



**UNILA**  
Universidad Latina

**UNIVERSIDAD LATINA S.C.**

INCORPORADA A LA UNAM

---

---

**“Principales diferencias y similitudes de un  
emprendedor en el siglo XXI, en comparación con tres  
teorías contemporáneas del emprendimiento”**

**TESIS**

**PARA OBTENER EL TÍTULO DE:**

**LICENCIADO EN ADMINISTRACIÓN**

**P R E S E N T A:**

**KARLA ZAYELLY MONDRAGÓN VALADEZ.**

**ALDO DÍAZ ROMERO.**

ASESORA: MTRA. CAROLINA GÓMEZ LUNA

CD.MX., 2021



Universidad Nacional  
Autónoma de México



**UNAM – Dirección General de Bibliotecas**  
**Tesis Digitales**  
**Restricciones de uso**

**DERECHOS RESERVADOS ©**  
**PROHIBIDA SU REPRODUCCIÓN TOTAL O PARCIAL**

Todo el material contenido en esta tesis esta protegido por la Ley Federal del Derecho de Autor (LFDA) de los Estados Unidos Mexicanos (México).

El uso de imágenes, fragmentos de videos, y demás material que sea objeto de protección de los derechos de autor, será exclusivamente para fines educativos e informativos y deberá citar la fuente donde la obtuvo mencionando el autor o autores. Cualquier uso distinto como el lucro, reproducción, edición o modificación, será perseguido y sancionado por el respectivo titular de los Derechos de Autor.



## Índice General

Agradecimientos.....1

Introducción.....5

### CAPÍTULO I

1.1 Justificación.....8

1.2 Objetivos.....9

1.3 Planteamiento de problema.....10

1.4 Estudios previos.....11

1.5 Delimitación del problema.....28

1.6 Cuadro de análisis.....31

1.7 Preguntas de investigación.....32

1.8 Hipótesis desde la postura nula.....32

1.9 Cuadro de congruencia.....33

### CAPÍTULO II

Marco Conceptual.....36

2.1 Referencias/ Definiciones.....36

2.1.1 Emprendedor.....36

2.1.2 Emprender.....36

2.1.3 Capital.....37

2.1.4 Empresa.....38

2.1.5 Gobierno.....	38
2.1.6 Tecnología.....	39
2.1.7 Financiamiento.....	40
2.1.8 Aceleradora.....	41
2.1.9 Incubadora.....	41
2.1.10 Creatividad.....	42
2.1.11 Personalidad.....	42
2.1.12 Innovación.....	43
2.1.13 Administración.....	44
2.1.14 Rentabilidad.....	45
2.1.15 Liderazgo.....	46
2.1.16 Pobreza.....	46
2.1.17 Desempleo.....	47
2.1.18 Empleabilidad.....	48
2.1.19 Cultura.....	49
2.1.20 Conocimiento.....	50
2.1.21 Habilidades.....	51
2.1.22 Negocio.....	52
2.1.23 Estabilidad.....	53
2.1.24 Estrategias.....	54
2.1.25 Formación Académica.....	55
2.2 Modelos.....	56
2.2.1 Modelo McClelland.....	56

2.2.2 Modelo Huuskonen.....	62
2.2.3 Modelo de Shapero.....	64
Marco Contextual.....	64
1. Principales rasgos socioeconómicos que se identifican en un emprendedor en el siglo XXI.....	69
2. Emprendedurismo desde la perspectiva de tres teorías contemporáneas y cómo han evolucionado.....	72
2.1 Conclusión.....	74
3. Ventajas y desventajas que tienen los aspectos teóricos y prácticos para la creación de un negocio.....	74
3.1 Conclusión.....	77
4. Inclusión de habilidades de emprendedurismo en los planes de estudio.....	79
4.1 Conclusión.....	80
CAPÍTULO III	
Metodología.....	86
3.1 Tipo de estudio.....	86
Justificación de la alcaldía.....	87
3.2 Fórmula.....	87
3.3 Selección de la muestra.....	89
Justificación de la muestra.....	91
Análisis de datos.....	93
3.4 Gráficas e interpretación.....	93

3.5 Resultados del test.....	107
3.6 Análisis de los resultados.....	127
3.7 Contrastación de hipótesis (nula y alterna).....	132
CAPÍTULO IV	
Conclusiones.....	135
4.1 Conclusión general.....	135
4.1.1 Limitaciones.....	137
4.1.2 Perspectivas futuras.....	138
Referencias bibliográficas.....	139
ANEXOS	
A. Modelo de Personalidad Emprendedora.....	146
B. Cuestionario para los emprendedores.....	149
C. Test de las características del emprendedor.....	157
D. Interpretación del test.....	158
E. Población por alcaldía de la CDMX.....	159
F. Variación porcentual de la población 1980-2015.....	160

## Índice de tablas

Tabla 1. Resultados de las investigaciones sobre los sistemas de organización de las PYMES para el fuerte crecimiento.....	23
Tabla 2. Resultados de las investigaciones sobre los recursos y capacidades de las PYMES para el fuerte crecimiento.....	24
Tabla 3. Diferencias y aportaciones en los resultados de las investigaciones sobre las estrategias que implementan las PYMES para el fuerte crecimiento.....	25
Tabla 4. Definiciones de las competencias del emprendedor.....	29
Tabla 5. Congruencia de los objetivos, las preguntas y las hipótesis de la investigación.....	33
Tabla 6. Conocimientos básicos de los cuatro factores de consumo .....	82
Tabla 7. Puntuación Z para medir la desviación estándar.....	88
Tabla 8. Población actual en la CDMX y en la alcaldía Cuauhtémoc.....	90
Tabla 9. Resultados de las características del emprendedor.....	107
Tabla 10. Preguntas con mayor porcentaje en la respuesta definitivamente sí en el ámbito personal.....	110
Tabla 11. Preguntas con porcentaje en la respuesta probablemente sí en el ámbito personal.....	111

Tabla 12. Preguntas con porcentaje en la respuesta definitivamente sí en el ámbito empresarial.....	112
Tabla 13. Preguntas con porcentaje en la respuesta probablemente sí en el ámbito empresarial.....	113
Tabla 14. Similitudes y diferencias de las encuestas con la teoría de Shapero.....	130
Tabla 15. Similitudes y diferencias de las encuestas con la teoría de McClelland.....	130
Tabla 16: Similitudes y diferencias de las encuestas con la teoría de Huuskonen.....	131

### **Índice de figuras**

Figura 1. Análisis del entorno del emprendedurismo.....	14
Figura 2. Características y teorías del emprendedurismo.....	31
Figura 3. Secuencia lógica del pensamiento del emprendedor.....	57
Figura 4. Modelo del Proceso Emprendedor Huuskonen.....	64
Figura 5. "Grado de Estudios".....	93
Figura 6. "Género" .....	93
Figura 7. "Edad" .....	94
Figura 8. "Ocupación" .....	90

Figura 9. Durante "Grado de estudios" ¿Contaba usted con empleo?..	96
Figura 10. Al egresar del "Grado de estudio", ¿Qué fue lo primero que comenzó a hacer?.....	96
Figura 11. ¿Crees que lo aprendido durante el “Plan de estudios” fue lo suficiente para comenzar su propia empresa? ¿Por qué?.....	97
Figura 12. ¿Cuáles fueron las causas principales por las que inicio su empresa?.....	98
Figura 13. ¿Qué conocimientos adicionales cree usted que se necesita para comenzar su propia empresa?.....	99
Figura 14. ¿Qué lapso de tiempo le tomo a usted dar comienzo a su empresa?.....	100
Figura 15. ¿Cómo fue su inversión inicial?.....	100
Figura 16. ¿Cuántos años de operación lleva la empresa?.....	101
Figura 17. ¿Conoce los programas de “Aceleradoras de negocio” o “Incubadora de negocio?.....	102
Figura 18. ¿Cómo eligió el sector de su empresa?.....	103
Figura 19. Al comenzar una empresa, ¿Cuáles serían las tres principales cualidades que buscaría en un empleado?.....	104
Figura 20. ¿Utiliza algún método tecnológico para el desarrollo de su empresa?.....	104

Figura 21. ¿Utiliza algún método tecnológico para el desarrollo de su empresa? ¿Cuáles?.....	105
Figura 22. Al tener usted su propia empresa, ¿Contrataría a recién egresados sin experiencia para el puesto? ¿Por qué?.....	106
Figura 23. A menudo tengo ideas originales y las pongo en práctica.....	114
Figura 24. Cometo errores y me equivoco, pero sé que puedo hacer las cosas bien.....	114
Figura 25. Cuando quiero algo, insisto hasta que lo consigo.....	115
Figura 26. Cuando invierto mi dinero, prefiero arriesgarlo en algo que pueda darme más ganancias en un depósito a plazo fijo.....	115
Figura 27. No me resulta difícil encontrar varias soluciones a un mismo problema.....	116
Figura 28. Puedo resolver problemas con rapidez, incluso bajo presión.....	116
Figura 29. Veo posibilidades creativas (de innovación) en cada cosa que hago.....	117
Figura 30. Creo con firmeza en que tendré éxito en todo lo que me proponga hacer.....	117
Figura 31. Creo con firmeza que, si la primera vez no lo logro, debo intentarlo una y otra vez.....	118

Figura 32. Cuando pienso en emprender un negocio, no me asusta la idea de lo desconocido.....	118
Figura 33. Cuando enfrento un problema, me gusta encontrar nuevas maneras de resolverlo.....	119
Figura 34. Me considero una persona ingeniosa, en especial cuando se presentan situaciones difíciles.....	119
Figura 35. Disfruto buscando nuevas formas de ver las cosas, en lugar de guiarme por las ideas ya conocidas.....	120
Figura 36. No me desaliento si encuentro obstáculos para alcanzar mis metas.....	120
Figura 37. Considero que a veces el riesgo es estimulante.....	121
Figura 38. Estoy convencido de mis capacidades y sé muy bien cómo explotarlas.....	121
Figura 39. Creo en el refrán: "quien no arriesga no gana".....	122
Figura 40. Estoy seguro de mis propias ideas y posibilidades.....	122
Figura 41. Aunque no alcance mis objetivos en poco tiempo, no pierdo el interés.....	123
Figura 42. Me entusiasma realizar cosas nuevas e inusuales.....	123
Figura 43. Con frecuencia encuentro soluciones rápidas y eficaces a los problemas.....	124

Figura 44. Soy bueno para enfrentar una gran cantidad de problemas al mismo tiempo.....	124
Figura 45. Considero que la perseverancia es importante para llegar al éxito.....	125
Figura 46. Me siento seguro, incluso cuando alguien crítica lo que he hecho.....	125
Figura 47. Creo que en la vida hay que tomar riesgos para ganar más o alcanzar metas más altas.....	126

## **Agradecimientos**

En primer lugar, doy gracias a dios y a la vida por permitirme llegar a este punto, por darme la luz, fuerza y valor, así como ayudarme a sobrepasar todos los obstáculos de mi vida.

Agradezco también a mis padres, Delfino y Enedina que son los pilares de mi vida, mis dos grandes amores que gracias a ellos estoy donde estoy, sin su ayuda incondicional, cariño y amor, no sería la persona que soy hoy en día, siempre estaré agradecido por todo lo que han hecho por mí, son mi ejemplo y lo serán hasta el último día.

A mis hermanos, por siempre estar ahí, por apoyarnos y seguir adelante con cada uno de nuestros proyectos, por los consejos, por las risas y por acompañarme en mis sueños y metas.

A mi novia, por siempre apoyarme, por darme consejos, por siempre darme su amor y estar ahí cuando lo necesito, por estar en triunfos y derrotas y por ser el gran amor de mi vida.

Por último, también agradecer a la Profesora Carolina, nuestra asesora de tesis, por todas las herramientas, asesorías y su valiosa guía que compartió en la realización de este proyecto, así como de mi formación profesional.

Gracias a todos los que nos brindaron su ayuda en este proyecto.

**Aldo Díaz Romero**

## **Agradecimientos**

Principalmente quiero agradecer a Dios por guiarme en mi camino y por permitirme concluir con mi objetivo.

La educación es un camino difícil de cruzar, los objetivos son claros, pero al principio la meta parece lejana y en ocasiones inalcanzable, pero es ahí cuando mis padres Carlos Mondragón y Karina Valadez me apoyaron, me impulsaron a no dejar de intentar, a nunca rendirme, a esforzarme un día a la vez sin perder de vista la meta, les agradezco la confianza, la tolerancia, los regaños y el amor que me han brindado durante toda mi vida.

Agradezco a mi hermana Kimberly Mondragón por el apoyo, los consejos y los diferentes puntos de vista que me proporcionó para poder hacer esta tesis realidad.

A mi novio por estar conmigo incluso los momentos más turbulentos, sé que este proyecto no fue fácil, pero estuviste motivándome y ayudándome hasta donde te era posible.

Por otro lado, de igual manera a todos mis profesores dentro de la Universidad Latina Campus Roma, los cuales en el transcurso de estos cuatro años de aprendizaje me enseñaron a mí y a mis compañeros a no ser sólo una persona más, nos enseñaron a ser seres humanos de bien, con principios, con metas, con ambición, con valores y sobre todo a ser profesionales en cada ámbito que desarrollemos durante nuestra vida laboral.

Por último, quiero agradecer en especial a la profesora Carolina Luna, por todos los consejos que durante estos cuatro años me proporciono, por su apoyo y confianza en este trabajo y su capacidad para guiar.

Y a todos los que han estado a mi lado en este largo proceso muchísimas gracias.

**Karla Zayelly Mondragón Valadez.**

## **Introducción**

## Introducción

La presente tesis tiene como objetivo conocer las principales diferencias y similitudes que tiene los emprendedores del siglo XXI en comparación con los autores: Shapero, Huuskonen y McClelland, ya que consideramos que sus modelos son viables para la investigación y con ellos se explicará detalladamente el perfil adecuado u óptimo para futuros emprendedores. Está conformada por 5 capítulos en donde se fundamenta dicho trabajo.

En el capítulo uno se describen todas las bases de la investigación, tomando en cuenta la justificación, los objetivos, el planteamiento del problema, los estudios previos, la delimitación del problema, el cuadro de análisis, las preguntas de investigación, la hipótesis nula y el cuadro de congruencia; todo esto permite desarrollar adecuadamente el fin de la investigación.

Mientras que en el capítulo dos se desarrolla el marco conceptual y contextual, que permiten cimentar las bases teóricas de la investigación, en una primera parte se definen los términos empleados en la investigación como: emprendedor, financiamiento, liderazgo, negocio, capital, administración, entre otros. Posteriormente, se describen los modelos de McClelland, Huuskonen y Shapero, los cuales permitirán dar resolución y sustento al estudio. Y en la última parte se retoman las investigaciones en el siglo XXI sobre el emprendurismo en México como: los principales rasgos socioeconómicos que se identifican en un emprendedor, el emprendurismo desde la perspectiva de tres teorías contemporáneas y cómo han evolucionado en la actualidad, las ventajas y desventajas que tiene los aspectos teóricos y prácticos para la creación

de un negocio e inclusión de habilidades de emprendedurismo en los planes de estudio.

En el capítulo tres se muestra toda la metodología empleada en la investigación, en donde se utilizó una serie de instrumentos para medir el nivel de emprendimiento que hay en la alcaldía Cuauhtémoc de la Ciudad de México (CDMX), con la finalidad de conocer cuáles fueron sus principales motivaciones, causas o circunstancias que los llevaron a la creación de un negocio propio, así como sus estrategias, formación académica, habilidades, aptitudes, entre otros.

En el último capítulo se describirán los resultados obtenidos en las encuestas y los test previos, así como la comparación con los modelos elegidos en la investigación, con esto se desarrollará un perfil más acorde al emprendedurismo en el siglo XXI, esto ayudará a incrementar el nivel de vida de las empresas en la actualidad que estará relacionado con la reducción del desempleo y crecimiento económico en la ciudad. En la actualidad sufrimos una crisis por inflación y dependencia de otros países, sin embargo, México es la tercera economía más grande del continente, por lo cual el crecimiento gradual del emprendedurismo es un área de oportunidad para que la economía tenga mayores porcentajes en futuros años.

Finalmente se presentarán las conclusiones, las limitaciones, las perspectivas futuras y las referencias bibliográficas.

## Capítulo I

## 1.1 Justificación

La presente investigación se enfocará principalmente en poder crear un perfil del emprendedor actual, con características empíricas y teóricas, para que futuras generaciones puedan tener una base concreta que ayude a la creación de un negocio sin haber obtenido conocimientos previos en una carrera administrativa o afín, es por ello que se basará en experiencias de cada una de las personas encuestadas de la muestra generada para esta investigación en la alcaldía Cuauhtémoc (CDMX) entre el año 2017 al 2018, que han creado un negocio sin haber adquirido un conocimiento previo que los ayudara en el proceso y así poder coadyuvar a futuras empresas, para que perduren con el tiempo sin tener dificultades por no tener una herramienta básica que solucione los problemas que enfrentan día a día en un negocio, que pretenderá disminuir el porcentaje del año anterior de empresas o pequeñas y medianas empresas (PYMES) que cierran operaciones en un lapso de tiempo de cinco años y así también ayudar al desempleo que crece cada vez más en la CDMX.

El propósito de esta investigación es encontrar motivaciones actuales de por qué surge una idea de creación de un negocio en el siglo XXI, con la finalidad de que contribuya a dar el primer paso al emprendimiento, sin temor al fracaso y lograr el éxito deseado.

## **1.2 Objetivos**

### **Objetivo Principal.**

Identificar la existencia de diferencias y similitudes entre un emprendedor en el siglo XXI entre los años 2017 y 2018 en la alcaldía Cuauhtémoc (CDMX) y un perfil desarrollado con base en tres teorías contemporáneas de emprendimiento en la Ciudad de México.

### **Objetivos Específicos.**

- 1) Descubrir los cinco principales rasgos socioeconómicos que se identifican en un emprendedor en el siglo XXI entre los años 2017 y 2018.
- 2) Analizar el concepto de emprendedurismo desde la perspectiva de tres teorías contemporáneas y cómo ha evolucionado.
- 3) Describir las principales ventajas y desventajas que tienen los aspectos teóricos y prácticos para la creación de un negocio en la alcaldía Cuauhtémoc (CDMX).
- 4) Considerar si los planes de estudio influyen o aportan a la toma de decisiones para iniciar un negocio.

### **1.3 Planteamiento del problema**

#### **Problematización.**

Hoy en día las personas en el siglo XXI tienden a tener un contexto diferente de qué es el emprendedurismo y cómo han ejecutado un negocio propio sin tener algún conocimiento o teoría establecida que sirva como base para tener éxito.

Es por ello que, las personas tienen un marco empírico que está conformado por experiencia, suerte, necesidad, opiniones de terceras personas, entre otros, que ayudan a la creación de su propia empresa sin importar el giro, tamaño y ubicación que esté tenga.

Estudios anteriores han señalado que en la CDMX en el último año de acuerdo con los datos oficiales existen 4.2 millones de unidades económicas en el país, el cual 99.8% son PYMES. Sin embargo, el 65% de las empresas fracasan antes de cumplir los cinco años y el promedio de la esperanza de vida es de tan solo 8 años (López, 2019).

Una de las principales causas por las que las empresas no siguen en el mercado es por la falta de conocimientos, habilidades, experiencias y personalidad que debe requerir un emprendedor y los llevan a cerrar operaciones en el mercado donde se están desarrollando.

Por ello, es necesario contar con un perfil del emprendedor idóneo con base en fundamentos teóricos y prácticos, para que las personas que quieran tener su propia empresa puedan ejecutar con facilidad su plan de negocio y puedan adquirir una base

de conocimientos sólidos que les ayuden a establecer planes de acción contra futuros problemas, en dónde se presenten y así emprendedores actuales y futuros tenga fundamentos teóricos y emotivos sobre la creación de una empresa y cómo éstas se manejan en el siglo XXI.

#### **1.4 Estudios previos**

##### **1. “Los retos del emprendimiento en México”, de Medrano, Sandoval y Tavera (2017).**

En México los emprendedores no son capaces de establecer las estrategias adecuadas para cautivar al mercado y con ello asegurar la venta de sus productos, sino hay ingresos es obvio que el fin ineludible es la quiebra (Hernández, 2016).

Identificar las principales barreras y retos que tiene el emprendedor mexicano hoy en día es de suma importancia para que tanto el emprendedor, las instituciones y el gobierno canalicen esfuerzos de manera conjunta, para que el mayor número de emprendimientos consiga el éxito y con ello se impacte de manera positiva en la economía del país.

El Financiero (2014) menciona que unas de las tendencias y retos del emprendedor mexicano son la perspectiva internacional y generación de empleos. Las principales barreras son los monopolios y el difícil acceso al financiamiento; algunos factores de emprendimiento son:

- Los emprendedores: deben desarrollarse como emprendedores con potencial y crear las condiciones para que escalen sus proyectos globales.

- Los fondos: que los inversionistas de capital de riesgo se compongan de al menos 50%, que tengan experiencia o conocimiento acerca de la industria o giro sobre el que se fundamenta el emprendimiento en el cual desean invertir, que los fondos públicos sean un medio no un fin y crear esquemas financieros sustentables que generen retornos atractivos para sus inversionistas.
- El gobierno: revisar la normatividad y los protocolos de asignación de los recursos públicos, para acotar el apoyo requerido para crear y detonar proyectos sustentables y que estos sean confiables.
- Las universidades: lograr que las universidades sean instrumentos amplificadores para los emprendedores en etapas tempranas, para que puedan apoyarlos e impulsarlos sin importar si son o no alumnos de las mismas.

Para definir los retos del emprendedor mexicano en la investigación de Medrano, Sandoval y Tavera (2017) se aplicó una metodología documental y descriptiva, considerando los indicadores de porcentaje de éxito de las PYMES, su participación en el Producto Interno Bruto (PIB) y la generación de empleos, se consideran los siguientes parámetros: ventaja competitiva, competencia global, inteligencia financiera, inteligencia emocional, modelo StartUp, el entorno del emprendedor, vinculación con instituciones educativas y programas gubernamentales de apoyo para emprendedores.

### **1.1 “El estudio del emprendimiento en México” de González (s/f).**

Gran parte de la riqueza en México es resultado de la contribución de los emprendedores en la economía del país; las micro-pequeñas y medianas empresas representan el 99% de las empresas en México (Secretaría de Economía, 2012), creando alrededor de 730,000 empleos al año (INEGI, 2011).

Sin embargo, no todos los emprendimientos que surgen son exitosos, ni todos los emprendimientos generados cuentan con la innovación que les permita tener alta competitividad y eficiencia para perdurar en el mercado (Porter, 1980).

México actualmente es considerado como un país cuya economía es basada en la eficiencia, uno de los aspectos que se destaca es el tamaño de mercado, el cual ocupa la posición 12 a nivel mundial; este atributo permite que sea atractivo para la actividad emprendedora, pues existe un gran consumo interno.

Contrario a este hecho se encuentra la posición relacionada con las instituciones, los servicios públicos, la política pública, entre otras, en donde México ocupa la posición 106 como resultado de la corrupción (Schwab, 2010).

En los últimos años factores como la inseguridad y la violencia ocasionada por el crimen organizado han generado que de alguna forma los emprendedores vivan situaciones de riesgo como: el pago de derecho de uso de piso, la posibilidad de ser secuestrado, o ser matado al no contribuir económicamente con los grupos delictivos. En este sentido, el análisis del entorno y del mismo emprendedor requiere analizarse con el objetivo de apoyarlo en situaciones de violencia e incertidumbre.

**Figura 1.** *Análisis del entorno del emprendedurismo.*

1. Instituciones.
2. Infraestructura.
3. Estabilidad macroeconómica.
4. Salud y educación primaria.
5. Educación superior y capacitación.
6. Eficiencia en el mercado de bienes.
7. Eficiencia en el mercado laboral.
8. Sofisticación del mercado financiero.
9. Preparación tecnológica.
10. Tamaño de mercado.
11. Sofisticación empresarial.
12. Innovación.

*Figura1: Tomada de Porter & Schwab, 2008, pág. 20.*

## **2. “Factores de entorno determinantes del emprendimiento en México”, de García, Zerón y Sánchez (2018).**

El primer estudio sobre emprendimiento fue desarrollado por Cantillon en 1755, quien lo definía como el nacimiento de empresas sin seguridad de éxito, a lo largo del tiempo, se ha logrado consensuar la definición de emprendimiento como: el desarrollo de un proyecto que persigue un fin económico, el cual posee ciertas características entre ellas la innovación y donde se considera cierto grado de inseguridad.

Por otra parte, Stevenson y Gumpert (1985) enfatizan que es importante definir al emprendedor desde su capacidad de innovación, en donde, además de ser creador de una empresa, busca continuamente la oportunidad de generar nueva riqueza. Es necesario precisar que la creación y el desarrollo de nuevas empresas contribuyen decisivamente a lograr el deseado bienestar para una sociedad, dado que permite incrementar el nivel de empleo, impulsar la innovación y mejorar la competitividad.

Desde hace varias décadas se ha considerado la creación de empresas como una fuerza crítica para el crecimiento económico de un país, porque supone nuevos puestos de trabajo, aumento de ingresos por impuestos, crecimiento de exportaciones, así como el aumento de la productividad nacional, por consiguiente, una afectación directa al PIB. No obstante, las políticas públicas no son el único elemento que puede favorecer al emprendimiento, lo cual obliga a buscar otros aspectos o factores que sean determinantes para ello.

Esto ha llevado a la especialización de una línea de investigación de emprendimiento, fenómeno que en sus inicios se observaba como el nacimiento de

empresas, las cuales se encuentran en una constante situación de incertidumbre sobre sus resultados y en donde el empresario debe aplicar sus habilidades para que dichas organizaciones puedan generar un rendimiento económico (Cantillon, 1755).

Otras de las nuevas tendencias en esta línea de investigación es la seguida por Reynolds et al, (2005) quienes relacionan el emprendimiento al concepto del autoempleo, así como la temática actual de observar la fuerte relación entre la creación de empresas y su gestión. Cruz & Justo (2017) realizaron un estudio sobre las familias emprendedoras de pequeñas y medianas empresas y en los últimos años, se enfatiza en el auge del emprendimiento social, entre otras temáticas.

### **3. “Emprendimiento Empresarial Juvenil: Una evaluación con jóvenes estudiantes de universidad” de García (2015).**

Hoy en día México se enfrenta a una crisis de desempleo juvenil de altas proporciones, de acuerdo a la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económicos (OCDE), es la cuarta con los indicadores de desempleo más bajos con un 4.9% de la población económica activa (PEA), para el año 2014 se ubicaba en dicha condición, la tasa de desempleo juvenil para el mismo periodo de medición alcanzó el 9.6%, es decir, duplicó la tasa de desempleo general (OCDE, 2014).

Datos de la Encuesta Nacional de Ocupación y Empleo del año 2013 del Instituto Nacional de Estadística y Geografía (INEGI) indicaron que el 33% de jóvenes de estratos altos con estudios profesionales terminados, laboraban en ocupaciones no profesionales, mientras que, para el caso de los individuos jóvenes de estratos bajos

con estudios profesionales terminados, el 60% laboraba en ocupaciones no profesionales.

Dado lo anterior, diversas instituciones tanto públicas como privadas, han impulsado propuestas para atender las tasas de desocupación e informalidad que enfrenta la población joven; una de las estrategias empleadas para la crisis del desempleo juvenil es fomentar el emprendimiento, para que ellos generen su propia empresa o se autoempleen.

El artículo presenta información respecto a las tasas de desempleo e informalidad que enfrenta la PEA Juvenil en México, en este sentido, los datos que se recuperan sirven como indicadores para evidenciar que el problema de la crisis de empleo juvenil no es un fenómeno coyuntural, sino de largo plazo y estructural.

La propuesta descrita en el artículo radica en argumentar que la estrategia de fomento al emprendimiento empresarial juvenil, sólo podrá ser viable si se entiende desde dos enfoques fundamentales: 1) desde el enfoque interdisciplinario y 2) desde el enfoque multisectorial.

