Jóvenes Universitarios

La preocupación por la inserción laboral de los egresados universitarios data de hace cerca de cincuenta años. Pérez-Díaz y Rodríguez (2002), señalan que en la década de los sesenta:

El movimiento estudiantil y la intelligentsia contestataria cuestiona la universidad por lo que considera la baja calidad de la actividad científica y su vida intelectual y comienza a preocuparse por la eficacia de la universidad a la hora de prepararles para las profesiones del porvenir (p.76)

Si se adaptan los contenidos universitarios a las necesidades de la sociedad y de la empresa, posiblemente se evitaría que los jóvenes egresados atravesaran dificultades para insertarse en la actividad laboral. El crecimiento de profesionales con formación universitaria ha aumentado considerablemente la oferta y esto ha generado dificultades para la inserción laboral de los graduados y una mayor competencia.

Sin embargo, actualmente, existe un debate sobre la empleabilidad de los graduados acerca de si su formación debe o no adaptarse a las necesidades del mundo laboral. Si bien es probable que una adaptación curricular en este sentido podría garantizar una mayor inserción laboral, existe el riesgo de generar programas profesionales a corto plazo que no se adapten al ritmo que cambia la realidad empresarial o que limite a los profesionales a la inserción en el ámbito de influencia de la universidad en que se formaron aun cuando en la misma no haya oportunidades para ellos.

Un estudio de García Montalvo, (2005:3) acerca de la situación con respecto a la actividad laboral de los graduados universitarios una vez finalizados sus estudios en España dieron como resultado que entre los jóvenes graduados universitarios de entre 22 y 30 años, la tasa de desempleo es superior a la media, algo que se sostiene desde los 90. Lo cual significa que al cabo de seis años de graduados, la situación laboral de los profesionales universitarios es peor que la media con niveles de estudios inferiores.

Dicho estudio considera que a partir de los 30 años de edad, se produce en algún momento una transición y plantea tres teorías. La primera establece que a partir de los 30 años los graduados pertenecen a una generación que representa una minoría que había accedido a la formación profesional y, por esta razón, ingresaron al

mercado laboral con facilidad. La segunda teoría considera que los egresados universitarios podrían ser más selectivos al elegir empleo y eligen realizar estudios de posgrado en lugar de ingresar a cualquier empleo. La tercera y última es que a medida que pasan los años, comienzan a tener expectativas más realistas acerca del mercado laboral que los graduados recientes. Según Sáez, (2007:32), “gran parte de los graduados universitarios rechaza un empleo por sentirse sobre-cualificado para el mismo”.

El universo de la juventud de América Latina ha sido dividido en cuatro grupos Abdala Ernesto, Jacinto Claudia, & Solla Alejandra, (2005:76):

Desempleados: 6 millones de jóvenes no trabajan pero están buscando empleo.

Precarios: trabajan en forma informal-remunerada pero no declarada - por lo cual no tienen seguridad social en salud y quedan fuera del sistema. Son 22 millones de jóvenes.

No precarios: 13 millones de jóvenes trabajan en forma remunerada y están declarados como empleados, por lo cual están integrados en el sistema.

Inactivos: no trabajan ni buscan trabajo. Este grupo está conformado por 32 millones de jóvenes que estudian. (p.76)

Este autor destaca que los jóvenes actuales nacieron en situación de crisis en el continente, entre 1982 y 1991. Luego, el PIB del continente en general, comenzó a crecer y la situación de los jóvenes comienza a mejorar. Sin embargo, aún existen dificultades para la inserción laboral de los jóvenes, por lo cual la Organización Internacional del Trabajo (OIT) plantea el objetivo de promover el trabajo decente para la región, lo cual coincide con el objetivo Número 8 de los Objetivos de Desarrollo del Milenio (ODM), “Desarrollar e implementar estrategias para el trabajo

decente y productivo de jóvenes” basándose en la tasa de desempleo en la población de 15 a 24 años.

Los países de América Latina adhieren a los ODM y a la OIT, por lo cual han desarrollado Planes Nacionales de Trabajo Decente (PNTD) con el objetivo de promover el trabajo formal. En Argentina, según Abdala, Jacinto, & Solla, (2005):

El compromiso asumido con la intención de alcanzar los mencionados objetivos incluye el fortalecimiento y la articulación de políticas para los jóvenes con el mundo productivo y la educación, así como la promoción de formación profesional. Además, entre sus PNTD, Argentina se propone la reformulación del régimen de pasantías y la eliminación de barreras de discriminación.(p.65)

La década 2006-2015 ha sido tomada como el período de promoción del trabajo decente en la región, para lo cual se trazó un Plan de Acción en Mar del Plata con propuestas específicas para intervenir en la dignificación del empleo joven. Como resultado del encuentro en Mar del Plata y uno posterior en Brasilia (2006:1), “se trazó una agenda Hemisférica que tiene por principal meta la formación e inserción de los jóvenes en el mercado laboral, con el objetivo de reducir a la mitad, en diez años, la cantidad de jóvenes que no estudian ni trabajan”.

2.2.6 Campo Laboral en Venezuela

De acuerdo con McConnell y Brue (1997), los mercados de trabajo de cualquier país tienen características muy peculiares; sus transacciones son muy distintas a las del mercado de cualquier producto y su complejidad obliga a un estudio

pormenorizado para revisar y reorientar los conceptos de demanda y oferta que se aplican en este campo.

Por ejemplo, cuando se hace referencia a la oferta de trabajo (servicios que los trabajadores alquilan a los patrones o empresarios) las decisiones sobre ella son mucho más complejas que en otro tipo de mercado, pues el trabajador (oferente) no sólo analiza los precios (salarios) y las cantidades, sino toda una serie de factores como ambiente de trabajo (donde deberá prestar sus servicios durante una cantidad de horas semanales) desde el punto de vista de aspectos como higiene, seguridad, entre otros. Evaluará además estabilidad laboral, posibilidades de ascenso, independencia y hasta el status o las posibilidades de autorrealización.

Por otro lado, la demanda de trabajo (servicios que los patrones o empleadores alquilan a los trabajadores) depende de la utilidad o contribución que reporta el trabajador a la creación de bienes y servicios (productividad), constituyéndose así en una demanda indirecta o derivada de otros bienes y servicios. Además, en torno a estas especiales fuerzas existen una serie de consideraciones institucionales (regulaciones, sindicatos, políticas públicas) que afectan y complican aún más su funcionamiento.

La Economía Laboral se encarga del estudio de la organización, funcionamiento y resultados de los mercados de trabajo, las decisiones de sus participantes presentes y futuros, y las medidas relacionadas con el empleo y la remuneración. Estas decisiones y medidas están implicadas en muchas cuestiones socioeconómicas, tales como inflación, pobreza, costo de producción de bienes y servicios, inmigraciones y emigraciones, acuerdos internacionales y otras variables, de las cuales sólo algunas se intentan abordar en el presente estudio.

El empleo es el principal medio para la distribución de rentas o beneficios del desarrollo, lo cual hace del trabajo el recurso económico más importante en la economía capitalista. Según Singer (1980:6), el estudio del empleo es objeto de considerable atención en los últimos años y, como no es una simple actividad sino un medio para obtener una porción de los frutos de una actividad productiva, se pretende “la absorción total de recursos humanos”, es decir, que todos los adultos en edad de trabajar tengan un empleo dignamente remunerado. Sin embargo, los procesos de desarrollo de la mayoría de países no logran absorber a todos los recursos humanos disponibles y se genera así el fenómeno del desempleo que se ha convertido en el principal problema del venezolano.

En Venezuela los problemas de la economía laboral no han sido ampliamente abordados; se le ha dado mayor relevancia a los problemas de la política monetaria y fiscal, partiendo de la premisa de que a través de la estabilización macroeconómica y el crecimiento económico sostenido, se mejoraría la situación laboral del venezolano (nivel de rentas) y se reduciría considerablemente el desempleo.

Pero los elevados niveles de desempleo como un fenómeno relativamente nuevo, ha llamado la atención de la sociedad venezolana, pues pese a que un número apreciable de economías latinoamericanas —incluyendo Venezuela— han registrado incrementos en la tasa de producción, el nivel de vida de sus habitantes no ha mejorado. Otros países (Argentina y Brasil) han logrado una estabilización macroeconómica exitosa, pero el nivel de desempleo ha crecido, desde los años 80 a los 90, del 4,7% al 12,4%, y del 3,6% al 7,6%, respectivamente; igualmente la pobreza, la desigualdad y los conflictos sociales han crecido, haciendo necesaria una revisión de las estrategias de estabilización, ajuste y reforma para un desarrollo

humano equitativo.

2.2.7 Situación Actual del Mercado Laboral en Venezuela

Es de señalar por razones lógicas la importancia y trascendencia que tiene para el profesional (o para el futuro profesional) conocer y entender las potenciales ofertas de empleo que le permitan su incorporación en el campo laboral, en este sentido el presente informe recogerá las diferentes opiniones de los integrantes del equipo de trabajo con la finalidad de conocer y entender el proceso de empleo en Venezuela así como también identificar y abordar la situación de nuestro país en materia de mercado de trabajo y de RRHH para lo cual emplearemos basamentos teóricos y el concepto de la realidad que cada uno maneja, entendiendo que en materia de empleo se originan diferentes puntos de vista. Según Escarrá (2012:2):

Identificar el proceso de empleo en Venezuela.

