



---

---

UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DEL ESTADO DE HIDALGO  
INSTITUTO DE CIENCIAS ECONÓMICO- ADMINISTRATIVAS  
DIVISIÓN DE POSGRADO  
**MAESTRÍA EN ADMINISTRACIÓN**

**“Factores sociodemográficos que  
influyen en la actividad  
emprendedora”:  
Caso de estudio comparativo entre  
diez emprendedores del Estado de  
Hidalgo.**

**PROYECTO TERMINAL  
de carácter profesional  
que para obtener el grado de  
Maestra en administración**

**Presenta:**

**L.C.E. Laura Jennifer Chacón Trejo**

**Directora de proyecto terminal:**

**Mtra. María Dolores Martínez García**

San Agustín Tlaxiaca, Hidalgo

Diciembre, 2017



DR. JULIO CÉSAR LEINES MEDÉCIGO  
 DIRECTOR DE ADMINISTRACIÓN ESCOLAR  
 PRESENTE.

La comisión evaluadora del proyecto terminal titulado **“Factores sociodemográficos que influyen en la actividad emprendedora: caso de estudio comparativo entre diez emprendedores del estado de Hidalgo”**, realizado por la sustentante **L.C.E. Laura Jennifer Chacón Trejo**, con número de cuenta C02610, perteneciente al programa de Maestría en Administración, una vez que ha revisado, analizado y evaluado el documento recepcional de acuerdo con lo estipulado en el Artículo 73 del Reglamento General de Estudios de Posgrado, tiene a bien extender la presente.

**AUTORIZACIÓN DE IMPRESIÓN**

Por lo que la sustentante deberá cubrir los requisitos del Reglamento General de Estudios de Posgrado y demás reglamentos aplicables al caso, para acceder al examen de Grado en el que sustentará y defenderá el documento de referencia.

Atentamente  
**“AMOR, ORDEN Y PROGRESO”**  
 San Agustín Tlaxiaca, Hidalgo, a 30 de octubre de 2017

El Comité

Dra. Jessica Méndez Moheno  
 PRESIDENTE

Mtra. Adriana Luz María Montiel Avila  
 SECRETARIO

Mtra. María Dolores Martínez García  
 VOCAL



Dr. Martín Aubert Hernández Calzada  
 SUPLENTE

Vo. Bo.

Dr. Jesús Ibarra Zamudio  
 DIRECTOR



## **AGRADECIMIENTOS**

Quiero agradecer a Dios por darme la oportunidad de cumplir un reto más en mi vida, fueron días de pruebas, experiencias y retos que se fueron presentando a lo largo de este posgrado mismos que se lograron con un crecimiento en lo personal y en lo profesional.

A mi esposo por el gran apoyo incondicional quien me impulso y motivo para seguir preparándome en el ámbito profesional, por su amor, comprensión, paciencia y por alentarme a ser mejor persona cada día. Siempre has sido mi motivación y el mejor esposo que Dios pudo darme.

A mis padres, a quienes les expreso mi más profundo agradecimiento porque siempre contribuyeron en mi educación, por los valores inculcados hacia el camino del bien, su paciencia, esfuerzo y sobretodo el amor y cariño hacia mi persona, me hacen ser la persona que actualmente soy y de lo cual me siento orgullosa.

A mis tutores y maestros, por haberme otorgado su tiempo, experiencia y conocimientos, logrando en mí una persona más preparada, desarrollando un pensamiento más crítico y efectivo.

A mi Universidad por haberme permitido graduarme como licenciada en comercio exterior y al CONACYT por este posgrado eternamente agradecida y orgullosa de pertenecer a esta casa de estudios.

Y en especial le dedico mi tesis a mi hijo por haberme esperado a que concluyera este reto en mi vida, espero que algún día pueda presenciar este mismo momento en su persona.

## INDÍCE

<b>Introducción .....</b>	<b>1</b>
<b>Capítulo I. Metodología.....</b>	<b>3</b>
1.1 Planteamiento del Problema .....	3
1.2 Preguntas de investigación .....	5
1.3 Objetivo General .....	5
1.4 Objetivo específico .....	5
1.5 Justificación.....	7
Diseño de la Investigación .....	9
1.7. Instrumento de medición.....	9
1.7.1 <i>Guía de Entrevista</i> .....	9
<b>Capítulo II. Marco Teórico y Conceptual.....</b>	<b>11</b>
2.1. Actividad emprendedora .....	11
1.2 Dimensión Sociodemográfica.....	15
2.2.1. <i>Entorno Familiar</i> .....	15
2.2.2. <i>Género</i> .....	16
2.2.3. <i>Edad</i> .....	18
2.2.4. <i>Formación Académica</i> .....	18
2.3. Dimensión Laboral .....	21
2.3.1. <i>Experiencia Profesional</i> .....	21
2.4. Emprendedor .....	22
2.5. Revisión de estudios previos.....	26
<b>Capítulo III. Marco Contextual.....</b>	<b>35</b>
3.1 Contexto Global de las MIPYMES en el Mundo.....	35
3.2 Unidades Económicas.....	37
3.2.1. <i>Contexto Nacional de las PYMES en México</i> .....	37
3.2.2. <i>En Hidalgo</i> .....	40
Antecedentes de los Emprendedores .....	43
<i>Emprendedor 1. Empresa producción y comercialización de botanas.</i> .....	43
<i>Emprendedor 2. Empresa Inmobiliaria y Constructora</i> .....	45

<i>Emprendedor 3. Empresa comercializadora de insumos de la industria mecánica</i>	47
<i>Emprendedor 4. Asados dedicado a la industria Restaurantera</i>	48
<i>Emprendedor 5. Empresa Constructora.</i>	50
<i>Emprendedor 6. Restaurant y Pastes</i>	52
<i>Emprendedor 7. Comercializadora e Inmobiliaria</i>	53
<i>Emprendedor 8. Constructora e Inmobiliaria</i>	54
<i>Emprendedor 9. Nieves y Helados</i>	55
<i>Emprendedor 10. Franquicia de Nieves y Helados</i>	56
<b>CAPITULO IV. RESULTADOS</b>	<b>58</b>
Datos sociodemográficos	58
6.1 Discusión	65
6.2 Conclusiones	67
<b>REFERENCIAS</b>	<b>70</b>
<b>Anexos</b>	<b>78</b>
Guía de Entrevista del Dr. Francisco Díaz Bretones	78

#### FIGURAS

Figura 1. Matriz de Congruencia de la Investigación	6
---	---

#### TABLAS

Tabla 1. Resumen de Estudios Previos	27
Tabla 2. Número de Empresas por tamaño y personal Ocupado	38
Tabla 3. Estratificación de empresas por sector económico	40
Tabla 4. Tiempo de vida de la empresa	61
Tabla 5. Antecedentes familiares empresariales	62

## GRÁFICOS

Gráfico 1. Distribución del número de empresas y personal ocupado total por sector de actividad económica.....	39
Gráfico 2. Principales Actividades Económicas de acuerdo a sus Ingresos .....	41
Gráfico 3. Estructura Sectorial en Hidalgo .....	42
Gráfico 4. Personal Ocupado en Unidades Económicas de Hidalgo .....	42
Gráfico 5. Edad del Emprendedor al momento de la creación de su empresa. ....	58
Gráfico 6. Género del emprendedor.....	59
Gráfico 7. Estado civil al momento de la creación de su empresa.....	60
Gráfico 8. Nivel Académico del Emprendedor.....	60
Gráfico 9 Antecedentes Familiares Empresariales .....	63

## **Resumen**

El presente trabajo constituye un estudio cualitativo y descriptivo de los factores sociodemográficos que presentan diez emprendedores con diferentes antecedentes académicos, localizados en el Estado de Hidalgo, con el propósito de identificar los elementos que influyen y favorecen la actividad emprendedora, a través de la revisión de literatura y estudios previos, así como la realización de entrevistas de profundidad. Esto permite identificar las características individuales que ejercen influencia en el desarrollo del espíritu emprendedor a fin de establecer un marco de referencia de base para la formación profesional, a través del desarrollo de habilidades y adquisición de conocimientos que fomenten e incentiven desde una etapa temprana la actividad emprendedora en los individuos.

El proyecto se desarrolla en un contexto empresarial, con emprendedores que han puesto en marcha su propia empresa.

**Palabras Clave:** Emprendedores; Creación de empresas; Cultura corporativa

## **Abstract**

The present work constitutes a qualitative and descriptive study of the sociodemographic factors presented by ten entrepreneurs with different academic backgrounds, located in the State of Hidalgo, with the purpose of identifying the elements that influence and favor the entrepreneurial activity, through the revision of Literature and previous studies, as well as conducting in-depth interviews. This makes it possible to identify the individual characteristics that influence the development of the entrepreneurial spirit in order to establish a basic frame of reference for professional training, through the development of skills and the acquisition of knowledge that encourages and encourages at an early stage the entrepreneurial activity in individuals.

The project is developed in a business context, with entrepreneurs who have launched their own company.

**Keywords:** Entrepreneurs; Creation of companies; Corporate culture

## Introducción

Hoy en día muchos gobiernos de diferentes países impulsan la actividad emprendedora y se ha convertido en un reto y estrategia de desarrollo económico, que ha permitido crear políticas que incentiven y generen la conformación de ecosistemas idóneos para su creación. Actualmente es ampliamente reconocida la importancia que tiene en el crecimiento económico, en virtud de su influencia para generar mayores empleos, impulsar la innovación, mejorar la competitividad, incrementar el Producto Interno Bruto (PIB), disminuir la pobreza e incrementar el desarrollo económico.

Los emprendedores son agentes promotores de la innovación y su influencia afecta a toda la sociedad; las innovaciones, y los negocios empresariales, que continúan marcando la creación de nuevas oportunidades de empleo en todo el mundo. No obstante, el fracaso es a menudo una parte de la iniciativa empresarial, la determinación y la innovación de los individuos, es lo que impulsa a las sociedades hacia adelante (Francis , 2013).

Además de la creación de riqueza de sus proyectos empresariales, generan empleo y mejoran las condiciones de vida para una sociedad próspera, esto se traduce como un efecto de cascada que aumenta el empleo e ingresos y esto contribuye a un mejor ingreso nacional en forma de mayores ingresos fiscales y aumento del gasto público. Éstos a su vez pueden ser utilizados por el gobierno para invertir en otros sectores y el capital humano; otra de las ventajas es que crean cambios sociales, pues al romper la tradición, reducen la dependencia de los sistemas de tecnologías obsoletas, lo que contribuye a mejorar la calidad de vida y libertad económica (Seth, 2016).

Para mejorar la productividad y posición competitiva, requiere la presencia y fomento de factores estratégicos; la actividad emprendedora de los agentes económicos y la capacidad de innovación (Vasquez, 2000). Esta situación nos

lleva a investigar y entender las características y la naturaleza del fenómeno emprendedor.

En la actividad emprendedora intervienen factores internos que son identificados como las razones de motivación, lo que llevaron a emprender y éstas pueden ser por impulso de necesidad o por oportunidad. También influyen los valores sociales como una parte importante del contexto en el que los individuos se comportan empresarialmente; por otra parte el ecosistema donde se desarrollan juega un papel importante para favorecer el espíritu emprendedor donde intervienen las variables educación, investigación y desarrollo de transferencia, el acceso a financiamiento, el marco regulador y el apoyo a los nuevos participantes en la actividad empresarial; las características demográficas (edad, sexo, ingresos) de los emprendedores en fase inicial. (Global Entrepreneur Monitor [GEM], 2014)

Por lo anterior, es importante crear un ecosistema que favorezca el campo de la actividad emprendedora, con mayor énfasis en la persona que posee la actitud emprendedora, la cual genera nuevos negocios, crecimiento de unidades empresariales y activación del capital humano e intelectual, por esta razón en esta investigación se analizarán las características sociodemográficas de los emprendedores, con un estudio comparativo de diez emprendedores del Estado de Hidalgo.

El propósito de esta investigación es identificar elementos que influyen y favorecen la actividad emprendedora mediante un análisis cualitativo y descriptivo de los factores sociodemográficos que presentan diez emprendedores con diferentes antecedentes académicos, edad, sexo, antecedentes familiares y experiencia profesional, localizados en el Estado de Hidalgo, a través de la revisión de la literatura y estudios previos, con el objeto de proponer estrategias que se puedan implementar en programas educativos que estimulen y fomenten la creación de empresas con la actividad emprendedora.

## **Capítulo I. Metodología**

### **1.1 Planteamiento del Problema**

En México la falta de empleo es un problema macroeconómico que genera inconvenientes sociales por la insatisfacción de necesidades básicas como salud, educación, alimentación y vivienda. La población económicamente activa en México según cifras actualizadas al primer trimestre 2016 es de 52,918,649, de las cuales 50,778,629 es la población económicamente activa que se encuentra ocupada, representando el 95.9%, mientras que 2,140,020 se encuentra desempleada y esto representa el 4.04% (Instituto Nacional de Estadística y Geografía [INEGI], 2016)

Durante el año 2014 México tenía el 46.2% de habitantes a nivel nacional en condiciones de pobreza (INEGI, 2014), los estados con porcentajes más elevados van del 54.3 al 76.2% y son: Michoacán, Guerrero, Puebla, Oaxaca, Chiapas y Veracruz; la zona centro que comprende los estados de: Hidalgo, Estado de México, Morelos, Guanajuato, San Luis Potosí y Zacatecas con porcentajes que van del 39.4 al 54.3%; mientras que los estados con menor porcentaje de pobreza predominan en la zona Norte: Baja California Norte y Sur, Jalisco, Colima, Aguascalientes, Sonora, Sinaloa, Chihuahua, Coahuila, Nuevo León, Tamaulipas, zona centro, Querétaro, Jalisco, Colima, Aguascalientes, Distrito Federal y zona Sur Quintana Roo con porcentajes que van del 20.4 al 39.4 (Consejo Nacional de Evaluación de la Política de Desarrollo Social [CONEVAL], 2014).

Los índices de pobreza en el estado de Hidalgo fueron del 54.3% de la población, esto indica que no se ha fortalecido la actividad económica en el estado, por ello es necesario incentivar la actividad de emprendimiento que mejore el crecimiento económico, y mejore las condiciones de vida social.

Por otro lado, el porcentaje de jóvenes universitarios que egresan y no encuentran trabajo, ha ido en aumento, de acuerdo a la Asociación Nacional de Universidades e Instituciones de Educación Superior ANUIES (Rodríguez Solera, 2011) el 40% de los egresados no tenían empleo, esto se debe al aumento de competitividad por acceder a puestos de trabajo, salarios bajos y trabajos no acordes al perfil.

Sin embargo, el segmento de población que abarca a los jóvenes representa una fuente de capital humano cuyo aprovechamiento se ha convertido en un tema fundamental para el desarrollo de las economías y los países (Comisión Europea, 2012). Los jóvenes pueden potenciar sus conocimientos, habilidades y talentos en la economía a través de dos vías principales, el empleo o como emprendedor, siendo este último donde más contribuyen al crecimiento económico territorial (OECD, 2001). Además de que el nivel de formación que los jóvenes tienen les proporciona una mayor capacidad de identificación y explotación de oportunidades de negocio (Haynie, 2009).

La situación económica en el estado de Hidalgo, representó 1.6% de la escala nacional, posicionándonos en el número 20 a nivel nacional, de acuerdo con cifras proporcionadas por la Secretaría de Desarrollo Económico de Hidalgo, (Secretaría de Economía, 2015). Esta situación conlleva a la generación de problemas sociales como falta de empleo, pobreza, delincuencia, talento humano que emigra a otros estados en búsqueda de trabajo, etc. Por otro lado, datos estadísticos en la revista Forbes (Aguirre, 2013) en México indican que 7 de cada 10 empleos se generan en pequeñas y medianas empresas (PyMES) de acuerdo al índice Global de Emprendedurismo y Desarrollo.

Por lo anterior la presente propuesta ofrece resultados que deberán ser considerados en el diseño de programas que impulsen la formación académica debido a que juegan un papel importante para la creación de empresas exitosas y sostenibles.

## **1.2 Preguntas de investigación**

¿Cómo influye la edad, el entorno familiar, sexo, formación educativa y experiencia profesional en la actividad emprendedora?

## **1.3 Objetivo General**

Analizar los factores sociodemográficos que influyen en la actividad emprendedora, caso de estudio de diez emprendedores del Estado de Hidalgo, a través del estudio de las variables: edad, género, antecedentes familiares, nivel educativo y experiencia laboral, mediante una investigación cualitativa, descriptiva y exploratoria con el objeto de identificar estrategias que se puedan implementar en programas de formación académica que fomenten la actividad emprendedora.

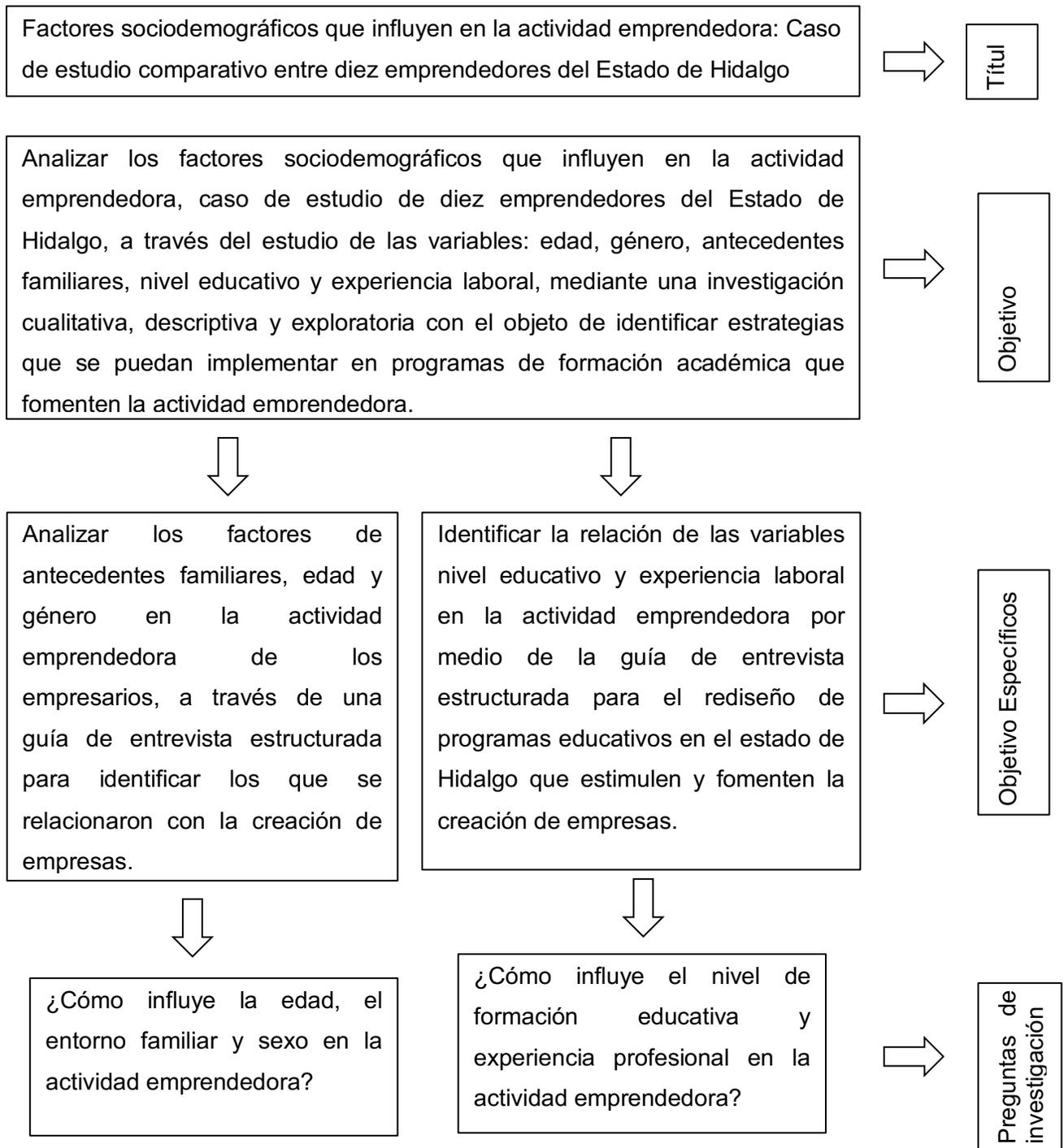
## **1.4 Objetivo específico**

1. Analizar los factores de antecedentes familiares, edad y género en la actividad emprendedora e identificar la relación de las variables nivel educativo y experiencia laboral de los empresarios, a través de una guía de entrevista estructurada para identificar los que se relacionaron con la creación de empresas y rediseñar los programas educativos en el estado de Hidalgo que estimulen y fomenten la creación de empresas.