Para el caso de México, el emprendimiento empresarial juvenil ha cobrado gran importancia, ya que, desde el punto de vista gubernamental, académico y empresarial, la incursión de la gente joven a esta lógica organizacional coadyuvaría entre otras cosas a: 1) la generación de empleos, 2) la reducción de las cifras de desempleo e informalidad juvenil y 3) la generación de procesos de vinculación en las trayectorias educativo-laborales. Por lo mismo, desde varias Secretarías de Estado, Cámaras

Empresariales, Instituciones Académicas y Organizaciones Civiles, se han impulsado diversas estrategias para fomentar el emprendimiento empresarial en la gente joven.

En este sentido, es importante indicar que dichas estrategias encaminan sus actividades a enseñar a la gente joven modelos de gestión que les permitan optimizar los recursos con los que se cuenta y al mismo tiempo generar subjetividades con las que puedan auto-responder a las necesidades y requerimientos que el mercado exige (Rojas y Castellanos, 2014).

Indicado lo anterior, la investigación definió el emprendimiento empresarial juvenil como aquellos procesos formales y legales que se llevan a cabo por sujetos jóvenes, orientados a satisfacer una necesidad específica en el mercado, contribuyendo con ello a fortalecer el mercado de trabajo de bienes, técnicas y/o servicios, mediante el aprovechamiento de las oportunidades estructurales que existen, permitiendo así impulsar un posicionamiento y un agenciamiento del sujeto joven y de su diversidad.

#### **4. “Emprendimiento de la población joven en México una perspectiva crítica”, de Canales, Román y Ovando (2017).**

Este artículo retoma las características sociodemográficas que tienen los jóvenes actualmente en México para saber si tienden a crear una empresa por carencias de oportunidades de empleo o cuáles son las causas principales; de igual forma explica qué es el emprendimiento, los principales pioneros respecto al estudio económico del emprendimiento y algunos planteamientos de la llamada Global Entrepreneurship Monitor (GEM) y del Sistema de Desarrollo Emprendedor.

El concepto de emprender no sólo comprende el desarrollo de un proyecto, sino un proceso social complejo compuesto de una serie de conexiones entre el emprendedor y

su entorno familiar, educativo y cultural que, de manera agregada, proveen habilidades, experiencias y conocimientos.

El modelo Shapero (1984) segmenta el emprendimiento en tres fases: 1) desplazamiento que es el conjunto de eventos positivos (logro de objetivos) o negativos (desempleo y frustración), que inciden sobre la actitud de las personas hacia el emprendimiento; 2) deseo de percepción, identifica la trascendencia de las relaciones personales y el ambiente familiar, cultural, social y educativo sobre el estímulo a las habilidades empresariales, que convierten a los sujetos en emprendedores potenciales y 3) la acción o percepción de factibilidad, se caracteriza por el comportamiento y la audiencia del emprendedor para obtener los recursos necesarios enfocados en el nacimiento de su empresa.

La metodología del modelo CANVAS es un esquema simplificado a los factores incidentes en el desarrollo de una idea de empresa y se componen de nueve elementos agrupados en dos secciones: empresa y mercado. De igual forma, McClellan enfatiza en el logro de objetivos personales y profesionales como factores que llevan a los individuos a convertirse en emprendedores.

En México no existe un documento oficial en donde se demuestre que desempeño hay en el emprendimiento, aunque en los estudios realizados por el Observatorio Nacional del Emprendedor apuntan que los dueños de las empresas pequeñas han tenido la necesidad de pagar una cuota adicional, con el fin de acelerar los trámites de su negocio. El marco del reporte presentado por el Instituto Mexicano para la Competitividad (IMCO), puntualiza que en México el emprendedor micro genera el 52% del PIB y crea 72% de los empleos; los principales obstáculos a los que se enfrenta son

la corrupción, sobornos, entre otros. La Encuesta Nacional de Ocupación y Empleo (ENOE) señala que la población emprendedora en México comprende 5 mil 883 personas, de las cuales 5 mil 331 son adultos de 30 a 59 años y 522 jóvenes cuya edad está entre los 18 y 29 años con representatividad a nivel nacional.

**5. “Motivaciones y obstáculos para el emprendedurismo: una perspectiva de género desde los jóvenes universitarios” de García, Ordoñez y Avilés (2016).**

El artículo señala como las diferencias entre hombres y mujeres influyen de manera distinta al momento de emprender; la definición más genérica a nivel internacional sobre qué es el emprendedor se afirma que es una persona que detecta una oportunidad y crea una organización para encararla. Datos del Instituto Nacional del Emprendedor (INADEM) en el año 2015, describen que el 19% de los emprendedores de México son mujeres; un factor importante de las intenciones de emprender en las personas es la educación.

En Estados Unidos se incrementó el número de universidades que ofrecían cursos de emprendimiento, en Europa ha sido más bajo el desarrollo de la educación en el emprendimiento y en Latinoamérica hay universidades que imparten cursos para que puedan crear su propia empresa.

En México el gobierno da apoyos económicos o financiamientos para que cualquier persona pueda emprender. Todos estos datos son revelados por un estudio realizado por la Universidad Autónoma de Ciudad Juárez en conjunto con el INADEM, quienes aplicaron el test T o prueba T de Student, que significa estadística paramétrica para

contrastar la hipótesis nula respecto a la diferencia entre las dos medidas. Dicho test consta de 18 preguntas cerradas a 24,442 estudiantes de distintas facultades: Instituto de Arquitectura, Diseño y Arte (IADA), Instituto de Ingeniería y Tecnología (IIT), Instituto de Ciencias Biomédicas (ICB) e Instituto de Ciencias Sociales y Administración (ICSA).

Las puntuaciones que se obtuvieron de las variables fueron: riesgos altos, situación económica, falta de capital y temor al fracaso, estos resultados no variaron en las medidas alcanzadas por mujeres y hombres; las mujeres tuvieron una puntuación más alta en variables relacionadas con la independencia económica con afán de ganar más dinero que sólo un sueldo y conseguir un patrimonio propio, mientras que los hombres son más sensibles a diversas situaciones que a las mujeres nos les causan mayor conflicto al momento de crear una empresa.

En la última década ha crecido el porcentaje de mujeres que comienzan una empresa en México, pero aún está muy lejos de la cifra de hombres que comienzan una empresa.

#### **6. “El emprendimiento y crecimientos de las Pymes” de Molina, López y Contreras (2014).**

En este artículo se enfatiza el crecimiento de las PYMES con las teorías del crecimiento y cómo ha influido el gobierno en el crecimiento de estas empresas. Las teorías de crecimiento hablan de dos connotaciones de crecimiento: 1) la tradicional, que denota un aumento en la empresa y 2) el proceso natural y biológico de crecimiento, que se enfoca en cambios internos que aumentan el objetivo.

La mayoría de las empresas que sobreviven no crecen por varias razones, las principales son: el objetivo inmediato que se encuentran en estas pequeñas empresas es el auto-desempleo o un trabajo autónomo, costos erróneos, insuficiente capital, administración insuficiente, entre otros. La teoría se basa en los recursos y capacidades de la empresa llamado producto-mercado.

El origen de la pequeña industria en México tuvo como fuente creadora las necesidades primarias del hombre, en 1995 las pequeñas y medianas industrias significaban el 45.8% y las de los talleres y artesanías el 51.9%. En el censo económico de 2004 y 2009 incremento un 21.1% en las unidades económicas y de 19.6% en el personal ocupado con un 51.6% del PIB (Rodríguez, 2002).

En México de cada 100 PYMES constituidas el 90 no alcanzan a llegar a los dos años de existencia con un índice de mortalidad muy elevado a otros países industrializados, esta cifra es al menos 40%.

Para la recolección de datos de la investigación se emplearon tres instrumentos: 1) la entrevista como una herramienta para captar la información proporcionada; 2) preguntas muy simples con opciones múltiples y 3) entrevista flexible; la cual se aplicó a 12 PYMES manufactureras ubicadas en la ciudad de San Luis Potosí con estas características: entre 11 a 50 trabajadores como pequeñas empresas y más de 50 personas para las medianas empresas.

**Tabla 1.** Resultados de las investigaciones sobre los sistemas de organización de las PYMES para el fuerte crecimiento.

Estudios de la OCDE	Estudios de Quebec	Investigación de México
<p>La forma jurídica de su integración influye en su crecimiento. Las empresas jóvenes y medianas crean la mayor parte de los empleos.</p>	<p>Organización particularmente compleja, con la aportación de recursos exteriores para completar cuando sea necesaria. Nómina con ejecutivos de diversas profesiones. Prácticas organizacionales descentralizadas, es decir, los empleados participan en las decisiones de compra de equipos y en la estrategia de innovación.</p> <p>Motivación con participación de utilidades. Sus objetivos se centran en utilidades, ambiente agradable,</p>	<p>Capacidad y calidad instalada del sistema de organización y de producción actual.</p> <p>Control administrativo estricto en costos y reinversión de capital.</p>

	retos de crecimiento y retos de trabajo en equipo. La producción en algunos casos es sobre medida.	
--	--	--

Tabla 1. Tomado de Molina, López y Soto, 2014, pág. 69.

**Tabla 2.** Resultados de las investigaciones sobre los recursos y capacidades de las PYMES para el fuerte crecimiento.

Estudios de la OCDE	Estudios de Quebec	Investigación de México
La introducción de innovación de procesos y la utilización de nuevas tecnologías dentro de los procesos de producción. Los resultados indicaron que el tamaño de las empresas, las exportaciones, la rentabilidad, la ubicación y el	Tecnologías materiales estaban actualizadas. Certificadas con ISO o más (por ejemplo 6 $\sigma$ ). La formación continua es muy importante, con 5% de asignación de la nómina.	Desarrollo y especialización de nuevas competencias esenciales para fabricar nuevos productos, bienes y servicios. Capacidad de comercialización y negociación de sus productos, bienes y servicios. Competencias laborales del PD, su personal clave y de nuevo ingreso en el "oficio" de la

<p>crecimiento del sector influyen sobre la posibilidad de pertenecer a los grupos de PYMES con fuerte crecimiento.</p>		<p>empresa. Competencias en el uso de equipos y tecnología para procesos rápidos y flexibles. Organización que aprovecha los recursos que le proporciona la transición como pequeña y mediana empresa (PYME) familiar.</p>
---	--	--

Tabla 2: Tomado de Molina, López y Soto, 2014, pág. 70.

**Tabla 3.** Diferencias y aportaciones en los resultados de las investigaciones sobre las estrategias que implementan las PYMES para el fuerte crecimiento.

Estudios de la OCDE	Estudios de Quebec	Investigación de México
<p>Las PYMES de nueva creación tienen gran crecimiento y expansión económica, por encima de las empresas grandes y consolidadas. El fuerte crecimiento se debe a las prácticas de</p>	<p>Decisiones estratégicas compartidas. Un comité de gestión analizaba, elaboraba, revisaba y actualizaba el plan estratégico. Acceso a información y participación en acciones. El liderazgo</p>	<p>PD aplica criterios para la selección de clientes. Organización que busca la diversificación en productos, bienes y servicios. Organización crítica y exigente con los servicios externos de</p>

<p>investigación y desarrollo, a la exportación y a características individuales como la edad joven de la PYME. PYMES con un producto diferenciado, venden sus productos a mercados amplios, en expansión y con orientación internacional. El 40% de las PYMES de fuerte crecimiento pertenecen a un grupo industrial. Más de 80% saca provecho de los más recientes descubrimientos tecnológicos. La cooperación de estas empresas con actores</p>	<p>se basa en una mezcla entre formación y experiencia. Alta formación del nivel medio superior para arriba de la dirección y empleados. Los factores de éxito en el mercado se deben a la fuerte relación con sus clientes y a la alta calidad en el servicio. Su orientación al mercado, por contactos permanentes y directos con su cliente.</p>	<p>consultoría. Organización que busca integrarse estratégicamente con otras PYMES. Los proveedores le agregan elementos de valor a los servicios a la PYME.</p>
---	---	--

diferentes para innovar, el financiamiento y el papel de las políticas públicas.		
---	--	--

*Tabla 3: Tomado de Molina, López y Soto, 2014, pág. 70.*

## 1.5 Delimitación del problema

Los instrumentos que se emplearon están enfocados en el tema de los factores psicológicos que estimulan a las personas a crear una empresa, ya que la personalidad de un emprendedor está constituida con factores específicos, los cuales ayudan o detectar a emprendedores con potencial definidos para que las empresas sean solidas con el tiempo.

1. Modelo de Intención Emprendedora: según Daugles y Sherperd (2002) el modelo busca comprender la elección de algunas personas por el autoempleo para el desarrollo profesional, el cual permite clasificar las variables psicosociales en sociodemográficas y personales.
  - Variables sociodemográficas: son cualidades reales del emprendedor, las cuales no se pueden modificar con facilidad como:
    - Edad
    - Sexo
    - Educación
    - Experiencia previa
  - Variables personales o competencias empresariales: son los rasgos de personalidad de un individuo (individual y colectivista).

**Tabla 4.** *Definiciones de las competencias del emprendedor.*

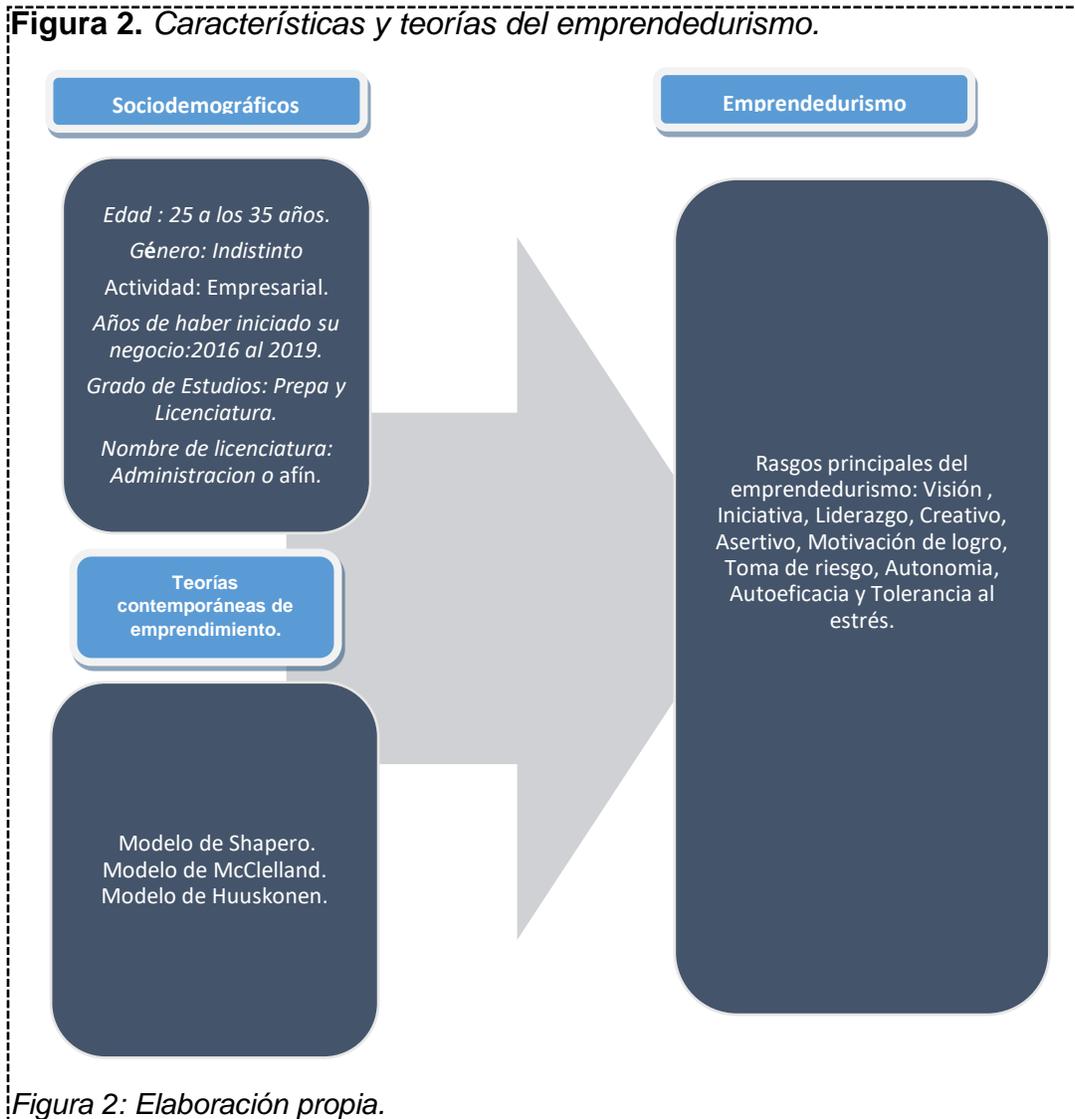
<b>Competencia</b>	<b>Definición</b>
<b>Orientación al logro</b>	Es preocuparse por alcanzar estándares de excelencia superiores a los ya existentes.
<b>Empatía</b>	Es comprender las emociones, necesidades e intereses de otros y procurar su apropiada conciliación con las nuestras.
<b>Flexibilidad</b>	Es la disposición a cambiar de enfoque o de manera de concebir la realidad para dar lugar a otras opciones que permitan hacer bien las cosas.
<b>Autoconfianza</b>	Es el optimismo para salir adelante en sus actividades, ya que asume tener los conocimientos, la capacidad humana y profesional, la actitud y la energía para lograr sus metas.
<b>Toma de decisiones</b>	Es analizar las diversas alternativas que tiene para determinar los mejores caminos a seguir, asumiendo la responsabilidad de los resultados logrados.
<b>Sensibilidad social</b>	Es comprender y aplicar la idea de que el progreso y el bienestar se deben construir respetando al ser humano y a la naturaleza; que éste debe beneficiar a todos los actores sociales.

<b>Visión de carrera Empresarial</b>	Es la formulación de un plan de acción con metas de largo plazo y ponerlo en marcha, usando la imaginación.
<b>Construcción de redes Empresariales</b>	Es establecer, mantener y aprovechar relaciones con personas y entidades, para alcanzar sus objetivos empresariales.

*Tabla 4: Elaboración propia.*

## 1.6 Cuadro de análisis

**Figura 2.** Características y teorías del emprendedurismo.



*Figura 2: Elaboración propia.*

## **1.7 Preguntas de investigación**

1. ¿Cuáles son los cinco principales rasgos socioeconómicos que se identifican en un emprendedor en el siglo XXI entre los años 2017-2018?
2. ¿Qué es el emprendedurismo desde la perspectiva de tres teorías contemporáneas y cómo han evolucionado?
3. ¿Qué ventajas y desventajas tiene los aspectos teóricos y prácticos para la creación de un negocio en la alcaldía Cuauhtémoc (CDMX)?
4. ¿Cómo influyen o aportan los planes de estudio a la toma de decisión para la creación de un negocio?

## **1.8 Hipótesis desde la postura nula**

Ho. No existen rasgos socioeconómicos que influyan en el emprendedor en el siglo XXI entre los años 2017-2018.

Ho. No se presentó evolución en el concepto de emprendedurismo desde la perspectiva de tres teorías contemporáneas.

Ho. No hay ventajas y desventajas en los aspectos teóricos y prácticos para la creación de un negocio en la alcaldía Cuauhtémoc (CDMX).

Ho. Los planes de estudio no influyen, ni aportan a la toma de decisión para iniciar su negocio.

## 1.9 Cuadro de congruencia

**Tabla 5.** *Congruencia de los objetivos, las preguntas y las hipótesis de la investigación.*

Objetivos Específicos	Preguntas de Investigación	Hipótesis Nula
<p>1. Descubrir los cinco principales rasgos socioeconómicos que se identifican en un emprendedor en el siglo XXI entre los años 2017 y 2018.</p> <p>2. Analizar el concepto de emprendedurismo desde la perspectiva de tres teorías contemporáneas y cómo ha evolucionado.</p>	<p>1. ¿Cuáles son los cinco principales rasgos socioeconómicos que se identifican en un emprendedor en el siglo XXI entre los años 2017-2018?</p> <p>2. ¿Qué es el emprendedurismo desde la perspectiva de tres teorías contemporáneas y cómo han evolucionado?</p>	<p>1. No existen rasgos socioeconómicos que influyan en el emprendedor en el siglo XXI entre los años 2017-2018.</p> <p>2. No se presentó evolución en el concepto de emprendedurismo desde la perspectiva de tres teorías contemporáneas.</p> <p>3. No hay ventajas y desventajas en los aspectos teóricos y prácticos para la</p>

<p>3. Describir las principales ventajas y desventajas que tienen los aspectos teóricos y prácticos para la creación de un negocio en la alcaldía Cuauhtémoc (CDMX).</p> <p>4. Considerar si los planes de estudio influyen o aportan a la toma de decisiones para iniciar un negocio.</p>	<p>3. ¿Qué ventajas y desventajas tiene los aspectos teóricos y prácticos para la creación de un negocio en la alcaldía Cuauhtémoc (CDMX)?</p> <p>4. ¿Cómo influyen o aportan los planes de estudio a la toma de decisión para la creación de un negocio?</p>	<p>creación de un negocio en la alcaldía Cuauhtémoc (CDMX).</p> <p>4. Los planes de estudio no influyen, ni aportan a la toma de decisión para iniciar su negocio.</p>
--	---	--

Tabla 5: Elaboración propia.

## Capítulo II

## Marco Conceptual

### 2.1 Referencias/ Definiciones

#### 2.1.1 Emprendedor.

Etimológicamente el término emprendedor deriva de la voz castellana emprender, que proviene del latín *in, en, y prenderé*, coger o tomar, lo cual quiere decir que, detectar las necesidades que requiere todo ser planetario o las oportunidades de negocio que se encuentran en él, dando origen a nuevos productos o nuevas empresas o nuevos empleos y así mejorar la calidad de vida de una comunidad, de una región o de un país (Real Academia Española, 2006).

Un emprendedor es aquella persona dotada de ciertas características que logra canalizarlas para un fin lucrativo, es aquel que posee habilidades para poder detectar un nicho, el cual requiere de un servicio que sólo él puede ofrecer con las facilidades de un plan estratégico, organizado y direccionado a un tiempo específico, los autores que definen al emprendedurismo son: Steinhoff (1993), Burgess (1993), Siropolis (1990) y Drucker (1989), quienes se refieren al emprendedor como la persona que hace negocios exitosos y desarrolla nuevas ideas o nuevas formas de enfocar el mercado.

#### 2.1.2 Emprender.

Emprender es un término que tiene múltiples acepciones y se deriva de la palabra *entrepreneur*, que a su vez se origina del verbo francés *entreprendre*, que significa “encargarse de”, tal como lo señala Jennings (1994, citado en Alcaraz, 2011). Según el contexto en que se le emplee será la connotación que se le adjudique. En el ámbito de

los negocios el emprendedor es un empresario, es el propietario de una empresa comercial con fines de lucro; Finley (1990) lo describe como alguien que se aventura en una nueva actividad de negocios y algunos autores lo clasifican como un buen administrado.

Para la investigación el concepto de emprender es un vocablo que denota un perfil, un conjunto de características que hacen actuar a una persona de una manera determinada y le permiten mostrar ciertas competencias para visualizar, definir y alcanzar objetivos.

El término emprender denota una serie de habilidades las cuales son utilizadas para lograr un fin a mediano, corto o largo plazo, la mayoría de las veces con fines de lucro como un negocio, una empresa o el otorgar un servicio específico.

### **2.1.3 Capital.**

El término capital proviene del latín *capitālis*. El concepto de capital posee diversos significados, dependiendo el contexto y la disciplina que sea utilizado.

En el proceso productivo el capital se clasifica en: materiales, maquinarias, computadoras, materias primas, inmuebles, entre otras; a su vez el capital es utilizado para poder acceder a la fuerza de trabajo.

Otros autores prefieren definir al capital como el total del patrimonio o bienes, sea estatal, privado, industrial, entre otros; que cumple con la función de producir nuevas riquezas o ganancias, ya sea por medio de la inversión o el préstamo.

Lo cual el capital se determina como un contexto financiero o administrativo, se puede interpretar como todo aquello que podría generar una ganancia en un corto, mediano o largo plazo, es decir aquella inversión que se hace para poder generar una ganancia o también se puede interpretar como la ganancia misma.

#### **2.1.4 Empresa.**

Esta palabra proviene de origen latino en el término *impresa*, a su vez una derivación del también latín *imprender*, que significa comenzar o emprender algo. En un sentido general, la empresa es la más común y constante actividad organizada por el ser humano, la cual, involucra un conjunto de trabajo diario, labor común, esfuerzo personal o colectivo e inversiones para lograr un fin determinado.

Una empresa es una entidad económica formada por un conjunto de personas con aspiraciones en común, con metas claras y establecidas en un rango determinado de tiempo, la cual, depende del ramo, trabajo, modifica, presta, vende, entre otros, determinados productos o servicios.

Como lo menciona Romero (1997), autor del libro *Marketing*, define la empresa como "el organismo formado por personas, bienes materiales, aspiraciones y realizaciones comunes para dar satisfacciones a su clientela" pág. 9.

#### **2.1.5 Gobierno.**

Proviene de la palabra griega *kubernao* que quiere decir "pilotar un barco" o "capitán de un barco", refiriéndose a ejercer el control y la dirección sobre algo. El gobierno es un elemento esencial del Estado, integrado por aquellas instituciones e individuos a los que el ordenamiento jurídico confía la potestad de organizar, representar y regir al

propio Estado. Es importante además aclarar que gobierno y Estado a pesar de su relación, no son lo mismo, ya que el gobierno es quien dirige al Estado, es decir que es pasajero, mientras que el Estado, permanece en el tiempo.

Un gobierno es una administración para una entidad determinada llamada Estado, existen distintos tipos de gobiernos alrededor del mundo; se plantea que los gobiernos pueden ser cambiados, ajustados, designados o hasta manipulados, pero la entidad llamada Estado no puede ser alterada.

### **2.1.6 Tecnología.**

El término tecnología etimológicamente proviene de los vocablos griegos: *logos* = conjunto de saberes, *tekne* = arte, técnica u oficio, eso quiere decir que es un conjunto de técnicas o conjunto de oficios.

El autor Jiménez (2013) describe al concepto como “un resultado del saber que permite producir artefactos o procesos, modifica el medio, incluyendo las plantas y animales, para generar bienestar y satisfacer las necesidades humanas” párrafo 6.

Dicho lo anterior, la tecnología se define como: el conjunto de técnicas y conocimiento enfocado a la manipulación del entorno humano, es decir, es un conjunto de saber/hacer, con el fin de lograr cambios en el entorno en donde el ser vivo se desarrolla para que sean más fáciles, prácticos y rápidos, con el objetivo de realizar el trabajo correcto o que las personas estén más informadas sobre el mundo.

### **2.1.7 Financiamiento.**

Financiamiento es: “La obtención de recursos de fuentes internas o externas, a corto, mediano o largo plazo, que requiere para su operación normal y eficiente una empresa pública, privada, social o mixta” (Perdomo, 1998, pág. 207).

Se conoce como financiamiento o financiación al mecanismo por medio del cual se aporta dinero o se concede un crédito a una persona, empresa u organización, para que esta lleve a cabo un proyecto, adquiera bienes o servicios, cubra los gastos de una actividad u obra o cumpla sus compromisos con sus proveedores.

Este concepto hace referencia a aquellas personas que estén interesadas en ser emprendedores, pero no tienen el recurso necesario, por el contrario, para las personas que tienen una empresa, pero no ven ganancias y quieren innovar la imagen para atraer a los clientes u otras estrategias ya establecidas para salvar la empresa.

El financiamiento es al acto de recibir una aportación de dinero para una empresa, persona u organización, este con la finalidad de cubrir los gastos operativos, sueldos o algún gasto que se tenga contemplado a futuro lejano o cercano; el financiamiento funciona como un empuje que se le puede dar a dicha organización, para el impulso de un proyecto o para cubrir una deuda. Tienen como facultad el que pueda ser pagado a corto, mediano o largo plazo, depende de la entidad que lo emita se establece la cuota total, parcial o mensual que se tiene que cubrir en el lapso de tiempo acordado, ya sea con o sin intereses.