Mencionar la situación de nuestro país en ocasión al comportamiento del mercado de trabajo e igualmente al mercado de Recursos Humanos, empleando los conocimientos teóricos.

Enunciar, expresando palabras e ideas propias los términos claves referentes al mercado de trabajo y la situación de empleo.

Durante los últimos años por situaciones de orden político, social y económico que han hecho que se viva un proceso de empleo inestable. En algunos casos podemos citar la crisis del 98 y el paro petrolero nacional de (2002), donde los ingresos que obtenía el Estado sufrió una disminución acelerada haciendo que las inversiones tanto públicas como privadas disminuyeran y en consecuencia muchas empresas hicieran un recorte en el proceso para seleccionar al recurso humano

necesario.

Hoy día la situación es casi la misma debido a todo lo transcurrido; el proceso de empleo en la mayoría de las organizaciones tienen una visión centrada en cuanto a la selección y reclutamiento del empleado tomando en cuenta las habilidades, destrezas y conocimiento de cada entrevistado. En nuestro país se vive una situación donde la demanda es mayor que la oferta, es decir, es mayor la cantidad de personas que necesitan un trabajo digno que los empleos ofrecidos en las organizaciones.

Figura N° 1

Informe de competitividad global 2013-2014 (148 países)

<i>Indicador</i>	<i>Posición</i>
Fortaleza del mercado de bienes	148
Mercado financiero	135
Mercado laboral	148
Marco institucional	148

Fuente: Informe de competitividad global (2013)

Figura N° 2

Informe haciendo negocios (149 países)

<i>Indicador</i>	<i>Posición</i>
Protección de los inversionistas	182
Trámites para comenzar un negocio	157
Pago de impuestos	187
Intercambio comercial	173

Fuente: Informe de competitividad global (2013)

En base a esto, señala Guzmán (2013), que:

El ataque a la economía de mercado sólo se ha utilizado para centralizar el poder y tratan de ejercerlo de manera hegemónica. Pero, debe reconocerse que hay mucha ignorancia con respecto a cómo funciona un sistema económico donde sólo se obtienen ganancias si se satisface a los consumidores (las masas) y en el cual, si los emprendedores no sirven a “las masas”, sufren pérdidas. El capital, el trabajo y los recursos de la naturaleza son factores de producción complementarios, donde uno depende del otro para lograr bienes y servicios que satisfacen necesidades humanas.

La historia demuestra que es imposible tratar de dirigir una economía a partir de una persona o un grupo de personas, dado que la información de los factores productivos disponibles, demandas y valoraciones de consumidores, entre otros, está dispersa entre miles y millones de personas.

En un sistema económico que no se garantizan los **derechos de propiedad** no surge el sistema de precios que resuelve problemas de coordinación en la sociedad. Este sistema: (1) Promueve la producción de bienes que realmente valoran las masas; (2) coordina el mejor uso de factores limitados de la producción; y (3) permite coordinar la remuneración a los dueños de factores de la producción, incluyendo el factor trabajo (salarios). Si no funciona el sistema de precios, la

coordinación de las actividades económicas se hace imposible; se sustituye el intercambio voluntario y pacífico por relaciones económicas conflictivas.

Se vincula en lo siguiente: Un sistema de precios distorsionado, como el que existe en Venezuela, implica el despilfarro de recursos escasos y valiosos que pueden ser utilizados de mejor forma para satisfacer demandas y necesidades humanas. La mejor política social de cualquier gobierno es crear un ambiente de negocios que promueva la inversión, la producción, y la generación de más y mejores empleos productivos, redundando todo ello en más riquezas disponibles y una mejor calidad de vida.

2.2.8 Situación Actual del Mercado Laboral en Chile

El autor Haindl (2016:2) opina que “existe cierta confusión con respecto a la verdadera tasa de desocupación que existe actualmente en Chile. La encuesta de ocupación y desocupación de la Universidad de Chile midió una desocupación de 9,4% de la fuerza de trabajo para el Gran Santiago en marzo de 2016”. Por otro lado, el INE encontró una tasa de desocupación para el trimestre móvil terminado en abril del 2016 de 6,3% a nivel nacional. Por cierto, una tasa inferior al 6,5% indica una situación de pleno empleo, mientras que un 9,4% indica un fuerte desempleo involuntario.

Continúa el autor opinando que una forma de compatibilizar ambas encuestas es corregir la evolución de la fuerza de trabajo del INE. En los últimos años, la población mayor de 15 años ha estado creciendo al 1,5% anual y la participación en la fuerza de trabajo ha venido aumentando. Esto ha hecho que la fuerza de trabajo haya crecido al 2,2% anual entre 2010 y el 2014.

Para llegar a una tasa de desocupación de 6,3% en abril, el INE hace crecer la

fuerza de trabajo al 1,4% anual en los últimos tres años, cifra inferior al crecimiento de la población relevante. Si se corrige el crecimiento de la fuerza de trabajo a un 1,8% anual en los últimos tres años, la tasa de desocupación a abril sube al 7,7%, considerando las mismas cifras de ocupación de la encuesta. Por otro lado, si la fuerza de trabajo hubiese crecido al 2,2% anual, la tasa de desocupación del INE sube al 8,5%.

Entre 2014 y 2016, la encuesta de la Universidad de Chile reporta un crecimiento promedio en la fuerza de trabajo de 1,8%. Una diferencia de un punto porcentual es normal dadas las diferencias de medición y definición entre el INE y la Universidad de Chile. Por ello, es posible compatibilizar ambas encuestas, si se considera un crecimiento de la fuerza de trabajo similar a los ritmos históricos. El INE llega a sus números considerando un crecimiento anormalmente bajo en la fuerza de trabajo.

Si se utiliza la encuesta de la Universidad de Chile y se miden los flujos implícitos de contratación y pérdidas de trabajo, se observa un incremento anormalmente alto en los despidos. Durante 2015, alrededor de 2,6% de los ocupados en el Gran Santiago perdió su trabajo cada mes por distintas razones: despidos, renuncias y jubilaciones. En el primer trimestre de 2016, el flujo mensual de despidos, renuncias y jubilaciones incrementó al 4,2%.

En los tres primeros meses de 2016, el flujo de despidos, renuncias y jubilaciones en el Gran Santiago alcanzó a 371 mil personas, mientras que el flujo de personas contratadas fue de 257 mil personas. Alrededor de 47 mil personas se incorporaron a la fuerza de trabajo por primera vez, mientras que 86 mil personas se retiraron de la fuerza de trabajo. Esto permite explicar el aumento de 75 mil personas

en el pool de desocupados. Alrededor de 61% del pool de desocupados fue capaz de encontrar trabajo en tres meses de búsqueda durante el primer trimestre de 2016, cifra que es similar al 62% promedio de 2015.

2.2.9 Situación Actual del Mercado Laboral en Argentina

La autora Golovanevsky (2013) realiza un análisis de la situación económica de Argentina, opinando lo siguiente:

Luego de la caída de la convertibilidad el nuevo modelo económico logró elevadas tasas de crecimiento del producto bruto interno (PBI) y esto fue acompañado por la generación de una importante cantidad de puestos de trabajo. Los indicadores laborales, que venían de un periodo crítico desde la década de 1990, mejoraron notoriamente, entre ellos la tasa de empleo, que se recuperó a gran velocidad. Esto derivó en una rápida y significativa caída del desempleo, ayudada por la consideración en las estadísticas como “ocupados” de aquellos que tenían planes de empleo.(p.7)

Además, la elasticidad empleo del producto (es decir, la sensibilidad de reacción del empleo ante cambios en el nivel de producto) fue muy elevada, especialmente en el primer quinquenio de lo que podríamos denominar la posconvertibilidad. Aun así las mejoras en el empleo no tuvieron el mismo ritmo que el incremento en el PBI, y la economía no logró retornar a los niveles de desocupación que la habían caracterizado hasta fines de la década de 1980. Tampoco se logró que las mejoras impacten de la misma manera en la calidad del empleo generado.