A continuación, se presenta la matriz de congruencia.

“Factores sociodemográficos que influyen en la actividad emprendedora”: Caso de estudio comparativo entre diez emprendedores del Estado de Hidalgo

Figura 1. Matriz de Congruencia de la Investigación



Fuente: Elaboración propia

## **1.5 Justificación**

Una de las necesidades más apremiantes para incrementar el desarrollo económico de un país, es la creación de empresas que conlleva a generar mayores empleos, contribuye a incrementar el Producto Interno Bruto (PIB), disminuye la pobreza, incrementa los niveles de productividad y competitividad, esto se relaciona ampliamente con la cultura emprendedora.

El emprendimiento surge como una alternativa no sólo de autoempleo sino para la generación del mismo y coadyuva al crecimiento económico de un país, y con ello bienestar y riqueza en la sociedad. De acuerdo a estudios realizados por Instituciones como el Babson College, el cual es un organismo a nivel mundial en temas de emprendimiento, muestran que los países desarrollados como la Unión Europea y Estados Unidos tienen políticas económicas que incentivan el emprendimiento mediante el financiamiento y condiciones favorables en el contexto para su desarrollo (Kantis et. al., 2015).

Para que se concrete la actividad emprendedora intervienen factores internos: considerados como las características personales del emprendedor como: nivel educativo, experiencia, motivación, género, edad y ambiente familiar; por otro lado existen los factores externos como: la cultura, condiciones sociales, sistema educativo, tamaño y dinamismo del mercado, condiciones económicas nacionales, estructura empresarial, financiamiento, capital social, regulaciones y políticas que determinan el ecosistema para que se logre dar el emprendimiento (GEM, 2015).

En virtud de lo anterior, la importancia social y económica de la creación de empresas, la escasez de investigaciones sobre las variables sociodemográficas que intervienen en la creación de éstas últimas, se considera conveniente indagar sobre las características sociales y demográficas de los perfiles posibles emprendedores.

La presente investigación, tiene como propósito, identificar los factores sociodemográficos que inciden mayormente en la actividad emprendedora

mediante el desarrollo de un perfil de emprendedor exitoso, que involucre las partes que se relacionan como universidades, gobierno, empresarios, instituciones financieras y sociedad, con la finalidad de proponer estrategias que permitan mejorar la actividad emprendedora con la creación de empresas exitosas y sostenibles.

Para este estudio se escogieron diez emprendedores del estado de Hidalgo, con diferentes características sociodemográficas que serán descritas en este trabajo.

*Tabla 1* Emprendedores

<b>Emprendedor</b>	<b>Actividad comercial</b>	<b>Ubicación</b>	<b>Año de fundación</b>
1	Producción y comercialización de botanas	Acatlán	2002
2	Servicios de gestoría, construcción y comercialización de bienes inmuebles en Hidalgo	Pachuca	2012
3	Comercializadora de la Industria Metal Mecánica	Pachuca	2010
4	Asados, Industria Restaurantera	Pachuca	1983
5	Empresa constructora	Pachuca	2003
6	Restaurant	Pachuca	2012
7	Inmobiliaria	Pachuca	2012
8	Constructora e Inmobiliaria	Pachuca	2002
9	Nieves y Helados	Pachuca	1965

10	Franquicia de Nieves y Helados	Pachuca	2015
----	--------------------------------	---------	------

### **Diseño de la Investigación**

Se presenta un estudio de casos por la accesibilidad que se tiene con los empresarios, en el cual intervienen diez emprendedores hidalguenses dedicados en su mayoría al sector servicios de la ciudad de Pachuca y municipio de Acatlán. En términos generales es una investigación básica de tipo diagnóstica porque sólo busca valorar la influencia de los factores sociodemográficos en la actividad emprendedora. Por lo que también es de carácter transversal y de campo porque la recolección de datos se hará directamente con cada uno de los empresarios.

El enfoque es cualitativo, se busca generalizar la información a partir de un muestreo por conveniencia, siendo éste una técnica no probabilística donde los sujetos son seleccionados dada la conveniente accesibilidad y proximidad del investigador (Jordi & Enric, 2003).

Descriptivo porque desarrolla una descripción e imagen de las variables a estudiar en el proceso de emprendimiento.

### **1.7. Instrumento de medición**

#### **1.7.1 Guía de Entrevista**

El instrumento que se utiliza es una guía de entrevista, la cual nos permite profundizar con cada uno de ellos, dadas las condiciones particulares de los mismos, fue previamente probada y utilizada en la investigación de la tesis doctoral del Dr. Francisco Díaz (Bretones, 1998). Consta de 24 preguntas acerca de las variables de las dimensiones sociodemográfica y laboral señaladas en nuestros objetivos (antecedentes familiares, edad, género, formación académica, y experiencia profesional, así como la situación laboral previa). También formula preguntas englobadas en el entorno (motivos económicos, financieros y existencia de agentes de influencia).

Para el desarrollo de la investigación la guía de entrevista que se utilizó está dividida en cuatro secciones:

Primera sección se describen los datos de la empresa, nombre, localización, dirección, teléfono, actividad de la empresa y fecha de creación.

La segunda parte, abarca datos personales del emprendedor, si es socio fundador de la empresa, cargo que desempeña, edad al momento de crear la empresa, sexo, estado civil, estudios de la pareja.

Siguiente sección con los datos familiares donde se describen el nivel de estudios, profesión y cargos que han desempeñado su padre y madre, así como de los hermanos y si han trabajado por su propia cuenta.

Y finalmente, en la última sección se abordan los datos del emprendedor como nivel de estudio, profesión, edad al iniciar la empresa, personas que ingresan dinero en su casa, lugar de residencia, formación académica, la situación laboral al momento de crear la empresa, los trabajos previos, cargos que desempeño, se le pregunta si anterior a la empresa que actualmente tiene había creado otra. Si tiene algún familiar empresario, con que giro empresarial, los principales motivos que lo llevaron a crearla y las personas principales que lo motivaron a la creación de la misma.

La entrevista está dirigida a los emprendedores, el proceso de aplicación de instrumentos fue largo y con varias limitantes. Para poder tener acceso con cada uno de ellos, se presentó una carta invitación para darles a conocer el objetivo de la entrevista y de la investigación académica. En su momento la aceptaron, sin embargo, al momento de la aplicación del instrumento, en algunos casos hubo falta de interés en colaborar para la investigación obteniendo un rechazo. Para lo cual fue necesario buscar otros emprendedores que mostrarán interés y colaboración. Se concertaron las citas para las entrevistas las cuales tenían una duración de 30 minutos en promedio.

## **Capítulo II. Marco Teórico y Conceptual**

En los últimos años en América Latina la actividad emprendedora ha propiciado que se generen políticas para incentivar dicha actividad, que contribuye al crecimiento económico, es por ello que, ha sido un tema de interés para instituciones educativas, gobierno y sociedad. Sin embargo, este proceso de emprendimiento se ve favorecido o afectado por factores internos como: aspectos motivacionales individuales, oportunidades y habilidades, así como por factores externos como: cultura, condiciones sociales, sistema educativo, tamaño y dinamismo del mercado, estructura empresarial, financiamiento, capital social, regulaciones y políticas (Kantis et al., 2015)

Así mismo para efectos de este estudio se toma como referencia la clasificación de Kantis, Federico e Ibarra (2015), retomando las variables de condiciones sociales: edad, sexo, nivel educativo, antecedentes familiares empresarial y experiencia profesional. Mismas que permitirán conocer el comportamiento y desarrollo del proceso emprendedor.

### **2.1. Actividad emprendedora**

La actividad emprendedora tiene que ver con las características que determinan iniciar el proceso empresarial, por ejemplo, factores psicológicos, incluyendo la motivación empresarial, evaluación del núcleo de formación, así como el descubrimiento de oportunidades y los factores demográficos (Shane, 2005).

Una definición más clara de actividad emprendedora está asociada con la capacidad de encontrar y explotar oportunidades de negocio, lo que exige un estado de alerta que permita descubrir y aprovechar las coyunturas presentes en el entorno (Kruegel et Al., 2000)

Fuentes importantes que ofrecen información estadística en esta materia es el informe Global Entrepreneurship Monitor (GEM) que brinda información valiosa sobre la actividad emprendedora en el entorno internacional.

Sobre la base de encuestas nacionales dirigidas al conjunto de la población, no solo a los emprendedores ofrece información valiosa sobre las actitudes y las características emprendedoras. Define esta actividad utilizando el enfoque de ciclo de vida de la organización (naciente, nuevo negocio, negocio establecido). Analiza las características demográficas: edad, sexo, ingresos de los emprendedores en fase inicial, debido a la falta de recursos en las personas jóvenes, la falta de condiciones de regulación de la actividad empresarial es una cuestión de política compleja ya que implica varios aspectos de condiciones del marco empresarial como acceso al financiamiento (GEM, 2016).

De acuerdo con Formichella (2004) el fenómeno emprendimiento puede definirse como el desarrollo de un proyecto que persigue un determinado fin económico, político o social, entre otros, y que posee ciertas características, principalmente que tiene un nivel de incertidumbre y de innovación (Formichella, 2004)

Cantillon (1775), define al entrepreneur como el “agente que compra los medios de producción a ciertos precios y los combina en forma ordenada para obtener de ahí un nuevo producto”. Distingue que el emprendedor, a diferencia de otros agentes, no posee un retorno seguro. Y afirma que es él, quien asume y soporta los riesgos que dominan el comportamiento del mercado (Thrornton,1998; Formichella, 2004).

Para Kirzner (1973), el emprendedor gana por estar alerta a oportunidades que existen en situaciones inciertas de desequilibrio. Esto le permite percibir oportunidades antes que los demás y a su vez tener mayor conocimiento de las oportunidades del mercado (Shane, 2005).

Los aspectos del entorno o del medioambiente influyen en la acción emprendedora. En la medida en que estos factores sean coherentes con la mentalidad empresarial, se encontrará un clima favorable para la aparición de nuevos forjadores de negocio (Silva, 2013). Organismos Internacionales como el Global Entrepreneurship Monitor (GEM) se ha dado a la tarea de realizar

investigaciones en diferentes países sobre el contexto, así como características individuales del emprendedor, para proponer una dinámica de emprendimiento sobre las condiciones que mejoran o dificultan la creación de nuevas empresas (GEM, 2014). Su clasificación está basada en el análisis del contexto social, cultural, político, crecimiento económico nacional, capacidad emprendedora, condiciones del marco emprendedor y dinámica empresarial.

Existen diferentes teorías que explican el comportamiento emprendedor, una de ellas es la Teoría de Acción Razonada de Ajzen, para la creación de una empresa, que trata sobre la intención o propósito de desarrollar dicha conducta en el futuro. En la medida que él considere que crear una empresa es algo positivo en términos generales, su intención de emprendimiento será mayor, y estará unido a la percepción del entorno social, si respalda o no dicho comportamiento (Rueda et al, 2012). Posteriormente Ajzen hace una extensión a esta teoría nombrándola “Teoría del Comportamiento Planificado” la cual dice que las acciones del individuo son precedidas por decisiones conscientes; y son resultado de actitudes que se han dado a lo largo de la experiencia de su vida, las características personales y las percepciones construidas a partir de experiencias pasadas (Ajzen, 2011) y las divide en tres determinantes para un comportamiento

1. Actitud hacia el comportamiento: el grado en el que el individuo valora favorable o desfavorablemente un comportamiento determinado, a partir de creencias y opiniones.
2. Normas subjetivas: se refiere a la presión social percibida hacia cierta conducta, hace referencia al grado con el cual el comportamiento a realizar cumple con los deseos de aquellos individuos importantes en su vida, por ejemplo, de la familia.
3. Percepción de control de comportamiento: se refiere a la facilidad o dificultad percibida de la realización de cierto comportamiento. La percepción que tiene el individuo de su habilidad para llevar a cabo una conducta específica.

Desde el enfoque de la Teoría de Desarrollo Económico, Schumpeter (1978), distingue la importancia del emprendedor en el contexto social en su actividad económica, y lo define como aquella persona capaz de generar ideas innovadoras y percibir nuevas oportunidades para transformarlas en planes de negocio exitosos, rompe la forma tradicional de hacer las cosas, posee dotes de liderazgo y tiene la habilidad de ver las cosas como nadie las ve. La figura del emprendedor se distingue como un agente motor de un proceso de transformaciones continuas en la organización de la producción y éste a su vez está estrechamente vinculado con el desarrollo económico (Schumpeter J. A., 1978).

Existen tres clases de elementos que afectan al comportamiento emprendedor de acuerdo con Schumpeter, el primero es la introducción de un nuevo bien o un nuevo proceso de producción, la apertura de un nuevo mercado, descubrir una nueva fuente de materias primas o reorganizar una industria por completo; el segundo va enfocado a las formas de motivación empresarial: el deseo de fundar una nueva dinastía o reino privado; el deseo de ganar y combatir y conquistar; y el de tener la satisfacción de la creación y resolución de problemas. Por último, el tercer grupo tiene que ver con los factores que inhiben la actividad emprendedora: la dificultad de planear y entender una nueva actividad, la tendencia humana a rechazar cualquier conducta que desvíe de lo acostumbrado incluso si es para mejorar el modo de hacer las cosas (Schumpeter J. A., 1978).

Tomando en cuenta lo anterior, se profundizará en las características del emprendedor, donde se abordarán dos líneas principales de investigación: dimensión sociodemográfica y dimensión laboral. La primera de ellas incluye las variables biográficas y familiares (antecedentes familiares, género, edad y formación académica); la segunda incluye las variables relacionadas con el desempeño de trabajos anteriores y la experiencia profesional.

## **1.2 Dimensión Sociodemográfica**

### **2.2.1. Entorno Familiar**

Autores como Shapero y Sokol (1982) han realizado investigaciones acerca de las dimensiones sociales, de la iniciativa empresarial, sobre la influencia del entorno familiar hacia la conducta emprendedora, en donde determinaron la relación significativa de tener antecedentes familiares empresariales (Shapero et al., 2005)

La influencia de los progenitores en la conducta del emprendedor hacia la creación de empresas se puede justificar en la Teoría del Aprendizaje Social, que aborda los roles paternos que influyen en la decisión de los hijos. En donde explica el aprendizaje por medio de modelos y tiene un lugar destacado como el segundo de los aprendizajes que se muestra, ya que la mayor parte de las conductas se aprenden a través de la observación por medio del modelado. Se muestran los cuatro procesos que lo dirigen y componen: atención (a partir de los rasgos significativos de la conducta), retención (sobre todo de aquellas conductas que han servido de modelos en un determinado momento), reproducción motora (supone la conversión de las representaciones simbólicas en las acciones apropiadas), motivacional (según las consecuencias observadas para una mayor efectividad). “Jugando” con la -especulación- que ofrece el análisis evolutivo del modelado, se contrastan las comparativas en las que la teoría del aprendizaje social y el enfoque de Piaget (con su explicación evolutiva de la imitación) tienen puntos en común y de controversia; se puede afirmar que las personas dirigen sus acciones basándose en sus nociones previas, y no sólo en los resultados de las respuestas (Bandura A. , 1987).

Estudios académicos elaborados por el Global University Entrepreneurial Spirit Student’s Survey (GUESSS), acerca de la intención empresarial, evaluaron a los estudiantes que fueran hijos de padres empresarios y a los que no tenían padres empresarios, encontrando como resultado un porcentaje muy alto de intención emprendedora en los hijos de empresarios 42.5% ya sea por su cuenta propia o como sucesor de la firma empresarial, mientras que los que no tienen padres

empresarios sólo fue del 31.5% (Sieger, Fueglistaller, & Zellweger, Student Entrepreneurship Across the Globe: A Look at Intentions and Activities, 2014) (Sieger, 2014).

Por otro lado existe la conducta al esfuerzo vicario, y es cuando un observador aumenta la conducta a partir de haber visto como otros individuos son recompensados al realizarla; correlativamente en el caso de la observación de un comportamiento con consecuencias negativas reduce la tendencia a comportarse de forma parecida “la persona que realiza una conducta puede encontrar diferencias para descubrir las conexiones entre sus acciones y los resultados de ellos, mientras que el sujeto observador puede concentrar su atención únicamente en descubrir las soluciones correctas”, esto da explicación a los emprendedores de primera generación en donde no existe relación alguna de modelos empresariales del entorno familiar, sin embargo deciden crear una empresa (Bandura A. , 1987).

### **2.2.2. Género**

Algunas de las investigaciones que analizan la relación entre el género y las actitudes hacia la creación de empresas (Scherer et al.,1989; Matthews y Moser, 1995; Kolvereid, 1996; Kourilsky y Walstad,1998), han evidenciado que los hombres tienen mayor tendencia, que las mujeres hacia la conducta empresarial (Aponte , Urbano, & Veciana, 2006).

Actualmente el rol de las mujeres ha evolucionado notablemente, a partir del mayor reconocimiento de sus acciones y la equidad de género, hoy en día tienen las mismas oportunidades y capacidades para su desarrollo en el ámbito empresarial y para ocupar diversos cargos en diferentes instancias, esta situación ha llevado a incrementar las cifras de mujeres con mayor preparación académica, impulsadas por esta apertura, se ha visto incrementada la participación de las mujeres en la actividad emprendedora, no obstante sigue siendo menor que la de hombres. El porcentaje que ocuparon los hombres en el emprendimiento fue del 19.74%, mientras que en las mujeres fue del 18.31%; hablando de oportunidades

laborales en ambos géneros, para los hombres represento el 78.74%, mientras que para las mujeres fue de 73.80%; por otra parte, el emprendimiento en función de la necesidad en los hombres fue de 20.26% y en las mujeres de 24.64% (GEM, 2016).

De estas evidencias podemos notar que la actividad emprendedora de las mujeres se da en su mayoría por necesidad, porque ahora buscan auto emplearse, generar un ingreso más en casa y buscar flexibilidad en los horarios por los distintos roles que ocupa como madre, esposa y empresaria, posibilitándole la oportunidad de trabajar en muchas ocasiones desde casa. Sin embargo, la mayoría de los emprendimientos en este género suelen darse por necesidad, y lo realiza de una manera apresurada y sin tener un conocimiento previo, caso contrario cuando lo realizan por oportunidad, materializan una idea con gran potencial de crecimiento, se realiza de manera más planeada y con mayor expectativa de éxito (Villa , 2016).