### **2.1.8 Aceleradora.**

Una aceleradora es una empresa, que puede ser pública o privada, que se dedica a acelerar proyectos de emprendedores y se encuentran en fase de inicio (semilla o pre-semilla), proveyéndoles de un espacio de trabajo (generalmente un coworking), así como validen su idea y su modelo de negocio con una inversión mínima.

La idea más fácil de que es una aceleradora de negocios es que tiene como facultad el aporte de no sólo de dinero, sino también cuenta con conocimientos, experiencias y contactos, con el fin de estimular una idea o proyecto en un lapso de tiempo de tres a cuatro meses, con el objetivo de llegar a un punto en el cual un negocio se pueda valer por sí mismo.

Este concepto es muy complejo e interesante, ya que muchas personas no están informadas sobre el tema y aunque saben que existe sólo lo dejan a la deriva, pero no debería de ser así, porque hay muchas personas emprendedoras que lo necesitan para hacer un negocio rentable y aprender más habilidades, estrategias, conocimientos, entre otras herramientas, para no fracasar.

### **2.1.9 Incubadora.**

Una incubadora es un espacio con conexión a internet y otros servicios como: electricidad, impresoras, entre otras, en el que un emprendedor puede entrar de forma inmediata a trabajar, compartiendo el espacio con otros emprendedores.

Las incubadoras pueden describirse como entidades impulsoras de conocimiento e investigación, ciencia y tecnología, fuentes generadoras de redes interinstitucionales, de estrategias de sostenimiento en el tiempo y de especialización en sectores determinados.

Una de las principales funciones que tiene esta idea de negocio en comparación a una aceleradora, es que brinda un espacio de coworking para las pequeñas ideas o empresas crezcan de manera paulatina, con los recursos que requiere, esto puede ser conocimiento e investigación.

#### **2.1.10 Creatividad.**

La palabra creatividad deriva del latín *creare*, que significa “dar origen a algo nuevo”, lo cual es el proceso mental que permite dar distintas soluciones a un mismo problema, también se puede considerar a la creatividad una especie de innovación, buscar nuevos usos o cosas ya existentes.

La creatividad como proceso mental es un rasgo en la sociedad, que busca la adaptabilidad de materiales a diversos sectores, con la finalidad de ejercer un nuevo método de aplicación para el mismo, un ejemplo claro para este concepto es un nuevo diseño de producto para que al cliente le atraiga y lo compre o a su vez mejorar el producto ya existente.

#### **2.1.11 Personalidad.**

La palabra personalidad proviene del término en latín *persona*, que significa máscara que portaban los actores de teatro en la antigüedad y posteriormente, ciudadanos jurídicamente provistos de derechos, que gozaban de honra y prestigio.

El término personalidad es comúnmente utilizado para describir los rasgos y características individuales que definen a un ente; la personalidad aplicada a una empresa se refiere a los rasgos del servicio, productos o materiales que se emplean para hacerla única en el sector en el que se maneja y no sólo sirve para identificar, sino que también funciona para sobresalir de la competencia en términos publicitarios o mercadológicos.

La personalidad tiene una entidad compleja que presentan muchas facetas distintas, este criterio es fundamental para la selección y reclutamiento del personal que necesite la empresa, ya que en el ámbito laboral se desarrollan distintas personalidades y sino eliges a las personas correctas para el puesto indicado puede ser una bomba de tiempo.

### **2.1.12 Innovación.**

Este vocablo está compuesto del verbo activo transitivo *innovar* y del sufijo *ción* que indica efecto, hecho o acción de, también viene del latín *innovatĭo*.

Morin y Seurat (1998) definen innovación como el arte de aplicar, en condiciones nuevas, en un contexto concreto y con un objetivo preciso, las ciencias, las técnicas, entre otros.

La innovación es la serie de pasos que se siguen para la implementación de una cosa en específico o a un nuevo contexto, es decir, la aplicación de una misma variante en nuevos condicionantes.

### **2.1.13 Administración.**

La administración es una ciencia social que estudia las organizaciones privadas y públicas y las diversas estrategias de planificación, coordinación, control y dirección, que se aplican en la gestión de recursos destinados para la optimización del funcionamiento de éstas y garantizar el alcance de las metas propuestas.

La forma como las organizaciones se administran o se gestionan determinará si van a conseguir utilizar con eficacia sus recursos para lograr los objetivos propuestos. Por eso, el papel del administrador tiene un fuerte impacto en el rendimiento de las organizaciones.

De allí que los estudios de administración sean interdisciplinarios y se relacionen con otras áreas, que también intervienen en la acción de administrar una empresa u organización, por ello involucra conocimientos sobre economía, estadística, contabilidad, marketing, derecho, entre otros.

Algunas ciencias que se consideran administrativas son la mercadotecnia o administración comercial, que estudia el comportamiento de los consumidores en el mercado y la contabilidad o administración financiera, que brinda información útil para la toma de decisiones económicas.

Por otra parte, el término administración puede variar según el sentido en que se emplee, aunque la finalidad es básicamente la misma, estudiar las estructuras internas que gestionan los recursos de las organizaciones y su productividad.

La palabra administración deriva del latín *administratio*, que significa dirección, gestión o gerencia, que se forma del prefijo *ad*, que significa dirección y del vocablo *minister*, que significa obediencia o al servicio de.

De esta forma, la palabra administración se refiere al funcionamiento, la estructura y al rendimiento de las empresas u organizaciones que están al servicio de otros; la cual puede ser lucrativa o no lucrativa esto ya dependiendo del giro de la misma empresa, su finalidad y los objetivos que espera lograr.

#### **2.1.14 Rentabilidad.**

La rentabilidad es el beneficio obtenido de una inversión, se mide como la ratio de ganancias o pérdidas obtenidas sobre la cantidad invertida y normalmente se expresa en porcentaje.

El cálculo de la rentabilidad es simple, se realiza con una tasa aritmética o con una tasa logarítmica: la primera es una tasa de variación y la segunda es muy utilizada y suele dar resultados similares y facilita los cálculos más complejos.

A partir de varias rentabilidades, se puede calcular la media (aritmética, geométrica o ponderada, según las características de la inversión) de éstas para analizar el rendimiento de una inversión tras varios periodos de tiempo.

Previamente, un inversor suele determinar cuál es la rentabilidad que espera ante una inversión, conocida como rentabilidad esperada, así como el riesgo que está dispuesto a asumir y determina el perfil del inversor; debe ser la primera decisión del mismo.

### **2.1.15 Liderazgo.**

El liderazgo es el arte de motivar, comandar y conducir a personas hacia un propósito u objetivo esperado, lo cual dependiendo la estrategia del líder puede afectar de manera emocional a las personas y seguir instrucciones de manera más eficaz.

Un líder no es impuesto, pero si escogido. Para ser líder se necesita del apoyo de sus seguidores y son ellos que notando las aptitudes y las actitudes de una persona líder, la escogen para guiarlos. Ser líder no significa necesariamente un reconocimiento formal, por lo tanto, estar en la situación de líder, es la facultad de motivar a un grupo de personas para conseguir un objetivo.

Una actitud de liderazgo puede surgir cuando se trabaja con un equipo de personas, atrayendo seguidores, influenciando positivamente las actitudes y los comportamientos de estos e incentivándolos para trabajar por un objetivo común.

El liderazgo es lo que caracteriza a un líder. Un líder, por su parte, es una persona que dirige o funda, crea o junta un grupo, gestiona, toma la iniciativa, promueve, motiva, convoca, incentiva y evalúa a un grupo, ya sea en el contexto empresarial, militar, industrial, político, educativo, entre otros, aunque básicamente puede aparecer en cualquier contexto de interacción social.

### **2.1.16 Pobreza.**

La pobreza consiste en toda aquella persona que no tenga acceso a unas condiciones mínimas que permitan el desarrollo de una vida básica, pero digna.

Algunas de las causas por las que se puede originar la pobreza son:

- Corrupción.
- Enfermedades, epidemias y pandemias.
- Desigualdad.
- Crecimiento de la población.
- Guerras y conflictos armados.
- Cambio climático.
- Mal uso de los alimentos.
- Mala distribución de la renta.

En resumen, se considera pobreza a quienes no reúnan aquellas condiciones que caracterizan a una vida digna.

#### **2.1.17 Desempleo.**

Se refiere a la situación en la cual un individuo carece de empleo y de salario, también se emplean los términos paro o desocupado en algunos países. Se puede emplear en las personas que no cuentan con los requisitos mínimos esperados para que una persona cumpla la función que se le solicita.

Cuando no se logra promover el crecimiento económico de manera gradual y coherente, se genera la incapacidad de ampliar las oportunidades desarrollo industrial, inversión y competitividad y, por ende, las tasas de desempleo aumentan.

Cabe mencionar que el desempleo afecta tanto al desempleado como a las empresas y organizaciones, por ello, es importante que se consideren todas las

variables que afectan la creación de nuevos puestos de trabajo y se tomen medidas que solucionen dicho problema para que así crezca la economía y la creación de empleos sea más rápido y efectivo.

### **2.1.18 Empleabilidad.**

El concepto se relaciona con la capacitación profesional y las aptitudes para el mercado de trabajo. La empleabilidad se encuentra, así, directamente relacionada con el valor profesional que una persona puede tener en el ámbito del mercado de trabajo.

A lo largo de la historia, varios cambios se produjeron en el mundo del trabajo y especialmente en el inicio de los años noventa, la cuestión de la empleabilidad pasó a ocupar un lugar destacado en los contextos de trabajo, desencadenado principalmente por eventos como la globalización, la apertura del mercado a las importaciones y el aumento de las innovaciones tecnológicas.

Estos acontecimientos hicieron que la mano de obra tuviera que buscar un mayor desarrollo para lograr mantenerse activa en el mercado profesional, que pasó por grandes reestructuraciones.

Considerando que, en esta época de cambios, las empresas están buscando alternativas de modernización de sus sistemas y procesos productivos y pasando por las constantes disminuciones en su plantilla de personal, la condición de ser empleable pasa a ser más importante que el trabajo, exigiendo que las personas tengan mayor capacidad de aprender y adaptarse a la nueva realidad de mercado.

Con la reducción de los puestos de trabajo, comienza a surgir una nueva propuesta en la que las personas no buscan un empleo tradicional, sino trabajo, pasando a

ofrecer soluciones a los diversos problemas que las empresas y la propia sociedad puedan enfrentar.

Esta transformación en el trabajo, que viene a ser llamada de empleabilidad, debe redirigir las relaciones capitales/trabajo en la era de la información. Las personas que deseen progresar deben buscar desarrollar nuevas habilidades y competencias, incluida la educación formal.

Por ello, la nueva dinámica del mercado trae consigo la empleabilidad como un nuevo concepto para el perfil del trabajador, que debe tener habilidades, conocimientos y capacidades que van mucho más allá de lo necesario en su área profesional, debiendo ser una persona polivalente.

#### **2.1.19 Cultura.**

Cuando hablamos de cultura nos referimos a un término amplio, muy abarcador, en el que están contempladas las distintas manifestaciones del ser humano, en oposición a sus aspectos genéticos o biológicos, a la “naturaleza”, sin embargo, presenta diversas formas de entenderse.

Se llama cultura al modo de hacer las cosas propias de una comunidad humana, por lo general determinada por sus características singulares de tiempo, espacio y tradición. Así, al hablar de cultura lo hacemos también de la manera de ver la vida de una comunidad humana, su modo de pensarse a sí mismos, de comunicarse, de construir una sociedad y una serie de valores trascendentes, que pueden ir desde la religión, la moral, las artes, el protocolo, la ley, la historia, la economía, etcétera. Según algunas definiciones, todo lo que el humano haga es cultura.

La palabra cultura proviene del vocablo latino *cultus*, a su vez derivado de *colere*, es decir, “cuidar del campo y del ganado”, lo que hoy en día llamamos cultivar. El pensador romano Cicerón lo empleó como *cultura animi* (“Cultivar el espíritu”) para referirse metafóricamente al trabajo de hacer florecer la sabiduría humana y desde entonces se vinculó con esos aspectos.

De esa manera nace también el uso de “culto” y “culto” para referirse a aquellos individuos que han cultivado su espíritu y se le da al término cultura un significado similar al de civilización, de “ser civilizado”. De allí proviene también la distinción entre una cultura elevada o alta y una popular o baja, de acuerdo a la distinción entre las clases sociales.

Sin embargo, hoy en día el concepto se emplea para significar todos los aspectos espirituales, racionales y sociales de la humanidad.

Para el aspecto organizacional el término empleado es “cultura organizacional”, que engloba a un cierto porcentaje de personas que trabajen en un área y cómo éstas pueden solucionar conflictos, tomar decisiones y manejar los intereses personales de cada uno de los empleados y así tener una cultura sana dentro de la organización, para que se cumplan los objetivos esperados.

#### **2.1.20 Conocimientos.**

El conocimiento es la acción y efecto de conocer, es decir, de adquirir información valiosa para comprender la realidad por medio de la razón, el entendimiento y la inteligencia; éste se adquiere en el proceso de aprendizaje.

Se puede hacer referencia al conocimiento en varios sentidos, en un sentido más general, la palabra conocimiento alude a la información acumulada sobre un determinado tema o asunto o en un sentido más específico.

El conocimiento es definido como el conjunto de habilidades, destrezas, procesos mentales e información adquiridos por el individuo, cuya función es ayudarle a interpretar la realidad, resolver problemas y dirigir su comportamiento.

La palabra conocimiento proviene del latín *cognoscere*, formada por el prefijo *con*, que significa todo o junto y la palabra *gnoscere*. Es por ello, que el conocimiento ayuda a ser más productivo, ya que al adquirir conocimientos de manera completa en el área que se esté desempeñando, puede hacer mejor su trabajo y conocer pros y contras de como poder actuar ante futuras situaciones que se le pueden presentar.

### **2.1.21 Habilidades.**

Según la Real Academia Española (2001) se entiende la habilidad como la capacidad de alguien para desempeñar de manera correcta y con facilidad una tarea o actividad determinada. De esta manera, se trata de una forma de aptitud específica para una actividad puntual, sea de índole física, mental o social.

El término habilidad proviene del latín *habilis*, que inicialmente significó “aquello que se puede tener” y fue empleado en la designación de algunas de las especies del género *Homo* de nuestro pasado evolutivo: *Homo habilis*, el hombre “hábil” que aprendió a emplear herramientas de piedra para hacerse su vida más fácil. Así, se les llama *hábiles* a las personas que poseen facilidades para desempeñarse en un área específica.

Comúnmente, las habilidades se entienden como talentos innatos o naturales, pero también pueden ser aprendidos o perfeccionados, una persona puede nacer con un talento propio para cierto deporte o puede adquirir dicha habilidad con la práctica y la ejercitación constantes. En principio la habilidad implica de algún modo el talento en potencia.

Las habilidades se clasifican de acuerdo al área específica o al tipo de actividad que involucran, por ejemplo:

- Habilidades cognitivas: aquellas que involucran los procesos mentales, como la memoria, la rapidez del pensamiento, la deducción lógica o el manejo de lenguajes formales, por ejemplo: las matemáticas.
- Habilidades sociales: aquellas que involucran el trato con los demás o la comunicación con otros individuos, tales como el liderazgo, la empatía, el convencimiento, entre otras.
- Habilidades físicas: aquellas que requieren de un manejo coordinado del cuerpo y sus extremidades, como en los deportes, el baile, la acrobacia o cualquier otra actividad física semejante.

### **2.1.22 Negocio.**

El negocio es una operación de cierta complejidad, relacionada con los procesos de producción, distribución y venta de servicios y bienes, con el objetivo de satisfacer las diferentes necesidades de los compradores y beneficiando, a su vez, a los vendedores. En la modernidad, la administración de dichas funciones productivas está a cargo de

empresarios y propietarios individuales, quienes a su vez se encargan de organizar y dirigir las industrias, buscando obtener un beneficio económico.

Desde que comenzó la era de florecimiento económico con la Revolución Industrial, los modos antiguos de hacer negocios sufrieron ciertas modificaciones, dando lugar al nacimiento de los métodos de organización empresarial que se conocen en la actualidad. Gracias a esto, diversas ramas de la industria evolucionaron y comenzaron a trabajar de manera más eficiente.

Aquello que es materia de una ocupación lucrativa, la acción y efecto de negociar y el interés que se logra en lo que se comercia son otros usos del concepto.

En algunos países latinoamericanos, negocio también es el local en que se negocia o comercia, aunque la forma más correcta de referirse a este concepto es a través del término tienda.

### **2.1.23 Estabilidad.**

Estabilidad mantiene el equilibrio, no cambia o permanece en el mismo lugar durante mucho tiempo. El término procede del latín *stabilītas*.

Es posible considerar la estabilidad desde diversas perspectivas. La estabilidad económica es la ausencia de fluctuaciones excesivas en la macroeconomía. Una economía con un crecimiento del producto interno bastante constante, y con una inflación baja y estable, se consideraría como económicamente estable.

### **2.1.24 Estrategias.**

La estrategia en las empresas, es el complemento de la estrategia general, se desarrolla en el ámbito de las operaciones, intervienen de forma altamente relevante los factores logísticos y tácticos, es la que determina la forma y secuencia de las operaciones más adecuadas y necesarias para el cumplimiento de los objetivos en cada área de actividad de la organización y corresponde su aplicación al líder, director o responsable del área en cuestión.

La planificación estratégica no es una enumeración de acciones y programas detallados en costos y tiempos, sino que involucra la capacidad de determinar un objetivo, asociar recursos y acciones destinados a acercarse a él y examinar los resultados y las consecuencias de esas decisiones, teniendo como referencia el logro de metas predefinidas, por lo que, debiera tener al menos cinco atributos para ser una estrategia:

- Que se pueda medir.
- Que se pueda controlar.
- Que consuma recursos.
- Que tenga un objetivo claro.
- Que se le pueda asignar un responsable.

Es por ello, que se refiere al plan de acción administrativo para una actividad funcional, un proceso de negocio o un departamento clave particular dentro de un

negocio. Es necesaria para cada actividad de negocios y para cada unidad organizacional pertinente desde el punto de vista competitivo.

Añaden detalles pertinentes a su plan de acción general al determinar las tareas enfoques y prácticas que deben llevarse a cabo en la administración de un departamento funcional o de un proceso. Su papel principal es respaldar la estrategia de negocios y enfoque competitivo de compañía, proporcionan a la empresa competencias, habilidades y fortalezas de recursos.

En el campo de la economía la estrategia es una herramienta practicada con consistencia para destacar las acciones con las que será administrado, comercializado y distribuido el bien o servicio que se manufactura u ofrece. Existe una dependencia favorable hacia las estrategias por parte del sector comercial, ya que estas se definen con otro tipo de caras a la hora de vender y publicitar, por lo que es importante para llegar al consumidor, el cual es el objetivo final en la comercialización de bienes y servicios en cualquier mercado del mundo.

#### **2.1.25 Formación Académica.**

La formación académica remite a ese apartado del currículum profesional que describe la trayectoria formativa del candidato. Refleja una línea temporal a lo largo de la que la persona ha podido cursar unos estudios determinados.

La palabra formación se refiere al proceso que se debe de seguir para la adquisición, depuración y perfeccionamiento de un nuevo aprendizaje, es decir, es un proceso por el cual se adquiere un nuevo conocimiento, habilidad o forma de pensar, para el correcto aprovechamiento o explotación del mismo.

La palabra académico se refiere al proceso de aprendizaje de un nivel superior, es decir, el aprendizaje de un conocimiento específico hasta llegar a la perfección del mismo, esto con fin de lograr la adquisición total de un tema, para posteriormente impartir una clase, asesoría o cátedra del mismo.

Para Ferry (1990) el discurso sobre la formación adquiere diversas connotaciones. Primeramente, la formación es percibida como una función social de transmisión del saber, en un sentido de reproducción de la cultura dominante. En otra perspectiva, la formación es considerada "como un proceso de desarrollo y estructuración de la persona que lo lleva a cabo bajo el doble efecto de una maduración interna y de posibilidades de aprendizajes, de reencuentros y de experiencias" (Ferry, 1990, pág. 50).

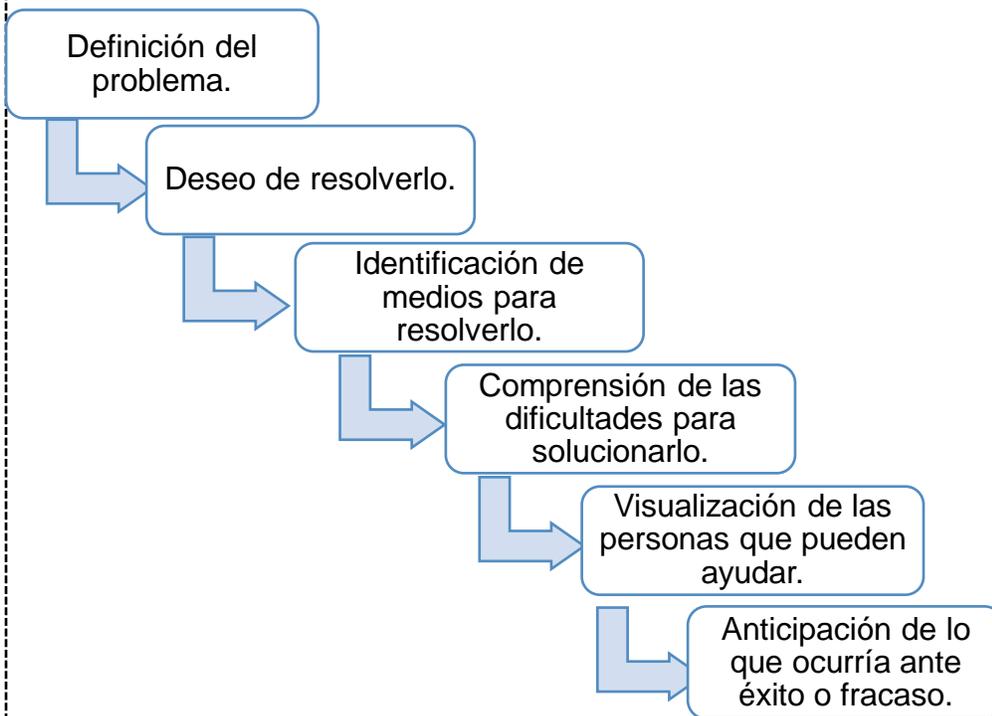
La formación académica consiste en los aprendizajes que un alumno ha adquirido a través de un lapso de tiempo, dichos conocimientos son validables en un currículum profesional en el cual se describen los aprendizajes por orden de relevancia en el área que se solicita.

## **2.2 Modelos**

### **2.2.1 Modelo McClelland.**

La teoría de McClelland hace referencia a la motivación de logro que tiene el emprendedor. En la figura 3 se muestra la secuencia lógica que plantea McClelland, en donde describe la forma en la cual debe pensar un emprendedor para resolver los problemas.

**Figura 3.** *Secuencia lógica del pensamiento del emprendedor.*



*Figura 3: Tomada de Garzozzi et al, 2014, pág. 21.*

En la década de los ochenta, principalmente, en Estados Unidos y algunos países europeos, surgió un fuerte énfasis en la responsabilidad, la autoconfianza y la necesidad de que el sector privado tenga un papel más destacado en el desarrollo del modelo, por esto se financió un programa de seguimiento a las investigaciones realizadas por McClelland y Winter.

En 1971, se realizaron entrevistas a varios empresarios de tres países: India en Asia, Malawi en África y Ecuador en América Latina. El estudio sugería que había una serie de hábitos o competencias asociados con el éxito, estos se dividen en tres grupos:

1. Conjunto del logro, en particular en la búsqueda de oportunidad, persistencia, compromiso con el contrato de trabajo, exigencia de calidad y eficiencia y asumir riesgos calculados.
2. Conjunto de la planificación tales como, establecimiento de metas, planificación y control sistemático y búsqueda de información.
3. Conjunto del poder, compuesto de persuasión, elaboración de redes de apoyo y la auto-confianza e independencia.

Con estos resultados, la Agencia de los Estados Unidos para el Desarrollo Internacional (USAID) financió un paquete de formación denominado Programa de las Naciones Unidas para Promover la Creación de Pequeñas y Medianas Empresas (EMPRETEC), que se encuentra bajo la licencia de las Naciones Unidas y la Agencia Alemana de Cooperación Técnica (GTZ), financió el Programa de Formación Competencia basada en Economía a través de la Formación de Emprendedores (CEFE), ambos actualmente vigentes y trabajados en muchos países en vías de desarrollo.

Los trabajos de McClelland (1961) y de Collins & Moore (1964) arrojaron nuevas luces sobre determinados rasgos personales que caracterizan el comportamiento del empresario y que son aceptados, aunque no sin cierta polémica.

Al analizar en profundidad los referentes teóricos desde la psicología hasta el emprendimiento, se observa que el fenómeno ha sido estudiado como una cualidad de la personalidad inherente a las personas, que particularmente toman la decisión de crear una empresa, la cual, al mismo tiempo se expone como un distintivo del común de la población.

Los avances más relevantes en el tema se sustentan en los trabajos de McClelland (1961), Collins, Moore & Unwalla (1964) y más recientemente las aproximaciones de Bhide (2000) y Timmons & Spinelli (2008), por mencionar algunos, sus investigaciones convergen en la definición de rasgos de personalidad emprendedora asociados a factores tales como: motivación al logro, propensión a asumir riesgos, necesidad de independencia, locus de control interno, intuición, visión de futuro y desarrollo de iniciativa.

De los referentes teóricos mencionados, particularmente los desarrollados por McClelland (1961), han sido de gran importancia en la producción de conocimiento en emprendimiento en los últimos años. El abordaje de la teoría de los factores, que inducen la motivación al desarrollo de actividades encaja fácilmente con el estudio de individuos que emprenden actividades motivados por alguna fuerza interna, que los lleva en este caso a formalizar empresas y desarrollarlas a pesar de las condiciones adversas del entorno, por tal razón, este autor se convierte en un referente principal en el desarrollo de investigaciones asociadas a la personalidad y el comportamiento emprendedor.

McClelland (1961) plantea que la motivación está condicionada por las necesidades de las personas, constituyéndose como el punto de partida de los patrones de comportamiento de los individuos (Gibson, Ivancevich & Donnelly, 2006). Una necesidad no satisfecha crea una tensión al interior del individuo que origina estímulos dentro del mismo, dando como resultado la generación de un comportamiento de búsqueda de metas específicas, que de lograrlo satisfagan la necesidad llevando a la reducción de la tensión (Robbins, 1999).

Si observamos este análisis desde la perspectiva del emprendedor notaremos que las características propias del individuo se complementan directamente con la orientación del emprendedor, de hecho, este desarrolla una fuerza interna, la cual, a pesar de las adversidades se mantiene constante para el logro de sus objetivos. Esta fuerza entonces podremos definirla como “Necesidad”, la cual se tipifica en una connotación que abordaremos posteriormente.

Además, McClelland (1961) realizó uno de los estudios más importantes de la historia asociados a la teoría motivacional, el cual dio como resultado la construcción de su teoría de las necesidades aprendidas de la motivación, que se relaciona estrechamente con los conceptos del aprendizaje y piensa que muchas necesidades se adquieren a través de la cultura de la sociedad, éstas son las necesidades de Logro (n Log), poder (n Pod) y afiliación (n Afi).

McClelland (1961) propone que cuando un individuo tiene una necesidad que es muy fuerte en una persona, su efecto es la motivación de éste hacia la satisfacción de su necesidad. El experimento que realizó para la construcción de su hipótesis consistió en la observación hacia el individuo y la forma en que actúa y siente, no en la acción externa, para esto desarrolló una Prueba de Percepción Temática (PPT). En esta prueba se muestran imágenes dibujadas a la persona y se le pide que describa por escrito lo que va representando en ellas. La prueba fue realizada a empresarios de grandes compañías, según las características de sus respuestas se clasificaron de acuerdo con la necesidad de logro, poder o afiliación.