Es decir, se registraron mejoras cuantitativas en cuanto al nivel de empleo,

acompañadas por progresos cualitativos de menor dimensión. Entre los grupos más desfavorecidos resaltan los jóvenes, en quienes persisten tasas de desocupación más elevadas. Son también quienes obtienen en general empleos de mayor precariedad y desprotección y menores salarios que los trabajadores adultos. Es decir, mientras el ciclo económico expansivo de la posconvertibilidad estuvo acompañado por una mejora en los indicadores laborales, que también alcanzó a los trabajadores jóvenes, con el transcurso del tiempo se observó que en realidad existían problemas estructurales en el mercado de trabajo, independientes de los vaivenes del nivel de actividad económica, Valero (2013):

Considero que hay dos grandes problemáticas. Una es la que mencionaba recién, la necesidad de mejorar la calidad del empleo, es decir, lograr que una mayor cantidad de trabajadores acceda a la protección social. Se ha comprobado que la expansión económica permite crear empleos, pero no garantiza que esta creación sea acompañada por la protección que corresponde. Si bien se han venido tomando medidas en este sentido, hasta ahora no se ha logrado la efectividad necesaria como para que la desprotección laboral desaparezca o, al menos, se convierta en una cuestión marginal. La otra gran problemática que reapareció tiene que ver con la caída en los niveles de actividad. De persistir la desaceleración en el crecimiento esto impactará sin duda en el empleo, lo que ya se viene observando en sectores como el automotriz, por ejemplo.(p.434)

La caída de la convertibilidad con la devaluación del año 2002 disparó un proceso de sustitución de importaciones, dando pie a la recuperación de la industria manufacturera local, desmantelada en muchas áreas a raíz de la política económica de la década de 1990. Así, el empleo en el sector industrial fue uno de los que lideró la recuperación del mercado laboral. Otro de los sectores que tuvo un comportamiento

marcadamente dinámico en estos últimos años fue el de la construcción. En ambos casos la desaceleración de la actividad económica de los últimos meses ha impactado en esta evolución. En menor escala sectores de servicios como el turismo o la gastronomía, asociados a una mejora en los niveles de ingreso, también tuvieron desempeños favorables.

El agro también se vio muy favorecido luego de la caída de la convertibilidad, pero en el marco de un sector con poca elasticidad empleo, motivo por el cual el crecimiento de la actividad, las ventas y los beneficios en el mismo no alcanza la repercusión en el empleo que sí pueden proporcionar otros sectores.

Como ya mencionaba, pese a las diferentes medidas que se han ido tomando en pos de combatir la informalidad laboral, los niveles de empleo sin protección continúan siendo elevados. Entre los asalariados hay todavía alrededor de un 30% que no tiene descuentos jubilatorios. A este grupo de trabajadores en situación de vulnerabilidad se suman los trabajadores independientes que deberían hacer sus aportes y no los realizan. En general, estos últimos son cuentapropistas de muy bajos niveles de ingreso. Esta situación, lejos de estar invisibilizada, nos atraviesa en nuestra vida cotidiana. Vendedores ambulantes, carritos, ferias, a la vista de todos, muestran importantes grupos de población que recurren a estas actividades para la diaria supervivencia y que no alcanzan a realizar aportes jubilatorios. (p.66)

Este escenario se vincula, además de implicar precarias condiciones de vida para las familias involucradas, significa también que un grupo significativo de población no tendrá acceso a una jubilación al terminar su vida activa, reproduciendo situaciones de pobreza. Por otro lado, también se da la situación de trabajadores por cuenta propia que tienen la capacidad económica para realizar sus aportes

jubilatorios, pero en muchos casos no los hacen, sea por costumbre o negligencia. Igualmente entre los asalariados, son quienes trabajan en las empresas de menor tamaño los que se encuentran más expuestos a la desprotección, siendo especialmente afectadas las mujeres.

2.2.10 Situación Actual del Mercado Laboral en Ecuador

Los resultados del último estudio de mercado realizado por Deloitte (2015), a más de 300 empresas a nivel nacional, traen algunos aspectos relevantes a considerar. En primer lugar, la presencia de un nuevo actor en el ámbito laboral, que es el Sector Público.

Se empieza señalando este importante hecho, debido a que como nunca antes su presencia ha sido tan trascendente y ha ocasionado algunos cambios importantes. Por ejemplo, el contrapeso que ha hecho al entrar a competir directamente con el Sector Privado, ya que a diferencia de épocas pasadas, el Estado ahora ofrece un entorno completamente distinto, principalmente en lo relacionado con la estabilidad laboral que garantiza y los salarios competitivos que se reconocen a todo nivel, especialmente para cargos medios y técnicos. Opina Escarrá (2008):

Claro que a cambio de estas importantes ventajas, demanda perfiles elevados, que principalmente posean un sólido nivel académico y experiencia en el sector donde se esté aplicando. Hemos podido identificar que los principales grupos de profesionales que están dispuestos a brindar sus servicios para empresas y entidades estatales, se pueden clasificar en 2 segmentos:

Aquellos que inician su vida laboral (alrededor de 25 años)

Aquellos que están ya en la última etapa de la misma (pasados los 50 años) quienes han encontrado un importante nicho en este mercado laboral que ofrece el Estado

ecuatoriano en la actualidad. (p.54)

Esta situación acarrea consecuencias. Las empresas privadas tienen que esforzarse por ofrecer una mejor carrera profesional, con salarios competitivos y posibilidades reales de crecimiento. De lo contrario, la lucha por captar talento será muy difícil de sobrellevar para aquellas que no consideren estos aspectos.

2.3 Definición de Términos Básicos

Determinación: Para ser emprendedor debes ser una persona decidida, que no necesites el apoyo de alguien para tomar una decisión ni que nadie la tome por ti.

Emigrar: Dejar [una persona] su lugar de origen para establecerse temporal o definitivamente en otro país o región.

Empleo: Trabajo que se realiza a cambio de un salario.

Expectativa: La palabra expectativa deriva del latín. Proviene de *exspectatum supino* del verbo *exspecto, exspectas, exspectare, exspectavi, exspectatum* cuyo significado es esperar, aguardar, desear. Este verbo está formado por el prefijo *ex-* que señala separación del interior o privación y el verbo *specto, specas, spectare, spectavi, spectatum* (mirar, contemplar) frecuentativo de *specio, specis, specere, spexi, spectrum* que significa mirar.

Mercado de Trabajo: Se denomina mercado de trabajo o mercado laboral al conjunto de relaciones entre empleadores (oferentes de empleo o demandantes de trabajo) y personas que buscan trabajo remunerado por cuenta ajena.

Networking: Debemos estar continuamente en relación con nuestro entorno. Acude a cursos, jornadas, congresos... interactúa con otros profesionales, con clientes, con proveedores. Hacer networking es la capacidad de relacionarte con los demás para

compartir información y recursos. Es algo que ya hacíamos de pequeños cuando íbamos al colegio: nos relacionábamos con nuestros compañeros de clase y nos informábamos unos a otros sobre las posibles preguntas de un examen y compartíamos apuntes. Pues lo mismo en la vida real. Si no sales nunca de tu mesa de trabajo, de tu oficina, vas a estar en 'fuera de juego'. Conoce gente nueva, pregunta, aporta, comparte. Es una excelente forma de crecer como negocio y de darte a conocer, aunque sea persona por persona. Vas a conseguir muchos prescriptores de esta forma.

Oportunidad: Circunstancia, momento o medio oportunos para realizar o conseguir algo.

CAPÍTULO III

MARCO METODOLÓGICO

La metodología del proyecto incluye el tipo o tipos de investigación, las

técnicas y los procedimientos que serán utilizados para llevar a cabo la indagación y el proyecto factible. Es el "cómo" se realizará el estudio para responder al problema planteado.

Tamayo y Tamayo (2009:179), cuando hacen referencia al Marco Metodológico lo delimitan como el modelo investigativo. De acuerdo al autor el modelo metodológico representa... “la estructura metodológica de los pasos que se plantean como opción para la elaboración del diseño que conlleve a la solución del problema en cuestión”.

3.1. Tipo de la Investigación

Según el nivel de análisis, se ubicará en el tipo de investigación proyectiva, sobre el cual Hurtado (2008:114), establece que “este tipo de investigación propone soluciones a una situación determinada a partir de un proceso de indagación”. En esta categoría entran los proyectos factibles. Por lo antes mencionado, Gómez (2009:17), define el proyecto factible como “un plan prospectivo de una unidad de acción, capaz de materializar algún aspecto del desarrollo económico donde se propone la producción de un bien o la prestación de servicio empleando técnicas con miras a obtener resultados económicos y sociales”.

primarios, obtenidos directamente de la investigación de campo”. Su innegable valor reside en que a través de ellos la investigadora puede cerciorarse de las verdaderas condiciones en que han conseguido sus datos, haciendo posible su revisión o modificaciones en el caso de que surjan dudas respecto a su calidad.

Asimismo, el diagnóstico será de campo debido a que la información se

obtendrá por medio de fuentes vivas o directas en su contexto natural, y transeccional puesto que la información se buscará en su solo momento de tiempo y se analizará su incidencia en un momento dado. Con respecto a los anteriormente mencionado, Hernández, Fernández y Baptista (2010:151), plantean que “los diseños de investigación transeccional o transversal recolectan datos en un solo momento de tiempo único. Su propósito es describir variables y analizar si incidencia e interrelación en un momento dado”.

3.3. Nivel de la Investigación

Se considerará para el estudio de la investigación descriptiva, sobre el cual Arias (2004:22), afirma que: “consiste en la caracterización de un hecho, fenómeno, o grupo con el fin de establecer su estructura o comportamiento”. Además este tipo de estudio o proyecto mide de forma independiente las variables y aún cuando no se formulen hipótesis, tales variables aparecen enunciadas en los objetivos de investigación.