Se confirma una vez más que, la actividad empresarial se realiza mayormente por los hombres, no hay diferencia en los atributos individuales, al igual que oportunidades percibidas y capacidades. Sólo en la expresión de miedo al fracaso hay una presencia ligeramente mayor de mujeres que de hombres. Las mujeres suelen comenzar un negocio más a menudo por necesidad que los hombres (Global Entrepreneurship Monitor, 2014).

Los intereses, las necesidades, experiencias y habilidades de las mujeres y de los hombres son diferentes y, al mismo tiempo complementarios; la creación de equipos de trabajo, resolución de problemas, de proyectos y toma de decisiones con la participación de ambos géneros, puede ser más enriquecedora para la empresa. Los estilos de liderazgo en las mujeres suelen ser más comunicativo, y participativo, de inteligencia emocional y trabajo en equipo, lejos de la estructura tradicional, con estructura piramidal y jerárquica (Calvet-Puig, 2009).

### **2.2.3. Edad**

Otro aspecto psicológico que cobra importancia en la actividad emprendedora es la edad, la relaciona con dos fuerzas relacionadas con la actuación empresarial; la experiencia y la vitalidad. Pues se considera que las personas que emprenden jóvenes poseen más energía, vigor y entusiasmo y aunado a la posesión de conocimientos recientes y a esquemas mentales más abiertos, les permite buscar, desarrollar, reconocer oportunidades de negocios más innovadores y con mayor potencial de crecimiento. Sin embargo, existen estudios que muestran que la edad promedio en emprendedores europeos es de 35 (Veciana et al., 1989).

Estudios realizados por (Rodkey & J.E., 1994) sobre las actitudes de la actividad emprendedora, se concluye que la edad tiene una relación negativa en la conducta para iniciar una actividad empresarial, por la propensión al riesgo, y señala cómo los emprendedores suelen iniciar su negocio en edades comprendidas entre la juventud y el inicio de la edad madura, concretamente entre 30 y 35 años. Esto se puede explicar porque es cuando una persona alcanza su mayor madurez profesional y personal y otorga mayor seguridad ante la incertidumbre de un nuevo negocio (Jackson & Rodkey, EBSCO, 1994)

De acuerdo al último reporte del GEM se indica que el rango de edad de las personas más activas en la actividad empresarial en etapa temprana es entre 25 a 35 años de edad. La participación más equilibrada tiene lugar en las economías de América del Norte (GEM, 2016).

García (2008), relaciona el factor edad con el nivel de ingresos mensuales, y ello permite medir el grado de influencia que tiene ésta en la actividad emprendedora, ya que demuestra que existe una relación positiva con la propensión de iniciar un nuevo negocio.

### **2.2.4. Formación Académica**

De acuerdo con Shane (2005) el nivel de educación permite explotar mejor las oportunidades, brinda habilidades y recursos para desarrollar mejores estrategias,

así Clouse (1990) encontró un cambio significativo en estudiantes con enfoque para el proceso emprendedor.

Rasheed (2000), expresa que la educación en la actividad emprendedora influye positivamente en los atributos que tengan los individuos y forja actitudes emprendedoras. Puede promover cualidades psicológicas favorables para la actividad emprendedora como la autoconfianza, la autoestima, la auto eficacia y la necesidad de logro. Inclusive, la educación en el emprendimiento para los jóvenes, puede colaborar en evitar la generación de actitudes socialmente no deseables, como la vagancia o la delincuencia (Formichella, 2004).

Derivado de lo anterior, los emprendedores con estudios universitarios se han multiplicado por 6,5 en treinta años, de 1977 a 2006, la notable mejora educativa se basa principalmente en la mayor formación de los empresarios más jóvenes. El crecimiento más destacado se refleja en la formación profesional superior, con un número en 2006 que supera 12,4 veces el de 1977. Los emprendedores con estudios universitarios se han multiplicado por 5,1. Además, el ritmo de crecimiento de los licenciados y doctores ha sido mayor en los emprendedores que en el total de ocupados (Congregado et al., 2008).

Estudios realizados en estudiantes de la Universidad Autónoma del Estado de Hidalgo, demostraron que las instituciones educativas y los antecedentes académicos de los estudiantes ejercen una percepción positiva para generar emprendimiento e influye a la propensión de creación de empresas (García B. M., 2014)

Investigaciones realizadas por (Liñan & Chen, 2009) acerca los factores sociodemográficos en la actividad emprendedora, concluyeron que la edad y el género son determinantes y representan barreras para la formación de empresas, además están muy vinculadas con la formación académica. En estudios similares realizados a universitarios de Alemania y Brasil, los estudiantes con formación académica centrada en negocios, ingeniería e informática tienen mayor

propensión para desarrollar negocios, en el caso de España son los alumnos de Administración (García et al, 2015).

Es ampliamente destacado el aumento de conocimientos que proporciona la experiencia y educación (Cooper, 1985-1993). De igual manera un mayor conocimiento de la carrera profesional (Liñan, “Intention-based models of entrepreneurship education”, 2004), influye positivamente en la creación de empresas.

Existen numerosos estudios empíricos que demuestran el impacto positivo del perfil y el nivel de capital humano del fundador sobre el crecimiento empresarial (Colombo & Grilli, 2005). Esto comprende el conjunto de conocimientos, capacidades y habilidades que son adquiridas a través del nivel educativo y la experiencia previa.

La teoría del capital humano indica que el conocimiento aumenta las capacidades de los individuos, que los encamina a ser más eficientes y productivos, desarrollando la habilidad para explotar oportunidades con éxito. Además, el nivel de inversión previa en el capital humano, como la educación, influye en la elección de la carrera o actitudes de formación empresarial (Schultz T. , 1970)

Unger et al. (2011) conceptualizan el capital humano como habilidades y conocimientos que adquieren los individuos a través de inversiones en la educación, la formación en el puesto de trabajo y demás tipos de experiencia. Así la capacidad de actuar empresarialmente se relaciona con variables de capital humano, como la educación, la experiencia laboral, experiencia empresarial, conocimiento previo y el conocimiento experimental (Davisson, 2004).

Se ha demostrado que el sistema educativo está implicado en el desarrollo de habilidades para el emprendimiento. El punto más interesante se muestra como una ventaja, pero no es esencial para el empresario. La educación formal tiene un costo de oportunidad en términos de la capacitación para el trabajo; el tiempo dedicado a actividades académicas podría haberse gastado aprendiendo el oficio

con un empresario, lo que significa que los conocimientos deben ir ligados a la práctica en la empresa. Este cambio de educación formal y entrenamiento práctico tiene dos desventajas: la primera, significa que el empresario puede desempeñar su carrera en un puesto que delega tareas que nunca ha tenido que realizar él mismo, como resultado no es muy bueno. La segunda, es que la educación formal tiende a inculcar actitudes uniformes entre los empresarios y así se destruye la individualidad y la diversidad que se pueda generar (Casson, 2003).

### **2.3. Dimensión Laboral**

#### ***2.3.1. Experiencia Profesional***

La formación y experiencia profesional son consideradas cada vez más importantes como factores de éxito en la exploración de nuevas oportunidades empresariales, la posibilidad de ser un empresario se relaciona positivamente con el número de diferentes funciones que un individuo ha tenido en su carrera, ello contribuye en la toma de decisiones estratégicas y el plan de estudios, refleja habilidades que adquiere antes de entrar en el mercado de trabajo y algunas que adquiere después en la fuerza laboral; existen evidencias de que la tolerancia al riesgo coadyuva a la decisión de convertirse en empresario, por lo que los individuos que han mostrado disposición a ocupar cargos de riesgo en el pasado son más propensos a convertirse en empresarios (Lazear, 2005)

Las personas que acumulan experiencia de dominio a través de tareas importantes para el funcionamiento de la organización favorecen a la construcción de habilidades, para afrontarse a diferentes situaciones y la formación de capacidades para ejercer el control frente a las amenazas potenciales. Estas personas que han trabajado en una organización, tienen ventajas adicionales, que son reconocidas como oportunidades, ya que requieren del conocimiento de la empresa y tal conocimiento a menudo se adquiere a través de una experiencia de trabajo, las actividades repetitivas de empleo, pero sólo las personas que tienen el conocimiento a profundidad sobre la forma de trabajar pueden ver esta información como indicativo de una oportunidad empresarial; los vínculos de la

red, sobre la base de la confianza que surge de largo plazo, las relaciones pueden amortiguar el empresario potencial de comportamiento oportunista y hacer posible contar con el apoyo de los proveedores de recursos en situaciones difíciles (Bandura A. , 1994).

El capital humano frecuentemente refleja los conocimientos técnicos adquiridos, a menudo refleja las habilidades técnicas a través de la educación y la formación, y esto también puede reflejar las capacidades subyacentes empresariales de la población, para ello es necesario tener una teoría del espíritu empresarial (Casson, 2003).

La experiencia laboral incrementa las oportunidades de que una persona pueda explotar mejor sus habilidades en la actividad emprendedora, además de que la experiencia provee de un entrenamiento para adquirir habilidades necesarias en el ámbito empresarial: ventas, negociaciones, habilidades de liderazgo, planeación, toma de decisiones, solución de problemas, organización y comunicación.

Estudios realizados por Evans (1989) encontraron que los años de experiencia tuvieron un efecto positivo para generar su emprendimiento en una muestra de inmigrantes australianos, así mismo con un grupo de Israelíes de la antigua Unión Soviética con experiencia anterior tuvieron mayor éxito a la hora de emprender (Shane, 2005).

#### **2.4. Emprendedor**

Uno de los principales aportes teóricos referente al emprendedor fue el realizado por Joseph Schumpeter (1961) quien lo define con la palabra “emprender” de origen francés, que significa “llevar a cabo”, lo remonta al significado de “empresario innovador” capaz de transformar cualquiera de los aspectos empresariales y promotor de una dinámica de desarrollo económico en la sociedad. Shumpeter es considerado el primero en desarrollar teorías sobre emprendimiento (1808-1950), él decía que la innovación y el cambio tecnológico se debe principalmente a la gente de espíritu libre o emprendedores. En base a

ello, es indispensable que intervengan los agentes principales que están involucrados directa e indirectamente como: gobiernos, instituciones educativas y sociedad para desarrollar estrategias que propicien un ambiente favorable que motive el espíritu emprendedor; otros autores como Rafael Amit (1997) definen el emprendimiento o espíritu emprendedor, como innovador, flexible, dinámico, capaz de asumir riesgos, creativo y orientado al crecimiento (Rodríguez, 2009)

Silva (2013) enfatiza que el emprendedor es quien aborda la aventura de un negocio, lo organiza, busca capital para financiarlo y asume todo o la mayor acción de riesgo. el concepto de emprendedor proviene de las locuciones latinas *in*, *en*, y *prendere*, *coger*, cuyo significado es *acometer o llevar a cabo*. Por lo anterior, se concluye que los emprendedores son los principales agentes de cambio de la sociedad (Silva, 2013).

En el año 1999 nace el proyecto GEM realizado por el Colegio Babson localizado en Massachussets, la Universidad de Desarrollo de Chile, Universidad Tun Abdul Razak en Malasia y el Tecnológico de Monterrey de México, con el objeto de poder medir la actividad emprendedora en la mayoría de los países del mundo, ha servido de base para las investigaciones que se han desarrollado desde entonces, así como para implementar políticas económicas en base a los resultados arrojados (GEM, 2016)

Otra definición de emprendimiento es la que señala el GEM como: “cualquier intento de un nuevo negocio o una nueva empresa de modo que proporcione auto empleo, una nueva unidad de negocio, o la expansión de un negocio existente, por un individuo, grupo de individuos o un negocio establecido”. El GEM es el más prestigioso y extenso estudio sobre el emprendimiento a nivel mundial. Este esfuerzo provee una medida armonizada de las más importantes características, actitudes y aspiraciones individuales de los emprendedores en distintas etapas del proceso emprendedor en diferentes regiones del mundo. Además, facilita una intuitiva percepción de si los componentes de los diferentes ecosistemas facilitan o

estropean las decisiones individuales de los emprendedores (GEM, 2016)

Este modelo del GEM permite identificar tres medidas del impacto de la creación de empresas en la economía: el crecimiento esperado, el grado de internacionalización y el nivel de innovación de la empresa (GEM, 2016)

Así mismo GEM confirma que la transformación en empresas de riesgo depende de los atributos individuales (habilidades, intenciones), los valores sociales y el ecosistema de la iniciativa empresarial (de acceso al financiamiento, la educación y la investigación y desarrollo (I & D) transferencia, a las políticas y programas de gobierno, así como la infraestructura física y profesional ...) (GEM, 2016)

Existe un marco conceptual desarrollado por el GEM identificado en 1999, para dar respuesta a las siguientes preguntas ¿Cómo varía la actividad empresarial entre los países? ¿El nivel de actividad empresarial afecta a la tasa de crecimiento económico y la prosperidad de un país? ¿Qué hace a un país emprendedor? Toma en cuenta para su análisis el contexto social, cultural y político, condiciones del marco empresarial, capacidad emprendedora o empresarial, dinámica de negocios y el crecimiento de la economía nacional.

Las condicionantes sociales de la figura del emprendedor se explican por medio de la Teoría de Acción Razonada de Ajzen, donde menciona acerca de la intención o propósito de desarrollar una conducta hacia la creación de empresas.

En la medida que él considere que crear una empresa sea algo positivo en términos generales, su intención de emprendimiento será mayor, y estará unido a la percepción del entorno social, si respalda o no dicho comportamiento (Rueda et al., 2013).

Posteriormente, Ajzen hace una extensión a esta teoría nombrándola “Teoría del Comportamiento Planificado” nos dice que las acciones del individuo son precedidas por decisiones conscientes; y son resultado de actitudes que se han

dado a lo largo de la experiencia de su vida, las características personas y las percepciones construidas a partir de experiencias pasadas (Ajzen, 2011) y las divide en tres determinantes para un comportamiento

1. Actitud hacia el comportamiento: el grado en el que el individuo valora favorable o desfavorablemente un comportamiento determinado, a partir de creencias y opiniones.
2. Normas subjetivas: se refiere a la presión social percibida hacia cierta conducta, hace referencia al grado con el cual el comportamiento a realizar cumple con los deseos de aquellos individuos importantes en su vida, por ejemplo, de la familia.
3. Percepción de control de comportamiento: se refiere a la facilidad o dificultad percibida de la realización de cierto comportamiento. La percepción que tiene el individuo de su habilidad para llevar a cabo una conducta específica.

Desde el enfoque de la Teoría de Desarrollo Económico de Schumpeter, habla de la importancia del emprendedor en el contexto social en su actividad económica, y lo define como aquella persona capaz de generar ideas innovadoras y tiene la capacidad de percibir nuevas oportunidades y transformarlas en planes de negocio exitosos, rompe la forma tradicional de hacer las cosas, posee dotes de liderazgo y tiene la habilidad de ver las cosas como nadie las ve. La figura del emprendedor lo distingue como un agente motor de un proceso de transformaciones continuas en la organización de la producción y este a su vez está estrechamente vinculado con el desarrollo económico (Schumpeter J. A., 1978).

Existen tres clases de elementos que afectan al comportamiento emprendedor de acuerdo con Schumpeter, el primero es la introducción de un nuevo bien o un nuevo proceso de producción, la apertura de un nuevo mercado, descubrir una nueva fuente de materias primas o reorganizar una industria por completo; el

segundo va enfocado a las formas de motivación empresarial: el deseo de fundar una nueva dinastía o reino privado; el deseo de ganar y combatir y conquistar; y el de tener la satisfacción de la creación y resolución de problemas. Por último, el tercer grupo tiene que ver con los factores que inhiben la actividad emprendedora: la dificultad de planear y entender una nueva actividad, la tendencia humana a rechazar cualquier conducta que desvíe de lo acostumbrado incluso si es para mejorar el modo de hacer las cosas (Schumpeter J. A., 1978).

Otra característica que es identificada por el emprendedor es el liderazgo nato, resultado de la inconformidad con sistemas tradicionales, no acepta la realidad como es, por lo que busca cambiarla y a su vez convencer a otra personas para que lo sigan en sus procesos de innovación, pues con ello crea nuevas necesidades, esto le permite acceder a beneficios adquiriendo un lugar monopólico en el mercado, que hará que otros empresarios se sumen y una vez difundida la innovación, el ciclo vuelve a empezar, el empresario o emprendedor buscará nuevas innovaciones para aumentar el beneficio, y obtener un poder monopólico temporal (Schumpeter J. A., 1978).

## **2.5. Revisión de estudios previos**

La siguiente tabla, muestra un resumen de los siguientes estudios que sirvieron de referencia para el presente estudio. Con base en diversidad de fuentes de investigación como la web, tesis, revistas científicas, bases de datos de diversas universidades, informes globales, informes de instituciones de información pública, libros, entre otras, se fueron obteniendo estudios que contribuyeron al sustento de este proyecto. Al final del recuadro se describen a detalle cada uno de ellos.

**Tabla 2.** Resumen de Estudios Previos

<b>Título</b>	<b>Autores</b>	<b>Variables analizadas</b>	<b>Año</b>
Factores Internos y Externos que influyen en el emprendimiento y sostenibilidad de las empresas	Cordero, Durán, Carpio, Delgado y Amón.	Factores externos e internos: financiamiento, condiciones del mercado, el marco legal, el nivel educativo, el comportamiento empresarial y la motivación.	2011
Efectos sociales, culturales y económicos como factores de emprendimiento	Castaño, Méndez y Galindo	Analizar tres grupos de factores que afectan a la iniciativa empresarial y las percepciones de los empresarios de la oportunidad: sociales, culturales y las variables económicas.	2015
Cultura, orientación emprendedora y competitividad global	Lee y Peterson	Desarrollar un marco para entender la relación entre las características únicas de la cultura y el espíritu empresarial nacional, reconociendo el importante papel de la orientación de una cultura emprendedora (EO) así como las fuerzas ambientales clave aspectos económicos, políticos/legales y sociales.	2000
Emprendedor Shumpeteriano y el Contexto Social	Carrasco y Castaño	Objetivo planear la posibilidad de ampliar la teoría de Schumpeter con la teoría más moderna del capital social centrando especial atención en las condicionantes sociales de la actividad	2008

“Factores sociodemográficos que influyen en la actividad emprendedora”: Caso de estudio comparativo entre diez emprendedores del Estado de Hidalgo

		emprendedora y su posible relación con la teoría de capital social. Las relaciones sociales favorecen la actividad emprendedora.	
Factores que estimulan el emprendimiento y el crecimiento económico	Galindo y Méndez	Analizar la relación entre emprendedores y crecimiento económico, considerando los factores que favorecen el emprendimiento.	2011

Fuente: Elaboración propia con base en investigación documental.

Diversas investigaciones destacan los factores internos y externos que influyen en el emprendimiento y la sostenibilidad de las empresas, Cordero López et al (2011) realizaron estudios en el área urbana de la ciudad de la Cuenca, Ecuador. El objetivo fue analizar los rasgos que afectan la actividad empresarial y una evaluación de los aspectos que promueven el espíritu empresarial y la sostenibilidad de las pequeñas y medianas que promueven y a la vez limitan el proceso emprendedor los cuales son: el financiamiento, las condiciones del mercado, el marco legal, nivel educativo, comportamiento empresarial y la motivación.