McClelland (1961) encontró que el individuo tiene algún grado en cada uno de estos motivos en su pensamiento, pero rara vez todos con la misma fuerza. Una persona

puede tener una alta necesidad de afiliación, baja necesidad de poder y una necesidad moderada por el logro, este tipo de persona tendería a pensar más en amistad que en hacer un buen trabajo y controlar a otros, etcétera. Su motivación al trabajo sería en un orden diferente a la de un empleado con alta necesidad de logro y baja necesidad de afiliación y de poder; dichas necesidades son aprendidas de los padres o de las culturas.

Derivado de su reflexión global del problema descubrió diferentes patrones de necesidades para diferentes culturas, por ejemplo, en Latinoamérica la necesidad de poder y control son factores dominantes, a su vez en la India la necesidad de poder prevalece en los individuos. Cabe resaltar que el experimento realizado en la India por él y sus colegas motivó a los grandes empresarios a tener una necesidad de logro mayor, animando a las personas a establecer altas metas de logro, comunicación de las mismas y desarrollo de planes de empresarios de éxito, convirtiéndolos posteriormente en mejores hombres de negocios.

Las investigaciones han aportado la base para desarrollar el perfil de las personas sobre la necesidad de logro y ha señalado la complejidad para la motivación para los logros, (Osland, Rubin, Kolb y Turner, 2007), las cuales posteriormente han tenido implicaciones en conocimiento y comprensión de los empresarios a nivel internacional.

Tal vez, el trabajo más importante resultado de integrar la intención de construir herramientas para la caracterización de personalidades y comportamientos emprendedores con las aproximaciones de McClelland, ha sido logrado por las Naciones Unidas a través de su programa EMPRETEC, para el fomento del emprendimiento en los países.

EMPRETEC ha tomado el marco teórico de McClelland asociado a la necesidad como factor de motivación y derivado de ello ha materializado una serie de herramientas, para analizar el comportamiento emprendedor a la luz de estos preceptos. La herramienta conocida como Características del Comportamiento Emprendedor (CCE) es una de las más utilizadas por los departamentos y centros de emprendimiento no sólo a nivel local sino también en América Latina.

La selección de MacClelland como referente para el análisis empírico, no niega otros enfoques; a partir del autor Ludwig Von Mises (1966) se comienza a identificar el perfil del emprendedor, este autor especifica tres características fundamentales para que un individuo sea considerado emprendedor: 1) el emprendedor es un evaluador, es decir, calcula beneficios y costos numéricos, con base en los mismos realiza elecciones y al realizarlas descubre nuevas necesidades y nuevos factores de producción; a su vez, construye imágenes de las futuras acciones que pueden realizar otros individuos que actúen en el mercado; 2) el empresario es emprendedor, construye la decisión de cómo utilizar los factores, para producir mercancías y 3) el emprendedor soporta la incertidumbre, actúa en función del futuro y no conoce exactamente las acciones que otros seres humanos llevarán a cabo (Formichella, 2004).

### **2.2.2 Modelo Huuskonen.**

Según Huuskonen (1993) para que un individuo tome la decisión de crear una empresa es imprescindible que tenga vocación emprendedora y un alto grado de compromiso con la decisión de crearla.

La vocación y el compromiso con crear la nueva empresa dependen directamente de la realidad subjetiva del individuo, la cual es el resultado de tres factores:

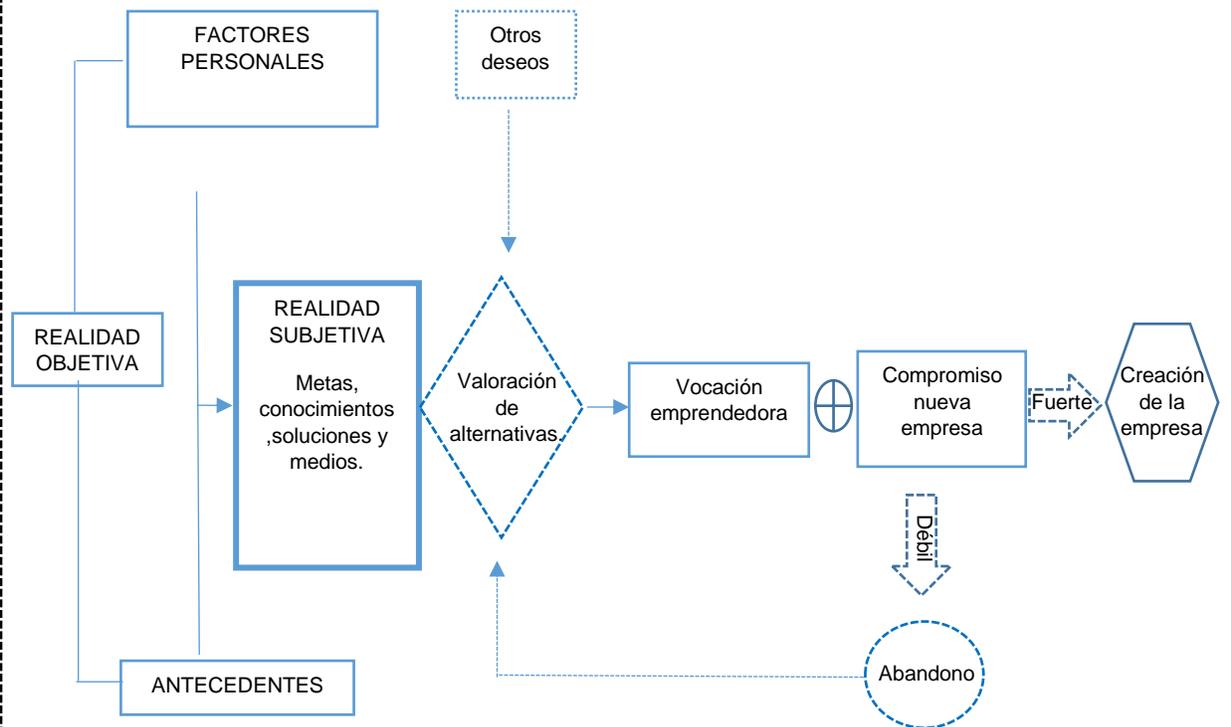
1. La percepción que el individuo tiene de su propia realidad objetiva formada por su propia situación personal y laboral, su nivel de integración a su entorno social, los acontecimientos vividos y la valoración de los emprendedores en la realidad.
2. Sus antecedentes como la experiencia laboral y formación, proximidad a empresarios y modelos de comportamiento.
3. Serie de factores personales en los que se incluyen la personalidad, sus valores y creencias, su necesidad de logro, su deseo de independencia y su aversión al riesgo, entre otros.

La valoración que el individuo hace de su realidad subjetiva puede generar la vocación emprendedora, si se le suma el compromiso con la creación de la empresa, entonces ésta podrá hacerse realidad. En la figura 4 se muestra el proceso emprendedor desarrollado por Huuskonen.

Proceso emprendedor que abarca desde la idea de negocio hasta los primeros años de vida de la empresa, en este grupo se mencionan los siguientes modelos:

- McClelland (1961).
- Shapero y Varela (2001).
- Timmons (1999).
- Gibb y Ritchie (1982).
- Kantis e Ishida (2002).

**Figura 4. Modelo del Proceso Emprendedor Huuskonen.**



*Figura 4: Tomado Garzozzi et al, 2014, pág. 21.*

### 2.2.3 Modelo de Shapero.

Shapero (1984) indica que en el proceso empresarial se dan las siguientes características:

1. Toma de iniciativa: es la decisión de un grupo para identificar y llevar a cabo la oportunidad de negocio.
2. Acumulación de recursos: es el proceso de determinar las necesidades, conseguirlo y asignar los recursos físicos, humanos, financieros y tecnológicos necesarios.

3. Administración: es la capacidad de dar una organización y una dirección (gerencia) a la nueva empresa y llevarla a cabo.
4. Autonomía: es la libertad de los empresarios para tomar decisiones sobre el funcionamiento de la organización.
5. Toma de riesgos: es la disposición a enfrentar las recompensas o las pérdidas que el proceso produzca.

Según este autor el proceso de formación de nuevas empresas y de nacimiento de nuevos empresarios, es el resultante de la interacción de factores situacionales, sociales, psicológicos culturales y económicos; cada evento empresarial ocurre en un momento dado como resultado de un proceso dinámico que provee situaciones que impactan sobre los individuos cuyos valores y percepciones están condicionados por sus experiencias y herencias culturales y sociales.

El modelo de Shapero (1984) está conformado por tres fases:

1. Fase previa: una serie de acontecimientos, positivos o negativos, que predispondrán al emprendedor a constituir su empresa.
2. Fase de deseo: la existencia de una serie de circunstancias, entre las que podríamos citar la formación del emprendedor, la familia, la cultura y las amistades, que transformarán al posible emprendedor en un emprendedor potencial.
3. Fase de acción: bajo una serie de condiciones el individuo finalmente se decidirá a crear su empresa. Dentro de esas condiciones se podría mencionar la existencia de recursos financieros, humanos, técnicos, entre otros.

La segunda etapa se desencadena tras el surgimiento de un “Suceso disparador”, que obliga al individuo a plantearse un cambio de camino de vida; este suceso usualmente es ocasionado por fuerzas negativas como la pérdida del empleo, inmigración, sentimiento de frustración en el trabajo actual, entre otros (Shapero y Sokol, 1982). Por otra parte, tal suceso puede verse relacionado con la detección de una oportunidad de negocios atractiva.

Esté cambio de actitud de una persona se puede producir por desplazamientos positivos o negativos, internos o externos. Según Shapero y Sokol (1982) es mucho más probable que los individuos constituyan sus empresas bajo un acontecimiento negativo que positivo, sin embargo, el hecho de poseer apoyo financiero o el buen funcionamiento de la economía y los desplazamientos positivos pueden desencadenar también la creación de una empresa.

Los desplazamientos a su vez pueden ser internos, tales como la finalización de sus estudios o el llegar a una determinada edad y externos como la pérdida del puesto de trabajo es considerada como el principal desplazamiento.

Impulsos Neutros:

- Terminación de un ciclo-formativo.
- Cumplimiento de una condena.
- Terminación del servicio militar.
- Regreso al país o a la región de origen.
- Terminación de un ciclo vital.

La coincidencia de dos percepciones se da cuando sobre la trayectoria vital actual de la persona confluye una serie de fuerzas ambientales, que la invitan a efectuar un alto en su camino vital y que se cuestione lo que se ha venido haciendo y decida realizar otras actividades.

Impulsos positivos:

- Educación con orientación hacia la vida empresarial.
- Invitación de una persona a asociarse en el desarrollo de su idea.
- Oferta de una persona para invertir dinero ante una buena idea.

Shapero (1984) sentó una de las bases conceptuales más sólidas, más fácil de entender y de aplicar al desarrollo de empresarios. Según él, el proceso de formación de empresas ocurre en todos los países, pero cada proceso es el resultado final de una acción humana especial y del comienzo de otra. Dentro de esa diversidad existen patrones y características generales del proceso, que, aunque multivariado y complejo también es reconocible y descriptible.

El inventor, en general, no cumple las cinco características (ni siquiera una); el inversionista, por lo común, sólo cumple la segunda y la quinta; el gerente, usualmente, sólo cumple la segunda y la tercera.

Fuerzas para el cambio de trayectoria vital

Impulsos negativos:

- Aburrimiento en la actividad que está realizando.
- Ingresos insuficientes.

- Deposito o retiro de la actividad actual.
- Poca satisfacción con lo que realiza.
- Negación de un ascenso o una mejora salarial.

Según Shapero (1984) las dos grandes percepciones que interactúan entre sí y producen, como efecto final, la decisión de cambio de la trayectoria vital, dando origen al proceso empresarial.

La percepción de factibilidad surge del análisis detallado de la oportunidad de la empresa y del plan de empresa es más cuantitativa y racional, que la percepción de deseabilidad.

## **Marco Contextual**

### **1. Principales rasgos socioeconómicos que se identifican en un emprendedor en el siglo XXI**

Para poder entender los principales rasgos económicos en el siglo XXI tenemos que puntualizar qué significa el término socioeconómico, el cual se puede definir como elementos sociales y económicos. Lo social está relacionada con una comunidad de individuos que viven en un mismo lugar compartiendo normas, ideologías, modelos políticos y aspectos culturales. Por otro lado, lo económico depende de la administración de bienes escasos, para la satisfacción de las necesidades materiales del ser humano.

De modo que el emprendedor del siglo XXI posee características similares a sus antecesores, de igual manera de nuevas características de acuerdo a nuevos aspectos sociales y económicos que hay actualmente en el país. Desde este punto de vista el emprendedor debe contar con características para alcanzar el éxito en su negocio o la posibilidad de poder lograrlo, las cuales son:

- 1) Energía y Entusiasmo.
- 2) Perseverancia.
- 3) Paciencia.
- 4) Capacidad para adaptarse a los cambios.
- 5) Tolerancia al riesgo.
- 6) Creatividad e Innovación.
- 7) Visión de Negocio.

- 8) Capacidad para rodearse con las personas indicadas.
  - 9) Liderazgo.
  - 10) Capacidad para planificar, tomar decisiones y actualizarse.
1. Energía y Entusiasmo: es una persona que cuenta con la suficiente energía para realizar funciones y tareas que implican ser un emprendedor, es consciente de los beneficios y recompensas que lo llevan a lograr el éxito en su negocio.
  2. Perseverancia: es una persona consciente de sus capacidades y virtudes sin olvidar sus limitaciones y defectos a pesar de los problemas y dificultades que se le presenten para poder seguir adelante.
  3. Paciencia: sabe que el éxito no llega de la noche a la mañana, ya que para alcanzarlo necesita tiempo, trabajo y dedicación, por más difícil que parezca y aunque demore más de lo previsto.
  4. Capacidad para adaptarse a los cambios: está siempre atento a toda lo que sucede en el mercado y consciente en todo momento de cambios que pueden suceder respecto a tendencia, modas, competidores y estrategias. Tiene la capacidad para adaptarse a los cambios y posee la suficiente flexibilidad, para innovar sus nuevos productos con las nuevas innovaciones que presenten.
  5. Tolerancia al riesgo: buscar minimizar los riesgos en su emprendimiento y negocios; por ello se informa, capacita, prepara, planifica, prevé posibles percances y diseños estratégicos de emergencia.
  6. Creatividad e Innovación: es una persona que está en el contexto actual debido a la alta competencia y las exigencias de los consumidores, es por ello, que rediseña o mejora los bienes y servicios que ofrece.

7. Visión de Negocio: tiene la habilidad para identificar oportunidades de negocio donde otros no lo ven, ya que permanentemente están en búsqueda y atento al surgimiento de nuevas oportunidades de negocio.
8. Capacidad para rodearse con las personas indicadas: sabe identificar a las personas que le puedan ayudar a alcanzar el éxito en su emprendimiento o negocio, para así asociarse con ellos, trabajar y liderarlos.
9. Liderazgo: tiene la habilidad y capacidad para influir, inducir, animar y motivar a sus trabajadores, para que lo sigan con entusiasmo, por voluntad propia y sin poner condiciones.
10. Capacidad para planificar, tomar decisiones y actualizarse: sabe que al planificar objetivos, recursos y estrategias tendrá mayores posibilidades de alcanzar el éxito, cuenta con el conocimiento, experiencia, capacitada y sentido común necesario, para tomar buenas decisiones sabiendo que el aprendizaje nunca termina, ya que hay nuevas tecnologías y herramientas empresariales, para que tome decisiones con base a su planificación y obtenga el resultado esperado.

Finalmente, los rasgos socioeconómicos reflejados en las encuestas realizadas en la alcaldía Cuauhtémoc, indicaron que las características esenciales mencionadas anteriormente son iguales a los resultados obtenidos.

Por lo tanto, uno de los principales aspectos que debe de tener en cuenta es la parte socioeconómica, ya que las teorías mencionan habilidades que son necesarias, así como se explica anteriormente, hay casos similares a sus antecesores y no hay cambios a pesar del tiempo o no han evolucionado lo suficiente para darles a conocer nuevas actividades diferentes e innovadoras.

## **2. Emprendedurismo desde la perspectiva de tres teorías contemporáneas y cómo ha evolucionado**

El primer autor que utilizó la palabra emprendedurismo fue Richard Cantillón en su trabajo *Essai sur la nature du commerce en général* en 1995, se refiere básicamente a un empresario que tiene entre sus funciones la de crear y poner en marcha la actividad empresarial; partiendo de aquí hasta mediados del siglo XX los estudios del emprendedurismo se han centrado en la función empresarial, dado que el emprendedor tiene además de otras funciones las de asumir riesgos como el de crear una empresa y las de innovar es decir emprender.

Partiendo de los antecedentes generales del emprendedurismo se explicará la perspectiva de las tres teorías presentadas en la investigación.

### **McClelland.**

Define al emprendedurismo como la persona que organiza y mantiene una empresa de negocios asumiendo riesgos por los beneficios, esto quiere decir que, el emprendedor está impulsado por el logro de éxito con el fin de controlar el beneficio de la institución como un todo y no una satisfacción personal.

También explica que el ambiente de trabajo es importante para la efectividad y los motiva a realizar su trabajo correctamente generando el punto clave, para mejorar el desempeño en la creación de incentivos hacia el espíritu de trabajo.

### **Shapero.**

Este autor se refiere como un “evento empresarial”, al proceso de creación de una empresa conformada por dos decisiones: la primera es la decisión de un cambio de vida,

que surge de una variación que se genera en las personas en diferentes situaciones, sean positivas o negativas y la segunda es la decisión de crear una compañía, siguiente de haber presentado la situación motivadora surge la interrogante ¿Qué es lo que hace que unas personas creen empresas y otras no?

Una de las explicaciones que da el autor sobre la decisión de crear una empresa es un producto de dos percepciones: 1) conveniencia o deseabilidad y 2) factibilidad o viabilidad.

La percepción de conveniencia, es la creación de empresas con aquellas culturas que valoran los comportamientos asociados con los negocios, como la independencia, innovación y la toma de riesgos con base a la cultura, la estructura socioeconómica, la familia, la educación y las personas influyentes.

En cuanto a la percepción de factibilidad se considera para el autor como una mezcla de conocimientos, recursos, garantías y experiencias obtenidas en un negocio particular o en la educación formal. Por lo tanto, muchos emprendedores crean empresas o sectores en los que han laborado, ya que tienen acercamiento al mercado y contactos con algunos clientes.

### **Huuskonen.**

Este autor establece que el emprendedurismo se basa en que la persona debe de tener vocación emprendedora y alto compromiso para convertir las ideas en realidad, depende prácticamente de la vocación y compromiso de crear una empresa, la cual es el resultado de tres factores: 1) percepción que tiene el individuo de su propia realidad objetiva formada por su situación personal y laboral; 2) acontecimientos como la

experiencia laboral y formación y 3) serie de factores que influyen la personalidad del individuo, como sus valores y creencias, su necesidad de logro, deseo de independencia y su rechazo al riesgo.

## **2.1 Conclusión**

En conclusión, se puede señalar que es fundamental el uso de las teorías, ya que no se han cambiado en el siglo XXI como tal, sólo lo que ha evolucionado es el entorno en el que se encuentra actualmente, los cuales son paradigmas tecnológicos, de desarrollo sustentable y de competencia, aunque no se cuente con un establecimiento, giro de la empresa, disponibilidad y ubicación, pero si una idea de negocio este puede llegar al éxito en la actualidad.

Por lo tanto, los emprendedores analizados en esta investigación cuentan con experiencia, influencia relacionadas con las tres teorías contemporáneas, de igual manera están al tanto de nuevas herramientas que se van desarrollando, por ejemplo: app's, tiendas online, redes sociales, entre otras; las cuales son de gran importancia en el siglo XXI para tener una empresa con mayor impacto en el mercado, competir con las grandes cadenas y ser mejor que la competencia; porque micro y medianas tienen menor impacto o reconocimiento, ya que no tienen una trayectoria que los avalan.

## **3. Ventajas y desventajas que tienen los aspectos teóricos y prácticos para la creación de un negocio**

Para la creación de una PYME, el emprendedor puede encontrarse con variables que pueden ser de gran ayuda o por el contrario pueden encontrarse con variables que puedan afectar en gran magnitud, ya sea el detener operaciones o hasta cerrar el

negocio; es por eso que se explicarán algunas ventajas y desventajas basadas en el mercado actual y en la investigación.

### **Ventajas.**

- Independencia laboral: considerada la ventaja más atractiva con base a estudios previos y reforzados en esta investigación, dado que, en la realización de encuestas a emprendedores en su mayor parte explicaban que anhelaban la autonomía laboral, porque en el campo laboral actual se vuelve más difícil al pasar los años y las empresas solicitan trabajadores de edad promedio.
- Capacidad de generación de empleos: en estos últimos 50 años la economía ha sufrido una crisis y ha ocasionado un fuerte impacto en el empleo, es por eso que, las PYMES tienen el propósito de contribuir a la economía mexicana con el fin de acabar con el desempleo que existe hoy en día.
- Toma de decisiones más estratégicas: tener una empresa no sólo consiste en generar ingresos, si no también adquirir habilidades, conciencia y saber tomar decisiones para pensar las cosas antes de actuar, ya que al tomar una mala resolución podría costarte el éxito del proyecto de emprendedurismo.
- Generar ingresos: al emprender te dedicas realmente a lo que te apasiona, dejando así de contribuir a la riqueza de terceras personas y te enfocas a generar más ingresos para ti. Teniendo en cuenta que como toda nueva empresa generas lo necesario o inclusive tener periodos de pérdida, pero con el tiempo comenzarás a darte cuenta de que vale la pena seguir y ser paciente para llegar al éxito deseado.

## **Desventajas.**

- Falta de utilización de técnicas mercadológicas: una de las partes importantes cuando una empresa inicia operaciones es la falta de conocimiento y competencia a las cuales se enfrenta, ya que no da a conocer su producto adecuadamente a las necesidades del consumidor o en su caso no se informa más sobre la publicidad que puede generar clientes, dado que pueden vender el mejor producto, pero si no cuentan con la mercadotecnia adecuada el negocio no tendrá éxito y perderán los clientes potenciales.
- Falta de estructura formal: la administración por lo general la realiza el dueño o el líder del negocio, sin embargo, este mismo no puede tener el conocimiento adecuado para llevar aspectos contables, estándares de desempeño, políticas escritas, la supervisión, entre otros. Esto, por consiguiente, no son administrativos o estudiaron algo afín a este campo, ya que en el estudio previo de estas investigaciones no todos los emprendedores tienen una formación académica afín.
- No estar preparado para emprender: el ser el líder de un negocio puede llevarte al fracaso, porque requiere de muchos factores personales y motivacionales que no todo el mundo está dispuesto acceder, ya que el emprendedor tendrá que esforzarse y sacrificarse en muchas ocasiones para que la empresa no fracase y en situaciones el dueño no es responsable, constante o no está comprometido con el proyecto.
- Falta de recursos financieros: es una desventaja clave para los futuros emprendedores, porque desafortunadamente no están informados de las fuentes

de financiamiento como: aceleradoras, incubadoras y programas gubernamentales, que son de gran ayuda al financiamiento de proyectos; porque los primeros pasos de un negocio se viven día a día y no pueden soportar periodos largos de crisis, son más vulnerables a la fiscalización y control gubernamental, lo cual genera miedo e incertidumbre por algunas inspecciones financieras o en el entorno económico como la inflación y la devaluación.

### **3.1 Conclusión**

El ser emprendedor no es un camino fácil, porque se pueden encontrar con muchos tropiezos o contratiempos que no se pueden controlar por sí mismos y otras que son responsabilidad principal de la persona al frente del negocio.

En primer lugar, el factor mercadológico y financiero son pilares fundamentales para un negocio, sin embargo, en esta investigación los emprendedores encuestados no cuentan con factores mercadológicos porque les genera un costo extra que no están dispuestos a pagar o no consideran importante, mientras que en el aspecto financiero, las personas no están informados de fuentes de ayuda que podrían adquirir para que su negocio genere una perspectiva más alta a sus posibilidades actuales; el tener conocimiento sobre estas fuentes de apoyo lo ayudarán a desarrollar una estructura formal, ya que ninguna de las personas encuestadas cuenta con una administración sólida, esto por distintos factores, pero el principal es el no estudiar o adquirir conocimientos sobre este campo, como se mencionó anteriormente.

Y la desventaja más fácil de detectar son los aspectos de personalidad, ya que el ser humano no es perfecto, lo cual puede llevar a cometer errores muy importantes en el desarrollo del negocio y errores pequeños que pueden tener alguna alternativa, por

estas razones no todas las personas tienen la actitud, habilidad, conocimiento o motivación necesaria para solucionar los problemas básicos a la hora de emprender un negocio.

Por otra parte, las ventajas encontradas y presentadas en la investigación, son muy importantes dado que fue un incentivo de las personas encuestadas en su mayoría para crear su negocio, sin saber a lo que se iban a enfrentar y lograr a corto, mediano y largo plazo.

Por consiguiente, una de las ventajas primordiales es la independencia laboral, porque las personas explicaban a grandes rasgos que la vida laboral siendo subordinado en algunos casos es difícil, el ambiente laboral, la carga de trabajo y no sentirse parte de la empresa, la cual provoca un cambio en ellos con el fin de mejorar dichos factores en sus propias empresas y para que sus empleados no se sientan como ellos en su experiencia laboral; asimismo, controlen mejor sus tiempos, su flexibilidad, su forma de trabajo y su bienestar económico.

De manera que también buscan la generación de empleos y ayudar a la economía del país, con el fin de reducir el porcentaje de desempleo, dando oportunidad a jóvenes trabajadores sin experiencia pero que cuentan con una carrera similar o afín del negocio, permitiéndoles obtener experiencia en el campo laboral, la cual lleva a tomar decisiones más estratégicas, porque pueden moldear a los trabajadores a su forma de trabajar y de igual manera apoyan a la hora de compartir ideas en algún aspecto del negocio, que facilite el proceso de trabajo y así generar ingresos a futuro.

Como se menciona anteriormente el principio de vida del negocio no están rentable y por la mismo es un proceso largo para obtener riqueza y mejorar en todos los aspectos del negocio, teniendo claro que el objetivo principal se logrará con paciencia, dedicación, esfuerzo, disciplina, estudio, sacrificios y actitud positiva.

Hay que mencionar además que el trayecto de un emprendedor no es fácil pero no es imposible, todo lo anterior mencionado es fundamental y debe de tenerse en cuenta para los futuros emprendedores a fin de obtener más herramientas que el emprendedor actual.

#### **4. Inclusión de habilidades de emprendedurismo en los planes de estudio**

Los planes educativos actuales en las carreras afines al emprendedurismo integran asignaturas para que los alumnos adquieran conocimientos sobre todo lo que con lleva a ser un emprendedor, sin embargo, el estudiante se enfoca únicamente a acreditar las evaluaciones que se les presentan en la carrera que eligieron, causando así una carencia de habilidades necesarias para ser competitivos en el mercado laboral y la inteligencia emocional para lidiar con la presión de un ambiente laboral de alta exigencia.

De acuerdo a Vesterbacka (s/f citado en García, 2019) explica que “aprender debería ser algo para la vida y no para un examen, ese es el punto de la educación, iluminar a las mentes jóvenes para trabajar en ser mejores personas y traer cambios positivos al mundo” párrafo 4.

Lo anteriormente mencionado sirve como ejemplo, tanto para las personas que están estudiando y para los licenciados que no adquirieron las habilidades necesarias o de alta importancia y que en un futuro sean personas exitosas en todos los ámbitos; para

quienes piensan que tener un grado de licenciatura, un certificado y cédula no te garantiza que adquieras todas las herramientas necesarias para tu vida laboral.