Al respecto cabe citar al autor, Tamayo y Tamayo (2009:52), quien afirma que la investigación descriptiva:

Comprende la descripción, registro, interpretación y análisis de la naturaleza actual y la composición o procesos de los fenómenos. El enfoque se hace sobre conclusiones dominantes o sobre cómo una persona, grupo, institución o cosa se conduce o funciona en el presente.

Para reforzar este criterio, se consultó a Méndez (2003:31), quien indica que la investigación descriptiva “utilizan criterios sistemáticos que permiten poner de manifiesto la estructura de los fenómenos en estudio, además ayuda a establecer comportamientos concretos mediante el manejo de técnicas específicas de recolección

de información”. Así, el estudio descriptivo identifica características del universo de investigación, señala formas de conducta y actitudes del universo investigado, descubre y comprueba la asociación ante variables de investigación.

3.4. Población y Muestra

Parella y Martins (2006:15), afirman que “todo estudio implica, en la fase de diseño la predeterminación del tamaño poblacional y muestral necesario para su ejecución”. La ausencia de este proceso puede conducir a que se realice el estudio sin el número adecuado de sujetos, con lo cual no se puede estimar adecuadamente los parámetros ni identificar las diferencias significativas, cuando en realidad si existe. De acuerdo a esto a continuación se presentan la población y muestra objeto de estudio:

Población: Tamayo y Tamayo (2009:180), señala que “la población es la totalidad del fenómeno a estudiar en donde las unidades de población poseen una características común, la cual se estudia y da origen a los datos de investigación”. La población de una investigación es el conjunto de unidades de las que se desea obtener información y sobre las que se van a generar conclusiones.

Para el desarrollo de la presente investigación, la población será representada por setenta (60) estudiantes de Mercadeo de la jornada 2017 de la Universidad “José Antonio Páez” que están en el último periodo de la carrera.

Muestra: el autor Tamayo y Tamayo (2009:126), expresa que “cuando seleccionamos algunos de los elementos con la intención de averiguar algo sobre la población e la cual están tomados, nos referimos a la muestra”. La muestra descansa en el principio de que las partes representan al todo y por tal refleja las características

que definen la población.

El Tamaño de la muestra que se utilizó fue del 30% lo que representa 18 estudiantes, por lo que el autor Ramírez (1999:91), indica que "la mayoría de los autores coinciden que se puede tomar un aproximado del 30% de la población y se tendría una muestra con un nivel elevado de representatividad".

3.5. Técnicas e Instrumentos de Recolección de Datos

Una vez realizado el plan de la investigación y resuelto los problemas que plantea el muestreo, empieza el contacto directo con la realidad objeto de la investigación o trabajo de campo. Es entonces cuando se hace uso de las técnicas de recolección de datos, que según Palella y Martins (2006:126), "son las distintas formas o maneras de obtener la información.

Además, Arias (2004:65), señala que "las técnicas de recolección de datos son las distintas formas o maneras de obtener la información". Son ejemplos de técnicas de observación directa, la encuesta y la entrevista, el análisis documental, entre otros. En cuanto a los instrumentos, el autor citado anteriormente afirma que "son los medios materiales que se emplean para recoger y almacenar la información", ejemplo de ellos son los formatos de cuestionarios y guías de entrevista. Entre las técnicas de instrumento y recolección de datos se encuentran las siguientes:

Revisión Documental: se utilizará la técnica de revisión documental precisa para darle validez teórica en la investigación a través de textos digitales, físicos y documentos institucionales. Se utilizará la técnica de documentación bibliográfica, sobre la que Ramírez (2006:152), señala que "para el análisis profundo de las fuentes

documentales, se utilizan las técnicas de observación documental, presentación resumida, resumen analítico y análisis crítico”. A partir de la observación documental como punto de partida en el análisis de las fuentes documentales, mediante una lectura general de los textos, se inicia la búsqueda y observación de los hechos presentes en los materiales escritos consultados que son de gran interés para la investigación.

Encuesta: según Palella y Martins (2006:134), la encuesta “es aquella que permite dar respuesta a problema de términos descriptivos como de relación de variables, tras la recogida sistemática de información según su diseño previamente establecido que asegure el rigor de la información obtenida”. Cabe recalcar que esta técnica estará dirigida hacia los estudiantes de Mercadeo que están en etapa de culminación de la carrera en la Universidad “José Antonio Páez”.

Cuestionario: el autor Tamayo y Tamayo (2009:9), señala que “el cuestionario contiene los aspectos de fenómeno que se consideran esenciales; permite, además, aislar a ciertos problemas que nos interesan principalmente, reduce la realidad a ciertos números de datos esenciales y precisa el objeto de estudio”. Este instrumento servirá de apoyo para el empleo de la técnica de encuesta, el mismo estará conformado por ítems de tipo dicotómico, lo que permitirá medir las dimensiones manejadas por los investigadores.

Lista de Cotejo: La herramienta de observación directa que se utilizó es la lista de cotejo que según, Kotler (2002:66) indica “que es una herramienta que sirve para registrar estructuralmente la presencia o aspecto de un comportamiento o aspecto definitivo en las organizaciones”, la cual para la investigación será útil para evaluar cada país y cada factor indicador que pudiera demostrar los beneficios que aportan

para los inmigrantes en el área de mercadeo y publicidad, ayudando al investigador en la organización de la información facilitando el análisis

3.6. Análisis y Organización de Datos

Para que los datos recolectados tengan algún significado dentro de la presente investigación, se hace necesario introducir un conjunto de operaciones en la fase de análisis e interpretación de datos, con el propósito de organizarlos e intentar dar respuesta a los objetivos planteados en el estudio, evidenciar los principales hallazgos encontrados, conectandolos de manera directa con la base teórica que sustenta la misma y las variables delimitadas, con los conocimientos que se disponen en relación al problema que se propone estudiar.

En esta investigación se emplearán algunos estudios derivados de la estadística descriptiva, a objeto de resumir y comparar las observaciones que se evidenciará con relación a las variables estudiadas, y al mismo tiempo describir la asociación que pueda existir entre alguna de ellas desde la perspectiva de la interrogante planteada en este estudio. Al respecto, Palella y Martins (2006:51), señalan que el análisis estadístico “permite hacer suposiciones e interpretaciones sobre la naturaleza y significación de aquellos en atención a los distintos tipos de información que puedan proporcionar”.

Es relevante mencionar, que la estadística descriptiva consiste sobre todos en la presentación de datos en forma de tablas y gráficas. Comprende cualquier actividad relacionada con los datos y está diseñada para resumirlos o describirlos sin factores pertinentes adicionales; esto es, sin intentar inferir nada que vaya más allá de los datos, vistos como tales.

CAPÍTULO IV

RESULTADOS

A continuación se presentan los resultados obtenidos del desarrollo de los objetivos de Investigación:

4.1 Análisis e Interpretación de Resultados

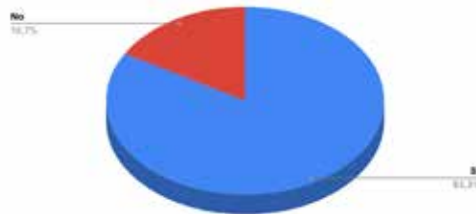
1.- ¿Tiene usted pensado irse de Venezuela luego de graduarse?

Tabla N° 1: Irse de Venezuela

Opciones	Frecuencia Relativa	Frecuencia Absoluta
Si	15	86,3%
No	3	16,7%
Total	18	100%

Fuente: Manuel Prieto y William Flores (2017)

Gráfico N° 1: Irse de Venezuela



Fuente: Manuel Prieto y William Flores (2017)

Análisis: se observa que en el gráfico N°1, el 86.7% de los encuestados de la universidad José Antonio Paéz de la carrera de Mercadeo desea irse a otro país luego de recibido el título de licenciado y el 13.3% no. Lo que evidencia que para la mayoría de los encuestados no existen oportunidades en el país, debido a la situación

económica y la poca calidad de vida que la nación ofrece, sin embargo existe una minoría que cree que aún hay posibilidades de surgir y decide quedarse a construir país.

Ítems 2.- ¿Posee usted un negocio en Venezuela?

Tabla N° 2: Negocio en Venezuela

Opciones	Frecuencia Relativa	Frecuencia Absoluta
Si	11	61,1%
No	7	38.9%
Total	18	100%

Fuente: Manuel Prieto y William Flores (2017)

Gráfico Número 2.- Negocio en Venezuela



Fuente: Manuel Prieto y William Flores (2017)

Análisis: se observa que en el gráfico N°2, que el 60% de los encuestados tiene un negocio en Venezuela y el 40% no. Lo que evidencia que todavía existe capacidad de emprendimiento en el país a pesar de la difícil situación económica por la que atraviesa Venezuela, sin embargo existen quienes aún invierten y crean, dado que

sienten que hay oportunidades que aprovechar debido al éxodo de empresas y mano de obra calificada.