Para ello efectuó un estudio descriptivo transversal a través de un cuestionario de 32 preguntas, dirigido al empresario, lo que les permitió obtener información relevante sobre aspectos generales del emprendedor, los factores que influyen en el emprendimiento y la importancia de factores que inciden en la sostenibilidad de las empresas, el tamaño de la muestra fue de 200 empresas.

Como resultados obtuvo que la mayoría de emprendedores encuestados correspondieron al sexo masculino, representando un 78,5%, y al sexo femenino

un 21,5%. El 75% de los emprendedores nacieron en la ciudad de Cuenca; el 22% pertenecen a otras ciudades como Quito y Guayaquil; y el 3% son extranjeros provenientes de Argentina, Venezuela, Uruguay y Polonia. El 50% de los encuestados iniciaron su empresa entre los 30 y 44 años de edad, con una edad promedio para emprender de 35 años. El nivel de formación de los emprendedores actual fue de: postgrado (20%), título universitario (42,5%), formación técnica o superior incompleta (22%), secundaria (13%) y primaria (2,5%).

De los emprendedores que tienen título universitario, el mayor porcentaje pertenecieron a las ramas de las ingenierías comercial, civil, industrial, de sistemas, sumando un 29,5%; los arquitectos (6,5%); los abogados (4,5%); entre otros. El 58,8% de las empresas encuestadas son microempresas, el 38,2% son pequeñas, el 2% son medianas y el 1% son grandes empresas. La forma actual de propiedad de las empresas es un 78,5% como sociedades y el 21,5% como propietarios únicos. El periodo promedio desde el día que el emprendedor genera la idea de negocio hasta la puesta en marcha de la empresa es de 13 meses. El 57% de los encuestados afirmaron no haber realizado un plan de negocios al iniciar su empresa, sin embargo, el 92% creyeron que es indispensable contar con dicha herramienta para iniciar una empresa. Sus resultados de las condiciones del entorno obtuvieron que los emprendedores consideran que los aspectos más importantes que influyen en las sostenibilidad de las empresas son: financiamiento (51%); entorno legal: sistema propicio de impuestos, permisos de funcionamiento, entre otros (51,3%); condiciones del mercado: competencia, proveedores, clientes, calidad, innovación, tecnología (67,8%); entorno económico: clima macroeconómico y político (56,5%); formación (73%); y otros aspectos: recursos humanos calificados, planificación (44,3%).

Castaño et al, (2015) realizaron un estudio en España, acerca de los efectos sociales, culturales y económicos como factores de emprendimiento. Tuvo como

objetivo analizar tres grupos de factores que afectan a la iniciativa empresarial y las percepciones de los empresarios de la oportunidad: sociales, culturales y las variables económicas. Los indicadores reales para determinar los factores sociales fueron dos: libertad económica y estado de derecho, para los factores culturales considero el grado de percepción de la corrupción; los indicadores de las variables de los factores económicos fueron: PIB, gasto corriente, investigación y desarrollo, gasto público, formación bruta de capital fijo y apertura, obtenidos del Banco Mundial.

Para ello efectuó un estudio de análisis empírico, desarrollo dos estimaciones de mínimos cuadrados parciales para dos grupos de países: (1) análisis de 15 países europeos y (2) 12 países de América Latina y el Caribe. Este enfoque identifica cómo los efectos de estos factores difieren entre los distintos países. Los datos provienen del reporte “Global Entrepreneurship Monitor” (GEM) Proyecto (APSGLOBAL-GEM, 2012). Informes GEM categorizar estas economías según el nivel de desarrollo económico, la eficiencia y la innovación.

El primer grupo de 15 países europeos fueron las economías impulsadas por la innovación (Austria, Bélgica, Dinamarca, Finlandia, etc). El segundo grupo de 12 América Latina y el Caribe son las economías de eficiencia (Argentina, Brasil, Chile, Colombia, Ecuador, Guatemala, Jamaica, México, etc). PLS combina el análisis de componentes principales y regresiones múltiples. PLS permite abordar los problemas de colinealidad (normalidad multivariante no es necesario) cuando se trabaja con varios predictores en comparación con el número de observaciones (el método es más adecuado con pequeñas muestras).

Los resultados revelan que los factores económicos, sociales y culturales afectan la capacidad empresarial, diferente correlación en función del grupo de los países en estudio. Los indicadores que forman factores económicos evalúan las medidas de política económica, la apertura, la innovación y el rendimiento económico. Los resultados que estas variables afectan positivamente la iniciativa empresarial.

Sin embargo, la correlación entre los factores económicos y la iniciativa empresarial es más fuerte en los países de América Latina y el Caribe que en los países europeos. La dimensión social comprende el grado de libertad económica y el estado de derecho. Datos empíricos implican que los países con altos valores para ambas variables estimulan la actividad empresarial. El análisis sugiere que los factores sociales tienen una mayor correlación en los países europeos que tienen en América Latina y el Caribe. Por último, para el factor cultural variable latente (es decir, el control de la corrupción y la educación), los países europeos tienen los mejores resultados. En los países de América Latina y el Caribe, la correlación entre los factores culturales y el espíritu empresarial es menor que en Europa. Por otra parte, la bondad de ajuste del modelo para esta variable latente es pobre. Sin embargo, este estudio tiene ciertas limitaciones. La principal limitación es que este estudio carece de una mejor medida para el factor cultural que el índice de corrupción en 2012, para todos los países (Castaño et al, 2015).

En la investigación que realizaron S. Lee y Peterson en Estados Unidos (2000), proponen un modelo cultural de la iniciativa empresarial. En concreto desarrollan un marco para entender la relación entre las características únicas de la cultura y el espíritu empresarial nacional, reconociendo el importante papel de la orientación de una cultura emprendedora (EO) así como las fuerzas ambientales clave (por ejemplo, económicos, político/ legal y social). Sugieren que estas relaciones tienen un impacto en el grado de espíritu empresarial con experiencia, y, en definitiva, la competitividad global de las naciones.

El tipo de investigación fue descriptiva, cualitativa y comparativa de los diferentes modelos que emplea cada país.

Como resultado de la investigación se identificaron los principales factores culturales que explican el éxito o fracaso de la iniciativa empresarial que está relacionado por la capacidad de la cultura para generar una fuerte EO (orientación emprendedora) dentro de los emprendedores y las empresas que trabajan en sus

respectivas culturas. Para medir los factores culturales usaron las variables como: la distancia de poder, control de la incertidumbre, individualismo/ colectivismo y masculinidad/ feminidad y los relaciona con las variables de riqueza nacional y crecimiento económico. Propusieron que los factores económicos, políticos / legales y sociales moderan la relación entre cultura y EO tal que cuando estas condiciones son favorables una fuerte EO se desarrollan dentro de los empresarios y sus empresas. Sin embargo, cuando las condiciones son desfavorables, dará como resultado una EO más débil.

En general, se sugiere que las culturas con una fuerte EO experimentarán más espíritu empresarial, por lo tanto, ayudar a su competitividad global. También concluyen que liberar el potencial empresarial en los países del mundo sirve para abrir la puerta a la competitividad internacional y un nivel de vida relativamente alto (Peterson, 2000).

De acuerdo con (Carrasco & Castaño, 2008), en su investigación *Emprendedor Schumpeterino y el Contexto Social* realizado en España, su objetivo fue planear la posibilidad de ampliar la teoría de Schumpeter con la teoría más moderna del capital social centrandose especial atención en las condicionantes sociales de la actividad emprendedora y su posible relación con la teoría de capital social. La metodología que utilizaron fue a través de un análisis empírico usando la encuesta incluida en el proyecto *Global Entrepreneurship Monitor* y la encuesta *World Values Survey (WVS)*. La primera, mide la actividad emprendedora de 45 países y mide el capital social desde el punto de vista internacional (Fukuyama, 2001 e Inglehart, 1997). Dicha variable recoge el número de iniciativas emprendedoras cuya motivación principal para emprender es el aprovechamiento neto de una oportunidad de negocio (IE, 2007). Para este estudio se han utilizado datos de 25 países, para el año 2001. Como medida de la actividad emprendedora se ha escogido la Tasa de Actividad Emprendedora por oportunidad (TEA por oportunidad). Por su parte, como medida de capital social, siguiendo a Putnam y Goss (2003), se han utilizado distintos indicadores de vínculos sociales formales

(datos de afiliación) y vínculos sociales informales (pasar tiempo con amigos, compañeros de trabajo o personas de una misma religión). Los resultados que obtuvieron fueron que El entorno social es fundamental para el emprendedor, pues, por un lado, supone un freno al tener que romper las inercias establecidas, pero, por otro, es un acicate, ya que la posibilidad de mejora social es lo que motiva su actividad (pues el beneficio económico no es sino la expresión del éxito) (Carrasco & Castaño, 2008)

A mayor desarrollo cultural existe menor resistencia al cambio, y la actividad emprendedora se va introduciendo poco a poco en el grupo hasta el punto de que se viva como algo normal, lo normal será comportarse como un emprendedor, y el grupo social apoyará esta conducta. Se recogen dos modelos que explican cómo las relaciones sociales pueden favorecer la actividad emprendedora: el modelo de orgullo y el modelo de vergüenza. Éste último parece encajar con los planteamientos explícitos de Schumpeter de que la actividad emprendedora está motivada por el deseo de ganar notoriedad social, permite explicar el modelo de orgullo, pues las redes y vínculos sociales, el capital social fomentarán la actividad emprendedora en vez de constreñirla (Carrasco & Castaño, 2008)

Galindo & Mendez (2011), realizaron un estudio acerca de los factores que estimulan el emprendimiento y el crecimiento económico, tuvo como objetivo analizar la relación entre emprendedores y crecimiento económico, considerando los factores que favorecen el emprendimiento. Realizó un análisis empírico en base al método de estimación con datos de panel con efectos fijos, con una ecuación utilizando varias variables como PIB, emprendedor, innovación e inversión privada. Los signos esperados en la regresión fueron positivos en todas las variables que consideraron, dando como resultado que las variables representativas que usó ejercen un efecto positivo sobre el crecimiento. Posteriormente mediante otra ecuación calculó los factores que afectan al emprendedor usando las variables cantidad de dinero y distribución de la renta; el signo esperado de la distribución de la renta es negativo, ya que una mejora de la

distribución de la renta reduciría las tensiones sociales y probablemente reduciría la oposición social de las innovaciones. Con esos resultados comprobó que los signos de ambas variables son negativos, por lo que una mejora en la distribución de la renta y una política monetaria no expansiva estimularían la actividad emprendedora. Además de que existe una relación positiva entre emprendedores y crecimiento económico, para potenciar este último es necesario crear un “clima social adecuado” y una “política monetaria que no genere inflación y que incentive el ahorro (Mendez & Galindo, 2011)

## **Capítulo III. Marco Contextual**

### **3.1 Contexto Global de las MIPYMES en el Mundo.**

Con base a los análisis del papel de las MIPYMES en la época de la globalización, se convierte en un tema cada vez más importante, a pesar de que la mayor parte de las teorías económicas administrativas presten mayor atención al comportamiento de las grandes empresas. No obstante, las MYPYMES representan el 90% de las empresas existentes a nivel global, emplean el 505 de mano de obra y participación en la creación del 50% del PIB mundial (Valdez & Soto, 2012).

La participación de las MIPYMES en el PIB (Producto Interno Bruto) varía para estas economías, no obstante, se puede decir que la participación en promedio se ubica en los alrededores del 50% (ibídem). Participación que está en función del tipo de producción, por lo general es menor en la industria y mayor en el comercio y los servicios (Valdez & Soto, 2012).

La experiencia en el continente europeo, posterior a la Segunda Guerra Mundial, fue de reconstruir su infraestructura que había quedado destrozada y la solución para reactivar su economía fue mediante el desarrollo de las pymes. “Las naciones de Europa occidental trabajaron alrededor del concepto de iniciativas locales, principalmente para generar empleo (Hull, 1998).

Cifras oficiales de Estados Unidos indican que el 99% son MYPYMES y proveen aproximadamente el 75% de los empleos nuevos netos, que se generan cada año en la económica de este país este tipo de empresa emplea al 50,1% de la fuerza laboral privada. De acuerdo a análisis realizados la pequeña empresa aporta el 40,9% de las ventas privadas, lo que refleja su importancia. No obstante, los datos indican que en Estados Unidos el 40% de las MIPYMES mueren antes de los 5 años, dos terceras partes pasa a la segunda generación y tan sólo el 12% sobrevive a la tercera generación (US Small Business Administration, 2011).

En 1953, el Gobierno de Estados Unidos creó una agencia para representar a las MIPYMES, que les permitiera lograr su consolidación y éxito, a partir de un criterio de competitividad. El organismo creado fue la agencia “The U.S. Small Business Administration” (SBA), cuyo objetivo es proveer de servicios a los pequeños negocios para que puedan iniciar, crecer y consolidarse y para su logro, se crearon diferentes áreas, entre ellas:

- Financiamiento,
- Generación de oportunidades de negocio,
- Acceso a los mercados internacionales.

A diferencia de Estados Unidos, en Japón existen un promedio de 9.1 millones de pequeñas empresas que generan 67.2 millones de empleos y el promedio de ocupación por empresa es de 7.4 personas. El criterio de Clasificación de pequeño negocio en Japón es el número del personal y el capital invertido entrado en esta categoría, las que tiene entre 1 y 300 personas ocupadas. Las cifras estadísticas indican que este tipo de empresas, representa el 99% del total de los establecimientos, el 77% de las fábricas instaladas y el 50.2% de las ventas minoristas y mayoristas del país (Oficina de Estadística y Planificación de Japón, 2011). Su inclusión en el Plan de Desarrollo condicionó un cambio organizacional significativo que provocó la elevación de la productividad y la incorporación de tecnología moderna. Estas circunstancias unidas a la importancia de este tipo de empresa, obligaron a considerar un conjunto de medidas para permitir su desarrollo.

Así como estos ejemplos, podemos mencionar varios países más que fomentan y promueven el desarrollo de las micro pequeñas y medianas empresas, las necesidades de las MIPYMES son las mismas en cualquier país, lo que realmente se necesita es prepararlas para abrir mercados, habilidad empresarial y recursos productivos, personas con la preparación para poder brindarles asesoría técnica

que les beneficie en la toma de decisiones. Un sistema financiero que brinde apoyo a proyectos de alto impacto y políticas que favorezcan su desarrollo.

## **3.2 Unidades Económicas**

### ***3.2.1. Contexto Nacional de las PYMES en México***

Las pequeñas y medianas empresas, (PyMES), tienen particular importancia para las economías nacionales, no solo por sus aportaciones a la producción y distribución de bienes y servicios, sino también por la flexibilidad de adaptarse a los cambios tecnológicos y gran potencial de generación de empleos. Representan un excelente medio para impulsar el desarrollo económico y una mejor distribución de la riqueza (Van Auken & Howard, 1993).

De acuerdo al último censo del Instituto Nacional de Estadística y Geografía e Información (INEGI), en coordinación con el Instituto Nacional del Emprendedor (INADEM) y el Banco Nacional de Comercio Exterior (BANCOMEX), presentan la Encuesta Nacional sobre Productividad y Competitividad de las Micro, Pequeñas y Medianas Empresas (ENAPROCE) 2015, donde obtuvieron que el 97.6% de las empresas son microempresas y concentran el 75.4% del personal ocupado total, le siguen las empresas pequeñas que son 2% y tienen el 13.5% de personal ocupado. Las medianas representan el 0.4% de las unidades económicas y tienen poco más del 11% de personal ocupado (INEGI, 2016). Dadas las cifras anteriores, la importancia del estudio de las micro, pequeñas y medianas empresas que inician con un proyecto de emprendimiento y son los empresarios los factores clave para que se logre llevar a cabo el desarrollo de nuevas empresas.

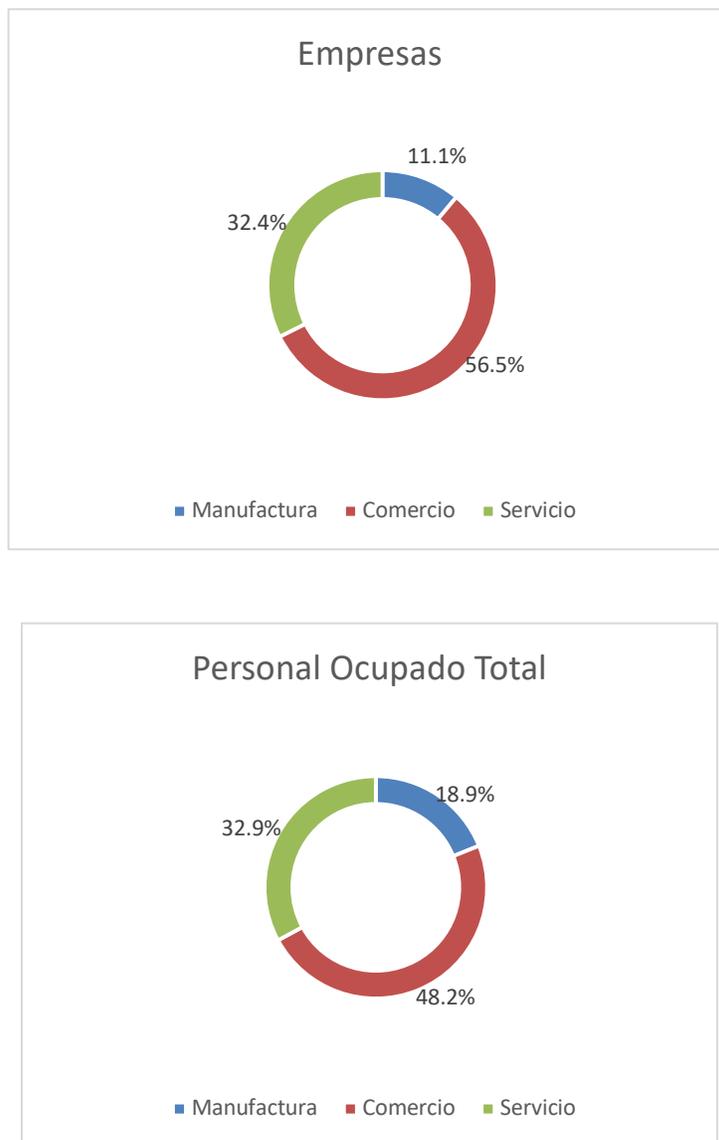
**Tabla 3.** Número de Empresas por tamaño y personal Ocupado

Tamaño	Empresas		Personal Ocupado
	Número	Participación (%)	Participación (%)
Micro	3 952 422	97.6	75.4
Pequeña	79 367	2.0	13.5
Mediana	16 754	0.4	11.1
Total	4 048 543	100.0	100.0

Fuente: INEGI, 2016

Por sector de actividad económica, a nivel nacional se obtuvo que el comercio registró el mayor porcentaje del número de empresas con un 56.5% y del personal ocupado total con un 48.2%, por debajo de dicho sector se encuentran los servicios que registraron un 32.4% del total de empresas y un 32.9% del personal ocupado total, y las manufacturas con una participación del 11.1% en el número de empresas y del 18.9% en el personal ocupado total, tal como se muestra en el siguiente gráfico.

**Gráfico 1.** Distribución del número de empresas y personal ocupado total por sector de actividad económica



Fuente: INEGI, Informe 2016.

Para la estratificación de las empresas, se aplican los criterios basados en el número de personas ocupadas que se expresa en el siguiente cuadro.