#### **4.1 Conclusión**

Por consiguiente, el emprendedurismo en los planes de estudio de esta investigación muestra que las personas encuestadas no tienen un grado académico afín para crear negocios, por otra parte, dichas personas lograron aprender estos conocimientos por medio de cursos, diplomados, libros, artículos o cualquier otro método de estudio ajeno a una licenciatura.

En contraste con lo anterior en este tema se cree irremplazable el conocimiento que se puede llegar a adquirir con un plan académico, aunque esté no haya sido adquirido al 100% por el alumno, pero a su vez si tiene noción o recuerda que en su vida académica aprendió algunas bases que actualmente necesita para ser un emprendedor, las pondrá en práctica.

Una posible solución para que el alumno a futuro aprenda adecuadamente a lidiar con situaciones que posiblemente pueda encontrar, es que la educación no sea sólo con el método científico, que es mostrar los temas al alumno, aprenderlos para así después pasar una evaluación, sino que, también se integre el método empírico, que consta de proyectos, simulaciones de negocio, entre otros, para mejorar el aprendizaje y que esté sea efectivo; ya que en la actualidad hay pequeñas y medianas empresas que ayudan a la reactivación de la economía, pero las empresas en su mayor parte fracasan y uno de los factores por lo cual quiebran es la falta de capacitación continua y de información.

Por lo que en conclusión este factor ya no sería motivo de cerrar su negocio, si el emprendedor tuviera una formación académica más completa, que se obtiene en el plan de estudio de las universidades y con ello lograrían ser emprendedores exitosos para lograr sus metas y alargar la vida de su negocio.

La experiencia es un principal factor para emprender un negocio, ya que el emprendedor no tiene conocimientos y habilidades que le ayudan a crear su propia empresa, por ende, con el paso del tiempo se va desarrollando un patrón y como debe actuar ante diferentes circunstancias.

Al estudiar una licenciatura en Administración o afín: los planes de estudio están diseñados para orientar a los estudiantes a implementar planes de negocio con un fin en particular, el cual consiste en desarrollar habilidades y conocimientos que permitan dar el siguiente paso a un nuevo negocio, en donde las bases principales o cimientos son las teorías con fundamentos, actividades de simulación de negocios, estadística, uso de las tecnologías de la información y la comunicación (TIC'S), así como los campos que abarca la administración, mercadotecnia, derecho, economía, presupuestos, ética, entre otras. Todo esto para que tengan los conocimientos suficientes para que ellos puedan generar un plan de negocio eficiente, como:

- Capital Interno/ Externo: algunos emprendedores tienen la posibilidad de tener un capital inicial a la hora de dar marcha a un negocio, ya que generaron ingresos obtenidos por alguna herencia, trabajos anteriores, algún socio, entre otros, que cubren una cierta parte de los gastos iniciales. Entre otros casos buscan una fuente de ingresos como financiamientos, aceleradoras o

incubadoras que se encarguen de cubrir los gastos del negocio que está iniciando operaciones.

- Conocer los tipos de negocios: crear una empresa en la actualidad tiene como finalidad satisfacer algunas necesidades, ya sea básica o secundaria/social que genere demanda para que pueda ser rentable con el paso del tiempo.

En México las empresas/negocios más rentables se basan principalmente en estos cuatro factores de consumo, los cuales son los más sobresalientes en el año 2018 al 2019:

- Alimentos y Bebidas
- Importación/Exportación
- Tienda de Abarrotes
- Servicios

**Tabla 6.** *Conocimientos básicos de los cuatro factores de consumo.*

Alimentos y Bebidas	Importación/Exportación
1. Cafetería	1. Importar ropa
2. Crepería	2. Exportar licores
3. Pizzería	3. Importar celulares
4. Coffee bike	4. Productos típicos
5. Mesa de dulces	5. Importar productos de China
6. Hamburguesas	6. Exportar producto agrícola
7. Fuente de sodas	7. Importar instrumental/maquinaria
8. Churros	industrial

9. Food truck	
10. Coctelería para eventos	
11. Alitas y papas	
Tienda de Abarrotes	Servicios
1. Abarrotes	1. Gimnasio
2. Papelería	2. Estudio de tatuajes
3. Boutique	3. Lavandería y tintorería
4. Ferretería	4. Negocios de mascotas
5. Tienda en línea	5. Servicios industriales para empresas
6. Dulcería	6. Servicios profesionales

Tabla 6: Elaboración propia.

México actualmente vive más problemas de insatisfacción laboral, ya que los trabajos actuales son la mayor parte del tiempo en una oficina, por lo que no permite tener a los trabajadores una vida social, otro factor importante es el trato que reciben por parte de sus superiores, ya que no tienen la amabilidad de saber cómo están sus empleados, provocando conflictos en la comunicación, la toma de decisiones, la manera de generar el trabajo, entre otros; por lo tanto, los mexicanos al iniciar una empresa desarrollan distintos estilos de trabajo y liderazgos muy diferentes a los ya establecidos con sus experiencias pasadas, las cuales permiten una reestructuración a su sistema de trabajo como: hacer home office; porque los millennials no están con la disposición de estar 100% en un lugar fijo.

En México el porcentaje de desempleo es del 3.7% de la población económicamente activa, este factor es la principal causa para que un emprendedor inicie un negocio y

ayude a no formar parte del porcentaje en el país (INEGI, 2018). Así como disminuir la pobreza para generar nuevas fuentes de empleo que ayuden a terceras personas a sustentar sus gastos y necesidades básicas.

## Capítulo III

## Metodología

### 3.1 Tipos de estudio

El enfoque de las investigaciones se divide en dos: cualitativa y cuantitativa; para esta investigación se empleará el estudio cuantitativo, ya que mide las variables de las tres teorías de las cuales está fundamentada, así como la utilización de estadísticas dentro de la CDMX específicamente en la alcaldía Cuauhtémoc.

Es por ello que, el nivel de conocimiento para la investigación es descriptivo, con el cual se busca especificar las propiedades, características y los perfiles de las personas emprendedoras; por lo que se pretende medir o recoger información de manera independiente o conjunta sobre los conceptos o las variables a las que se refiere, sin embargo, se limitaría a medir las dimensiones de la investigación que son la: variable dependiente e independiente.

Variable dependiente:

- 1) Está constituida a las tres teorías contemporáneas (Shapero, McClelland, Huuskonen).

Variable independiente:

- 1) Diferencias y similitudes de emprendedores en el siglo XXI.

En resumen, al haber determinado este tipo de estudio permitirá cumplir con los objetivos y la hipótesis establecidas en la investigación, con el fin de seguir comprobando que las tres teorías son indispensables para el emprendedurismo.

## **Justificación de la Alcaldía**

La justificación de la selección de la alcaldía Cuauhtémoc se fundamenta en que tiene una importante base de microempresas, aunque no es la alcaldía con mayor número de PYMES en la CDMX, la zona geográfica en la que se encuentra representa más diversidad de negocios y más afluencia de gente, ya que prácticamente es el centro de la CDMX contando con un número de 73,717 unidades económicas.

Por lo que se cree conveniente dicha alcaldía para esta investigación, ya que por lo antes mencionado está en el punto medio y esto genera más valor, oportunidades de crecimiento y menos posibilidades de cerrar su negocio, asimismo, para futuros emprendedores que no tienen la información necesaria de donde poner su negocio, porque cuenta con bastantes ventajas para ser considerada la mejor opción para establecerlo.

### **3.2 Fórmula**

El tamaño de la muestra es la cantidad de respuestas completas que tu encuesta recibe, se le llama muestra porque sólo representa parte del grupo de personas o población objetiva, cuyas opiniones o comportamiento te interesan.

#### ***Comprensión de los tamaños de las muestras.***

Estos son dos términos clave que deberás comprender para calcular el tamaño de la muestra y darle contexto:

- **Tamaño de la población:** la cantidad total de personas en el grupo que deseas estudiar.

- Margen de error: un porcentaje que te dice en qué medida puedes esperar que los resultados de tu encuesta reflejen la opinión de la población general. Entre más pequeño sea el margen de error, más cerca estarás de tener la respuesta correcta en un determinado nivel de confianza.
- La puntuación z: es la cantidad de desviaciones estándar que una proporción determinada se aleja de la media. Para encontrar la puntuación z adecuada, (véase la tabla 7).

**Tabla 7.** Puntuación Z para medir la desviación estándar.

Nivel de confianza deseado	Puntuación Z
80%	1.28
85%	1.44
90%	1.65
95%	1.96
99%	2.58

Tabla 7: Elaboración propia a partir de la información de Aguilar, 2005.

- a) Para población infinita: cuando se desconoce el total de unidades de observación que la integran o la población es mayor a 100,000:

$$n = \frac{Z^2 pq}{d^2}$$

- b) Para población finita: cuando se conoce el total de unidades de observación que la integran:

$$n = \frac{NZ^2 pq}{d^2(N - 1) + Z^2 pq}$$

Donde:

- $n$  = Tamaño de la muestra.
- $N$  = Tamaño de la población.
- $Z$  = Nivel de confianza.
- $p$  = Probabilidad de que sea correcto.
- $q$  = Probabilidad que sea incorrecta.
- $d$  = Margen de error.

### **3.3 Selección de la muestra**

La selección de la zona en donde fue realizada la muestra es en la alcaldía Cuauhtémoc, aunque no es una de las alcaldías con mayor número de PYMES registradas en el censo nacional, su ubicación geográfica permite una gran cantidad de afluencia no sólo local o nacional que viven en la República Mexicana, sino de visitantes extranjeros.

Gracias al emprendimiento se sustenta la economía mexicana, cabe recordar que las empresas en nuestro país son alrededor de 4 millones 15 mil unidades empresariales de las cuales el 99.8% son PYMES.

Datos generales de la delegación.

- La alcaldía Cuauhtémoc cuenta con una superficie de 32.4 kilómetros cuadrados, que representa el 2.1 % del total de la superficie de la CMDX.
- Totalmente urbanizado.
- Habitacional y comercial.
- Población total: 532, 553 en el año 2015.
- La mezcla de vínculos entre las actividades mercantiles, instituciones públicas y privadas, culturales y sociales, han hecho posible que la alcaldía Cuauhtémoc sea

la séptima economía del país, pues aporta el 4.6% del PIB neto y concentra el 36% de equipamiento y el 40% de la infraestructura cultural de la CDMX.

Con la aportación de estos datos se toma la decisión de que las 68 encuestas fueran realizadas en esta alcaldía, para lograr un resultado más directo sobre cómo es el emprendedor mexicano, cuáles son las características que actualmente poseen y cómo éstas están relacionadas con las teorías que fueron seleccionadas para la investigación.

### Cifras del INEGI.

**Tabla 8.** Población actual en la CDMX y en la alcaldía Cuauhtémoc.

<b>Población de la CDMX</b>	
	8,918,653
<b>Población de la Alcaldía Cuauhtémoc</b>	532,553

Tabla 8: Elaboración propia a partir de la información proporcionada del INEGI (2018).

Se realizó el cálculo de ambas fórmulas con los datos recabados, para evitar un resultado incorrecto:

$$a) n = \frac{[1.65^2 (.50)(.50)]}{0.10^2} = 68$$

$$b) n = \frac{[(532553)(1.65^2)(0.50)(0.50)]}{(0.10^2)(532553-1)+(1.65^2)(0.50)(0.50)} = 68$$

### Explicación de la fórmula.

Con base a la tabla “Z”, se eligió el nivel de confianza de un 90%, ya que el segmento de la población a la que se estará encuestando contiene datos específicos que pueden afectar el conteo final. Por lo tanto, se decidió que el 90% es una cifra adecuada para este tipo de preguntas.

Se consideró que la probabilidad que sea correcta “P”, la probabilidad que se incorrecta “Q”, tenga cada uno un 50 %, porque existe la misma posibilidad de las encuestas realizadas sean correctas o incorrectas, ya que el segmento al cual va dirigido podría afectar o beneficiar al conteo, porque la muestra es muy pequeña debido a la delimitación de la alcaldía y el rango de edad de la investigación.

El margen de error que se tomó correspondiente al 90 % de la confiabilidad que se eligió anteriormente, esta con relación a la proyección que se puede dar en el conteo el cual equivale al 10% para la muestra.

#### **Justificación de la muestra.**

En la CDMX la INEGI realiza el censo de población y vivienda cada 10 años a nivel nacional, sin embargo, en los años que terminan en cinco se realiza los conteos de población, por lo tanto, la actualización a nivel nacional será en el año 2020.

Dicho lo anterior se tomó la cantidad de población de la alcaldía Cuauhtémoc en el 2015, ya que, a la hora de recopilar la información sobre las entidades económicas de dichas alcaldías, el número de las PYMES eran de 73,717 unidades, no obstante, todas las PYMES no cumplen con los aspectos socioeconómicos de esta investigación, es por esto que realizó la fórmula de tamaño de la muestra con este número de entidades económicas.

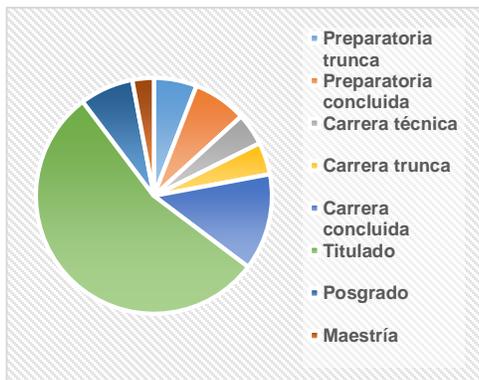
La muestra era demasiado pequeña, de ahí que se tomó la decisión de utilizar otra cifra, que fue el total de la población y al momento de utilizarlo con la fórmula dio como resultado un número más viable para esta investigación, además de este motivo que

dio paso a utilizar esa cifra, fue que no todas las PYMES están registrados o contabilizados en el censo que se realizan por cuestiones ajenas o desconocidas.

## Análisis de los datos

### 3.4 Gráficas e interpretación

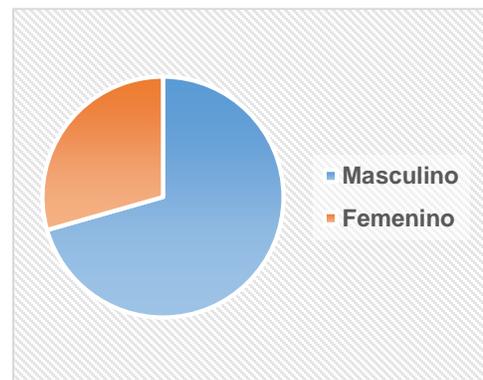
**Figura 5. "Grado de Estudios".**



REPUESTAS	FRECUENCIA	%
Preparatoria trunca	4	7%
Preparatoria concluida	5	6%
Carrera técnica	3	5%
Carrera trunca	3	4%
Carrera concluida	9	13%
Titulado	37	55%
Posgrado	5	7%
Maestría	2	3%
Total	68	100%

*Figura 5: Elaboración propia a partir de la información del estudio de campo.*

**Figura 6. "Género".**



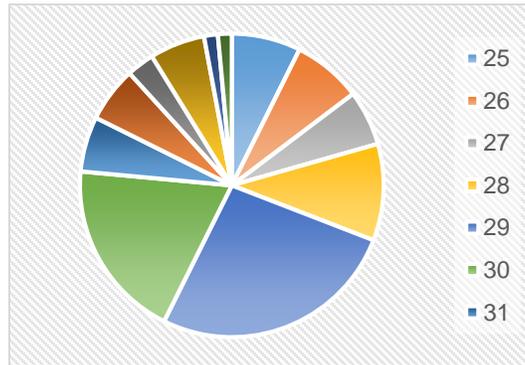
REPUESTAS	FRECUENCIA	%
Masculino	48	71%
Femenino	20	29%
Total	68	100%

*Figura 6: Elaboración propia a partir de la información del estudio de campo.*

En la realización de las 68 encuestas en la alcaldía Cuauhtémoc, el 55% son personas con un título universitario con experiencia, seguido de un 13% de personas con carrera concluida. Por lo tanto, las personas que tienen un negocio propio tienen los conocimientos básicos para la creación y desarrollo de una empresa, al contrario del 3% de los encuestados son personas con menos estudios, ya que no han concluido

la preparatoria. Como resultado del 71% de las personas encuestadas es del género masculino contra el 29% de mujeres emprendedoras.

**Figura 7. "Edad".**

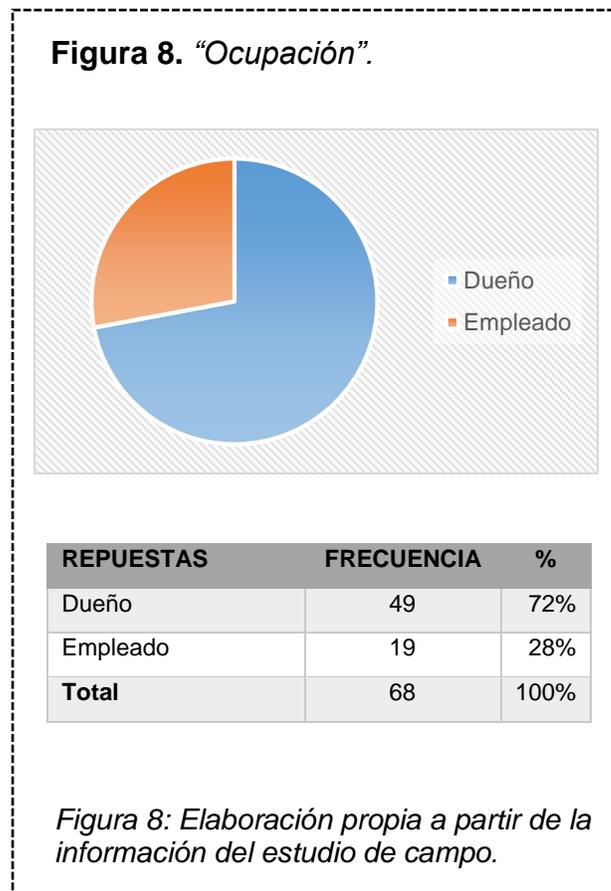


REPUESTAS	FRECUENCIA	%
25	5	7%
26	5	7%
27	4	6%
28	7	10%
29	18	26%
30	13	19%
31	4	6%
32	4	6%
33	2	3%
34	4	6%
35	1	2%
47	1	2%
<b>Total</b>	<b>68</b>	<b>100%</b>

*Figura 7: Elaboración propia a partir de la información del estudio de campo.*

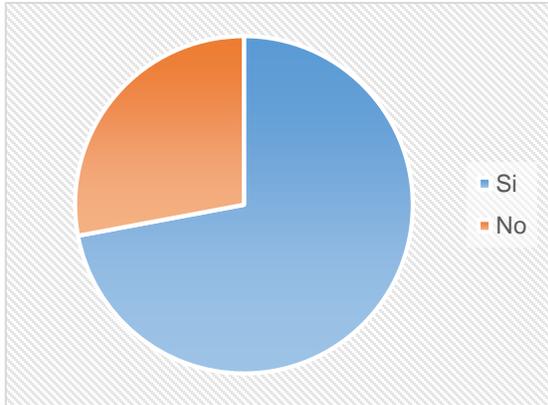
La edad de las personas que fueron encuestadas fue entre los 25 años a los 34 años; el rango de la investigación era entre los 25 años a los 35 años, porque se quería comprobar si los jóvenes tienen las habilidades para ser emprendedores. El porcentaje más alto abarca la edad de 29 años con un 26%, esto permite ver que la mayoría de

estas personas ya han adquirido una experiencia y recursos financieros para crear su empresa y el 7% tiene la edad de 25 años, se podrá decir que les falta recursos y experiencia, ya que están enfocados en terminar su carrera o en el proceso de titulación.



La mayoría de las encuestas realizadas señalan que los dueños están administrando de tiempo completo el funcionamiento de su empresa, ya que la mayoría se relacionaba con la carrera que estudiaron, esto representa un 72%, por lo que de ahí salían sus ingresos mensuales; en cambio, el 28% son de personas que tienen un trabajo estable y pusieron un negocio por gusto o hobby, además para generar más ingresos.

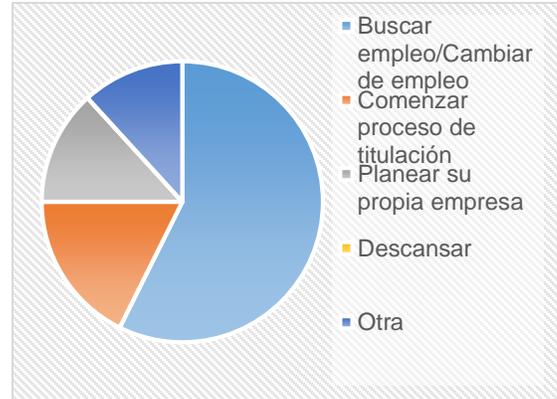
**Figura 9.** Durante "Grado de estudios" ¿Contaba usted con empleo?



REPUESTAS	FRECUENCIA	%
Si	49	72%
No	19	28%
<b>Total</b>	<b>68</b>	<b>100%</b>

*Figura 9: Elaboración propia a partir de la información del estudio de*

**Figura 10.** Al egresar de "Grado de estudio", ¿Qué fue lo primero que comenzó a hacer?

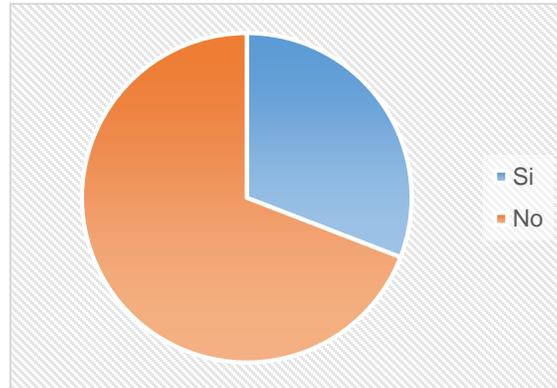


REPUESTAS	FRECUENCIA	%
Buscar empleo/Cambiar de empleo	39	57%
Comenzar proceso de titulación	12	18%
Planear su propia empresa	9	13%
Descansar	0	0%
Otra	8	12%
<b>Total</b>	<b>68</b>	<b>100%</b>

*Figura 10: Elaboración propia a partir de la información del estudio de campo.*

El 72% de las personas encuestadas contaban con un empleo durante su grado de estudios, con respecto a las personas al ser egresados de su respectiva carrera siguieron adquiriendo más experiencia profesional y otros cambiaron de diferente puesto en la misma o en otra empresa, para cumplir sus objetivos personales.

**Figura 11.** ¿Crees que lo aprendido durante el “Plan de estudios” fue lo suficiente para comenzar su propia



REPUESTAS	FRECUENCIA	%
Si	21	31%
No	47	69%
Total	68	100%

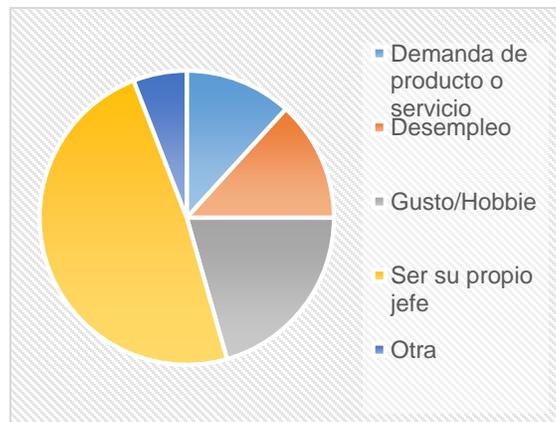
*Figura 11: Elaboración propia a partir de la información del estudio de campo.*

El plan de estudios de las personas encuestadas no fue lo suficiente para la creación de su propia empresa, ya que el 69% contestaron que no adquirieron las bases principales para emprender, por las siguientes razones:

- Falta de elementos en la carrera de administración.
- Su carrera no estaba enfocada al emprendimiento.
- Estudio de carreras afín, pero no la concluyo al 100%.

Al contrario del 31% mencionan que su grado de estudios fue completo a la hora de comenzar su propia empresa, porque fueron personas que estudiaron administración, contabilidad o una carrera afín, lo cual da un panorama más amplio al emprendimiento.

**Figura 12.** *¿Cuáles fueron las causas principales por las que inicio su empresa?*

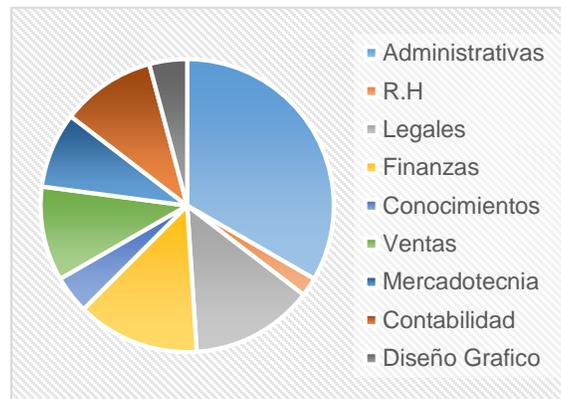


REPUESTAS	FRECUENCIA	%
Demanda de producto o servicio	8	12%
Desempleo	9	13%
Gusto/Hobbie	14	21%
Ser su propio jefe	33	48%
Otra	4	6%
Total	68	100%

*Figura 12: Elaboración propia a partir de la información del estudio de campo.*

El 48% de las personas encuestadas iniciaron su empresa, porque contaban con experiencia profesional y además pausaron su carrera laboral para dejar de ser empleado y convertirse en su propio jefe, de igual forma, piensan que en algún momento de sus vidas podrían ser desempleados por no contar con la edad requerida para las empresas y 21% señaló que fue por gusto/hobbie, ya que siguen laborando en algún puesto dentro de una empresa y genera recursos de su negocio.

**Figura 13.** *¿Qué conocimientos adicionales cree usted que se necesita para comenzar su propia empresa?*

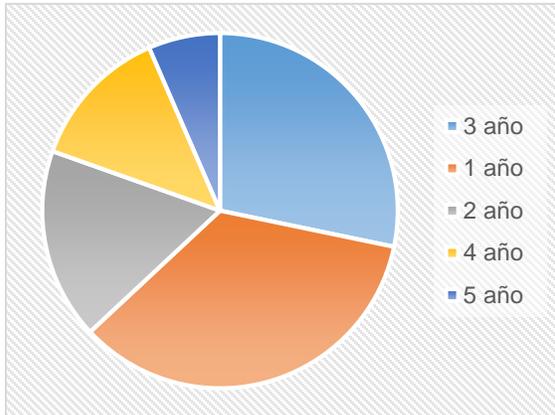


REPUESTAS	FRECUENCIA	%
Administrativas	32	33%
RH	2	2%
Legales	13	14%
Finanzas	13	14%
Conocimientos	4	4%
Ventas	10	67%
Mercadotecnia	8	8%
Contabilidad	10	10%
Diseño Gráfico	4	4%
Total	96	156%

*Figura 13: Elaboración propia a partir de la información del estudio de campo.*

La administración es una base fundamental para la creación de una empresa, porque ayuda a tener un conocimiento más amplio, ya que es el centro de todas las sub-ramas que está abarca, por lo tanto, en la encuesta el 33% de las personas mencionaron que la administración es fundamental para dar comienzo a una empresa, sin embargo, otro de los motivos a considerar es la parte legal, ya que dependiendo el giro al cual este enfocado es necesario algunos permisos para iniciar su operación.

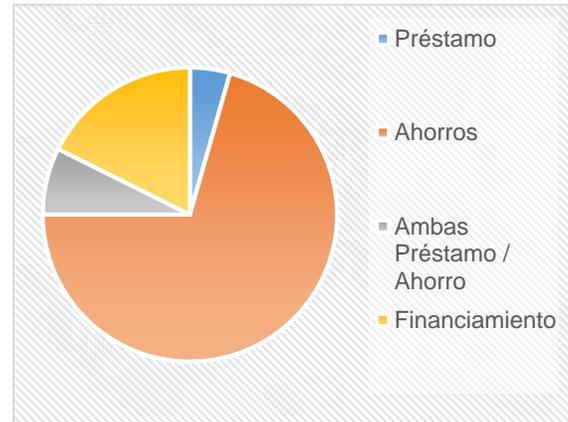
**Figura 14.** ¿Qué lapso de tiempo le tomo a usted dar comienzo a su empresa?