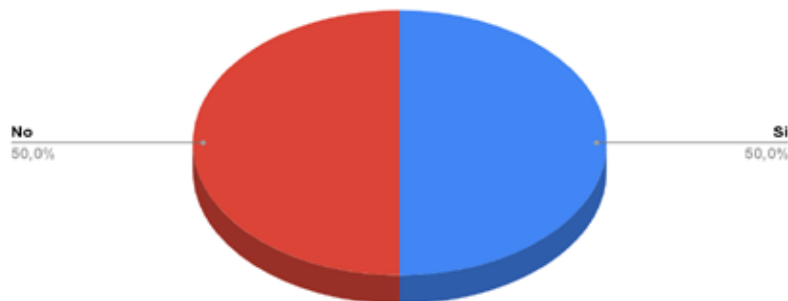
Ítems 3. - ¿Emprendería usted en estos momentos en Venezuela?

Tabla N° 3: Emprendimiento en Venezuela

Opciones	Frecuencia Relativa	Frecuencia Absoluta
Si	9	50%
No	9	50%
Total	18	100%

Fuente: Manuel Prieto y William Flores

Gráfico Número 3.- Emprendimiento en Venezuela



Fuente: Manuel Prieto y William Flores

Análisis: se observa que en el gráfico N°3, que el 50% de los encuestados emprendería en estos momentos en Venezuela, mientras que el otro 50% no. Lo que evidencia que las personas siguen creyendo en Venezuela y deciden quedarse para emprender y desarrollarse en el país, sin embargo existe otra mitad que prefiere irse

ya que no ve futuro y debido a la frágil economía emprender un negocio es un riesgo que muchos deciden no cometer, ya que invertir en moneda nacional con la devaluación constante no es nada rentable.

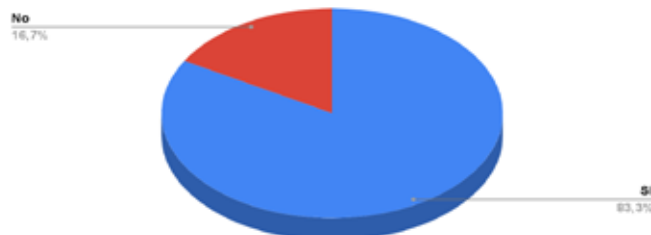
Ítems 4.- ¿Ha investigado usted acerca de las oportunidades laborales en países latinoamericanos?

Tabla N° 4: Oportunidad Laboral

Opciones	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa
Si	15	83,3%
No	3	16,7%
Total	18	100%

Fuente: Manuel Prieto y William Flores (2017)

Gráfico Número 4- Oportunidad Laboral



Análisis: se observa que en la gráfica N°4, que el 81,3% de los encuestados han investigado de oportunidades laborales en países latinoamericanos y el 18.7% no. Lo que evidencia que la gran mayoría piensa en migrar a otros países con el fin de tener nuevas oportunidades laborales , mejor calidad de vida y un mejor futuro, sin

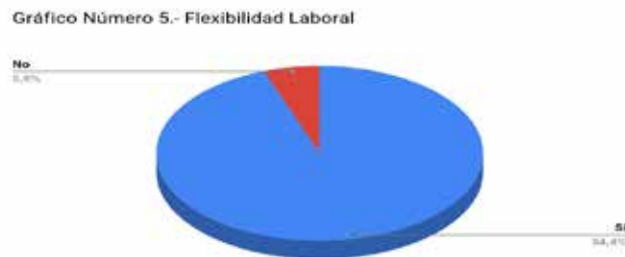
embargo, hay un porcentaje que no ha investigado las posibilidades en otras naciones, ya sea porque no desea migrar o porque simplemente las conoce por alguna referencia.

Ítems 5.- ¿Cree usted que existe flexibilidad laboral en otros países de Latinoamérica?

Tabla N° 5: Flexibilidad Laboral en otros países

Opciones	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa
Si	17	94,4%
No	1	5,6%
Total	18	100%

Fuente: Manuel Prieto William Flores (2017)



Fuente: Manuel Prieto y William Flores (2017)

Análisis: se observa que en el gráfico N°5, el 93,7% de los encuestados piensa que hay flexibilidad laboral en otros países latinoamericanos mientras que el 6.3% no. lo que evidencia que, quienes migran a otras naciones es por cuestiones de calidad de vida y economía fuerte, ya que piensan que en otros países de la región podrán

encontrar oportunidades que les brinden un mejor estatus social y una mayor remuneración económica, sin embargo, hay un pequeño porcentaje que cree que en América Latina no hay oportunidades y deciden emigrar a otros continentes como el Europeo.

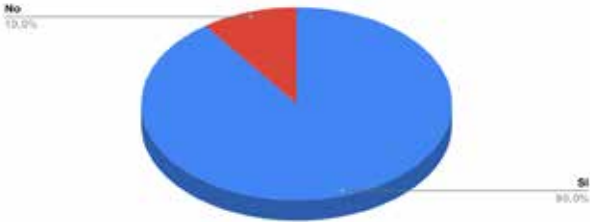
Ítems 6.- ¿Conoce usted los recaudos legales para emprender un negocio en Latinoamérica?

Tabla N° 6: Recaudos Legales

Opciones	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa
Si	16	90%
No	2	10%
Total	18	100%

Fuente: Manuel Prieto y William Flores

Gráfico Número 6.- Recaudos Legales



Análisis: se observa que en el gráfico N°6, que el 87,5% de los encuestados conocen los recaudos legales para emprender un negocio en Latinoamérica y el 12.5% no. Lo que evidencia que existen cada vez más personas investigando acerca de los trámites legales ya sea para irse a vivir, trabajar o emprender un negocio en latinoamérica,

mientras que otro porcentaje no conoce los requisitos para iniciar un negocio pero esto no quiere decir que no esten dispuesto a irse.

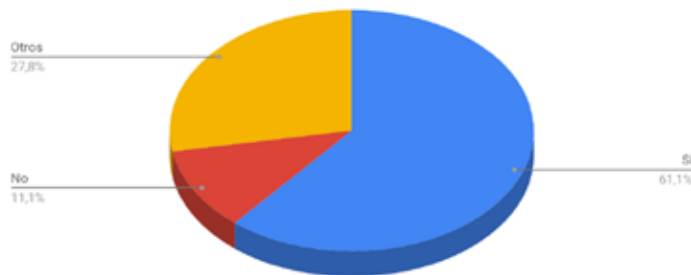
ítems 7.- ¿Ha considerado irse a países como Argentina, Ecuador o Chile?

Tabla N° 7: Migrar a países sudamericanos

Opciones	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa
Si	11	61.1%
No	2	11.1%
Otros	5	27.8%
Total	18	100%

Fuente: Manuel Prieto y William Flores (2017)

Gráfico Número 7.- Migrar a Países Sudamericanos



Análisis: se observa en la gráfica N°7, el 56,3% de los encuestados tienen pensado irse a países latinoamericanos, mientras que el 12,5% dice que no, y el 31,2% busca migrar a otros países fuera de latinoamérica, lo que evidencia que para muchas personas las oportunidades laborales se encuentran en otros países fuera de américa

latina debido a que ofrecen mejores sueldos y salarios, así como una mayor seguridad social. Cabe destacar que América Latina ha pasado por distintas etapas económicas, sociales y culturales lo que hace que exista un retraso en los sistemas económicos y en la sociedad, en comparación a América del Norte y el resto del mundo que tienen economías fuertes y sistemas funcionales.

Ítems 8.- ¿Ha conocido o vivido en algunos de estos países (Argentina, Ecuador y Chile)?

Tabla N° 8: conocido o visitado países sudamericanos

Opciones	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa
Si	7	61,1%
No	11	38,9%
Total	18	100%

Fuente: Manuel Prieto y William Flores (2017)

Gráfico Número 7.- Conocido o vivido en países sudamericanos



Análisis: se observa en la gráfica N°8, el 56.3% de los encuestados no conoce o ha vivido en países sudamericanos y el 43,77% de los encuestados si ha conocido o vivido en estos países. Lo que evidencia que a pesar de que la mayor parte de los encuestados no conoce estas regiones están dispuestos a emigrar, buscando

oportunidades de crecimiento, sin embargo un porcentaje importante tiene conocimiento de sudamérica, ya que ha visitado o ido de vacaciones por lo que tienen una noción más clara de la cultura y economía de cada región.

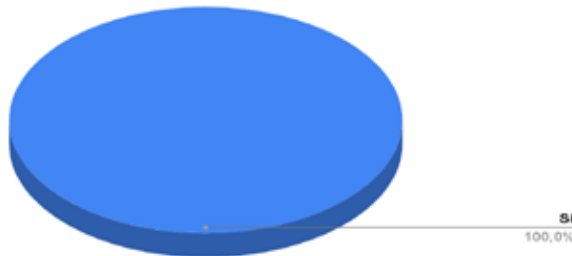
Ítems 9- ¿Cree usted que hay posibilidades de emprendimiento en estos países (Argentina, Ecuador y Chile)?