**Tabla 4.** Estratificación de empresas por sector económico

Tamaño de la Empresa	Número de Personas ocupadas		
	Manufacturas	Comercio	Servicio
Micro	1-10	1-10	1-10
Pequeña	11-50	11-30	11-50
Mediana	51- 250	31-100	51-100

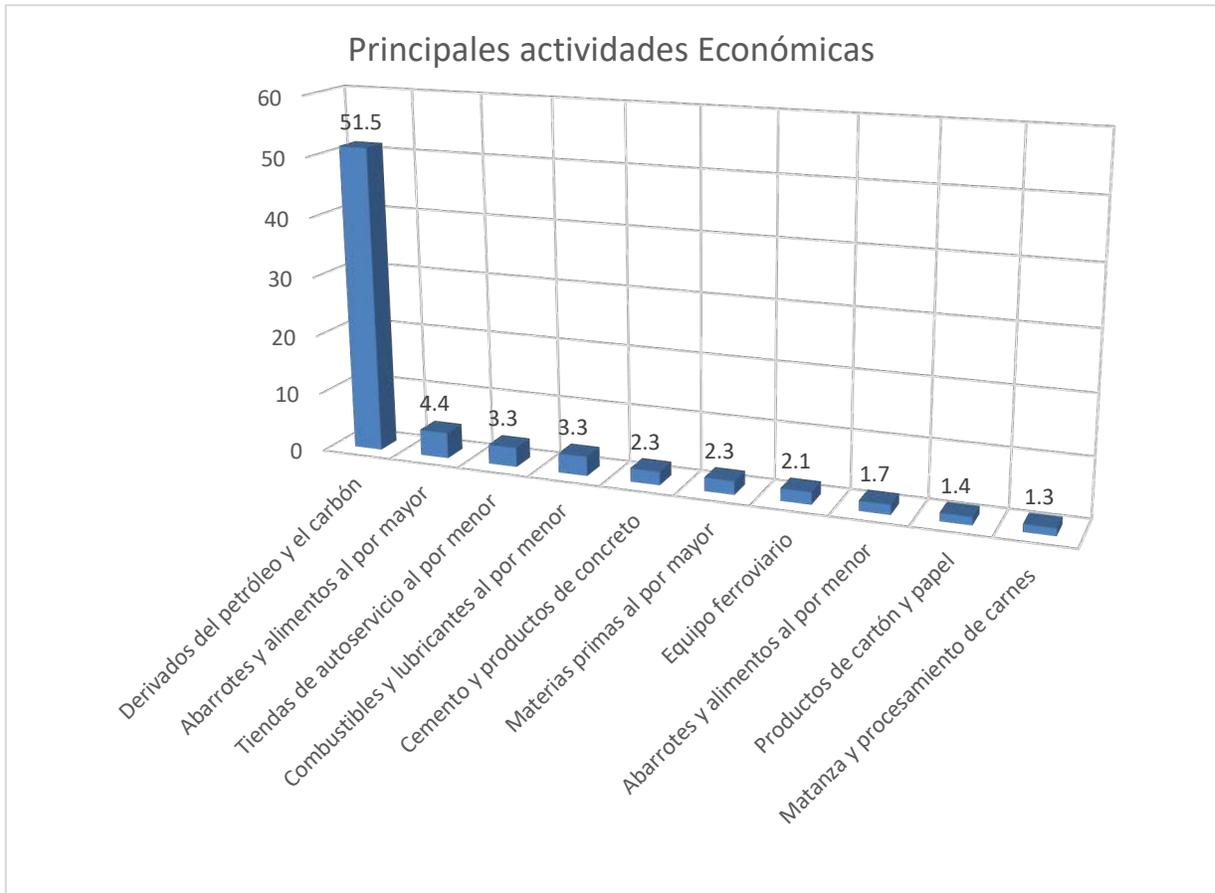
Fuente: INEGI, 2016

### **3.2.2. En Hidalgo**

El estado de Hidalgo cuenta con 98,667 unidades económicas, ocupando el 2.3% del país, generando empleo a 253,978 personas el 1.6% del personal ocupado en México; del total de personal ocupado en la entidad, el 57%(202 355) son hombres y el 43% (151, 623) son mujeres. En términos generales el Estado de Hidalgo aporta el 1.7 % del PIB nacional, situándose en el número 20 de los estados de forma ascendente (INEGI, 2016).

De acuerdo, a los datos del último censo de INEGI 2013, en Hidalgo se registraron las principales actividades económicas en grado de importancia de acuerdo a sus ingresos, posicionando el primer lugar los derivados del petróleo y el carbón, seguido de abarrotes y alimentos al por mayor, tiendas de autoservicio al por menor, combustibles y lubricantes al por menor, cemento y productos de concreto, materias primas al por mayor, equipo ferroviario, abarrotes y alimentos al por menor, productos de cartón y papel y finalmente matanza y procesamiento de carnes respectivamente, como se observa en el siguiente gráfico.

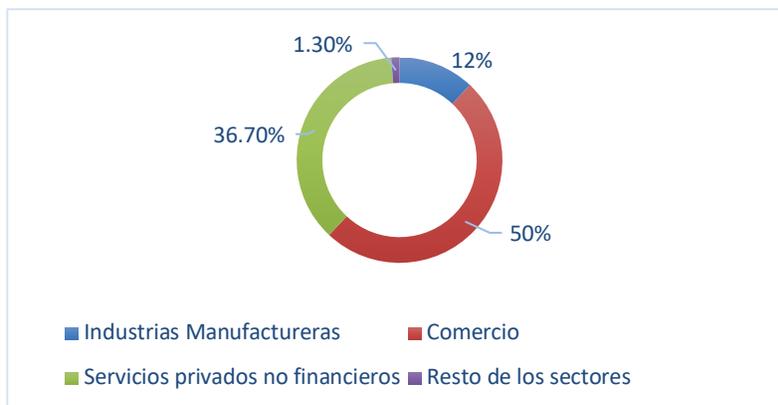
**Gráfico 2.** Principales Actividades Económicas de acuerdo a sus Ingresos



Fuente: INEGI, 2013

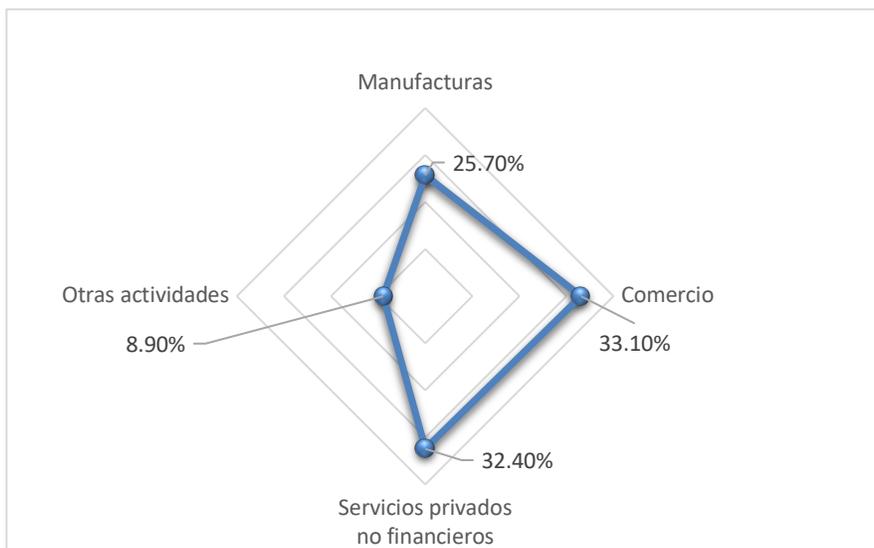
Por sector de actividad económica, en el estado de Hidalgo obtuvo que el comercio registró el mayor porcentaje del número de empresas con un 50% y del personal ocupado total con un 33.10%, por debajo de dicho sector se encuentran los servicios que registraron un 36.7% del total de empresas y un 32.4% del personal ocupado total, y las manufacturas con una participación del 12% en el número de empresas y del 25.7% en el personal ocupado total, tal como se muestra en los siguientes gráficos.

**Gráfico 3. Estructura Sectorial en Hidalgo**



Fuente: INEGI, 2014.

**Gráfico 4. Personal Ocupado en Unidades Económicas de Hidalgo**



Fuente: INEGI, 2014

En este trabajo se entrevistaron para esta investigación cinco empresas del sector servicios, tres empresas manufactureras y dos empresas del sector comercio, y a continuación se describen cada una de ellas.

## **Antecedentes de los Emprendedores**

### ***Emprendedor 1. Empresa producción y comercialización de botanas.***

La empresa fue fundada en el año 2002 por un Ingeniero Agroindustrial, quien es originario de la Ciudad de México, sin embargo, creció en el municipio de Tulancingo, actualmente tiene 41 años de edad, de formación en Ingeniería Agroindustrial, con Maestría en Dirección de Empresas, estado civil soltero.

Desciende de una familia empresaria por parte del abuelo paterno quien empezó con un pequeño negocio de chicharrón de cerdo hasta llegar a ser una empresa constituida. Su padre de formación universitaria, de profesión piloto aviador e industrial, quien trabajaba con el abuelo en la empresa. Su madre de formación universitaria en contabilidad quien tenía una empresa dedicada al servicio de banquetes en Tulancingo, Hidalgo, y una hermana de 32 años de formación universitaria desempeñando el cargo de banquera.

Inicia su primera actividad emprendedora con una empresa comercializadora de frutas y verduras a domicilio, a la edad de 19 años en el municipio de Tulancingo, con una permanencia de 6 años. El motivo que lo orillo a iniciar su empresa fue por oportunidad dadas las circunstancias y relaciones con los clientes.

Una vez finalizados sus estudios universitarios decide crear su actual empresa dedicada a la elaboración y comercialización de botanas a la edad de 26 años. Los motivos que lo orillaron a emprender fueron continuar con la empresa que tuvo su abuelo, aplicar los conocimientos que adquirió desde pequeño en la empresa y poder crear fuentes de empleo.

## **Historia de la empresa**

La empresa inicio como un pequeño negocio familiar en 1978, con el paso del tiempo se constituyó como una empresa dentro del sector manufacturero, de la industria alimenticia, ocupando el cargo de director general uno de sus hijos, está empresa dedicada a la elaboración de cerdo logra contratos con la empresa

Gigante a nivel Nacional, esto le otorgó un posicionamiento de sus productos en distintos puntos de venta.

Con la crisis de 1999 y la mala administración, la empresa quiebra y como consecuencia se liquida en su totalidad y cierran operaciones.

Posteriormente al término de los estudios profesionales, en este caso de uno de los nietos, quien decide emprender nuevamente el negocio familiar que habían perdido. Puso en práctica los conocimientos que adquirió de carrera en ingeniería agroindustrial, la experiencia previa y las relaciones con proveedores, clientes y ex empleados.

Surge nuevamente en el año 2002, la empresa de botanas, inicialmente con dos personas entre ellas el fundador y su primo, el método de producción era artesanal, usando como herramienta un cazo y una pala para el proceso de cocción.

Posteriormente establece una relación comercial con Aurrera, adquiere maquinaria y equipo para estandarizar y eficientar procesos, así mismo construye la planta en el municipio de Acatlán; esto le permite expandir su producción buscando nuevos clientes como: Costco, Comercial Mexicana y Chedraui, incrementado sus unidades estratégicas de negocio, con una gama más amplia de productos entre los que destacan chicharrón de cerdo (como el principal), extruidos de harina de maíz y trigo, papa, plátano frito, cacahuates entre otros.

En 2012 concluye el contrato con la empresa Costco, quien no renueva contrato nuevamente, lo que conlleva a afectando económicamente un gran porcentaje de sus ventas, debido a los grandes volúmenes de producción que manejaban.

Mientras que, en 2014, ve la oportunidad de implementar la certificación de calidad ISO Food Safety System Certification 22,000 para diferenciarse del resto a nivel

nacional, la cual tiene como propósito mantener la inocuidad y calidad de los procesos de producción y servicios. Otra certificación es la Tipo de Inspección Federal (T.I.F. 478) otorgada por la Secretaría de Agricultura, Ganadería, Desarrollo Rural, Pesca y Alimentación (SAGARPA), que está relacionada con el control de los procesos y el debido manejo del pellet de cerdo (piel de cerdo deshidratado) que se utiliza para la elaboración de sus productos. Estas certificaciones permitieron firmar contratos con cadenas de empresas comercializadoras, para maquilar sus marcas propias. Gracias a esto la empresa incrementa sus ventas en un 400%, ya que firma contrato con Wal-Mart, Nutrisa, La costeña, Sabormex, Soriana y Grupo Idea.

Actualmente la empresa cuenta con 40 empleados, está considerada dentro de la pequeña empresa por el número de empleados que tiene, maneja doble turno, cuenta con diferentes áreas como oficinas, comedor para empleados, lavandería, área de producción, almacén de materias primas, área de freído, envasado, empacado con control de calidad y 10 unidades de transporte de reparto, 3 tráileres.

Para el emprendedor la experiencia laboral que adquirió cuando estaba en la empresa de su abuelo, se ha visto favorecido sobre todo para tener contacto con proveedores y métodos de producción. Sin embargo, en su mayoría la experiencia la ha adquirido sobre la marcha.

### ***Emprendedor 2. Empresa Inmobiliaria y Constructora***

La empresa inmobiliaria y constructora, fue fundada por un licenciado en derecho, originario de la Ciudad de México, de género masculino, tiene 38 años de edad, con especialidad en Derecho Fiscal, su estado civil al momento de la creación de su empresa era soltero, actualmente es casado.

Como parte de sus antecedentes familiares su padre de formación preparatoria, con carrera técnica en contabilidad privada, desempeño trabajos como profesor de dibujo y empresario dedicado a los servicios de imprenta y serigrafía. Su madre de formación secundaria, quien desempeño trabajos como secretaría bilingüe, maestra de inglés, además de formar la empresa de imprenta y serigrafía a lado de su esposo.

Inicio su primera actividad emprendedora a la edad de 17 años con la empresa “Corrugados Estrella” dedicada a la elaboración de cajas de cartón corrugado para regalos, que al año de su creación fue vendida por cuestiones personales. Posteriormente trabajó en la iniciativa pública como Ministerio Público durante 8 años, después como subdirector local de Jurídico en la Secretaría de Hacienda y Crédito Público durante 1 año, en la iniciativa privada como Director General de la empresa Grupo Contramon dedicada a la construcción de casa habitación por 4 años.

Su último trabajo, le permitió adquirir conocimientos, habilidades y aptitudes en el sector inmobiliario, mismos que contribuyeron a la creación de su empresa, dedicada a la construcción y comercialización de bienes inmuebles, fue fundada en el año 2012, a la edad de 33 años, los principales motivos que lo llevaron a crear su empresa fueron por necesidad de generarse autoempleo e independencia económica, estos últimos aspectos también fueron impulsados por sus padres.

Actualmente la empresa opera distintos inmuebles en Pachuca, Tizayuca, Cd. Sahagún y Tulancingo, cuenta con 15 empleados, de los cuales desempeñan funciones en área de gestoría, captación de inmuebles, marketing, publicidad y promotores de vivienda, está considerada dentro de la estratificación en el sector servicios y manufacturero por la edificación y construcción de bienes; como una pequeña empresa por el número de empleados que tiene.

La experiencia laboral previa a la creación de su empresa, fue una parte fundamental para los procedimientos y la forma de organizar y ejecutar funciones

que le ayudaron al buen funcionamiento, además del contacto con proveedores y personas que intervienen en las actividades de la misma.

### ***Emprendedor 3. Empresa comercializadora de insumos de la industria mecánica***

La empresa fue fundada en el año 2010, por una Licenciada en Relaciones Internacionales, quien es originaria de la Ciudad de México, donde creció y vivió hasta la creación de su empresa, tiene 53 años de edad, de formación universitaria en la Licenciatura en Relaciones Internacionales y Licenciatura en Comercio Exterior, estado civil soltera.

Como parte de sus antecedentes familiares su padre quien no tuvo la posibilidad de estudiar, se dedicaba a las ventas y trabajo en bancos, su madre con estudios primarios, dedicada al hogar y al negocio de cocina económica.

Inicia su primera actividad emprendedora a la edad de 47 años, con la creación de la empresa, dedicada a la Comercialización y distribución de insumos de importación y exportación de la industria metal mecánica.

Anteriormente a la creación de su empresa desempeño varios cargos en diferentes empresas desde los 22 años de edad como asistente de importaciones y exportaciones de la empresa GILSA Industria ligera S. A. de C. V. por meses en la ciudad de México, cubriendo una incapacidad; posteriormente como gerente de logística de importaciones y exportaciones en la empresa STANLEY BOSTITCH S. A. de C. V., por 2 años; cómo gerente de ventas y atención al cliente en la empresa NEXTEL S. A. de C. V. por 1 año; en la empresa SITEL de México S. A. de C. V. como gerente de operadores del área de crédito de operaciones de American Express, durante 4 años y finalmente en la empresa PRESS TECHNOLOGY S. A. de C. V. como gerente de logística y ventas, desempeñando el cargo por 6 años hasta que la empresa realizó un recorte de personal en la crisis del 2009.

Como consecuencia de la pérdida de la relación laboral y por invitación de un amigo de la misma empresa donde trabajaba, deciden asociarse para crear una empresa que realice las mismas actividades, aprovechando el expertise, la relación con proveedores y clientes que tenían además de los conocimientos, habilidades y aptitudes adquiridas a lo largo de su vida laboral. Inician su empresa motivados por la necesidad de auto emplearse y tener independencia económica y fundan su empresa en marzo de 2010.

Actualmente la empresa cuenta con 3 personas, por lo que, se considera como una micro pequeña empresa dentro del sector comercio debido a que las actividades que desarrollan es la comercialización de productos ya terminados que no sufren procesos de modificación.

La experiencia laboral adquirida en empresas anteriores a la creación de su empresa contribuyo notablemente para las actividades inherentes, el contacto con proveedores y clientes, facilito la operación de la misma.

#### ***Emprendedor 4. Asados dedicado a la industria Restaurantera***

El Restaurante es fundado en el año de 1983, en la ciudad de Pachuca, su fundador es originario del municipio de Singuilucan, Hidalgo, inicio a la edad de 32 años.

Como antecedentes familiares sus padres dedicados al campo y al comercio dentro del sector alimento. Por otro lado, su madre con estudios de educación básica (primaria) por falta de oportunidad; fueron quienes involucraron desde pequeño al comercio iniciando su primer negocio a los 13 años, toda vez que no quiso continuar sus estudios de educación básica, terminando la primaria.

Inicio su primer negocio con un negocio de comida en el mercado Benito Juárez, en el cuál vendían carnitas y comida casera, posteriormente entro a trabajar como ayudante de chofer en Esquin Gas por 4 años, más adelante regreso nuevamente a la Central de abastos donde estuvo por 15 años nuevamente en el comercio.

Como parte de los antecedentes familiares, cabe mencionar que sus padres se han dedicado al comercio, razón por la cual él se vio impulsado a seguir con el mismo negocio, y su crecimiento se dio por oportunidad ya que al crear su negocio busco una forma de diferenciarse, especializándose en la venta de un producto que no se vendía en la ciudad de Pachuca el jabalí asado.

El restaurante ofrece como especialidad el jabalí asado, platillos típicos como barbacoa, consomé, quesadillas y platillos de temporada como los escamoles, chinicuiles.