REPUESTAS	FRECUENCIA	%
3 año	18	28%
1 año	33	35%
2 año	8	17%
4 año	6	13%
5 año	3	7%
Total	68	100%

*Figura 14: Elaboración propia a partir de la información del estudio de campo.*

**Figura 15.** ¿Cómo fue su inversión inicial?

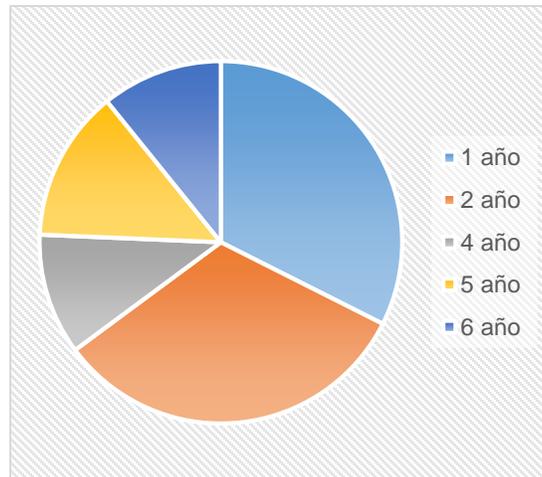


REPUESTAS	FRECUENCIA	%
Préstamo	3	4%
Ahorros	48	71%
Ambas Préstamo / Ahorro	5	7%
Financiamiento	12	18%
Total	68	100%

*Figura 15: Elaboración propia a partir de la información del estudio de campo.*

El lapso de tiempo que les tomó para la apertura de su negocio fue de un año, ya que la inversión inicial fueron sus ahorros personales, por lo tanto, el tiempo invertido en el desarrollo inicial no fue muy extenso, ya que el emprendedor tomaba la decisión de cuando iniciar la operación.

**Figura 16.** ¿Cuántos años de operación lleva la empresa?

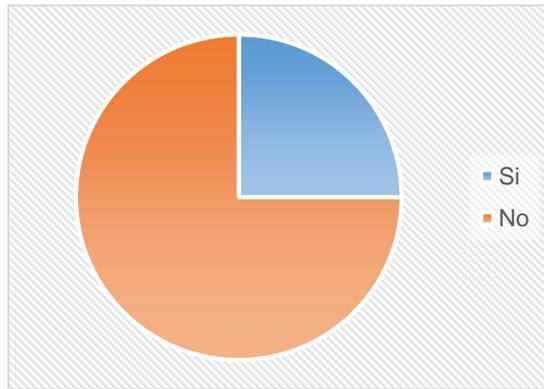


RESPUESTA	FRECUENCIA	%
1 año	20	32%
2 año	20	32%
4 año	7	11%
5 año	14	14%
6 año	7	11%
Total	68	100%

*Figura 16: Elaboración propia a partir de la información del estudio de campo.*

El tiempo de operación que llevan estas empresas es de uno a dos años, esto se debe a que el rango de edad es muy joven y no pueden tener tantos años de operación en su respectiva empresa.

**Figura 17.** ¿Conoce los programas de “Aceleradoras de negocio” o “Incubadora de negocio”?

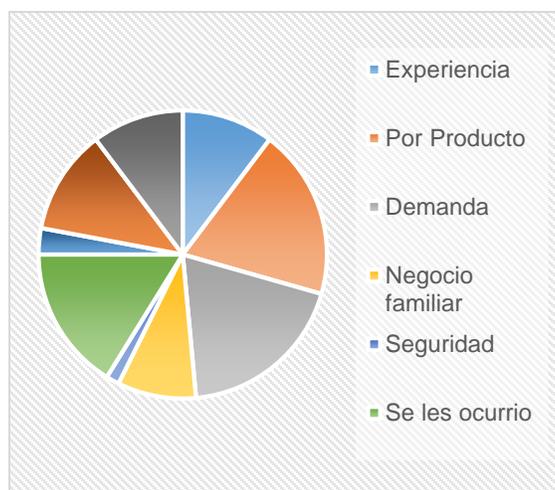


RESPUESTA	FRECUENCIA	%
Si	17	25%
No	51	75%
Total	68	100%

*Figura 17: Elaboración propia a partir de la información del estudio de campo.*

Las aceleradora de negocios, es un programa que se presta para algunos startups o emprendedores que tiene la intención de poner en marcha su negocio en un corto plazo de 90 días a 4 meses, es por ello que el 75% de las personas encuestadas no conoce los programas que ayudan al crecimiento rápido de un negocio, dado a esto la inversión inicial de las personas fue por ahorros personales y no requirieron de ningún programa de ayuda.

**Figura 18. ¿Cómo eligió el sector de su empresa?**

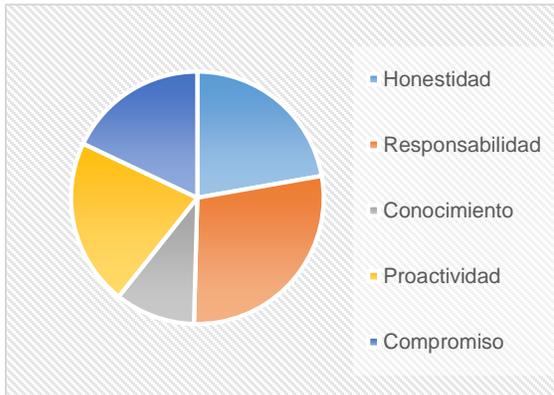


RESPUESTA	FRECUENCIA	%
Experiencia	7	10%
Por Producto	13	19%
Demanda	13	19%
Negocio familiar	6	9%
Seguridad	1	2%
Se les ocurrió	11	16%
Instinto	2	3%
Servicio	8	12%
Por la carrera	7	10%
Total	68	100%

*Figura 18: Elaboración propia a partir de la información del estudio de campo.*

El 38% de las personas encuestadas, nos mencionaron que la elección del sector al cual corresponde su empresa fue por la demanda del producto, ya que adquirieron experiencia profesional y laboral, por los años de carrera a lo largo del tiempo y la motivación para crear su negocio, estas tres características mencionadas fueron las razones principales de los 68 encuestados.

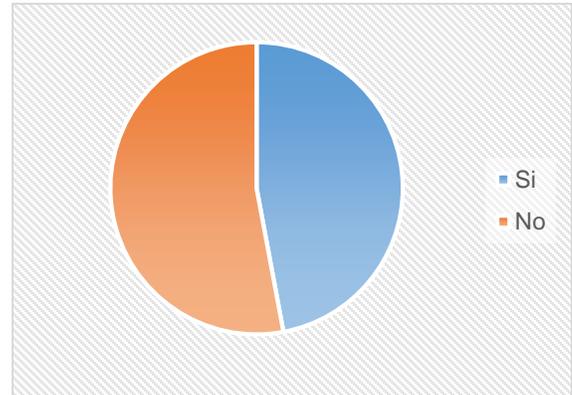
**Figura 19.** Al comenzar una empresa, ¿Cuáles serían las 3 principales cualidades que buscaría en un empleado?



RESPUESTA	FRECUENCIA	%
Honestidad	26	22%
Responsabilidad	33	28%
Conocimiento	12	10%
Proactividad	25	22%
Compromiso	21	18%
Total	117	100%

*Figura 19: Elaboración propia a partir de la información del estudio de campo.*

**Figura 20.** ¿Utiliza algún método tecnológico para el desarrollo de su empresa?



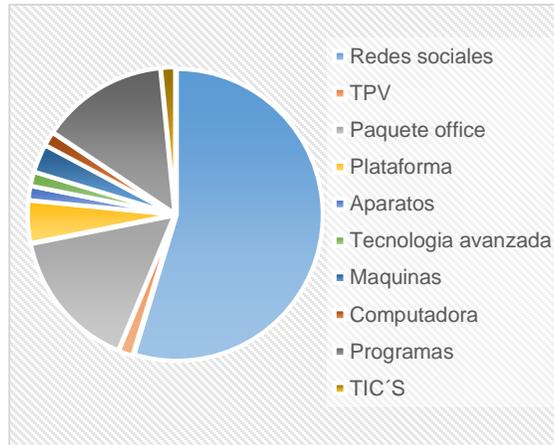
RESPUESTA	FRECUENCIA	%
Si	32	47%
No	36	53%
Total	68	100%

*Figura 20: Elaboración propia a partir de la información del estudio de campo.*

Las tres principales cualidades que buscan las personas en un nuevo empleado son: la responsabilidad, honestidad y proactividad:

1. Responsabilidad: es la cualidad de cumplir con la ética y la moral
2. Honestidad: para realizar sus actividades de manera transparente.
3. Proactividad: consiste en realizar diferentes funciones no establecidas, sin nada a cambio.

**Figura 21.** *¿Utiliza algún método tecnológico para el desarrollo de su empresa? ¿Cuáles?*

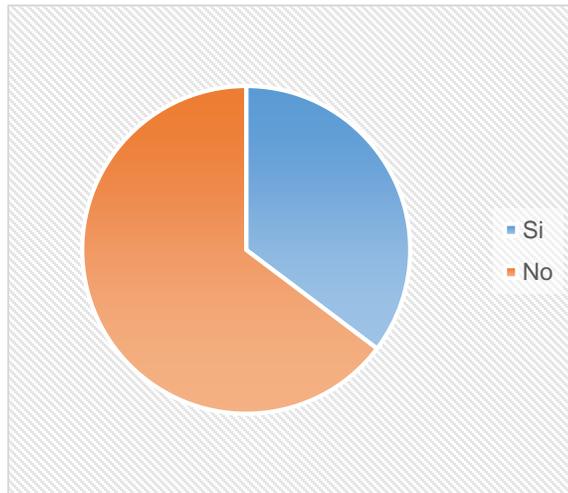


RESPUESTA	FRECUENCIA	%
Redes sociales	38	55%
TPV	1	1%
Paquetería office	11	16%
Plataforma	3	5%
Aparatos	1	1%
Tecnología avanzada	1	1%
Maquinas	2	3%
Computadora	1	2%
Programas	9	14%
TIC'S	1	2%
Total	68	100%

*Figura 21: Elaboración propia a partir de la información del estudio de campo.*

El mayor porcentaje de personas encuestadas mencionó que, si utilizan un método tecnológico para la implementación de su empresa, con un 55% mencionaron que las redes sociales son el elemento principal para la difusión de su negocio y con un 16% señalo que utiliza una paquetería office muy básica para llevar su control adecuado de su negocio.

**Figura 22.** Al tener usted su propia empresa, ¿Contrataría a recién egresados sin experiencia para el puesto? ¿Por qué?



RESPUESTA	FRECUENCIA	%
Si	24	35%
No	44	65%
Total	68	100%

*Figura 22: Elaboración propia a partir de la información del estudio de campo.*

De las 68 personas encuestadas el 65% dijeron que no contratarían a egresados de cualquier nivel de licenciaturas, ya que la mayoría de ellos no cuentan con alguna experiencia para ejercer algún puesto dentro del negocio; sin embargo, el 35% si los contrataría sin ninguna experiencia, ya que para ellos es más fácil desarrollarlos en los procesos y a los lineamientos que están acostumbrados, porque no tienen ninguna malicia y pueden aportar ideas nuevas e innovadoras para el proceso de la operación.

En el apartado 3.4 “Gráficas e Interpretación”, al final de cada cuadro de resultados se da una breve explicación de los porcentajes obtenidos en las personas encuestadas; cada pregunta fue elaborada por los autores de esta investigación, con el propósito de complementar la información proporcionada por Alcaraz (2011).

### 3.5 Resultados del test

El test se eligió con base al libro *Emprendedor de éxito*, ya que permite conocer las habilidades actuales del emprendedor y medir la personalidad emprendedora, las 25 preguntas se enfocan en el manejo diversas situaciones personales y dentro de su empresa.

**Tabla 9.** *Resultados de las características del emprendedor.*

Puntos	5	4	3	2	1
1.- A menudo tengo ideas originales y las pongo en práctica.					
2.- Cometo errores y me equivoco, pero sé que puedo hacer las cosas bien.					
3.- Cuando quiero algo, insisto hasta que lo consigo.					
4.- Cuando invierto mi dinero, prefiero arriesgarlo en algo que pueda darme más ganancias que en un depósito a plazo fijo.					
5.- No me resulta difícil encontrar varias soluciones a un mismo problema.					

6.- Puedo resolver problemas con rapidez, incluso bajo presión.					
7.- Veo posibilidades creativas (de innovación) en cada cosa que hago.					
8.- Creo con firmeza en que tendré éxito en todo lo que me proponga hacer.					
9.- Creo con firmeza que, si la primera vez no lo logro, debo intentarlo una y otra vez.					
10.- Cuando pienso en emprender un negocio, no me asusta la idea de lo desconocido.					
11.- Cuando enfrento un problema, me gusta encontrar nuevas maneras para resolverlo.					
12.- Me considero una persona ingeniosa, en especial cuando se presentan situaciones difíciles.					
13.- Disfruto buscando nuevas formas de ver las cosas, en lugar de guiarme por las ideas ya conocidas.					
14.- No me desaliento si encuentro obstáculos para alcanzar mis metas.					
15.- Considero que a veces el riesgo es estimulante.					
16. Estoy convencido de mis capacidades y sé muy bien cómo explotarlas.					
17.- Creo en el refrán: “quien no arriesga no gana”.					
18.- Estoy seguro de mis propias ideas y posibilidades.					

19. Aunque no alcance mis objetivos en poco tiempo, no pierdo el interés.					
20. Me entusiasma realizar cosas nuevas e inusuales.					
21.- Creo que en la vida hay que tomar riesgos para ganar más o alcanzar metas más altas.					
22. Con frecuencia encuentro soluciones rápidas y eficaces a los problemas.					
23.- Soy bueno para enfrentar una gran cantidad de problemas al mismo tiempo.					
24.- Considero que la perseverancia es importante para llegar al éxito.					
25.- Me siento seguro, incluso cuando alguien crítica lo que he hecho.					
Total, por número	18	7	0	0	0
Total	90				

Tabla 9: Elaboración propia a partir de los resultados del test de Alcaraz, 2011.

La primera pregunta retoma puntos personales con respecto a las creaciones de ideas y cómo son aplicadas en su vida personal, la respuesta más usual con un 48% fue “definitivamente sí”, que en la tabla 9 de resultados se remarca en el recuadro con el número cinco.

Así como la pregunta uno que tuvo mayor puntaje las siguientes obtuvieron definitivamente sí, (véase tabla 10).

**Tabla 10.** Preguntas con mayor porcentaje en la respuesta definitivamente sí en el ámbito personal.

Preguntas	Porcentajes
2.- Cometo errores y me equivoco, pero sé que puedo hacer las cosas bien.	62%
3.- Cuando quiero algo, insisto hasta que lo consigo.	65%
5.- No me resulta difícil encontrar varias soluciones a un mismo problema.	38%
9.- Creo con firmeza que, si la primera vez no lo logro, debo intentarlo una y otra vez.	58%
13.- Disfruto buscando nuevas formas de ver las cosas, en lugar de guiarme por las ideas ya conocidas.	48%
14.- No me desaliento si encuentro obstáculos para alcanzar mis metas.	41%
15.- Considero que a veces el riesgo es estimulante.	41%
16. Estoy convencido de mis capacidades y sé muy bien cómo explotarlas.	56%
18.- Estoy seguro de mis propias ideas y posibilidades.	50%
20. Me entusiasma realizar cosas nuevas e inusuales.	63%

*Tabla 10: Elaboración propia a partir de los resultados del test.*

Sin embargo, se cuenta con algunas preguntas que obtuvieron el porcentaje de “probablemente sí”, (véase tabla 11).

**Tabla 11.** Preguntas con porcentaje en la respuesta probablemente sí en el ámbito personal.

Preguntas	Porcentajes
6.- Puedo resolver problemas con rapidez, incluso bajo presión.	49%
12.- Me considero una persona ingeniosa, en especial cuando se presentan situaciones difíciles.	52%
19. Aunque no alcance mis objetivos en poco tiempo, no pierdo el interés.	45%
25.- Me siento seguro, incluso cuando alguien crítica lo que he hecho.	42%

*Tabla 11: Elaboración propia a partir de los resultados del test.*

Todas estas preguntas de carácter personal permiten entender que tienen un nivel medio-alto en sus habilidades como: crear ideas, perseverancia, disciplina, proactivo y seguridad, siendo las más destacables.

Por otro lado, hay preguntas que son de carácter empresarial y cómo llevan a cabo el desarrollo de todas las actividades; uno de los aspectos principales es el dinero, así como se menciona en la pregunta 4 “Cuando invierto mi dinero, prefiero arriesgarlo en algo que pueda darme más ganancias que en un depósito a plazo fijo”, el 50% contestó “definitivamente sí”, que en la tabla 9 de resultados se remarcó el recuadro con el número cinco.

Así mismo las siguientes preguntas obtuvieron el mismo porcentaje que la pregunta número 4, (véase tabla 12).

**Tabla 12.** Preguntas con porcentaje en la respuesta definitivamente sí en el ámbito empresarial.

Preguntas	Porcentajes
7.- Veo posibilidades creativas (de innovación) en cada cosa que hago.	46%
8.- Creo con firmeza en que tendré éxito en todo lo que me proponga hacer.	57%
11.- Cuando enfrento un problema, me gusta encontrar nuevas maneras para resolverlo.	46%
17.- Creo en el refrán: “quien no arriesga no gana”.	44%
21.- Creo que en la vida hay que tomar riesgos para ganar más o alcanzar metas más altas.	60%
24.- Considero que la perseverancia es importante para llegar al éxito.	58%

*Tabla 12: Elaboración propia a partir de los resultados del test.*

Finalmente, las preguntas que tuvieron un porcentaje en la respuesta probablemente sí son las siguientes, (véase tabla 13).

**Tabla 13.** Preguntas con porcentaje en la respuesta probablemente sí en el ámbito empresarial.

Preguntas	Porcentajes
10.- Cuando pienso en emprender un negocio, no me asusta la idea de lo desconocido.	44%
22. Con frecuencia encuentro soluciones rápidas y eficaces a los problemas.	57%
23.- Soy bueno para enfrentar una gran cantidad de problemas al mismo tiempo.	44%

*Tabla 13: Elaboración propia a partir de los resultados del test.*

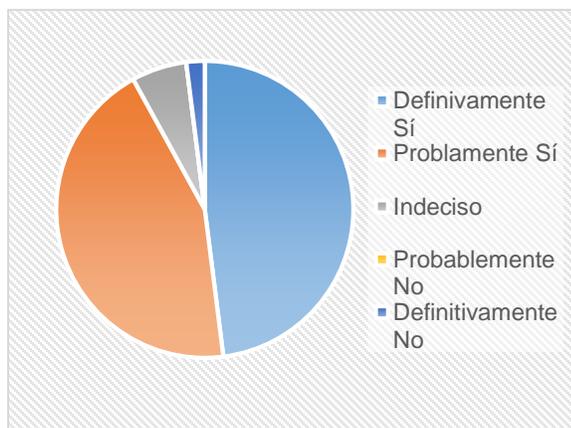
Para realizar correctamente la tabla de resultados, se tuvo que obtener de uno a cinco puntos por cada pregunta; la puntuación cinco significa que describe con exactitud su personalidad y la puntuación uno significa que no corresponde a su personalidad.

Las 68 personas encuestadas obtuvieron 18 puntos en la respuesta definitivamente sí, que es el nivel más elevado que poseen una fortaleza para el desarrollo de su actividad emprendedora, por lo tanto, eso quiere decir que las personas emprendedoras consiguen una gran efectividad a la hora de desarrollar su empresa, es así que obtuvieron 90 puntos en el test, teniendo un nivel elevado de características del perfil del emprendedor.

En las siguientes figuras se representan el resultado de cada una de las preguntas que se les aplicaron a los emprendedores entrevistados, para identificar la realidad de la situación actual en la que se encuentra su empresa y la forma en

la que actúa en diversas problemáticas, con el fin de conocer el nivel de emprendedurismo en la alcaldía Cuauhtémoc.

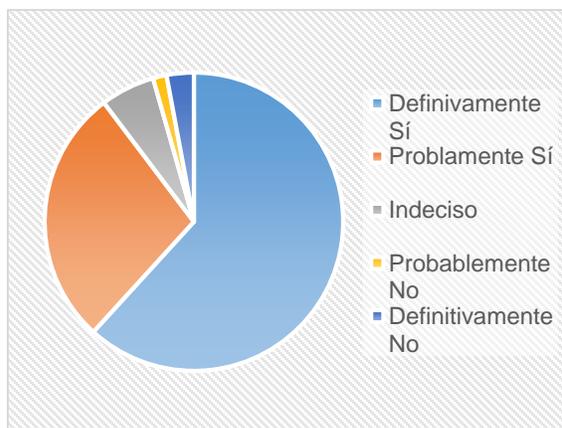
**Figura 23.** *A menudo tengo ideas originales y las pongo en práctica.*



RESPUESTA	FRECUENCIA	%
Definitivamente Sí	33	48%
Probablemente Sí	30	44%
Indeciso	4	6%
Probablemente No	0	0%
Definitivamente No	1	2%
Total	68	100%

*Figura 23: Elaboración propia a partir de la información del estudio de campo.*

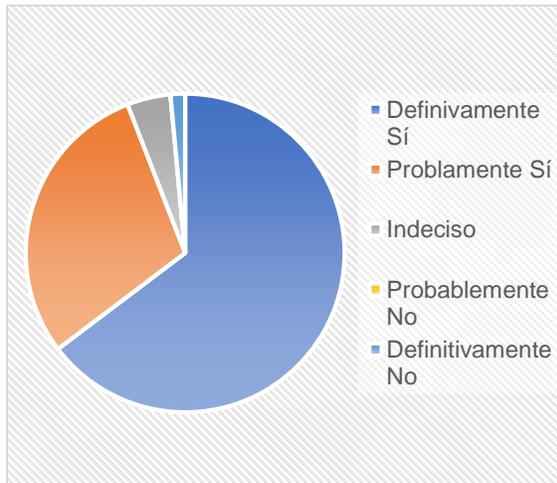
**Figura 24.** *Cometo errores y me equivoco, pero sé que puedo hacer las cosas bien.*



RESPUESTA	FRECUENCIA	%
Definitivamente Sí	42	62%
Probablemente Sí	19	28%
Indeciso	4	6%
Probablemente No	1	1%
Definitivamente No	2	3%
Total	68	100%

*Figura 24: Elaboración propia a partir de la información del estudio de campo.*

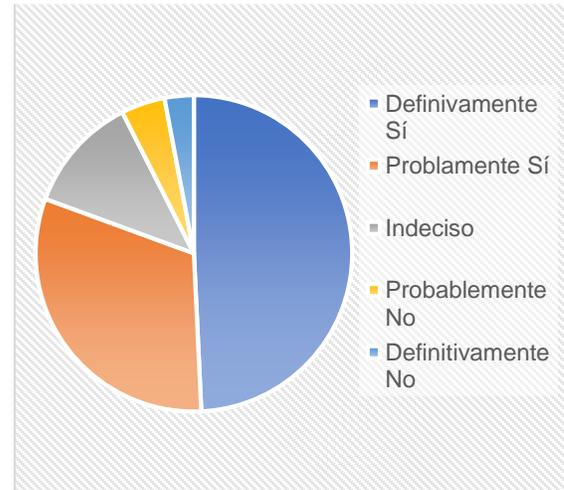
**Figura 25.** Cuando quiero algo, insisto hasta que lo consigo.



RESPUESTA	FRECUENCIA	%
Definitivamente Sí	44	65%
Probablemente Sí	20	30%
Indeciso	3	3%
Probablemente No	0	0%
Definitivamente No	1	2%
Total	68	100%

*Figura 25: Elaboración propia a partir de la información del estudio de campo.*

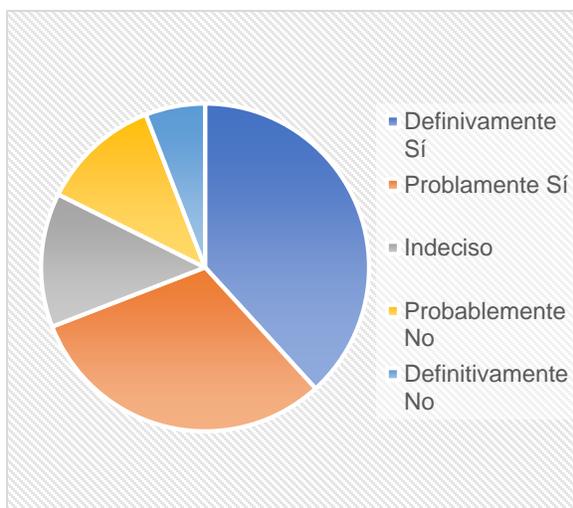
**Figura 26.** Cuando invierto mi dinero, prefiero arriesgarlo en algo que pueda darme más ganancias en un depósito a plazo fijo.



RESPUESTA	FRECUENCIA	%
Definitivamente Sí	33	50%
Probablemente Sí	21	31%
Indeciso	8	12%
Probablemente No	3	4%
Definitivamente No	2	3%
Total	68	100%

*Figura 26: Elaboración propia a partir de la información del estudio de campo.*

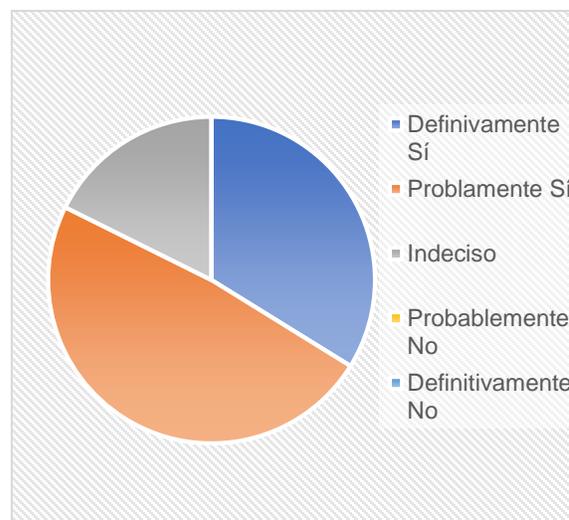
**Figura 27.** *No me resulta difícil encontrar varias soluciones a un mismo problema.*



RESPUESTA	FRECUENCIA	%
Definitivamente Sí	26	38%
Probablemente Sí	21	31%
Indeciso	9	13%
Probablemente No	8	12%
Definitivamente No	4	6%
Total	68	100%

*Figura 27: Elaboración propia a partir de la información del estudio de campo.*

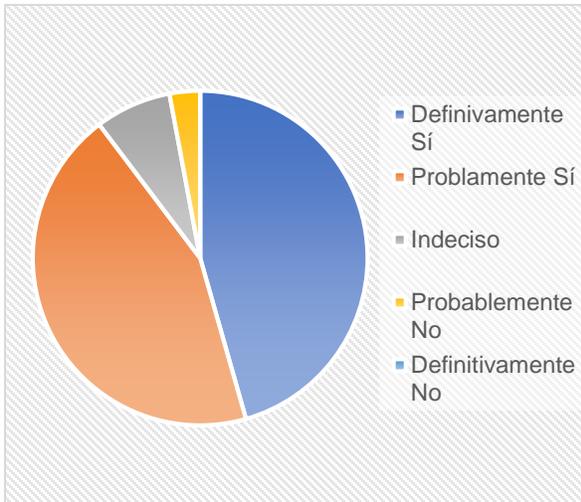
**Figura 28.** *Puedo resolver problemas con rapidez, incluso bajo presión.*



RESPUESTA	FRECUENCIA	%
Definitivamente Sí	23	34%
Probablemente Sí	33	49%
Indeciso	12	17%
Probablemente No	0	0%
Definitivamente No	0	0%
Total	68	100%

*Figura 28: Elaboración propia a partir de la información del estudio de campo.*

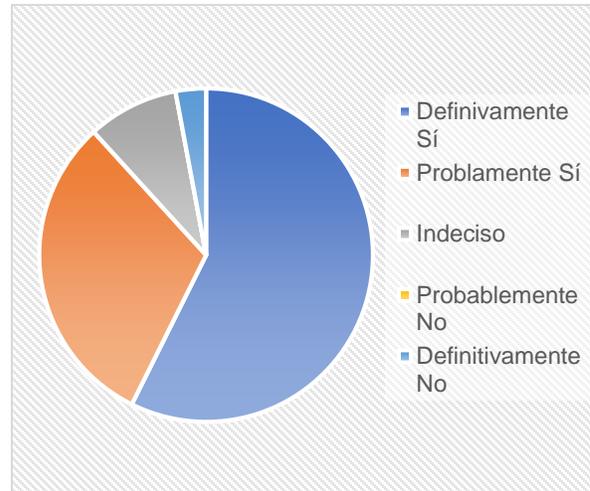
**Figura 29.** Veo posibilidades creativas (de innovación) en cada cosa que hago.