Tabla N° 9: Posibilidades de Emprendimiento en otros países

Opciones	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa
Si	18	100%
No	0	0%
Total	18	100%

Fuente: Manuel Prieto y William Flores (2017)

Gráfico Número 9.- Posibilidad de Empredimiento en otros países



Análisis: se observa que El 100% de los encuestados señalaron que en Argentina, Ecuador y Chile por lo que se evidencia que todos han pensado montar un negocio afuera, debido a las diversas oportunidades que les ofrecen estos países.

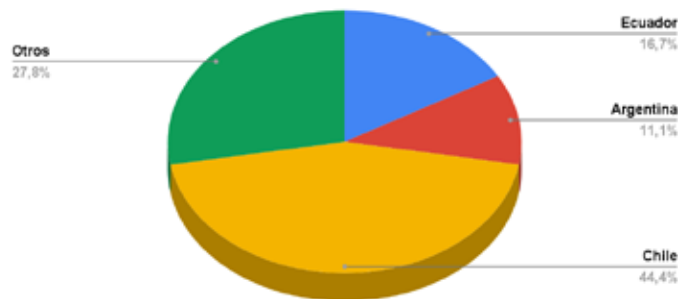
Ítems 10.- ¿Que país prefieres para emprender?

Tabla N° 10: Preferencia de países para emprender

Opciones	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa
Argentina	3	11,1%
Ecuador	2	16,7%
Chile	8	44,4%
Otros	5	27,8%
Total	18	100%

Fuente: Manuel Prieto y William Flores (2017)

Gráfico Número 10.- Preferencia Países para Emprender



Fuente: Manuel Prieto y William Flores

Análisis: se observa en la gráfica N°10. el 37.4% de los encuestados tiene como preferencia emprender en Chile, el 31.1% en otros países, 19% en Argentina y el 12,5% desea emprender en Ecuador. Lo que evidencia que sin importar la nación, los encuestados desean realizar su emprendimiento fuera de Venezuela, debido a las

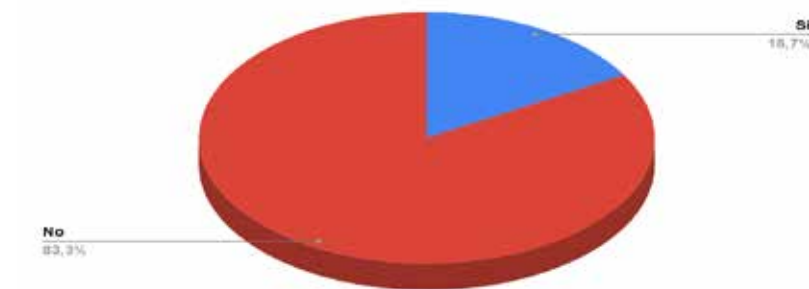
diversidad posibilidades de crecimiento y sustentabilidad que existen fuera de nuestras fronteras. Además, Chile es una de las naciones con mayor crecimiento durante el 2017 lo que permite la expansión del mercado, ofreciendo mejores oportunidades a los locales y extranjeros.

Ítems 11.- ¿Conoce usted los recaudos para emprender un negocio en Ecuador?

Tabla N° 11: Recaudos para emprender en Ecuador

Opciones	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa
Si	3	16.7%
No	15	83.3%
Total	18	100%

Fuente: Manuel Prieto y William Flores



Análisis: se observa en la gráfica N°11. el 81.3% de los encuestados no conoce los recaudos para emprender un negocio en Ecuador, y el 18,7% si. Lo que evidencia que a pesar de que económicamente este país está mejor que Venezuela, su sistema económico sigue siendo no tan confiable, además de la recesión económica y cambios

en cuestión de política interior hace que no sea el más atractivo para quienes desean emigrar a otras naciones en busca de mejor calidad de vida.

Ítems 12..- ¿Conoce usted los recaudos para emprender un negocio en Argentina?

Tabla N° 12: Recaudos para emprender en Argentina

Opciones	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa
Si	5	25%
No	13	75%
Total	18	100%

Fuente: Manuel Prieto y William Flores

Gráfica Número 12.- Recaudos para Emprender en Argentina



Fuente: Manuel Prieto y William Flores (20017)

Análisis: se observa en la gráfica N°12. el 75% de los encuestados no conoce los recaudos para emprender un negocio en Argentina y el 25% si. Lo que evidencia que a pesar de la dura situación económica vivida en años anteriores en esa nación, hay un porcentaje que está buscando oportunidades en ese país, debido a sus diversas

características y además que con el cambio político esta nación se está abriendo a nuevos mercados internacionales con el fin de expandirse.

Ítems 13.- ¿Conoce usted los recaudos para emprender un negocio en Chile?

Tabla N°13: Recaudos para emprender en Chile

Opciones	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa
Si	7	38.9%
No	11	61.1%
Total	18	100%

Fuente: Manuel Prieto y William Flores (2017)

Gráfico Número 13.-Recaudos para Emprender en Chile



Fuente: Manuel Prieto y william Flores (2017)

Análisis: se observa en la gráfica N°13. el 62.5% de los encuestados no conoce los recaudos para emprender un negocio en Chile y el 37.5% si. Lo que evidencia que a pesar de ser uno de los países con mayor potencial económico de la región, quienes se van no están interesados en montar un negocio o simplemente esperan estar legal en

el país, investigar el mercado y evaluar las posibilidades.

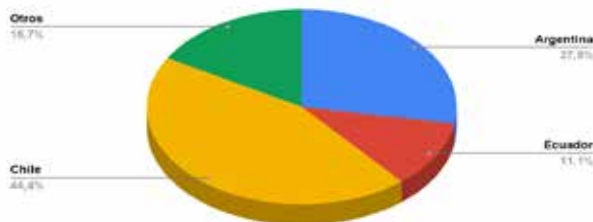
Ítems 14.- ¿Dónde cree usted que hay más capacidad emprendedora y laboral (Argentina, Ecuador o Chile)?

Tabla N° 14: Capacidad laboral y emprendedora

Opciones	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa
Argentina	5	27.8%
Ecuador	2	11,1%
Chile	8	44.4%
Otros	3	16.7%
Total	18	100%

Fuente: Manuel Prieto y William Flores (2017)

Gráfico Número 14.- Capacidad Emprendedora



Análisis: se evidencia en el gráfico N° 14 que el 43.6% de los encuestados cree que en Chile hay mayor capacidad laboral y emprendedora, y un 31.3% en Argentina, mientras que Ecuador tiene un 12,5% y otros 12.5%. Lo que evidencia que Chile es el país por excelencia de los que quieren migrar de Venezuela en busca de nuevas

oportunidades laborales, económicas, sociales y culturales.

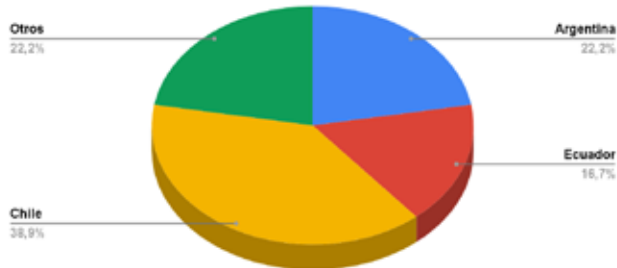
Ítems 15.- ¿Dónde cree usted que hay más oportunidades de financiamiento

Tabla N°15: Oportunidades de Financiamiento

Opciones	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Absoluta
Argentina	4	22,2%
Ecuador	3	16,7%
Chile	7	38,9%
Otros	4	22,2%
Total	18	100%

Fuente: Manuel Prieto y William Flores (2017)

Gráfico Número 15.- Oportunidades de Financiamiento



Fuente: Manuel Prieto y William Flores (2017)

Análisis: se evidencia que en el gráfico N° 15 el 39.5% de los encuestados, cree que Chile cuenta con las mayores oportunidades de financiamiento a la hora de emprender, le sigue Argentina con un 27.1%, atrás Otros con un 23.1% y por último Ecuador con un 10.3% . Lo que evidencia que Chile sigue punteando como mejor

país para migrar debido a sus oportunidades de financiamientos a extranjeros y la seguridad social que este brinda, sin embargo, hay otras naciones sudamericanas y del mundo que otro porcentaje cree que tienen mejores oportunidades para emprender.

4.2 Lista de Cotejo.

Se procede al desarrollo de la herramienta que sirve para registrar estructuralmente la presencia o aspectos importantes en cada uno de los países, en este caso, Argentina, Chile y Ecuador, recopilando y analizando la información enfocada a los indicadores de mayores oportunidades de empleo en el área de mercadeo, como lo son: los recaudos legales necesarios, la facilidad de emprendimiento laboral, la capacidad emprendedora de cada país, las distintas oportunidades de financiamiento, la flexibilidad laboral existente, y el desarrollo en mercadeo y publicidad de cada uno de los casos.

Figura nº 3: Lista de Cotejo de Argentina

INDICADORES	SI	NO	OBSERVACIONES
RECAUDOS LEGALES		X	Los recaudos Legales para trabajar en Argentina tienen una dificultad media, así como el tiempo de espera.