El crecimiento exponencial del negocio se da cuando un amigo le propone asociarse para poner un restaurante con un concepto distinto al que venía manejando, ubicándolo en un lugar de gran afluencia, dirigido a otros sectores de la población y es cómo surge.

Esta relación contribuyó a abrir nuevos mercados, captando nuevos clientes y dándose a conocer no sólo a nivel regional, sino también en algunos otros estados de la Republica; actualmente cuenta con 7 sucursales las cuales se encuentran en Actopan, Puebla, Querétaro, Valle de Bravo respectivamente y tres más en la ciudad de Pachuca.

Los motivos que lo llevaron a la creación de su empresa fueron en primera instancia su socio que lo apoyo con una visión de ver su negocio con desde otra perspectiva, desarrollo profesional, para ganar más dinero, por aprovechar una oportunidad, tener una independencia económica y personal y finalmente por tener un puesto de trabajo.

Actualmente la empresa cuenta con más de 40 empleados, por lo que está considerada entre pequeña y mediana empresa, dentro del sector servicios.

La experiencia laboral previa a la creación de su empresa no influyo, dado que las condiciones y circunstancias fueron diferentes y lo más importante es el sabor de sus platillos que lo diferencia del resto.

### ***Emprendedor 5. Empresa Constructora.***

La empresa fue fundada por un Arquitecto en el año 2012 bajo el régimen de Sociedad Anónima de Capital Variable; formada por un grupo de socios siendo el Director General el socio mayoritario, inicia su primera empresa a la edad de 31 años, actualmente tiene 44 años, su formación académica es la licenciatura en Arquitectura y Maestría en Administración y Control de Obra. Su estado civil al momento de la creación de su empresa era soltero.

Como antecedentes familiares, su padre de formación educativa en la Licenciatura en Educación, dedicado a la docencia, ha desempeñado trabajos como empleado en la aerolínea de AeroMéxico; su madre ama de casa; un hermano de formación educativa en la licenciatura en Contabilidad ha desempeñado cargos en la iniciativa privada y su hermana de formación académica en la licenciatura en Diseño Gráfico estuvo desempeñando cargos en la iniciativa privada, actualmente está laborando en la empresa de su hermano. Dentro de su familia solo cuenta con un primo quien tiene una empresa de seguridad en Tampico

Su primera empresa fue la construcción de proyectos arquitectónicos residencias en la Ciudad de México, hasta la ejecución de los mismos. Posteriormente la edificación de naves industriales y actualmente la construcción de fraccionamientos residenciales unifamiliares con casas de interés social en Pachuca y Ciudad Sahagún, donde se construyen casas en serie como paquetes de vivienda para todo tipo de créditos como INFONAVIT, FOVISSSTE, bancarios, Banjercito, ISSFAM, entre otros.

La experiencia laboral que adquirió antes de la creación de su empresa, fue en la empresa Mina Construcciones S.A. de C.V. donde estuvo durante 2 años cuando estaba en los semestres de la licenciatura, como proyectista en diferentes empresas como Arkidinamica S.A. de C.V. en la cual estuvo un año, Desarrollos Civiles S.A de C.V. durante 2 años, Ideurban S.A de C.V. como proyectista y residente de obra 2 años más y finalmente en American Tower S.A. de R.L. 6

meses como Fiel Manager y supervisor de campo, donde a la par de este último trabajo se dio la oportunidad de elaborar proyectos arquitectónicos y su ejecución de residencias es el Estado de México, Cuautitlán, Izcalli; Atizapán; Zona Esmeralda y San Ángel Inn en la Ciudad de México. Posterior a esto la construcción de naves industriales en San Juanico y una escuela en Querétaro.

Su primer empresa de construcción fue bajo la razón social de Inmobiliaria y Constructora Los Tuzos S.A. de C.V que fue para el proyecto de casas de interés social en el Fraccionamiento Tuzos en el año 2002, con una duración de un año; al término del proyecto iniciaron otro, con otra razón social Inmobiliaria y Constructora Marsanz S.A. de C.V. con una duración de 4 años, de 2003 a 2007; el siguiente proyecto fue bajo la razón social Integradora de Viviendas Hidalgo S.A. de C.V. en Pachuca con una duración de un año y medio del 2007 al 2009, después crearon la otra empresa como Ingeniería de Hogares de Hidalgo, el proyecto duro 3 años de 2009 al 2012 y finalmente en 2012 la empresa tiene un proyecto en Pachuca y Cd. Sahagún.

Las personas que lo motivaron a emprender fueron amigos que se convirtieron en socios y por la oportunidad de entrar en el mercado de Pachuca que se encuentra en crecimiento de vivienda dadas las condiciones de cercanía a la ciudad de México.

Actualmente cuenta con 15 empleados fijos, por lo que se encuentra dentro de la clasificación como una micro pequeña empresa, sin embargo, en etapa constructiva llega a contratar hasta 60 personas adicionales por proyecto, es una empresa que se encuentra dentro del sector manufacturero por las actividades que desarrolla dentro de la industria de la construcción y edificación de inmuebles.

La experiencia laboral previa que adquirió fue determinante para el desarrollo de la empresa, porque las actividades están relacionadas con los trabajos que desempeñaba.

### ***Emprendedor 6. Restaurant y Pastes***

La empresa fue fundada 1991 en el municipio de Mineral del Monte por un matrimonio ambos originarios de ese lugar, a la edad de 36 y 34 años respectivamente; ambos con estudios hasta la secundaria. Al momento de crear su negocio tenían cuatro hijos varones que en ese momento eran pequeños.

Como antecedentes familiares su padre dedicado a la minería con estudios de educación básica (primaria), mientras su madre dedicada al hogar, no contaban con familiares empresarios.

Parte de la experiencia que adquirió antes de la creación de su empresa fue desempeñando cargos como empleado en Petroleos Mexicanos durante dos años, realizó trabajos de carpintería, trabajó en una fábrica de calzado por tres años, como chofer en Distribuidora de Cerveza y operador en maquinaria pesada, en la empresa de Construcción de Carros de Ferrocarril como obrero durante 17 años.

Por su parte la esposa hacía pastes para venderlos a las afueras de escuelas. Cuando el Señor perdió su relación laboral, decidieron poner una miscelanea y adicional a ello la venta de pastes y servicio de llamadas telefonicas.

Su crecimiento se vio favorecido con la remodelación de Real del Monte en 1994, cuando incremento la afluencia turistica, en donde vieron la oportunidad de incrementar su cartera de productos, además comprar hornos de mayor capacidad para la elaboración de pastes, con ello eficientar la producción y es cuando además de la miscelanea, abrieron una cocina económica pequeña, contaba con tan sólo 4 mesas, al cabo de siete años, cerraron la miscelanea para ampliar el área del restaurante y enfocarse a una sola actividad, especializandose en contexto gastronómico. Actualmente tienen su restaurante matriz en Real del Monte y 4 sucursales en Pachuca ubicadas en San Javier, Villas del Alamo, Av. Madero y en el centro de la ciudad frente al reloj.

Los principales motivos que los llevo a emprender su negocio tuvieron que ver con la necesidad del sustento familiar, deseos de tener su propio negocio, que le diera mayores utilidades, generar su autoempleo, aprovechar la oportunidad del proyecto turístico que realizó el gobierno del estado, y convertir su negocio en un lugar tradicional para comer.

La persona más importante que tuvo mayor influencia fue su esposa, gracias al entusiasmo y entrega que convirtió su idea en una empresa exitosa .

Actualmente es administrada por sus hijos y personas profesionales que han agregado nuevos servicios y contribuido al crecimiento de la empresa, cuenta con más de 30 empleados por lo que se considerada como una pequeña empresa dentro del sector servicios.

El éxito que han tenido se caracteriza por el sazón tradicional de los platillos conservando las recetas del sabor de la dueña.

### ***Emprendedor 7. Comercializadora e Inmobiliaria***

La empresa dedicada a la comercialización de bienes inmuebles, es fundada por una Ingeniera Industrial en agosto de 2012, a la edad de 53 años, es originaria del municipio de Tepatepec, Hidalgo, de profesion en Ingeniería en Industrial Mecánica.

Como antecedentes familiares su padre se dedicaba a la agricultura, mientras que su madre como profesora dedicada a la docencia, uno de sus hermanos con la licenciatura en administración y otro de ellos como licenciado en ciencias de la educación, ambos desempeñando como empleados. Su esposo de formación educativa en Ingeniería Industrial Mecánica.

Como experiencia profesional trabajó en Compañía Mexicana de Radiología en Queretaro desempeñando el cargo de jefe de control de calidad de 1981 a 1985; en la empresa Compresores Joy S.A. de C.V. en Queretaro como jefe de ingeniería Industrial de 1985 a 1988; en la empresa Fabricaciones

Electromécanicas en Querétaro como jefe de control de calidad de 1988 a 1993; en la empresa Cardanes S.A de C.V. de Quetrétaro como jefe de producción de 1993 a 1997.

En 1997 al verse desempleada, decide crear su empresa comercializadora de Materiales Electricos con una permanencia de 6 años hasta 2003, fue motivada por su esposo quien ya tenia una empresa de este tipo, cuando fallece su esposo decide regresar a Pachuca y establecer el mismo negocio que tenia en León de materiales electricos el cual tuvo durante 3 años, consideraba que ya no era redituable el negocio por lo que decide abrir otra empresa dedicada a los Bienes Inmuebles en la ciudad de Pachuca en el año 2012 que actualmente dirige con sus dos hijas.

Es una pequeña empresa del sector servicios, cuenta con 6 empleados.

La persona más importante al momento de emprender fue su esposo quien la impulso a poner su empresa y la apoyo económicamente.

### ***Emprendedor 8. Constructora e Inmobiliaria***

La empresa es fundada en el año 2002, el fundador cuenta con estudios profesionales en Administración de Empresas, inició a la edad de 26 años, originario de la Ciudad de México, su estado civil al momento de crear su empresa era soltero.

Como antecedentes familiares su padre de formación en Contabilidad ha desempeñado cargos como consultor en una consultoría y funcionario público en Gobierno del Estado. Su madre de profesion secretaria bilingüe, trabajo en oficinas antes de casarse y actualmente se dedica al hogar. Tiene una hermana de 38 años de formación académica en la Licenciatura en Gastronomía, trabaja por su cuenta ofreciendo servicios de banquetería. Cabe mencionar que sus tíos y algunos primos son empresarios.

Su primer actividad emprendedora fue cuando tenía 21 años, cuando vivía en la ciudad de México con un negocio donde vendía medallas religiosas de oro y plata, sus proveedores eran sus tíos quienes tienen joyerías. La empresa tuvo una permanencia de 4 años.

La principal razón que tuvo al momento de emprender fue la independencia económica y desarrollo profesional, además de que tuvo el apoyo económico de su familia quienes también lo animaron.

Sin embargo las personas más importantes a la hora de constituir su empresa fue uno de sus primos y su socio.

Actualmente la empresa se dedica a la edificación de casas de interés social para todo tipo de créditos en especial los de Infonavit, es una micro pequeña empresa, en la cual laboran 10 empleados y en procesos de obra hasta 50 empleados temporales. Se encuentra clasificada en el sector manufacturero por el giro que tiene, de la construcción y edificación de viviendas.

### ***Emprendedor 9. Nieves y Helados***

La empresa de nieves y helados inició hace 52 años en 1965 en la ciudad de México, su fundador tenía la edad de 21 años, su estado civil al momento de emprender era soltero, tuvo una permanencia de 20 años, posteriormente en 1985 se mudó a la ciudad de Pachuca, con su esposa e hijo, donde establecieron su primer paletería en una de las avenidas más concurridas por la gente de la ciudad Avenida Revolución.

Como antecedentes familiares su padre de estudios de educación básica, dedicado a actividades del campo y agricultura, su madre ama de casa, tuvo 6 hermanos varones y 5 hermanas, todos ellos dedicados al comercio de paleterías y neverías, de formación educativa primaria. No cuenta con familiares empresariales.

Su formación educativa es primaria, actualmente tiene 70 años, su esposa con estudios hasta la universidad de profesión docente, sin ejercer, dedicada a los

negocios familiares, tiene un hijo con formación educativa universitaria en la licenciatura en Derecho.

Como experiencia laboral, el fundador considera que la ha adquirido con el paso del tiempo, debido a que inició su empresa a una corta edad, su mayor impulso fue la necesidad económica, buscar una solvencia, capitalizar su vejez, crecimiento personal y reconocimiento social.

Las personas que lo motivaron e impulsaron a la creación de su empresa fueron su familia, esposa e hijo.

Actualmente cuenta con 5 sucursales propias en la ciudad de Pachuca y ha comenzado a franquiciar su marca, abriendo nuevos mercados que le permiten tener obtener mayor reconocimiento de la marca, posicionamiento de sus productos en la Ciudad de México y algunos municipios del Estado de Hidalgo como Actopan, Ixmiquilpan entre otros.

Cuenta con 20 empleados, está clasificada con una pequeña empresa de la industria manufacturera, en el sector alimentos.

#### ***Emprendedor 10. Franquicia de Nieves y Helados***

La franquiciaria de nieves y paletas inicio en el año 2015 por un licenciado en Ciencias Políticas y Administración Pública, originario de la Ciudad de México, actualmente tiene 33 años, de formación académica en la Licenciatura en Ciencias Políticas y Administración Pública, estado civil casado.

Como antecedentes familiares, su padre de formación en Ingeniería Química Industrial desempeñó cargos en diversas en empresas en su ámbito profesional, creó su empresa Purificadora de Agua en 1993 en la ciudad de Morelia y en Hidalgo y una comercializadora; por otra parte su madre de formación en la carrera técnica de Secretaria Bilingüe, estuvo trabajando en varias empresas y actualmente tiene franquicias de este mismo giro en Pachuca. Su hermana de

formación en la Lic. En Comercio Exterior y Maestría en Administración; Y su esposa de formación en Contabilidad.

Inicia su actividad emprendedora a la edad de 32 años, el principal motivo que lo llevó a la creación de su empresa fue por oportunidad y para obtener mayores ingresos, al mismo tiempo desempeña un cargo como funcionario público en Gobierno del Estado, considera que la experiencia laboral no tiene relación con su actual empresa, sin embargo le da mayores ventajas para tomar mejores decisiones.

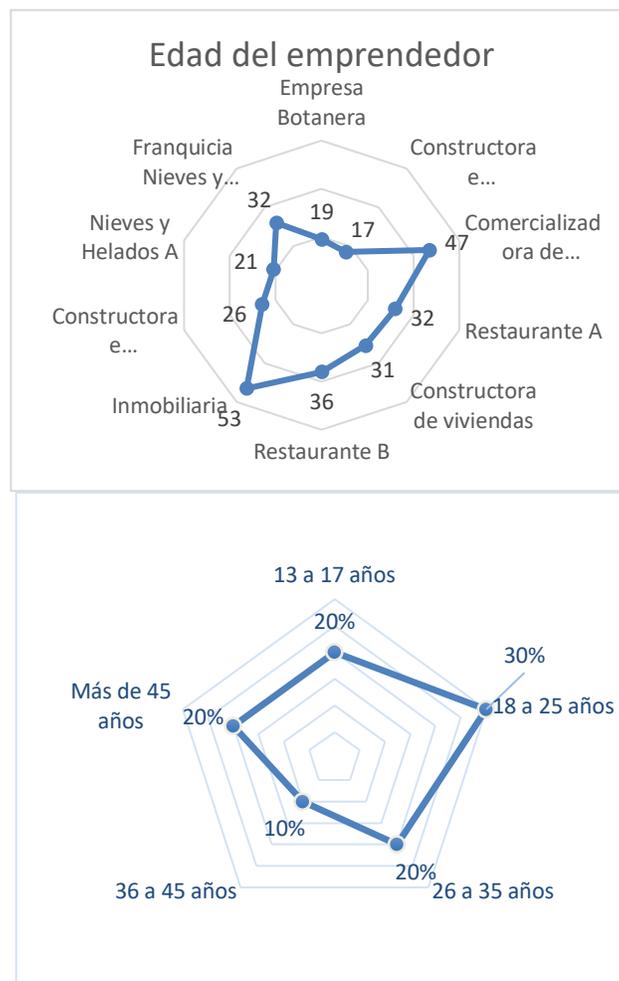
El mayor impulso y motivación para constituir su empresa, fueron su esposa y amigos. Actualmente cuenta con 4 sucursales en la ciudad de Pachuca y continua explorando nuevos mercados, esta considerada como una micro empresa, tiene 6 empleados, se encuentra dentro del sector comercio, por las actividades que realiza.

## CAPITULO IV. Resultados

Derivado de la aplicación de la guía de entrevista a los tres emprendedores se obtuvieron resultados preliminares que se muestran en la siguiente tabla, que se contrastan con la literatura y afirmaciones de algunos autores.

### Datos sociodemográficos

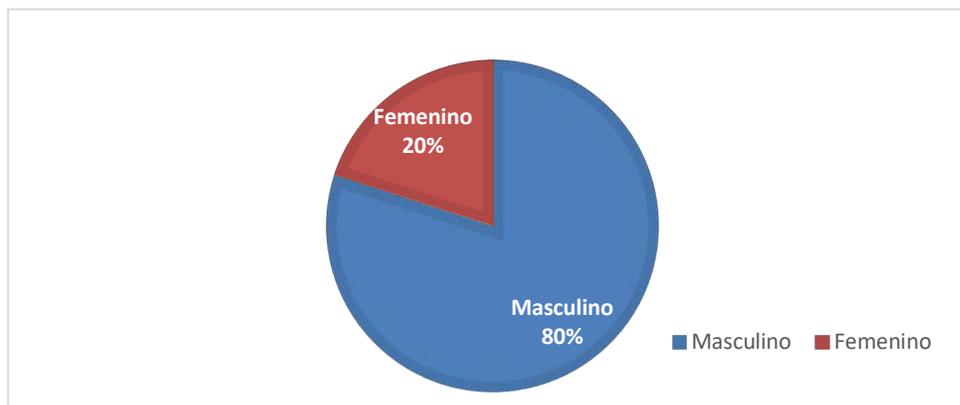
**Gráfico 5.** Edad del Emprendedor al momento de la creación de su empresa.



Fuente: Elaboración propia a partir del estudio de campo (2017)

Podemos apreciar en el gráfico 5. los rangos de edad de mayor actividad emprendedora y el mayor porcentaje se refleja entre los 17 y 36 años, mientras que son menos los casos después de los 37 años en el estudio específico de estos 10 emprendedores.

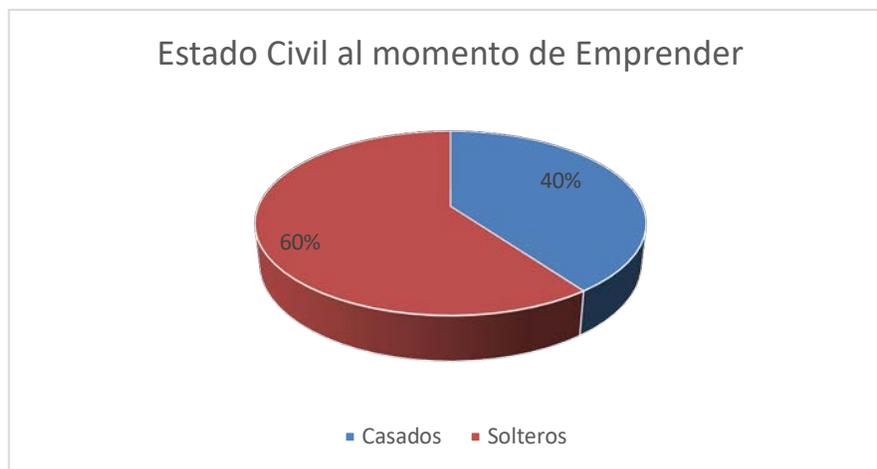
**Gráfico 6.** Género del emprendedor



Fuente: Elaboración propia con base en estudio de campo (2017)

El mayor porcentaje de género en esta muestra fue del 80% ocupado por varones, mientras que el 20% lo ocuparon las mujeres, como se muestra en el gráfico 6, con esto una vez más se reafirma lo que nos dice la literatura acerca del grado de participación.