RESPUESTA	FRECUENCIA	%
Definitivamente Sí	31	46%
Probablemente Sí	30	44%
Indeciso	5	7%
Probablemente No	2	3%
Definitivamente No	0	0%
Total	68	100%

*Figura 29: Elaboración propia a partir de la información del estudio de campo.*

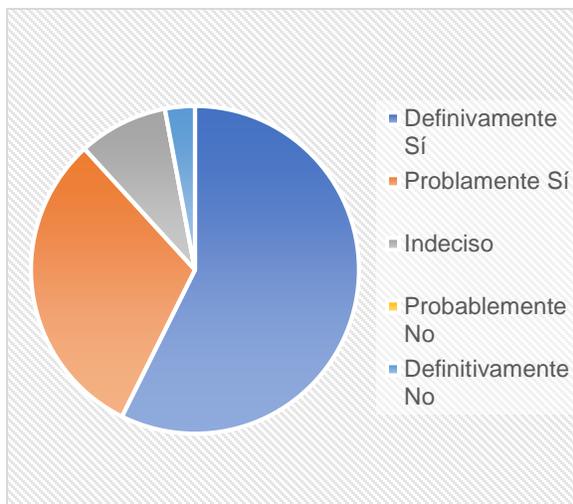
**Figura 30.** Creo con firmeza en que tendré éxito en todo lo que me proponga hacer.



RESPUESTA	FRECUENCIA	%
Definitivamente Sí	39	57%
Probablemente Sí	21	31%
Indeciso	6	9%
Probablemente No	0	0%
Definitivamente No	2	3%
Total	68	100%

*Figura 30: Elaboración propia a partir de la información del estudio de campo.*

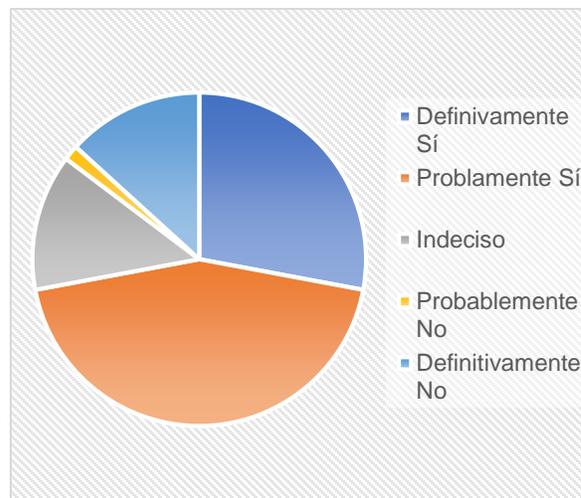
**Figura 31.** *Creo con firmeza que, si la primera vez no lo logro, debo intentarlo una y otra vez.*



RESPUESTA	FRECUENCIA	%
Definitivamente Sí	40	58%
Probablemente Sí	20	30%
Indeciso	5	7%
Probablemente No	2	3%
Definitivamente No	1	2%
Total	68	100%

*Figura 31: Elaboración propia a partir de la información del estudio de campo.*

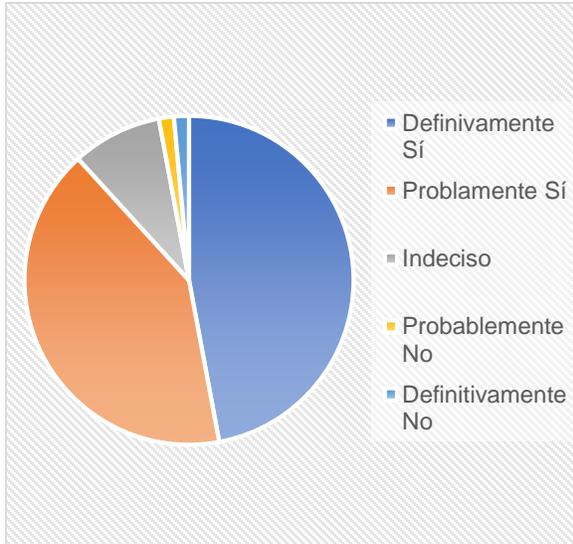
**Figura 32.** *Cuando pienso en emprender un negocio, no me asusta la idea de lo desconocido.*



RESPUESTA	FRECUENCIA	%
Definitivamente Sí	19	28%
Probablemente Sí	30	44%
Indeciso	9	13%
Probablemente No	1	2%
Definitivamente No	9	13%
Total	68	100%

*Figura 32: Elaboración propia a partir de la información del estudio de campo.*

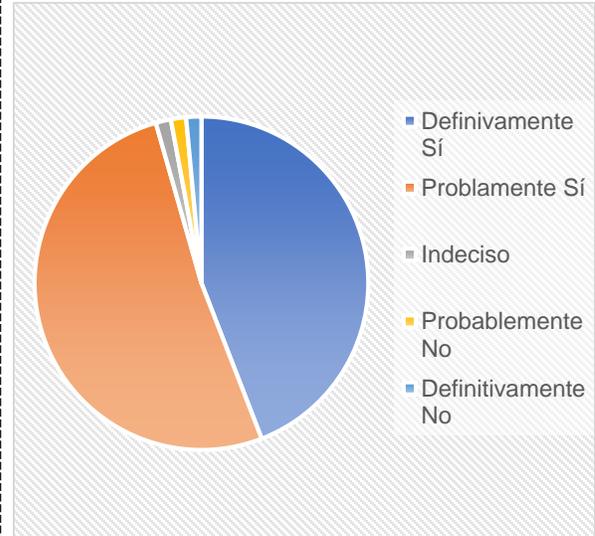
**Figura 33.** Cuando enfrento un problema, me gusta encontrar nuevas maneras de resolverlo.



RESPUESTA	FRECUENCIA	%
Definitivamente Sí	32	46%
Probablemente Sí	28	41%
Indeciso	6	9%
Probablemente No	1	2%
Definitivamente No	1	2%
Total	68	100%

*Figura 33: Elaboración propia a partir de la información del estudio de campo.*

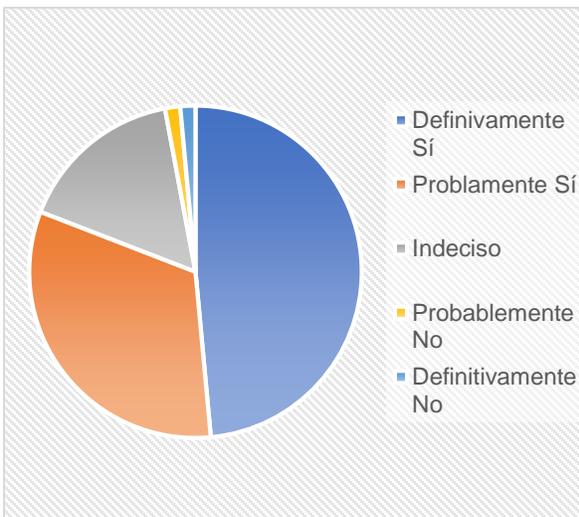
**Figura 34.** Me considero una persona ingeniosa, en especial cuando se presentan situaciones difíciles.



RESPUESTA	FRECUENCIA	%
Definitivamente Sí	30	44%
Probablemente Sí	35	52%
Indeciso	1	2%
Probablemente No	1	2%
Definitivamente No	1	2%
Total	68	100%

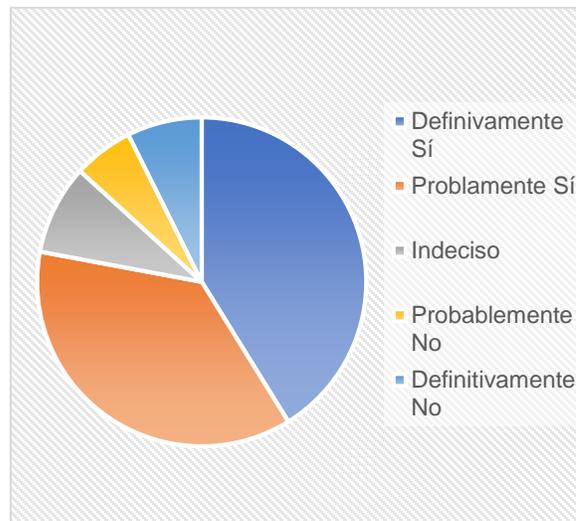
*Figura 34: Elaboración propia a partir de la información del estudio de campo.*

**Figura 35.** Disfruto buscando nuevas formas de ver las cosas, en lugar de guiarme por las ideas ya conocidas.



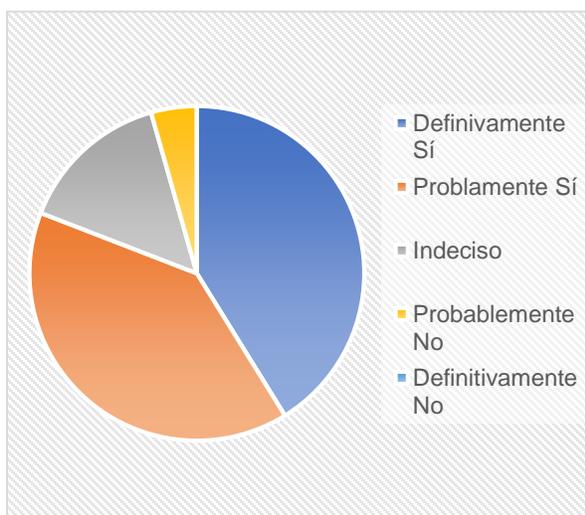
*Figura 35: Elaboración propia a partir de la información del estudio de campo.*

**Figura 36.** No me desaliento si encuentro obstáculos para alcanzar mis metas.



*Figura 36: Elaboración propia a partir de la información del estudio de campo.*

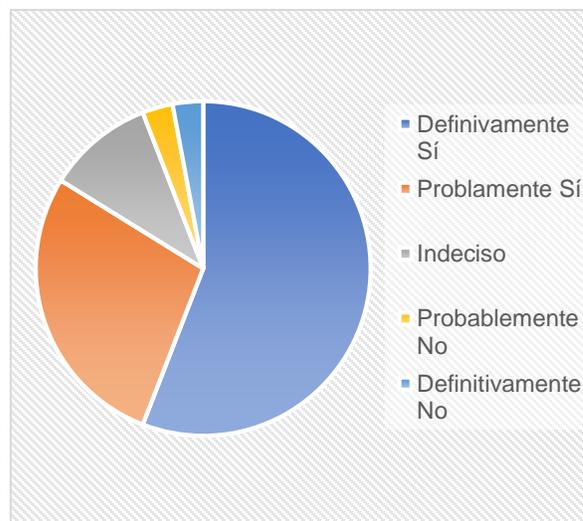
**Figura 37.** Considero que a veces el riesgo es estimulante.



RESPUESTA	FRECUENCIA	%
Definitivamente Sí	28	41%
Probablemente Sí	27	40%
Indeciso	10	15%
Probablemente No	3	4%
Definitivamente No	0	0%
Total	68	100%

*Figura 37: Elaboración propia a partir de la información del estudio de campo.*

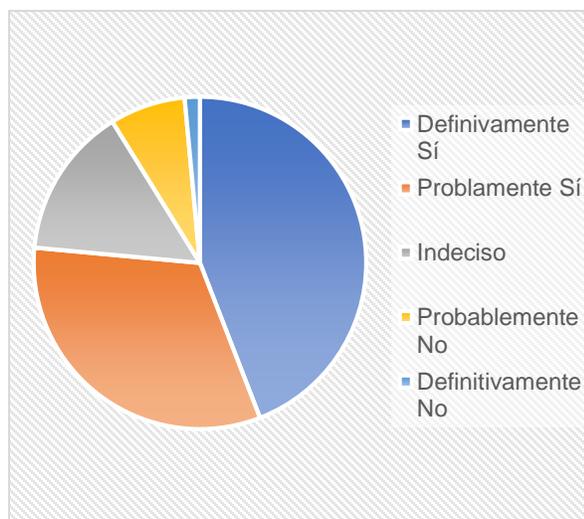
**Figura 38.** Estoy convencido de mis capacidades y sé muy bien cómo explotarlas.



RESPUESTA	FRECUENCIA	%
Definitivamente Sí	38	56%
Probablemente Sí	19	28%
Indeciso	7	10%
Probablemente No	2	3%
Definitivamente No	2	3%
Total	68	100%

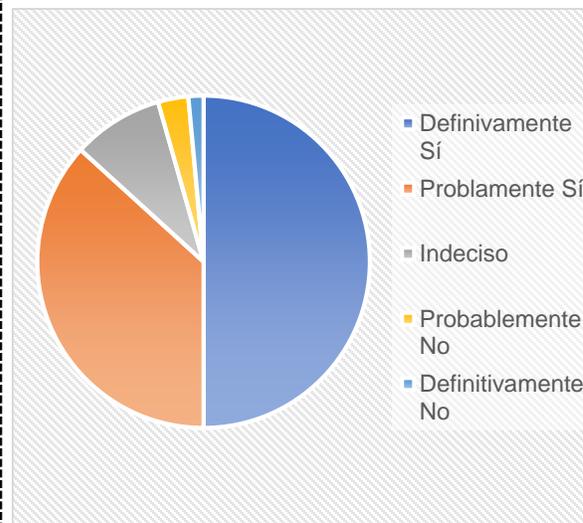
*Figura 38: Elaboración propia a partir de la información del estudio de campo.*

**Figura 39.** *Creo en el refrán: "quien no arriesga no gana".*



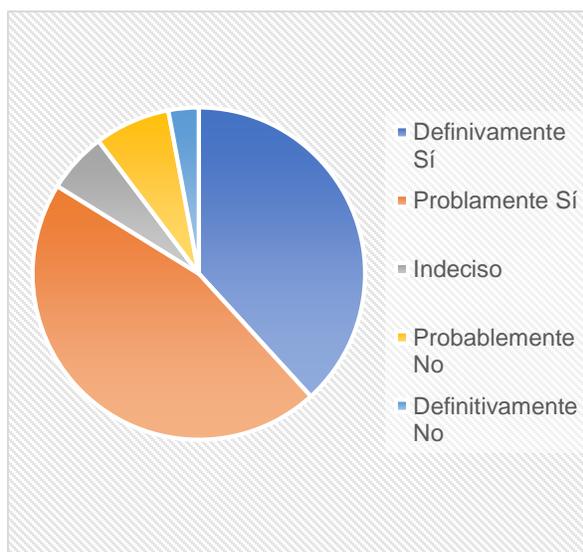
*Figura 39: Elaboración propia a partir de la información del estudio de campo.*

**Figura 40.** *Estoy seguro de mis propias ideas y posibilidades.*



*Figura 40: Elaboración propia a partir de la información del estudio de campo.*

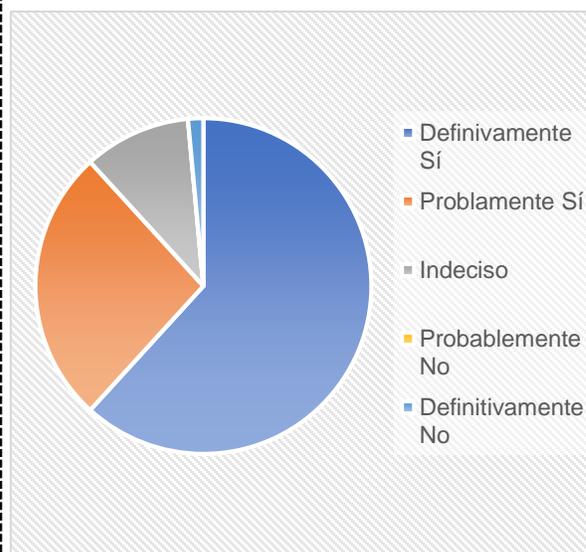
**Figura 41.** Aunque no alcance mis objetivos en poco tiempo, no pierdo el interés.



RESPUESTA	FRECUENCIA	%
Definitivamente Sí	26	38%
Probablemente Sí	31	45%
Indeciso	4	6%
Probablemente No	5	7%
Definitivamente No	2	4%
Total	68	100%

*Figura 41: Elaboración propia a partir de la información del estudio de campo.*

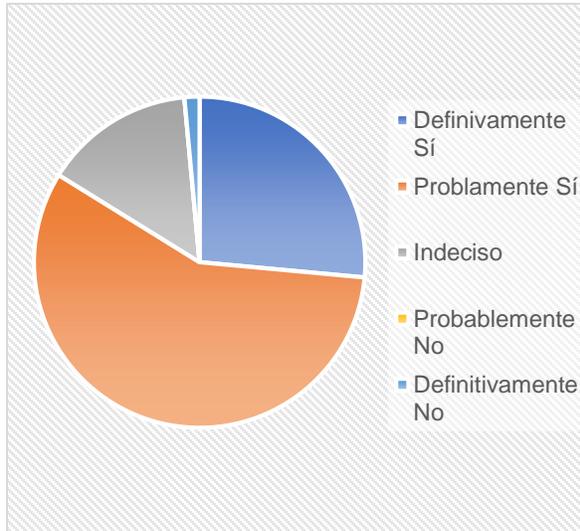
**Figura 42.** Me entusiasma realizar cosas nuevas e inusuales.



RESPUESTA	FRECUENCIA	%
Definitivamente Sí	42	63%
Probablemente Sí	18	26%
Indeciso	7	9%
Probablemente No	0	0%
Definitivamente No	1	2%
Total	68	100%

*Figura 42: Elaboración propia a partir de la información del estudio de campo.*

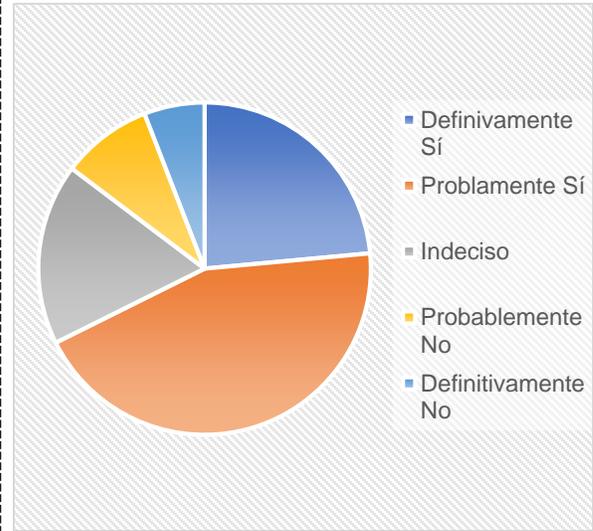
**Figura 43.** Con frecuencia encuentro soluciones rápidas y eficaces a los problemas.



RESPUESTA	FRECUENCIA	%
Definitivamente Sí	18	26%
Probablemente Sí	39	57%
Indeciso	10	15%
Probablemente No	0	0%
Definitivamente No	1	2%
Total	68	100%

*Figura 43: Elaboración propia a partir de la información del estudio de campo.*

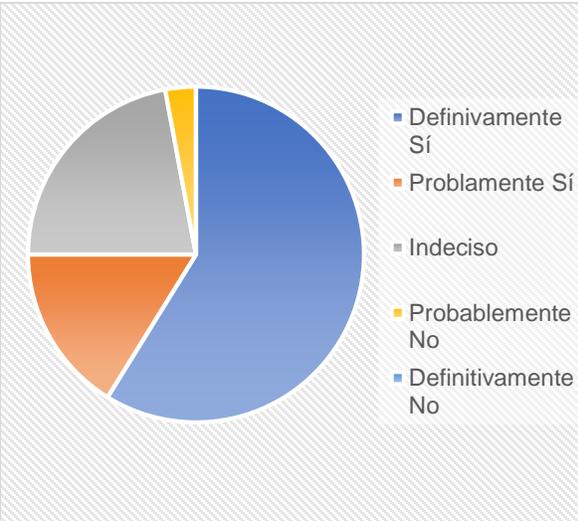
**Figura 44.** Soy bueno para enfrentar una gran cantidad de problemas al mismo tiempo.



RESPUESTA	FRECUENCIA	%
Definitivamente Sí	16	24%
Probablemente Sí	30	44%
Indeciso	12	18%
Probablemente No	6	8%
Definitivamente No	4	6%
Total	68	100%

*Figura 44: Elaboración propia a partir de la información del estudio de campo.*

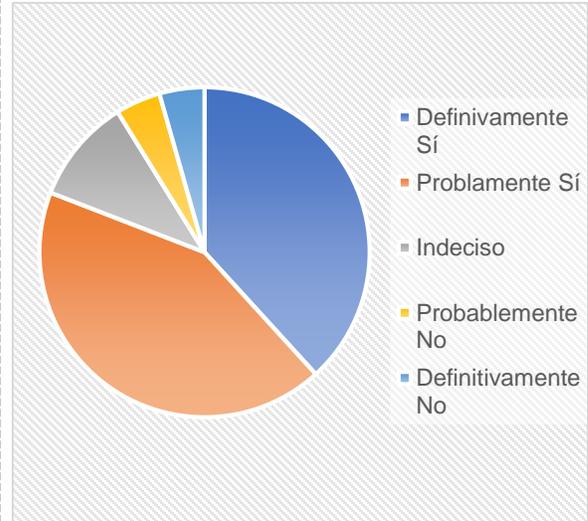
**Figura 45.** Considero que la perseverancia es importante para llegar al éxito.



RESPUESTA	FRECUENCIA	%
Definitivamente Sí	40	58%
Probablemente Sí	11	16%
Indeciso	15	22%
Probablemente No	2	4%
Definitivamente No	0	0%
Total	68	100%

*Figura 45: Elaboración propia a partir de la información del estudio de campo.*

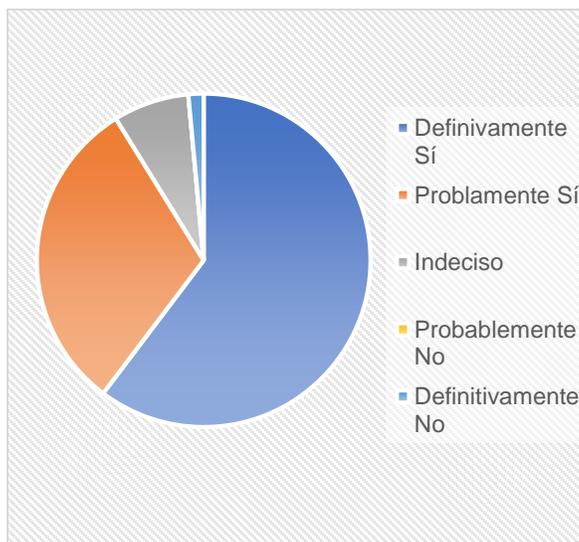
**Figura 46.** Me siento seguro, incluso cuando alguien crítica lo que he hecho.



RESPUESTA	FRECUENCIA	%
Definitivamente Sí	26	38%
Probablemente Sí	29	42%
Indeciso	7	10%
Probablemente No	3	5%
Definitivamente No	3	5%
Total	68	100%

*Figura 46: Elaboración propia a partir de la información del estudio de campo.*

**Figura 47.** *Creo que en la vida hay que tomar riesgos para ganar más o alcanzar metas más altas.*



RESPUESTA	FRECUENCIA	%
Definitivamente Sí	41	60%
Probablemente Sí	21	30%
Indeciso	5	8%
Probablemente No	0	0%
Definitivamente No	1	2%
Total	68	100%

*Figura 47: Elaboración propia a partir de la información del estudio de campo.*

### **3.6 Análisis de los resultados**

En este análisis se retomarán los principales resultados de esta investigación; se dará una explicación de las 68 encuestas y los resultados obtenidos, para así conocer las diferencias y similitudes en la actualidad, de igual forma se retomará el grado de estudios y los aspectos socioeconómicos en la alcaldía Cuauhtémoc para identificar si son viables o no para el emprendedurismo.

Las encuestas realizadas a los 68 emprendedores en la alcaldía Cuauhtémoc, permitirán dar una conclusión usando como herramienta las tres teorías, con el fin de determinar si son de ayuda para emprendedores actuales y futuros, para que se vayan convirtiendo en teorías de real importancia y ayuden a incrementar sus habilidades personales y empresariales, para que se conviertan en emprendedores de éxito.

La representación obtenida de las 68 encuestas arrojó que los tres modelos seleccionados para esta investigación son los más adecuados, porque las teorías abarcan los puntos primordiales y esenciales en la implementación de una empresa, los cuales se dividen en: la duración del negocio, el logro de los objetivos a medio y largo plazo para la rentabilidad dentro del mercado; por lo que se explicará y se definirá cada punto de las tres teorías y lograr un perfil del emprendedor acorde a la actualidad.

La teoría de Shapero menciona que deben tener tres elementos importantes: fase previa, fase de deseo y fase de acción; la fase previa abarca los aspectos negativos los cuales ayudan a crear una empresa, pero en las encuestas realizadas los datos arrojaron acontecimientos positivos, ya que la creación de su negocio fue por aspectos

personales y para superarse; al contrario, si hubieran sido aspectos negativos hubieran creado su empresa por desempleo o por despido de su trabajo.

La fase de deseo concuerda con los datos obtenidos en las encuestas, ya que en el entorno en el que se encuentran las personas son aspectos educativos, culturales y familiares los que incitaron al inicio de un negocio.

Y en la fase de acción, el 72% de las personas tuvieron un empleo en el grado de estudios, esto para acumulación de recursos financieros hacia planes futuros.

La teoría de McClelland está constituida por tres grupos: de logro, de planeación y de poder. El grupo de logro menciona que pueden asumir riesgos calculados, ya que la mayoría de las personas encuestadas tiene un trabajo estable combinado con su negocio, esto no presenta una limitante para emprender, para después establecer metas específicas en un lapso de tiempo muy corto, el cual abarco alrededor de un año o menos y fue más fácil para la ejecución de la operación de la empresa.

En la etapa dos de planeación, el 48% de las personas encuestadas, mencionaron que uno de sus objetivos es ser su propio jefe, y esto ayudó a hacer más fácil el proceso de planeación, siendo uno de los incentivos para la creación de la empresa, así como el giro del mismo porque el principal sector el cual se dirigieron fue con la demanda del producto.

Por último, en la etapa de poder de igual forma se retoma el incentivo de ser su propio jefe para sus pretensiones futuras, porque en el momento actual la empresa se encuentra en una etapa de crecimiento, lo cual hace que los encuestados no dejen su empleo actual para conseguir una mayor estabilidad de su empresa a largo plazo.

La teoría de Huuskonen se divide en tres factores: percepción que el individuo tiene de su realidad, antecedentes y, por último, la serie de factores personales, el primer factor está formado por su propia situación personal y laboral, su nivel de integración a su entorno social, los acontecimientos vividos y la valoración de los emprendedores en la realidad, todos estos puntos que abarco esté autor son iguales a los resultados obtenidos en las encuestas.

La situación personal en las que se encontraban motivaron a la visión de un negocio propio, ya que el 69% de los planes de estudio no fueron suficientes para tener una base fundamentada y cimentada, por lo cual, las personas buscaron una mejor preparación e indagaron más en los temas de emprendedurismo, así como el sector al que se dirigieron, como los temas de administración, tecnología, legales tales como una franquicia, aplicaciones, impuestos, tipo de empresa, normas sanitarias y autorización de apertura.