FACILIDAD DE EMPRENDIMIENTO LABORAL	X		En Argentina, la actividad emprendedora es elevada. Teniendo una tasa mayor de negocios nacientes.
CAPACIDAD LABORAL EMPRENDEDORA	X		Debido a la recesión económica que atraviesa Argentina, es uno de los países que tiene mayor capacidad para apoyar a los nuevos inmigrantes en relación a los negocios nacientes de dichos países.
OPORTUNIDADES DE FINANCIAMIENTO	X		De nuevo en Argentina se encuentran ofreciendo mayores oportunidades de financiamiento a nuevos emprendedores ya que están en etapa evolutiva y fructífera en cada país, cuanto a emprendedores sobre todo en el área de marketing.
FLEXIBILIDAD LABORAL		X	Ninguno de los tres países ofrece una mayor flexibilidad laboral, como lo da Venezuela en la actual situación
DESARROLLO EN PUBLICIDAD Y MERCADEO	X		Argentina lidera el desarrollo en el área señalada por lo ya nombrado anteriormente, se encuentran en etapa evolutiva y superando una larga recesión económica que lleva a aumentar la investigación y el capital en el desarrollo de esta área, favoreciendo a los inmigrantes que están enfocados en esta.

Fuente: Manuel Prieto y William Flores (2017)

Figura n° 4: Lista de Cotejo de Ecuador

INDICADORES	SI	NO	OBSERVACIONES
RECAUDOS LEGALES		X	Para trabajar en Ecuador, los recaudos son de fácil acceso pero el tiempo de espera es largo.
FACILIDAD DE		X	En Ecuador, la actividad emprendedora está

EMPRENDIMIENTO LABORAL			muy precaria. Teniendo una tasa menor de negocios nacientes.
CAPACIDAD LABORAL EMPRENDEDORA		X	Ecuador está en etapa evolutiva, sin embargo, tiene actualmente, poca capacidad para los negocios nacientes incluso para los inmigrantes.
OPORTUNIDADES DE FINANCIAMIENTO		X	En Ecuador, por la poca capacidad que tienen para emprendedores, el financiamiento de nuevas oportunidades es escaso, incluyendo el área de marketing.
FLEXIBILIDAD LABORAL		X	Ninguno de los tres países ofrece una mayor flexibilidad laboral, como lo da Venezuela en la actual situación
DESARROLLO EN PUBLICIDAD Y MERCADEO		X	Por todos los inconvenientes antes señalados, Ecuador no se encuentra actualmente invirtiendo en el desarrollo del campo de la publicidad y el mercadeo, disminuyendo así, la posibilidad de escogerlo como destino exitoso para el área de mercadeo.

Fuente: Manuel Prieto y William Flores (2017)

Figura n° 5: Lista de Cotejo de Chile

INDICADORES	S	N	OBSERVACIONES
	I	O	
RECAUDOS LEGALES	X		Los recaudos Legales para trabajar en Chile son mucho más accesibles que en los otros

			países, así como el tiempo de espera..	
FACILIDAD DE EMPRENDIMIENTO LABORAL	X		En Chile, la actividad emprendedora es elevada. Teniendo una tasa mayor de negocios nacientes.	
CAPACIDAD LABORAL EMPRENDEDORA	X		Chile, también se encuentra superando una reciente recesión económica, es uno de los países que tiene mayor capacidad para apoyar a los nuevos inmigrantes en relación a los negocios nacientes de dichos países.	
OPORTUNIDADES DE FINANCIAMIENTO	X		Chile se encuentran ofreciendo mayores oportunidades de financiamiento a nuevos emprendedores ya que están en etapa evolutiva y fructífera en cada país, cuanto a emprendedores sobre todo en el área de marketing.	
FLEXIBILIDAD LABORAL		X	Ninguno de los tres países ofrece una mayor flexibilidad laboral, como lo da Venezuela en la actual situación	
DESARROLLO EN PUBLICIDAD Y MERCADEO	X		Chile, por su alta proactividad económica, lidera el desarrollo en el área señalada por lo ya nombrado anteriormente, se encuentran en etapa evolutiva y superando una larga recesión económica que lleva a aumentar la investigación y el capital en el desarrollo de esta área, favoreciendo a los inmigrantes que están enfocados en esta.	

Fuente: Manuel Prieto y William Flores (2017)

Al realizar el presente trabajo de investigación, se pudo observar, que en los tres diferentes países de Latinoamérica no existe una mayor flexibilidad laboral, siendo un común denominador, en comparación a lo que ofrece Venezuela en su estado actual , a pesar de que la población mostró no tener un vasto conocimiento,

según la investigación, Chile fue quien mostró mayor facilidad a la hora de solicitar los recaudos legales para el emprendimiento laboral hacia el área de mercadeo y publicidad, para la población que desea emprender negocios en este país, por otro lado, Ecuador y Argentina aún continúan desarrollando la facilidad en esta área, demostrando dificultad a la hora de solicitar recaudos legales a los inmigrantes venezolanos que llegan con visión de trabajo en ambos países.

Por otro lado, según la actual investigación, entre Ecuador, Argentina y Chile, quien ofrece una mayor capacidad laboral para fortalecer el emprendimiento entre inmigrantes, en este caso venezolanos, quien va a la vanguardia es Argentina seguido de Chile, puesto que vienen de una recesión económica importante, y está capacitándose para ofrecer mayor campo laboral, sobre todo en el área del mercadeo y la publicidad, como se puede observar a lo largo del desarrollo de la presente investigación, mostrando favorablemente el área para beneficio del inmigrante o quien piensa emigrar a Argentina, y a Chile. Dejando más atrás Ecuador quien también tiene gran capacidad de ofertas laborales en el área de mercadeo y publicidad, pero disminuyendo su capacidad de recibir inmigrantes.

Seguido en los datos de lo observado en la actual investigación, Argentina mostró un mayor avance en el área de financiamiento en cuestión de levantar la población flotante, igualmente como se menciona, por la recesión económica vivida anteriormente, otorgando esto mayor oportunidad y fructificando la oferta de trabajo en dicho país, llevándolo a la cima, a la hora de cotejar con los otros dos países estudiados como lo son Ecuador y Chile.

Finalmente y no menos importante, los tres países mostraron una mayor Desarrollo en el área de publicidad y mercadeo, sobre todo en comparación con

Venezuela en la actualidad, siendo cualquier de estos países, más adaptable, en este sentido, para la migración de jóvenes recién graduados, venezolanos, puesto que los tres países ofrecen, basándonos en la presente investigación, una mayor oferta de trabajo, en cuanto al campo laboral del marketing.

4.3. Resultado del diagnóstico:

La presente investigación, a través de los métodos utilizados para recabar resultados, tanto las gráficas como la lista de cotejo realizada, en base a cada indicador, y las observaciones por cada país estudiado expresan que un 86.7% de la población usada, desea irse del país, aunado a que más de la mitad, posee negocio propio, cerca de un total del otro porcentaje que hoy en día, no tiene negocio propio, apostaría por comenzar un negocio propio en Venezuela.

Vale la pena destacar que más del 80% de los graduandos de mercadeo ha investigado las oportunidades laborales en otros países, dentro de ellos, la posibilidad de emigrar a Argentina, Chile y Ecuador, siendo los países objeto en la presente investigación, conjuntamente con lo investigado en la lista de cotejos, que, ninguno de los países caso, posee la flexibilidad laboral que Venezuela ofrece, siendo esto un factor importante para la población estudiada, a la hora de tomar la decisión de emigrar.

Por otro lado la mayoría de la población estudiada para la presente investigación no conoce los recaudos legales necesarios para el emprendimiento de algún negocio en otros países, en este caso Argentina, Chile o Ecuador, a través de la lista de cotejo realizada podemos observar que de los tres países, Chile es el que

podría facilitar un poco más este facto a la población de inmigrantes en dicho país. un 31% de la población estudiada cree que las oportunidades están en Argentina, Ecuador y Chile. A pesar de las condiciones dadas en la figura comparativa, usada con este fin. A diferencia de la lista de cotejo, toda la población estudiada, considera que en los tres países existe una gran capacidad de emprendimiento para la población inmigrante en cada uno de estos países, sobre todo para los profesionales del mercadeo, egresados de la Universidad José Antonio Páez.

El porcentaje arrojado apunta que los encuestados prefieren Chile u otros países del mundo para emprender, debido que sienten mayor conectividad y conocen o han visitado dichos lugares. Por lo que Argentina y Ecuador no cuentan con la misma preferencia. Asimismo, los gráficos presentaron un resultado asombroso acerca del conocimiento que tiene la población encuestada de Chile como país que ofrece oportunidades de trabajo en el sector del marketing.

CONCLUSIONES

Al culminar la presente investigación se pudo observar que existen múltiples oportunidades de negocio a los profesionales de Mercadeo en los diferentes países estudiados en la presente investigación como lo fue Argentina, Ecuador y Chile, unido a que Venezuela atraviesa una crisis económica y social intensa, obligando a los jóvenes recién graduados, estudiar posibles oportunidades en países Latinoamericanos, convertirse en inmigrantes, en busca de nuevas oportunidades de negocios, en el área de mercadeo.