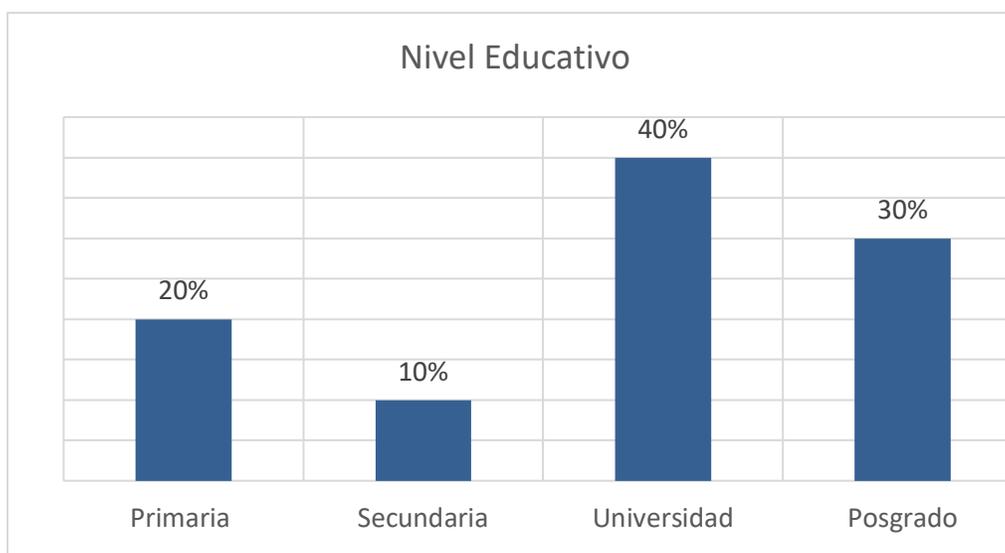
**Gráfico 7.** Estado civil al momento de la creación de su empresa.



Fuente: Elaboración propia a partir de datos con base en estudio de campo

El estado civil en su mayoría de los casos al momento de emprender significo para esta muestra un 60% eran solteros mientras que el 40% estaban casados y ya tenían hijos, como se muestra en el gráfico

**Gráfico 8.** Nivel Académico del Emprendedor



Fuente: Elaboración propia a partir de datos obtenidos en las entrevistas.

En gráfico N° 8 se muestran los niveles de escolaridad, el mayor porcentaje con el 40% de los emprendedores tienen una profesión a nivel licenciatura, seguido de un 30% con maestría, 20% con estudios primarios y un 10% secundarios.

*Tabla 5. Antigüedad de la empresa*

<b>Emprendedor</b>	<b>Año de creación</b>	<b>Años de vida de la empresa</b>
Empresa Botanera	2002	15
Constructora e Inmobiliaria	2012	5
Comercializadora de la Industria Metal Mecánica	2010	7
Restaurante	1983	34
Constructora de Viviendas	2002	15
Restaurante	1991	26
Inmobiliaria	2012	5
Constructora e Inmobiliaria	2002	15
Nieves y Helados	1965	52
Nieves y Helados	2015	2

Fuente: Elaboración propia con base en estudio de campo

Se pueden observar en la tabla 5. la antigüedad de las empresas, cabe mencionar que las más maduras son: Nieves y paletas, el restaurant “A” y el restaurant “B”; dichas empresas fueron fundadas por emprendedores que iniciaron a una corta

edad, con poca o nula experiencia, con nivel académico de educación básica de primaria y secundaria, no obstante, la experiencia adquirida a través de los años les ha permitido consolidar sus empresas y lograr el crecimiento y expansión de los mismos.

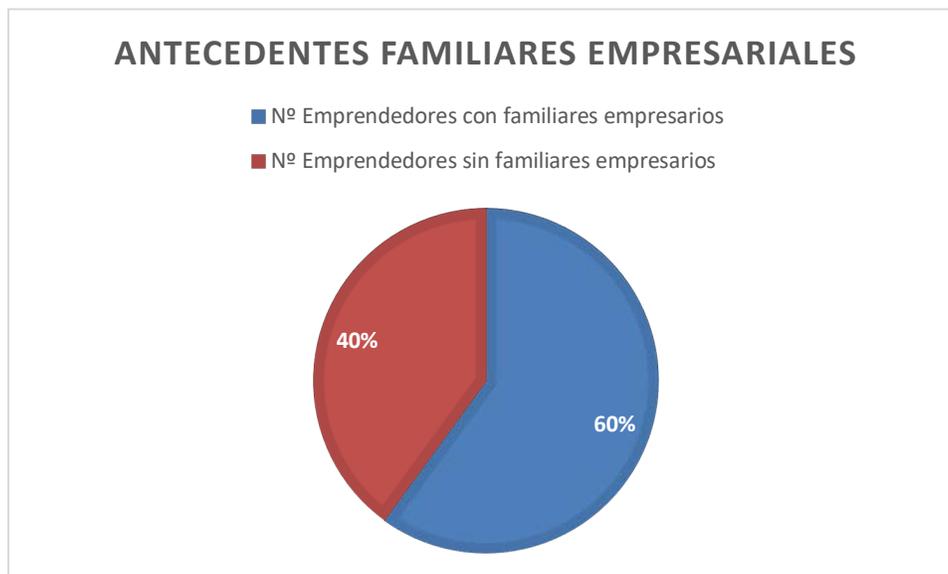
Por otra parte, empresas más jóvenes son dirigidas por emprendedores más preparados, que han adquirido experiencia previa en trabajos similares a los que actualmente desempeñan en sus empresas, implementando el uso de mayor tecnología.

**Tabla 6. Antecedentes familiares empresariales**

<b>Emprendedor</b>	<b>Familiares empresarios</b>
Empresa botanera	Abuelo y padre
Inmobiliaria y constructora	Padres
Comercializadora de industria metal-mecánica	Ninguno
Asados	Padres
Constructora de viviendas	Ninguno
Restaurante B	Ninguno
Inmobiliaria	Esposo
Constructora e Inmobiliaria	Tíos y primos
Nieves y Paletas	Ninguno
Nieves y paletas Franquicia	Padres

Fuente: Elaboración propia a partir de estudio de campo.

**Gráfico 9** Antecedentes Familiares Empresariales



Fuente: Elaboración propia a partir de datos obtenidos en el estudio de campo.

Como se observa en el gráfico 9. Los porcentajes de emprendedores que tuvieron antecedentes familiares empresariales antes de su actividad emprendedora. En este estudio el 60% tenía familiares empresarios, mientras un 40% no tenían relación familiar con empresas, lo que nos lleva a la deducción que no es circunstancial para la actividad emprendedora, sin embargo, esto influye o motiva con mayor tendencia cuando existen familiares empresarios.

Tabla 7. Matriz de Resultados

MATRIZ DE RESULTADOS										
ACTIVIDAD DE LA EMPRESA	SECTOR	INDUSTRIA	ANTIGÜEDAD	FUNDADOR	EDAD	SEXO	ESTADO CIVIL	NIVEL DE ESTUDIOS	EXPERIENCIA	MOTIVOS
Empresa Botanera	Manufactura	Alimenticia	15	si	19	masculino	soltero	Posgrado	si	Independencia económica
Constructora e Inmobiliaria A	Servicios/manufactura	Inmobiliaria y Construcción Industria Metal Mecánica	5	si	17	masculino	soltero	especialidad	si	Autoemplearse
Comercializadora de Industria Metal Mecánica	Comercio		7	si	47	femenino	soltero	licenciatura estudios primarios	si	Autoemplearse Oportunidad y autoemplearse
Restaurante A	Servicios	Alimenticia	34	si	32	masculino	casado	posgrado estudios primarios	si	Oportunidad y autoemplearse
Constructora de viviendas	Manufactura	Construcción	15	si	31	masculino	soltero	posgrado estudios primarios	si	Oportunidad y autoemplearse
Restaurante B	Servicios	Alimenticia	26	si	36	masculino y femenino	casado	estudios primarios	no	Autoemplearse
Inmobiliaria	Servicios.	Inmobiliaria	5	si	53	femenino	casado	licenciatura	no	autoemplearse
Constructora e inmobiliaria B	Servicios /manufactur /Manifatura/	Inmobiliaria y Construcción	15	si	26	masculino	soltero	licenciatura estudios primarios	si	oportunidad
Nieves y Helados A	comercio	Alimenticia	52	si	21	masculino	soltero	primarios	no	Autoemplearse
Franquicia Nieves y Helados	Comercio	Alimenticia	2	no	32	masculino	casado	licenciatura	no	oportunidad

## 6.1 Discusión

Los resultados preliminares de esta investigación nos muestran datos de las características de los emprendedores y afirman las aportaciones de Shapero y Sokol (1982) acerca de los antecedentes familiares empresariales, sin embargo, en este estudio la contraparte esta en cuatro de los emprendedores que en su ambiente familiar fue precursor en el ámbito empresarial.

Otro rasgo importante es el factor edad, donde el rango promedio de actividad emprendedora radica entre los 18 y 35 años, de manera que la edad media en la que los emprendedores inician su negocio está en torno a los 30 años. Una posible explicación podría ser el que es en esta edad cuando la persona alcanza su mayor madurez profesional y personal se sienten seguros de su valía y profesionalidad ante la incertidumbre del nuevo negocio naciendo un deseo de establecerse por su cuenta, con independencia de las fluctuaciones del mercado de trabajo, también se ha demostrado que la relación positiva entre las responsabilidades familiares del empresario, estado civil y conducta emprendedora.

No obstante, dos de los encuestados emprendedores, iniciaron su empresa después de los 45 años, según Jackson y Rodey (1994), es una edad con relación negativa por la propensión al riesgo, debido a que se considera una relación negativa entre edad y la creación de empresas, sin embargo, esto se ve influenciado por diferentes factores de la economía local, factores individuales como su ingreso, la experiencia laboral previa, entre otras. Ponemos mencionar que, de acuerdo al grado de experiencia y visión empresarial del emprendedor, esto no significa una limitante al momento de emprender.

Actualmente el género sigue siendo mayormente ocupado por los hombres en la actividad emprendedora, no obstante, la participación de la mujer aumenta año con año, en la mayoría de los casos emprenden principalmente por necesidad a diferencia de los hombres que emprenden por oportunidad en su mayoría. Otro rasgo importante en el sentido de género es que la mujer muchas veces busca

emprender, como una salida profesional, compatible con el cuidado de los hijos principalmente.

En síntesis, podemos mencionar que las variables sociodemográficas juegan un papel importante, principalmente las de carácter personal. Pero en ambos géneros será por tanto la necesidad de buscar una situación laboral más estable, dadas las circunstancias personales, lo que incitará al trabajador asalariado a buscar alternativas de autoempleo, que las satisfagan.

Por otra parte, la formación académica en este estudio fue determinante ya que en los casos presentados, muestran formación profesional y en algunos casos con posgrado y estudios complementarios que les ha permitido dirigir sus negocios con estrategia empresarial, de acuerdo con Shane (2005) y Howard Rasheed (2000) que indican que el grado de conocimientos y la formación contribuyen a mejorar las habilidades y recursos para desarrollar mejores estrategias, y esto aunado con la experiencia laboral donde Cooper (1985- 1993) y Lazear (2005) afirma que el complemento de ambos son factores de éxito en la exploración de nuevas oportunidades y mejor toma de decisiones con estrategia.

En este estudio de casos 6 de los 10 encuestados contaban con experiencia en el ramo de sus empresas, lo que determina que ya tenían conocimiento del sector en el que se mueven sus negocios, y no sólo en el sector, sino en el know how de hacer las cosas dentro de la empresa, lo cual favorece en la toma de decisiones; mientras los 4 casos restantes que no tenían experiencia en el ámbito en el que emprendieron, han demostrado que no es requisito tener experiencia, sino ir conociendo y experimentando poco a poco con altibajos las situaciones que atraviesa la empresa y por la antigüedad que tienen sus empresas, se han convertido en empresas sólidas de renombre.

## 6.2 Conclusiones

De acuerdo a los resultados obtenidos a través de la guía de entrevista donde se describieron los factores sociodemográficos que influyen en la actividad emprendedora, podemos resaltar que no es una generalidad sin embargo resulta ser de suma influencia contar con antecedentes familiares empresariales, que sirva de referente o estímulo para continuar en el mismo ámbito, sin embargo, para este caso de estudios de los 10 entrevistados sólo 4 no tenían antecedentes empresariales familiares. Esta ausencia de modelos empresariales en el ramo familiar, no limita la iniciativa de crear su empresa y como mencionaba Ajzen en la Teoría de acción planificada, de acuerdo a las percepciones positivas adoptan conductas por percibir una acción positiva o por las experiencias vista en otras personas.

En el factor género la literatura indica que la mayoría de los emprendedores son hombres y en este estudio se confirma, pues sigue prevaleciendo la participación de este género en el ámbito empresarial, aunque es necesario impulsar la actividad emprendedora femenina que, no obstante, existe, pero se ve condicionada por el temor.

Con respecto a la edad, predomina la incursión en el ámbito empresarial entre 18 y 35 años, a excepción de dos de los emprendedores que iniciaron después de los 45 años, al verse en la necesidad de generar su propio empleo, y dada la experiencia previa que tenían, de acuerdo a la literatura es una edad donde generalmente las personas no son tan arriesgadas en los negocios, y toman decisiones más conservadoras, se ven influenciados a emprender principalmente por relaciones sociales. Cabe mencionar que, de la muestra, seis de los empresarios lo hicieron porque se encontraban sin empleo, por tanto, la necesidad es la motivación principal.

En cuanto a la formación académica y experiencia profesional, son dos de los factores más importantes que contribuyen a la creación de empresas con mayor

grado de éxito en el ámbito empresarial, porque de acuerdo a los autores Shane (2005) y Clouse (1990), permite explotar mejor las oportunidades, brinda habilidades y recursos para desarrollar mejores estrategias, en el estudio de caso siete empresarios tienen formación profesional, algunos con grado de maestría, especialidad e incluso uno de ellos con doble carrera profesional, por otra parte 3 de ellos únicamente con estudios básicos de primaria, estos últimos empresarios llevan más de 25 años con sus empresas, y no sólo han logrado la consolidación y permanencia sino la expansión del negocio, en el caso del restaurante “B” menciono que con ayuda de sus hijos y personal que contrato con experiencia y preparación abrieron 4 sucursales más; en el caso del restaurante “C” fue con el apoyo y visión de uno de sus socios quien aportó gran parte del capital para expandirse a otras regiones, actualmente cuenta con 7 sucursales, 3 de ellas en fuera del Estado de Hidalgo; y finalmente el emprendedor de Nieves y Helados, expandió su negocio tipo “franquicia” con amigos y conocidos de él, en donde adicional a sus sucursales, les vende el producto a las franquicias logrando así el reconocimiento de su marca y el consumo de sus productos en diferentes regiones, no sólo en el estado de Hidalgo.

Cada uno de los empresarios adoptaron diferentes estrategias para el crecimiento de sus empresas.

La experiencia profesional fue determinante al momento de emprender, en los 6 casos hubo gran influencia para la toma de decisiones y la creación de su empresa, mientras que el resto la experiencia y los conocimientos se adquirieron en el transcurso de la vida de la empresa, haciéndose llegar de personas capacitadas y con visión.

## **Recomendaciones / Propuestas**

Los factores sociales y demográficos influyen de manera importante en sociedades como la hidalguense, motivo por el cual es recomendable que cuando un estudiante inicie sus estudios, se le realice una entrevista que permita identificar los factores de mayor impacto que pueden ser retomados para orientarle hacia una formación emprendedora que utilice el contexto familiar, cultural e individual para el logro de éxito en un tiempo reducido y que impacte positivamente en las condiciones sociales de la entidad.

Dados los resultados anteriores, los factores determinantes para el éxito de un emprendedor, son el grado de conocimientos y experiencia, la propuesta es que las instituciones educativas, principalmente de formación superior requieran que los estudiantes cuenten con un empleo formal para que apliquen los conocimientos adquiridos y los pongan en práctica, esto contribuirá a adquirir habilidades y capacidades para la toma de decisiones, con un grado de madurez y responsabilidad y con ello se vean motivados a emprender su propio negocio, no importando la edad, el género ni los antecedentes familiares, pues son factores subjetivos que no determinan el grado de éxito en una empresa.

De igual manera, hoy en día analizar es importante analizar el comportamiento del sector y tomar decisiones pensadas y calculadas de acuerdo los beneficios que puedan aportar para el crecimiento y expansión.

## REFERENCIAS

- Aguirre, L. (22 de 08 de 2013). Potencializando el emprendedurismo y su impacto económico . *Forbes*.
- Ajzen, I. (2011). *The theory of planned behaviour: Reactions and reflections*. Routledge Taylor and Francis Group.
- Alvárez, A., & Valencia, P. (2008). Recuperado el 17 de 11 de 2015, de Un Análisis de los Factores Sociodemográficos Determinantes en la Creación de Empresas en el Marco de la Interculturalidad: <http://rabida.uhu.es/dspace/bitstream/handle/10272/547/b1513900.pdf?sequence=1>
- Aponte , M., Urbano, D., & Veciana, J. M. (11 de 09 de 2006). *Redalyc*. Obtenido de Actitudes hacia la creación de empresas: un estudio comparativo entre Catalunya y Puerto Rico: [www.redalyc.org/html/631/63111203/](http://www.redalyc.org/html/631/63111203/)
- Banco Mundial. (2012). Recuperado el 18 de 11 de 2015, de Tasa de incidencia de la pobreza, sobre la base de la línea de pobreza nacional (% de la población): <http://datos.bancomundial.org/indicador/SI.POV.NAHC/countries/MX?display=graph>
- Banco Mundial. (2013). *Tasa de población activa, total (% de la población total mayor de 15 años) (estimación modelado OIT)*. Recuperado el 15 de 11 de 2015, de Banco Mundial : <http://datos.bancomundial.org/indicador/SL.TLF.CACT.ZS/countries/1W?display=default>
- Bandura, A. (1987). *Teoría del Aprendizaje Social*. Madrid, España: S.L.U. Espasa Libros.
- Bandura, A. (1994). *Self Efficacy*. New York: Encyclopedia of Human Behavior.
- Bretones, F. D. (1998). *Dimensiones Psicosociales de los Emprendedores Empresariales: Los Cooperativistas de trabajos asociado en Andalucía*. Granada: Universidad de Granada.

Calvet-Puig, M. (2009). *Planes de Igualdad por Ley: ventajas de igualdad de oportunidades entre hombres y mujeres para las empresas*. Intangible Capital.

Carrasco, I., & Castaño, M. (2008). “El Emprendedor Schumpeteriano y el Contexto Social”. *Marx Keynes Schumpeter*. Recuperado el noviembre de 2015, de [http://www.revistasice.com/cache/pdf/ICE\\_845\\_121134\\_\\_F6565B36FDFD765A932BB8BEEE9AAB41.pdf](http://www.revistasice.com/cache/pdf/ICE_845_121134__F6565B36FDFD765A932BB8BEEE9AAB41.pdf)

Carrasco, I., & Castaño, M. S. (10 de 11 de 2008). El Emprendedor Schumpeteriano y el contexto social. *Universidad de Castilla- La Mancha*.

Casson, M. (2003). *The Entrepreneur an economic theory*. Massachusset, Estados Unidos: Edwar Elgar.

Castaño, M. S., Mendez, M. T., & Galindo, M. A. (12 de 02 de 2015). The effect of social, cultural and economic factors on entrepreneurship. *Journal of Business Research*.

Castaño, M. S., Mendez, M. T., & Galindo, M. A. (2015). *The Effect of social, cultural tan affect entrepreneurship*. Recuperado el Novimebre de 2015, de <http://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0148296315000545>

Colombo, M., & Grilli, L. (03 de 2005). *Founder’s human capital and the growth of new technology based firms: A competence based view*. Obtenido de Science Direct: <http://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0048733305000776>

Comisión Europea. (12 de 05 de 2012). *European Commision* . Obtenido de Empleo, asuntos sociales e inclusión.

Congregado, E., Hernandez, L., Millan, J. L., Raymond, J. L., Roig, J. L., & Salas, V. (2008). *Capital Humano de los Emprendedores en España*. Valencia: Bancaja.

Consejo Nacional de Evaluación de la Política de Desarrollo Social [CONEVAL]. (2014). *Porcentaje de población en situación de pobreza*. Obtenido de INEGI: <http://www3.inegi.org.mx/sistemas/componentes/mapa/default.aspx>

Consejo Nacional de Evaluación de la Política de Desarrollo Social, C. (2012). *Coneval*. Recuperado el 2015, de Medición de la Pobreza:

<http://www.coneval.gob.mx/Medicion/MP/Paginas/Pobreza-urbana-en-México-.aspx>

Cooper, A. C. (1985-1993). “The Role of Incubator Organizations in the Founding of Growth-Oriented Firms”,. *Journal of Business Venturing*, págs. 75-86.

Cordero Lopez, J., Astudillo Duran, S., Carpio Guerrero, X., Delgado Noboa, J., & Amon Martinez, O. (9 de 03 de 2011). Análisis de los factores que influyen el emprendimiento y la sostenibilidad de las empresas del área urbana de la ciudad de Cuenca, Ecuador.

*Cuentame INEGI*. (2001-2009). Obtenido de <http://www.cuentame.inegi.gob.mx>

Lazear, E. P. (2005). *Entrepreneurship*. Hoover Institution and Stanford University . Chicago: Journal of Labors Economics.

Lazzer, E. P. (2003).

Liñan, F. (2004). “Intention-based models of entrepreneurship education”. 11-35.

Liñan, F., & Chen, Y.-W. (2009). "Development and Cross Cultural application of a specific instrument to measure entrepreneurial intentions". *Entrepreneurship Theory and Practice*, 593-617.

Davison, P. (2004). *Researching Entrepreneurship*. Queensland, Brisbane, Australia: Springer.

Formichella. (2004). Recuperado el 19 de 11 de 2015, de Concepto de Emprendimiento y su relación con la Educación, el Empleo y el Desarrollo Local: <http://municipios.unq.edu.ar/modules/mislibros/archivos/MonografiaVersionFinal.pdf>

Francis , P. (1 de abril de 2013). Employment and Entrepreneurship. *International Trade Forum*.

Global Entrepreneur Monitor [GEM]. (2014). *2014 Global Report*.

Global Entrepreneurship Monitor. (2014). *Global Entrepreneurship Monitor* . BABSON, Universidad de Desarrollo, Tecnológico de Monterrey.

Garcia Hernandez, B., Montiel Avila, A. L., & Rodriguez Lopez, J. (25 de 09 de 2015). Propensión Emprendedora de los estudiantes del Estado de Hidalgo. *International Council Small Business*.

Garcia, C. (2008). *Características del emprendedor influyentes en el proceso de creación empresarial y el éxito esperado*. Revista Europea de Dirección y Economía de la Empresa.

Garcia, B. M. (2014). *Diferencias en la propensión emprendedora entre estudiantes universitarios de carreras tecnológicas y económico- administrativas en el Estado de Hidalgo*. Brasil: XIX Red Pymes Mercosur.

Garcia, B., Montiel, A., & Rodriguez, J. (25 de 09 de 2015). Propensión emprendedora de estudiantes del estado de Hidalgo. *IV Congreso Nacional CIMIPYME y I Congreso Internacional de Investigación sobre Pequeña y Mediana Empresa de ICSB México* .

GEM. (2016). *Global report 2015-2016*. Obtenido de Global Entrepreneurship Monitor: <http://www.gemconsortium.org/report>

Haynie, J. M. (1 de 05 de 2009). An opportunity for me? The role of resources in opportunity evaluation decisions.

Hull, G. (1998). Guía de la pequeña empresa.

INEGI. (2012). *INSTITUTO NACIONAL DE ESTADÍSTICA Y GEOGRAFÍA*. Recuperado el 15 de 11 de 2015

INEGI. (2014). *Porcentaje de población en situación de pobreza*. Obtenido de INEGI: <http://www3.inegi.org.mx/sistemas/componentes/mapa/default.aspx>

INEGI. (2016). *Estadísticas detalladas sobre las micro, pequeñas y medianas empresas del país*. Obtenido de Estadísticas detalladas sobre las micro, pequeñas y medianas empresas del país:

[http://www.inegi.org.mx/saladeprensa/boletines/2016/especiales/especiales2016\\_07\\_02.pdf](http://www.inegi.org.mx/saladeprensa/boletines/2016/especiales/especiales2016_07_02.pdf)

Instituto Nacional de Estadística y Geografía [INEGI]. (13 de 05 de 2016). *Ocupación y Empleo*. Obtenido de Instituto Nacional de Estadística y Geografía: <http://www3.inegi.org.mx/sistemas/temas/default.aspx?s=est&c=25433&t=1>

J. C., & E. M. (2003). *Tipos de Muestreo*. Barcelona: Universidad Autónoma de Barcelona.

Jackson, J. E., & Rodkey, G. R. (1 de 09 de 1994). EBSCO. Obtenido de EBSCO: <http://web.a.ebscohost.com/ehost/pdfviewer/pdfviewer?sid=3fa79985-6613-4360-9bb1-8f27bcde9e71%40sessionmgr4005&vid=4&hid=4214>

Jackson, J. E., & Rodkey, G. R. (15 de 03 de 1994). *The Attitudinal Climate for Entrepreneurial Activity*. Public Opinion Quarterly.

Kantis et al. (2015). *Condiciones Sistémicas para el Emprendimiento Dinámico* (Latingráfica ed.). Latingráfica.

Kantis, H., Federico, J., & Ibarra, S. (s.f.). *Condiciones Sistémicas para el emprendimiento Dinámico. América Latina en el nuevo Escenario Global* (Latingráfica ed.).

Kruegel et Al. (2000). Competing Models of Entrepreneurial Intentions. *Journal of Bussiness Venturing*, 15(5/6).

Mendez, & Galindo. (2011). “Factores que Estimulan el Emprendimiento y el Crecimiento Económico”. *Universidad de Castilla- La Mancha*. Recuperado el noviembre de 2015, de <http://xivrem.ujaen.es/wp-content/uploads/2011/11/25-R-108M911.pdf>

OECD. (15 de 03 de 2001). *Putting the young in business, policy challenges for youth entrepreneurship*. Obtenido de Organización para la Cooperación y Desarrollo Económico: <http://www.oecd.org/cfe/leed/putting%20the%20young%20to%20businesspdf.pdf>

Organización para la Cooperación y Desarrollo Económico. (s.f.). *Organización para la Cooperación y Desarrollo Económico*. Recuperado el 17 de 11 de 2015, de [www.ocde.com](http://www.ocde.com)

Organización para la Cooperación y Desarrollo Económico, O. (2015). Recuperado el 17 de 11 de 2015, de <http://www.oecd.org/centrodemexico/laocde/>

Peterson. (2000). “*The effect of social, cultural and economic factor son entrepreneurship*”. Recuperado el 16 de 11 de 2015, de Science Direct: <http://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0148296315000545>

Peterson, L. S. (2000). “*Culture, Entrepreneurial Orientation, and Global Competitiveness*”. Recuperado el 11 de 2015, de <http://web.b.ebscohost.com/ehost/detail/detail?vid=6&sid=4cae93ae-983e-44c4-b59fca2e4b362bc2%40sessionmgr115&hid=107&bdata=JnNpdGU9ZWwhvc3QtGIZZQ%3d%3d#AN=3850407&db=bth>

PROMÉXICO. (2014). Obtenido de [www.promexico.gob.mx](http://www.promexico.gob.mx)

ProMéxico. (2014). *Ficha Sectorial* .

Rodkey, G., & J. J. (1994). The attitudinal climate for entrepreneurial activity. *Public Opinion Quarterly*, 358-380.

Rodriguez Fernandez, A. (1998). *Dimensiones psicosociales de los emprendedores empresariales: los cooperativistas del trabajo asociado en Andalucía*. Granada: Universidad de Granada.

Rodriguez Solera, C. (3 de 05 de 2011). La Inserción laboral de egresados de educación superior en el estado de Hidalgo. *Educación Superior ANUIES*.

Rodriguez, A. (2009). *Nuevas Perspectivas para entender el Emprendimiento Empresarial*. Recuperado el 11 de 2015, de Revista Científica Pensamiento y Gestión N° 26: <http://rcientificas.uninorte.edu.co/index.php/pensamiento/article/view/864/4945>

Rosenbush, N., Rauch, A., Parker, S. C., & Unger, J. M. (2009). *Human capital, gender and entrepreneurial sucess: empirical evidence from China and Germany*.

- Rueda, I., Fernandez , A., & Herrero, A. (2012). *Aplicación de la teoría de la acción razonada al ámbito emprendedor en un contexto universitario*. Cantabria: Investigaciones regionales.
- Schultz, T. (1970). The reckoning of education as human capital. *New York: Education, income and human capital*.
- Schultz, T. (s.f.). *The reckoning of education as human capital*. New York: Education, Income and human capital.
- Schumpeter, J. (1961). *"Capitalismo, Socialismo y Democracia"*. México: Aguilar.
- Schumpeter, J. A. (1978). *Teoría de Desarrollo Económico*. México, México: Fondo de Cultura Económica.
- Secretaría de Economía. (2015).
- Seth, S. (5 de Febrero de 2016). Why the entrepreneurs are important for the economy. *Investopedia*.
- Shane, S. (2005). *A General Theory of Entrepreneurship* (2004 ed.). USA: Edgar Elgar.
- Shapero, A., & Sokol, L. (18 de mayo de 2005). *The Social Dimensions of Entrepreneurship*. (L. a. Amir N., Editor) Obtenido de [www.people.hbs.edu/jsiegel/sde8\\_083105](http://www.people.hbs.edu/jsiegel/sde8_083105)
- Silva, J. E. (2013). *Emprendedor. Hacia un Emprendimiento Sostenible*. México, México: Alfaomega.
- Sieger, P., Fueglistaller, U., & Zellweger, T. (2014). Student Entrepreneurship Across the Globe: A Look at Intentions and Activities. *Swiss Research Institute of Small Business and Entrepreneurship*.
- Sieger, P., Fueglistaller, U., & Zellweger, T. (2014). *Student Entrepreneurship Across the Globe: A Look at Intentions and Activities*. International Report of the GUESSS Project 2013/2014. Swiss: University of St. Gallen.

Thornton, M. (1998). The origin of Economic Theory: A Portrait of Richard Cantillón. *Mises Daily Article*, 1680-1734.

Thromnton, M. (1998). The Origin of Economic Theory: A portrait of Richard Cantillón. *Mises Daily Article*, 1680-1734.

US Small Business Administration. (2011). En crecimiento, Las Compañías Manufactureras Pequeñas. *US Small Bussiness Administration*.

Valdez, J. A., & Soto, G. A. (2012). Las MIPYMES en el contexto mundial: sus particularidades en México. *Iberoforum. Revista de Ciencias Sociales de la Universidad Iberoamericana*.

Vasquez, A. (2000). *La Política de Desarrollo Económico Local*. Obtenido de [http://cite.flacsoandes.edu.ec/media/2016/02/Vazquez-A\\_2000\\_La-politica-de-desarrollo-economico-local.pdf](http://cite.flacsoandes.edu.ec/media/2016/02/Vazquez-A_2000_La-politica-de-desarrollo-economico-local.pdf)

Veciana, J. M. (1989). *Características del Empresario en España*. Papeles de Economía Española.

Villa , S. (9 de 03 de 2016). 23% de los mexicanos emprende por necesidad. *Entrepreneur*.

## Anexos

### Guía de Entrevista del Dr. Francisco Díaz Bretones.

#### Datos de la Empresa

- a. Nombre de la Empresa:
- b. Localización \_\_\_\_\_
- c. Dirección \_\_\_\_\_
- d. Localidad \_\_\_\_\_
- e. Teléfono \_\_\_\_\_
- f. Actividad \_\_\_\_\_
- g. Fecha de creación \_\_\_\_\_

#### Datos personales

1. ¿Es socio fundador de la empresa?

Sí \_\_\_\_\_ No \_\_\_\_\_

Cargo:

Presidente \_\_\_ secretario \_\_\_ Gerente \_\_\_ Socio \_\_\_\_\_

2. ¿Qué edad tenía al entrar en la empresa?: \_\_\_\_\_

3. Lugar de nacimiento: \_\_\_\_\_

4. Sexo:

Mujer \_\_\_ Hombre \_\_\_

5. Estado Civil:

Soltero \_\_\_ Casado \_\_\_ Divorciado \_\_\_ Viudo \_\_\_

5.1 Estudios de la pareja

Sin estudio \_\_\_ Primarios \_\_\_ Bachillerato \_\_\_ Universidad \_\_\_ Otros: \_\_\_\_\_

5.2 Profesión de la pareja: \_\_\_\_\_

## Datos familiares

### 6.1 Padre

#### Nivel de Estudios

a) Sin estudio \_\_ b) primarios\_\_ c) secundaria \_\_d) preparatoria\_\_ e) Universidad \_\_

6.1.2. Profesión: \_\_\_\_\_

6.1.3. Sector de actividad: \_\_\_\_\_

6.1.4. Trabajos que ha desempeñado: \_\_\_\_\_

6.1.5. Trabajos por cuenta propia: \_\_\_\_\_

### 6.2. Madre

#### 6.2.1. Estudios

a) Sin estudio \_\_ b) primarios\_\_ c) secundaria \_\_d) preparatoria\_\_ e) Universidad \_\_

6.2.2. Profesión: \_\_\_\_\_

6.2.3. Sector de actividad: \_\_\_\_\_

6.1.4. Trabajos que ha desempeñado: \_\_\_\_\_

6.1.5. Trabajos por cuenta propia: \_\_\_\_\_

### 6.3. Hermanos

Número de varones \_\_ Número de mujeres \_\_ Edad del mayor (en años): \_\_\_\_\_

#### Estudios

a) Sin estudio \_\_ b) primarios\_\_ c) secundaria \_\_d) preparatoria\_\_ e) Universidad \_\_

6.1.4. Trabajos que ha desempeñado: \_\_\_\_\_

6.1.5. Trabajos por cuenta propia: \_\_\_\_\_

“Factores sociodemográficos que influyen en la actividad emprendedora”: Caso de estudio comparativo entre diez emprendedores del Estado de Hidalgo

---

---

7. Nivel de estudios del emprendedor

a) Sin estudio \_\_ b) primarios \_\_ c) secundaria \_\_ d) preparatoria \_\_ e) Universidad \_\_

Profesión: \_\_\_\_\_

8. ¿A qué edad inicio con su empresa?

9. Considera que la experiencia laboral previa a la creación de su empresa contribuyó en conocimiento para su empresa y toma de decisiones.

8.- ¿Qué personas ingresan dinero en su casa?

8.1. Padre \_\_ 8.2. Madre \_\_ 8.3. El encuestado \_\_ 8.4. Su pareja \_\_ 8.5. Hermanos ¿Cuántos?  
\_\_\_\_\_ 8.6. Otros ¿Quiénes? \_\_\_\_\_

9.- ¿Dónde vivía cuando creo su empresa?

\_\_\_\_\_

10.- ¿Que formación tenía cuando entró en la empresa?

a) Sin estudio \_\_ b) primarios \_\_ c) secundaria \_\_ d) preparatoria \_\_ e) Universidad \_\_

f) Maestría \_\_

11.- Situación laboral cuando creo la empresa.

a). Desempleado \_\_ b) Asalariado \_\_ c) Empresario \_\_ d) Estudiante \_\_

12.-Nombre por orden los lugares en los que ha trabajado:

Empresa	Lugar	Cargo	Duración	Tipo de contrato

“Factores sociodemográficos que influyen en la actividad emprendedora”: Caso de estudio comparativo entre diez emprendedores del Estado de Hidalgo

---

13.- ¿Estaba satisfecho en su último trabajo? (1 a 5): \_\_\_\_

14.- ¿A qué edad empezó a trabajar? \_\_\_\_\_ años

15.- ¿Alguna vez había creado una empresa?

No \_\_\_\_ (Ir a pregunta 16): Si \_\_\_\_ En caso afirmativo rellenar: \_\_

¿Dónde? \_ \_\_\_\_\_

¿Qué actividad tenía la empresa? \_\_\_\_\_

¿Durante cuantos años permaneció? \_\_\_\_\_

16.- ¿Tiene algún familiar que pertenezca o haya pertenecido a una empresa de trabajo asociado?

No \_\_\_\_ (ir a pregunta 17) Sí \_\_\_\_ (en caso afirmativo rellenar el más cercano)

¿Quién? \_\_\_\_\_

¿Dónde? \_\_\_\_\_

¿Qué actividad tiene la empresa? \_\_\_\_\_

17.- ¿Tiene algún familiar que sea o haya sido empresario?

No (ir a pregunta 18): \_\_\_\_ Sí (en caso afirmativo rellenar el más cercano): \_\_\_\_

¿Quien? \_\_\_\_\_

¿Dónde? \_\_\_\_\_

¿Qué actividad tiene la empresa? \_\_\_\_\_

18.- Basándose en su experiencia, ¿cite por orden de importancia los motivos que lo llevaron a ser empresario?

20.- ¿Su familia le apoyo en la constitución de la empresa?

a) Me animaron \_\_ b) Me ayudaron económicamente \_\_

“Factores sociodemográficos que influyen en la actividad emprendedora”: Caso de estudio comparativo entre diez emprendedores del Estado de Hidalgo

---

c) No me ayudaron, pero no pusieron inconvenientes \_\_\_\_ d) Pusieron inconvenientes \_\_\_\_

21.- Enumere por orden de importancia los motivos por los que usted creo la empresa.

a) Para ganar más dinero \_\_\_\_

b) Por afinidad ideológica \_\_\_\_

c) Por desarrollo profesional \_\_\_\_

d) Para tener un puesto de trabajo \_\_\_\_

e) Por independencia económica y personal \_\_\_\_

f) Para aprovechar una oportunidad \_\_\_\_

g) Por el grupo de personas que la integrábamos \_\_\_\_

22.- ¿Hubo alguna persona o personas importantes a la hora de constituir su empresa (indicar cargo o afinidad):