Es importante resaltar que esta investigación quiso ahondar, en cada factor necesario para la inmigración a cada país, estudiando por separado las oportunidades que cada uno de los casos, ofrecía, y haciendo un estudio de campo, sobre el conocimiento que una población determinada tenía acerca de dichas cualidades.

En la primera parte metodológica se diagnosticó la situación actual de Venezuela, y de cada país, propuesto, Argentina, Ecuador y Chile en este caso, haciendo un leve estudio, en su tasa de producción interna, el sistema económico de cada país, y el área legal el cual, cada destino está basándose orientado a los inmigrantes, en busca de negocios, específicamente en el área de mercadeo.

Se pudo concluir que en Argentina el mayor auge en el aspecto de crecimiento laboral se observó en el sector industrial fue uno de los que lideró la recuperación del mercado laboral. Otro de los sectores que tuvo un comportamiento evolutivo, en estos últimos años fue el de la construcción.. En menor escala sectores de servicios como el turismo o la gastronomía, asociados a una mejora en los niveles de ingreso, también tuvieron desempeños favorables, todos estos sectores, favoreciendo directamente al

mercadeo actualmente, ofreciendo mayor oportunidad a los profesionales de esta área.

Por otro lado, en Chile, lo que se observó en la investigación actual, fue un auge excesivo de despidos, es decir, merma las oportunidades de empleo, incluyendo el área del mercadeo, aunque recientes investigaciones, han destacado que para los médicos emprendedores provenientes de Venezuela, se están abriendo caminos nuevos, junto con ellos varios campos, en especial el mercadeo ya que, es un país que está en evolución, presentando grandes cambios económicos, y con esto las oportunidades de financiamientos, como se pudo observar en las diferentes técnicas de recolección de datos utilizadas en la presente investigación.

Por último y no menos importante se encuentra los negocios más asequibles que ofrece Ecuador para los profesionales de mercadeo, siendo esto Además, gracias a la industria petrolera existente Ecuador, personal manufacturero e ingenieros industriales son oportunidades de trabajo reales en Ecuador. Las reservas de petróleo del país son aún muy abundantes. El sector sanitario, como en casi todos los países, experimenta una alta demanda de profesionales. Además, Ecuador es uno de los países que mejor recompensa económicamente a los auxiliares sanitarios. Por otro lado se estudió que en el sector público ya que el estado está ofreciendo un entorno de estabilidad laboral que garantiza entre otras cosas salarios competitivos en cuanto a la empresa privada y sus ofertas laborales.

Siendo, debido a su naturaleza, una investigación de campo transaccional, ya que se estudió cada oferta y característica de los países en tiempo actual, descriptiva puesto que se observó cada aspecto necesario a la hora de estudiar cada destino como posible oportunidad de negocio para los jóvenes emigrantes venezolanos, se procedió

a realizar cuestionarios y entrevistas a estudiantes jóvenes con posibles motivos para emigrar a alguno de estos países, observando como resultado que la mayoría de los jóvenes cuestionados, no tenían mucha información certificada acerca de lo que se ofrece en cada caso país destino, presentado en la actual investigación.

En cuanto a la parte metodológica número dos con base en la observación directa y apoyada en una lista de cotejo se determinó que de los tres países estudiados como mejor opción o mayor oportunidad de empleo en el área de mercadeo, Argentina arrojó mayores características para dicha acción, tomando en cuenta que Chile también tiene aspectos importantes resaltantes, que deben ser sometidos a un estudio exhaustivo antes de tomar la decisión de emigrar de Venezuela con alguno de estos países como objetivo.

Finalmente ofreciendo una importancia valorable a la hora de escoger destino para enfocarse en el área de mercadeo, tomar como factor beneficioso, el hecho de ser profesionalmente activo y poder, conjuntamente con investigaciones previas, hacer la elección correcta, y conseguir mejorar la calidad de vida, enfocándose siempre en ampliar las oportunidades.

Se puede decir que existe una relación directa entre el marketing y el éxito; para triunfar con los productos o servicios que se ofrecen (software, tomates o causas sociales) se requieren “clientes” (compradores, usuarios, consumidores, adherentes, donadores), es decir personas o empresas que sientan que lo ofrecido llena sus necesidades y estén convencidos de ello.

El marketing a nivel latinoamericano, no es sinónimo de comercialización o venta, sino que, precisamente, es la función que ayuda a identificar las verdaderas necesidades, expectativas y deseos del mercado, desarrollando los productos para

satisfacerlas, validar las ofertas, colaborando a fijar los precios correspondientes, ofreciéndoles en los lugares adecuados y con buenas estrategias de comunicación y postventa.

El Marketing orienta todo el proceso mediante el cual las ideas se transforman en productos aceptados por el mercado. El emprendedor puede tener una gran idea empresarial, pero si esta no ha considerado los consumidores o usuarios y sus hábitos, es decir, cómo compran, comportamiento de compra, distribución y logística, cómo buscan y se enteran de las soluciones nuevas y comunicación, y cómo se pueden personalizar soluciones; lo más seguro es que su emprendimiento no evolucione.

Es por eso que se considera de mayor importancia para países de América Latina, el enfoque clave en el emprendimiento sobre todo en el área de mercadeo, ya que son los que impulsan a la evolución económica de las distintas áreas laborales y productivas de cada país.

RECOMENDACIONES

Se recomienda a persona con deseo de emigrar:

1. Estudiar los principios correctos por los cuales se tomaría la decisión de emigrar de Venezuela.
2. Hacer un estudio un poco más exhaustivo y profundo del país que le llame la atención escoger como destino
3. Investigar, cuales son los requisitos exactos en cuanto a recaudos legales, exige el país destino a los ciudadanos venezolanos para invertir de dicho país
4. Analizar cada uno de los aspectos económicos resaltantes del país destino o de los países a escoger como posible destino
5. Identificar, en que aspecto el país escogido es más fuerte económicamente, y su historial, basándose en la evolución de cada país.
6. Mantener una constante investigación actualizada, acerca de las diferentes oportunidades en el área de mercadeo que ofrece el país escogido para emigrar.

REFERENCIAS

Bibliográficas:

- Abreu, D (2016). En su trabajo titulado
. En la Universidad Rafael Urdaneta.
- Bernárdez, D (2016). ¿Cómo es el Mercado venezolano? En: Revista Debates IESA, Abril-Junio 2004, volumen IX, No. 3, p. 30-37. Caracas, Venezuela.
- Cabrera, J. M. (2005). Notas de Clase del Profesor Juan Manuel Cabrera Sánchez de la Universidad de La Laguna, en la asignatura La relación entre formación y empleo. Políticas y Evaluaciones, dictada en el Programa de Doctorado Formación, Empleo y Desarrollo Regional en la ciudad de Mérida, Venezuela, durante el mes de mayo de 2005.
- Daza, A. (2004). Desempleo, primera preocupación: determinantes del desempleo. En: Revista Debates IESA, Enero, Volumen IX, No. 1, p. 82-84. Caracas, Venezuela.
- Escarrá (2012). Informe Mensual, Diciembre 2004. Revista electrónica. Volumen XXIII, No. 11. Consultado en <http://www.metroeconomica.com.ve>,

García Montalvo, (2005). La fuga de talentos . Ediciones IESA. Caracas, Venezuela.

Hernández (2008). El reto de la Venezuela competitiva . Ediciones IESA, Caracas, Venezuela.

Hernández y Barata, (2005). En su trabajo titulado

En la Universidad Ramon Llull, en Barcelona en España.

Hurtado (2014). Mercadeo Internacional. Revista de mercadeo. Volumen II, México DF.

INE, Instituto Nacional de Estadística (2005). Indicadores Globales de la Fuerza de Trabajo. Consultado en: <http://www.ine.gov.ve>, el 10-06-2005. (2005a). Encuesta de Hogares por Muestreo, año 2004. Instituto Nacional de Estadística. Caracas, Venezuela

Lopez, A (2016). En su trabajo titulado

. De la Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL) en Buenos Aires, Argentina

McConnell y Brue (1997).

Oficina Internacional del Trabajo Ginebra”.

Monteferrante y Malavé. (2004) ¿Cómo es el Mercado venezolano? En: Revista Debates IESA, Diciembre, Volumen X, No. 1, p. 39-44. Caracas, Venezuela.

Pérez-Díaz y Rodríguez (2002). Principios de Economía . McGraw-Hill, México.

Philip Kotler (2006). Mercadeo. Revista de mercadeo. Volumen II, México DF.

Sáez, (2007) La fuerza de trabajo en la agricultura venezolana . Fundación Polar-Universidad de Los Andes. Programa sistema alimentario venezolano. Serie de Estudios Especiales. Caracas.

Singer (1980). Tecnología y Formación en el Sector Turístico Canario. Capítulo publicado en el libro Turismo en Canarias, coordinado por María Mercedes Melchior Navarro. Instituto Universitario de la Empresa, Universidad de La Laguna.

Storey, Reynold, Hay, y Camp, (2009). En tu trabajo titulado

Veciana (2008). Desempleo, primera preocupación: determinantes del desempleo. En: Revista Debates IESA, Enero, Volumen IX, No. 1, p. 82-84. Caracas, Venezuela.