El segundo factor son las experiencias laborales y de formación, proximidad a empresarios y modelos de comportamiento; en la investigación se consideró que el punto más relevante a causa de que las personas durante la realización de su grado de estudios simultáneamente estaban generando experiencia e ingresos, así como al concluir su carrera las personas siguieron obteniendo su nivel de experiencia, por lo tanto, inconsciente y conscientemente iban seleccionando el sector al cual iban a dirigir su empresa, este porque desarrollaron conocimientos empíricos de cómo se llevaban las operaciones de un negocio similar.

Por último, la serie de factores personales los que influyeron fueron: la personalidad de la persona, sus valores y creencias, su necesidad de logro su deseo de

independizarse y su a versión al riesgo, sin embargo, todos los factores van de la mano con las habilidades de las personas encuestadas.

A continuación, se presentan tres tablas de similitudes y diferencias de las teorías con las encuestas realizadas.

**Tabla 14.** *Similitudes y diferencias de las encuestas con la teoría de Shapero.*

Similitudes	Diferencias
La fase de deseo va enfocado a la cultura y el entorno familiar.	La percepción de la factibilidad a la hora de la creación.
Soportes financieros.	Los impulsos para la creación son positivos.
El entorno educativo, profesional en el que se estableció.	
Acumulación de recursos desde un periodo determinado.	

*Tabla 14: Elaboración propia.*

**Tabla 15.** *Similitudes y diferencias de las encuestas con la teoría de McClelland.*

Similitudes	Diferencias
La independencia al tener un negocio propio (ser su propio jefe).	No se estableció una visión a futuro del negocio.
Metas específicas y creación a corto plazo de la empresa.	El reconocimiento de poder es lo importante en el emprendedor.

La obtención de la oportunidad para crear una empresa conociendo los riesgos.	
---	--

Tabla 15: Elaboración propia.

**Tabla 16:** Similitudes y diferencias de las encuestas con la teoría de Huuskonen.

Similitudes	Diferencias
Percepción del individuo, debe ser objetivo conforme a la situación profesional-laboral.	La carrera y la capacidad emprendedora se generan con la experiencia.
La experiencia es fundamental a la hora de crear un negocio.	Compromiso en la operación de empresas y lograr objetivos.
Deseo de independizarse y ser su propio jefe.	

Tabla 16: Elaboración propia.

La información recolectada permite tener una muestra más específica con las tres teorías, ya que los resultados obtenidos de las encuestas dan un panorama amplio de cómo actualmente se lleva a cabo el emprendedurismo de las microempresas en el siglo XXI, en la alcaldía Cuauhtémoc.

En el apartado 3.6 “Resultados del test”, se encuentra la explicación más detallada de las gráficas anteriormente presentadas, debido a que algunas preguntas son similares o iguales.

La tabla de resultados para realizar la evaluación no puede ser alterada, porque el examen realizado por Alcaraz (2011) es un instrumento extenso y las preguntas no pueden ser modificadas para que no afecten el resultado y los encuestados respondan a la pregunta ¿Soy un emprendedor?

### **3.7 Contrastación de hipótesis (nula y alterna)**

1. Los rasgos socioeconómicos si influyen, ya que en las encuestas realizadas a las personas tienen un grado de estudios, solvencia financiera, cultura general, ideas de negocio y entorno social.
2. Las profesiones no están involucradas al proceso de emprender en un negocio y sólo adquieren conocimientos básicos, por lo cual si se presenta una evolución del concepto de emprendedurismo.
3. Las ventajas y desventajas:
  - V. Actividad empresarial.
  - V. Clientes potenciales.
  - V. Los emprendedores están enfocados hacia las teorías.
  - V. Ser su propio jefe.
  - D. Mismo producto.
  - D. Pocos emprendedores jóvenes.
  - D. La mayoría no tienen estudios afines.
  - D. Muchos negocios.
4. Los planes de estudios si influyen a la aportación, ya que todos tuvieron que investigar sobre la administración y aspectos generales; porque no tuvieron una

materia en el plan de estudios que los guiara a la creación de un negocio, así como aspectos legales.

## Capítulo IV

## Conclusiones

### 4.1 Conclusión general

La investigación si se logró cumplir al 100%, debido a que las hipótesis se cumplieron por los siguientes factores:

- Factor socioeconómico.
- Evolución del emprendedurismo.
- Ventajas y desventajas.
- Planes de estudio.

Esto se logró con la ayuda de la realización de encuestas a emprendedores de pequeñas empresas, que ayudan en el crecimiento del PIB en la zona determinada de la investigación, esto porque el factor socioeconómico es indispensable para la implementación de la empresa, ya que se necesita una solvencia económica para la durabilidad y estabilidad para un tiempo determinado.

Es por ello que, las empresas necesitan pasar por varias etapas con el fin de llegar a una estabilidad y no ser parte del porcentaje actual de las empresas que fracasan en menos de tres años, así como se rompió con el paradigma de que para tener una empresa debías ser licenciado en administración o de alguna carrera afín, esto actualmente ha cambiado por la creación de empresas diversas con una gran demanda de producto y estándares establecidos por la sociedad, además de factores personales como ser su propio jefe, porque en el siglo XXI las personas ya no pretenden ser un subordinado toda su vida, por las innovación sé que se han creado en los últimos años.

Sin embargo, se ha encontrado con una gran variedad de ventajas y desventajas, la primera es lograr una mayor autonomía con mayores ingresos, satisfacción personal y aportación a su entorno; esto por los factores personales mencionados que arrojaron las encuestas realizadas y por experiencias personales de las mismas personas que trabajaron en alguna empresa, como subordinados adquiriendo práctica en el manejo de personal como en el entorno empresarial, dando como resultado una pequeña base para la creación de su empresa; teniendo en cuenta que no todas las personas trabajaron en una empresa administrativa, por lo cual partieron de adquirir ese conocimientos de otros métodos, tales como cursos en línea o presenciales, libros, talleres, foros, conferencias, web, entre otros.

Como se mencionó, la base administrativa se puede adquirir de distintas maneras sin ser necesario un plan de estudios o una carrera afín que te convertía en un emprendedor, a lo contrario de años actuales que con tener una idea de negocio que satisfaga una necesidad básica o estereotipó y una base pequeña administrativa te convierte en un emprendedor potencial.

Con el análisis de resultados obtenidos y establecimiento de las tres teorías del emprendimiento, se llega a la conclusión de que los tres elementos fundamentales de cada teoría siguen siendo esenciales en un emprendedor, porque sin tener conocimiento de los antecedentes, la acción, la planeación y el deseo lo llevan a cabo para el emprendedurismo.

Con el test que se aplicó a las 68 personas encuestadas se vio más a fondo su personalidad, su base emprendedora y los distintos sectores de las empresas, que

satisfacen una necesidad, sin olvidar los cuatro factores esenciales del emprendedurismo.

Las tres teorías se vuelvan una base importante y reconocida para la formación de un negocio, ya que cuenta con las características aún vigentes de cómo debe de ser un emprendedor en la actualidad, porque desgraciadamente generaciones actuales no las identifican sin saber que las tienen presentes día con día sin potenciar dichas habilidades, con el fin de que futuras generaciones aumenten sus aptitudes emprendedoras y consigan una empresa más rentable, productiva y sostenible con el tiempo.

#### **4.1.1 Limitaciones**

Se tuvieron algunas dificultades para encontrar a personas emprendedoras del rango de edad de la investigación, que fue de 25-35 años, por los siguientes motivos:

- Las encuestas resultaban ser muy largas para algunos emprendedores.
- No cumplían con el rango de edad.
- Los emprendedores mal interpretaban el fin de la investigación con algunos propósitos políticos y/o sociales.
- Había poca disponibilidad de que se encontrara el dueño en la empresa.
- Carencia de contactos que sean propietarios de un negocio en la alcaldía.

Estos fueron algunas de las principales limitaciones para la realización del trabajo de campo para el desarrollo de la investigación, con el fin de encontrar las

ventajas y desventajas de las teorías contemporáneas y cómo estas están relacionadas en las empresas actualmente.

Además del trabajo de campo otra pieza clave donde se encontró una limitante fueron las teorías, ya que no hay tanta información que pudiera contrastarse y compararse con diferentes libros y artículos, porque se encontraban los mismos datos

#### **4.1.2 Perspectivas futuras**

A pesar de las distintas dificultades y adversidades que hay en la CDMX, la perspectiva futura es que no es una idea muy alejada para tener un proyecto de negocio más estructurado.

Por último, la investigación ayudará a futuros proyectos que tengan interés sobre el emprendimiento en México, para mejorar la microeconomía y así generar más empleo y aportar a las futuras generaciones información actualizada y acorde a los elementos fundamentales, para que opere de manera correcta y que tengan más claro conceptos clave como: ¿Qué es una incubadora, aceleradora y financiamiento? siendo una gran alternativa para un requerimiento financiero.

## Referencias bibliográficas

- Aguilar, S (2005). Fórmulas para el cálculo de la muestra en investigaciones de salud. *Salud en Tabasco*, 11 (1-2), pp. 333-338. Recuperado de: <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=48711206>
- Alcaraz, R. (2011). *El Emprendedor de éxito*. Recuperado de: [https://www.stodomingo.ute.edu.ec/content/102001-322-1-2-2-8/TEXTO\\_GUIA\\_1\\_El\\_e\\_m\\_p\\_r\\_e\\_n\\_d\\_e\\_d\\_o\\_r\\_de\\_E\\_x\\_i\\_t\\_o.pdf](https://www.stodomingo.ute.edu.ec/content/102001-322-1-2-2-8/TEXTO_GUIA_1_El_e_m_p_r_e_n_d_e_d_o_r_de_E_x_i_t_o.pdf)
- Álvarez, J y Pedrosa, I. (2016). Evaluación de la personalidad emprendedora: situación actual y líneas de futuro. *Papeles del Psicólogo*, 37 (1), pp. 62-68. Recuperado de: <http://www.papelesdelpsicologo.es/pdf/2663.pdf>
- Canales, R; Ovando, W y Román, Y. (2017). Emprendimiento de la población joven en México una perspectiva crítica. *Entreciencias: diálogos en la Sociedad del Conocimiento*, 5 (12). Recuperado de: <https://www.redalyc.org/jatsRepo/4576/457650040001/html/index.html>
- Cantillon, R. (1755). *Ensayo sobre la naturaleza del comercio en general*. Recuperado de: <https://cdn.mises.org/naturaleza-del-comercio-electronico.pdf>
- Collins, O y Moore, D. (1964). *The enterprising Man*. MSU: Business Enterprise.
- Cruz, C y Justo R. (2017). Portfolio Entrepreneurship as a Mixed Gamble: A Winning Bet for Family Entrepreneurs in SMEs. *Journal of Small Business Management*, 55 (4), pp. 571–593. Recuperado de: [http://glassyad.ir/journals/Journal\\_of\\_Small\\_Business\\_Management/2017/Journal\\_of\\_Small\\_Business\\_Management\\_October\\_2017.pdf#page=69](http://glassyad.ir/journals/Journal_of_Small_Business_Management/2017/Journal_of_Small_Business_Management_October_2017.pdf#page=69)
- Douglas, E y Sherperd, D. (2002). El autoempleo como opción de carrera: actitudes, intenciones empresariales y maximización de la utilidad. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 26 (3), pp. 81-90. Recuperado de: [https://eprints.qut.edu.au/5527/1/5527\\_1.pdf](https://eprints.qut.edu.au/5527/1/5527_1.pdf)

- El Financiero. (2014). *Los cuatro retos y perspectivas de los emprendedores mexicanos*. Recuperado de: <https://www.elfinanciero.com.mx/empresas/los-retos-que-enfrentan-los-emprendedores-mexicanos>
- Ferry, G. (1990). *El trayecto de la formación: Los enseñantes entre la teoría y la práctica*. México: Editorial Paidós.
- Finley, L. (1990). *Entrepreneurial strategies*. USA: PWS-Kent Publishing Co.
- Formichella, M. (2004). *Educación y desarrollo: Análisis desde la perspectiva de la equidad educativa interna y del mercado laboral*. (Tesis Doctoral Universidad Nacional del Sur). Recuperada de: <http://repositoriodigital.uns.edu.ar/bitstream/123456789/2047/1/TESIS%20DOCTORAL%20FORMICHELLA.pdf>
- García, E; Ordóñez, L y Avilés, E. (2016). Motivaciones y obstáculos para el emprendedurismo: una perspectiva de género desde los jóvenes universitarios. *Revista de Ciencias de la Administración y Economía*, 6 (11), pp. 43-52. Recuperado de: <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=504551173003>
- García, M; Zerón, M y Sánchez, Y. (2018). Factores de entorno determinantes del emprendimiento en México. *Entremado*, 14 (1), pp. 88-103. Recuperado de: <http://www.scielo.org.co/pdf/entra/v14n1/1900-3803-entra-14-01-88.pdf>
- García, S. (2019). El emprendimiento como recurso y agente de cambio en la educación. *Observatorio de Innovación Educativa*. Recuperado de: <https://observatorio.tec.mx/edu-news/emprendimiento-y-educacion#:~:text=El%20emprendimiento%20como%20recurso%20y%20a gente%20de%20cambio%20en%20la%20educaci%C3%B3n,- Sof%C3%ADa%20Garc%C3%ADa%2DBull%C3%A9&text=La%20clave%20para%20renovar%20el,en%20esta%20filosof%C3%ADa%20de%20negocios.&text=En%20t%C3%A9rminos%20de%20educaci%C3%B3n%20y,la%20confianza%20en%20uno%20mismo.>

- García, V. (2015). Emprendimiento Empresarial Juvenil: Una evaluación con jóvenes estudiantes de universidad. *Revista Latinoamericana de Ciencias Sociales, Niñez y Juventud*, 13 (2), pp. 1221-1236. Recuperado de: <http://www.scielo.org.co/pdf/rlcs/v13n2/v13n2a47.pdf>
- Garzorzi, R; Messina, M; Moncada, C; Ochoa L; Ilabel G y Zambrano, R. (2014). *Planes de Negocios para Emprendedores*. Recuperado de: [http://www.emprenur.edu.uy/sites/default/files/publicaciones/small\\_plan\\_de\\_negocios\\_para\\_emprendedores\\_cc\\_by-sa\\_3.0.pdf](http://www.emprenur.edu.uy/sites/default/files/publicaciones/small_plan_de_negocios_para_emprendedores_cc_by-sa_3.0.pdf)
- Gibson, J; Ivancevich, J y Donnelly, J, (2006). *Organizaciones: comportamiento estructura, proceso*. México: Mc Graw Hill.
- González, M. (s/f). *El estudio del emprendimiento en México*. Recuperado de: [http://www.acacia.org.mx/busqueda/pdf/04\\_PF667\\_Emprendimiento\\_en\\_M\\_xico.pdf](http://www.acacia.org.mx/busqueda/pdf/04_PF667_Emprendimiento_en_M_xico.pdf)
- Hernández, L. (2016). *El Espíritu Emprendedor*. México: Mentor Publishing.
- Huuskonen, V. (1993). *The Process of Becoming an Entrepreneur a Theoretical Framework of Factors Influencing Entrepreneurs "Star - Up Decision (Preliminary Results)"*. Entrepreneurship and Business Development.
- Instituto Nacional de Estadística y Geografía (INEGI). (2011). In Panorama Sociodemográfico de México. Recuperado de: [internet.contenidos.inegi.org.mx/contenidos/Productos/prod\\_serv/contenidos/espanol/bvinegi/productos/censos/poblacion/2010/panora\\_socio/702825001897.pdf](http://internet.contenidos.inegi.org.mx/contenidos/Productos/prod_serv/contenidos/espanol/bvinegi/productos/censos/poblacion/2010/panora_socio/702825001897.pdf)
- Instituto Nacional de Estadística y Geografía (INEGI). 2018. Población. <https://www.inegi.org.mx/temas/estructura/>
- Jiménez, C. (2013). *El concepto de tecnología*. Recuperado de <https://www.gestiopolis.com/concepto-tecnologia/>

- López, J. (2019). Economía digital, al rescate de las Pymes. *EXPANSIÓN*. Recuperado de: <https://expansion.mx/opinion/2019/10/13/economia-digital-al-rescate-de-las-pymes>
- McClelland, D. (1961). *The achievement society*. New York: Von Nostrand.
- Medrano, V; Sandoval, R y Tavera, M. (2017). Los retos del emprendimiento en México. *Ciencias Sociales Economía y Humanidades*. México: CECORFAN. Recuperado de: [https://www.ecorfan.org/handbooks/Ciencias-ECOHT-II/HCSEH\\_TII\\_5.pdf](https://www.ecorfan.org/handbooks/Ciencias-ECOHT-II/HCSEH_TII_5.pdf)
- Molina, R; López, A y Contreras, R. (2014). El emprendimiento y crecimiento de las Pymes. *Acta Universitaria*, 24 (1), pp. 59-72. Recuperado de: <https://www.redalyc.org/pdf/416/41648308006.pdf>
- Morin, J y Seurat, R. (1998). *Gestión de los recursos tecnológicos*. Madrid: COTEC.
- Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económicos (OCDE). (2014). *Panorama del empleo OCDE*. Recuperado de: <http://www.oecd.org/centrodemexico/medios/archivos2014.htm>
- Osland, J; Rubin, I; Kolb, D y Turner, M. (2007). *Organizational Behavior*. USA: Pearson Prentice Hall.
- Perdomo, A. (1998). *Planeación Financiera*. México: ECAFSA.
- Porter, M y Schwab K. (2008). *The Global Competitiveness Report 2008-2009*. *Word Economic Forum*. Recuperado de: [http://www3.weforum.org/docs/WEF\\_GlobalCompetitivenessReport\\_2008-09.pdf](http://www3.weforum.org/docs/WEF_GlobalCompetitivenessReport_2008-09.pdf)
- Porter, M. (1980). *Estrategia Competitiva: Técnicas para el análisis de los sectores industriales y de la competencia*. Recuperado de: [https://books.google.com.mx/books/about/Estrategia\\_Competitiva.html?id=\\_n0dDAAAQBAJ&printsec=frontcover&source=kp\\_read\\_button&redir\\_esc=y#v=onepage&q&f=false](https://books.google.com.mx/books/about/Estrategia_Competitiva.html?id=_n0dDAAAQBAJ&printsec=frontcover&source=kp_read_button&redir_esc=y#v=onepage&q&f=false)

- Real Academia Española. (2001). *Diccionario de la Lengua Española*. Madrid: España.
- Real Academia Española. (2006). *Diccionario de la Lengua Española*. Madrid: España.
- Reynolds, P; Bosma, N; Autio, E; Hunt, S; Bono, N; Servais, L; López, P y Chin, N. (2005). Global Entrepreneurship Monitor: Data collection design and implementation 1998–2003. *Small business economics*, 24 (39), pp. 205-231. Recuperado de: <https://link.springer.com/article/10.1007/s11187-005-1980-1>
- Robbins, S. (1999). *Comportamiento organizacional*. México: Pearson Prentice Hall.
- Rodríguez, J. (2002). *Administración de pequeñas y medianas empresas*. México: Cengage Learning Editores.
- Rojas, C y Castellanos, J. (2014). Diez años después: Itinerarios escolares y laborales de egresados de un colegio público en Manizales, Colombia. *Revista Latinoamericana de Ciencias Sociales, Niñez y Juventud*, 12 (1), pp.277-290. Recuperado de: <http://www.scielo.org.co/pdf/rlcs/v12n1/v12n1a17.pdf>
- Romero, R. (1997). *Marketing*. Editora Palmir E.I.R.L.
- Schwab, K. (2010). The Global Competitiveness Report 2010-2011. *Word Economic Forum*. Recuperado de: [http://www3.weforum.org/docs/WEF\\_GlobalCompetitivenessReport\\_2010-11.pdf](http://www3.weforum.org/docs/WEF_GlobalCompetitivenessReport_2010-11.pdf)
- Secretaría de Economía. (2012). *En México Emprende*. Recuperado de: <http://www.economia.gob.mx/mexico-emprende>
- Shapiro, A y Sokol, L. (1982). The social dimensions of entrepreneurship. *Encyclopedia of entrepreneurship*, pp. 72-90

Shapiro, A. (1984). The entrepreneurial Event in: KENT; C.A. (ed) *The Environment for Entrepreneurship*. Lexington Book.

Stevenson, H y Gumpert, D. (1987). El corazón del emprendimiento. *Harvard Business Review*, 2 (4), pp. 483. Recuperado de:  
<https://hbr.org/1985/03/the-heart-of-entrepreneurship?language=es>

## **Anexos**

## ANEXOS

### ANEXO A: Modelo de Personalidad Emprendedora

La elección de este test fue principalmente por el libro *Emprendedor de éxito* de Alcaraz (2011), doctor en ciencias económicas y dirección de empresas, maestro en creencias Esp. Admiración de producción y en Educación y Licenciado en Ingeniería Agrónoma Zootenística.

Actualmente es director del Programa Académico de Formación de Emprendedores de la Escuela de Biotecnología y Salud del Tecnológico de Monterrey, fue consejero de diversas empresas e instituciones y autor del Modelo de Creación y Desarrollo de Empresas (incubadoras de empresas), entre otros.

El libro retoma las características y tipos de emprendedores, creatividad, trabajo en equipo, propuesta de valor, modelo de negocio, naturaleza del proyecto, mercado, producción, organización, finanzas, plan de trabajo, resumen ejecutivo y presentación de planes de negocios.

Pero sólo se empleó el test, porque evalúa a las personas que aspiran a ser emprendedores y personas acordes a este perfil.

Por otra parte, se puede identificar las áreas de personalidad que se deben reforzar, porque, aunque algunos digan lo contrario, todos somos emprendedores. De hecho, se emprende en muchos aspectos de la vida, pero no siempre se encuentra uno en el momento adecuado para iniciar un proyecto y si está en esa etapa (de preparación antes de iniciar un plan), puede aprovechar para fortalecer

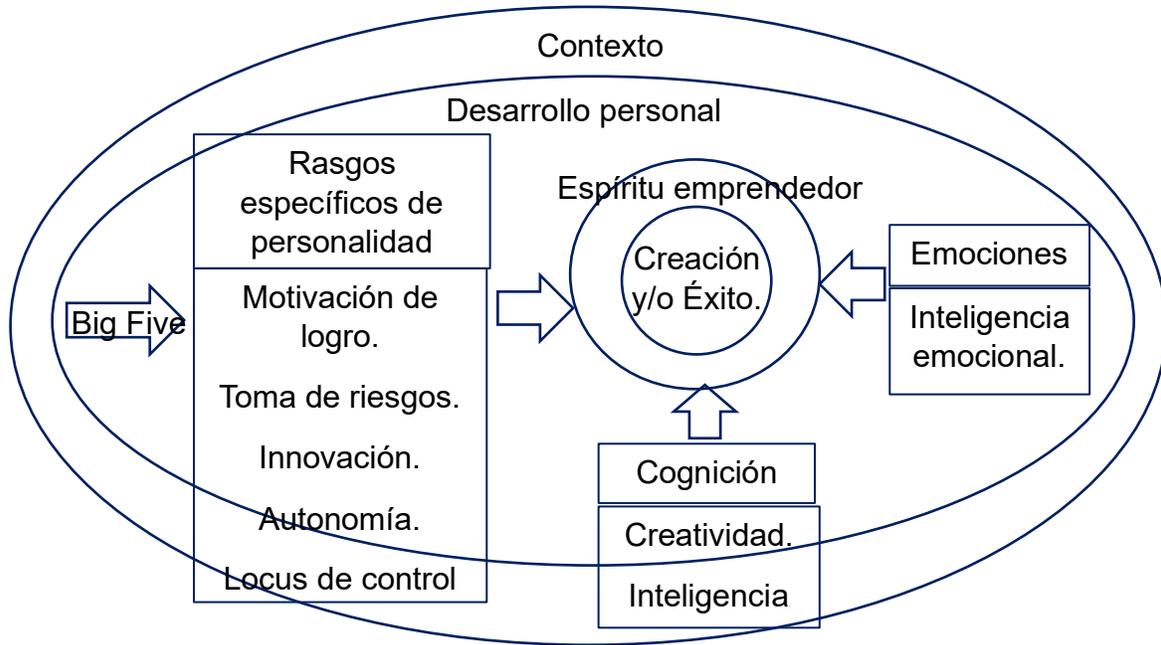
las áreas en que es deficiente, para capacitarse o iniciar con el proceso de planeación.

Este test no se ha utilizado para fines de investigación, ya que no existe ninguna evidencia en la CDMX.

**1) Modelo de Personalidad Emprendedora:** representa los principales aspectos involucrados en la actividad emprendedora que puede servir como, un esquema preliminar que resulta plausible en cada una de los aspectos por separados y ha demostrado estar conectados con la actividad emprendedora, se requiere más información que permita relacionar las variables en su conjunto.

Este instrumento presta especial atención a las dimensiones que componen la zona de desarrollo personal, las cuales están influenciadas por las variables que conforman el contexto socioeconómico, tal como la educación, la familia, la cultura y el sistema de normas, las leyes y las regulaciones de los países. Otra de las partes fundamentales de este instrumento o modelo son los aspectos cognitivos, donde se incluyen la creatividad y la inteligencia.

Modelo integral del espíritu emprendedor adaptado de Rauch y Frese (2007).



Fuente: Álvarez y Pedrosa, 2015, pág. 64.

## **ANEXO B: Cuestionario para los emprendedores**

### **Instrumento.**

Propósito: Indagar acerca de cuáles son las perspectivas que debe tener un emprendedor.

1.- Grado de estudios:

- a) Preparatoria trunca.    b) Preparatoria concluida.    c) Carrera técnica.  
d) Carrera trunca.    e) Carrera concluida.    f) Titulado.    g) Posgrado.

2.- Genero: Masculino.    Femenino.

3.- Edad: \_\_\_\_\_

4.- Ocupación Actual: \_\_\_\_\_

(En las siguientes preguntas se deberá sustituir “Grado de estudios” por la respuesta proporcionada en la pregunta 1)

5.- Durante “Grado de estudios” ¿Contaba usted con empleo?

- a) Si.    b) No.

6.-Al egresar de “Grado de estudio”, ¿Qué fue lo primero que comenzó a hacer?

- a) Buscar empleo/Cambiar de empleo.    b) Comenzar proceso de titulación.  
c) Planear su propia empresa.    d) Descansar.    e) Otra \_\_\_\_\_.

7.- ¿Crees que lo aprendido durante el “Grado de estudio” fue lo suficiente para comenzar su propia empresa?

a) Si. b) No.

¿Por qué?

---

---

8.- ¿Cuáles fueron las causas principales por las cuales inició su empresa?

a) Demanda de producto o servicio. b) Desempleo. c) Gusto/ Hobbie.

d) Ser su propio jefe. e) Otra \_\_\_\_\_.

9.- ¿Qué conocimientos adicionales cree usted que se necesitan para comenzar su propia empresa?

---

---

10.- ¿Cuántos años de operación lleva la empresa?

---

---

11.- ¿En qué lapso de tiempo le tomo a usted dar comienzo a su empresa?

---

---

12.- ¿Cómo fue su inversión inicial?

---

---

13.- ¿Conoce los programas de “Aceleradora de negocios” o “Incubadora de negocios”?

a) Si. b) No.

14.- ¿Cómo eligió el sector de su empresa?

---

---

15.- Al comenzar una empresa, ¿Cuáles serían las tres principales cualidades que buscaría en un empleado?

---

---

16.- ¿Utiliza algún método tecnológico para el desarrollo de su empresa?

a) Si. b) No.

16.1.- ¿Cuáles?

---

---

17.- Al tener usted su propia empresa, ¿Contrataría a recién egresados sin experiencia para puestos importantes?

a) Si. b) No.

¿Por qué?

---

---

A continuación, elija la frase con la que se sienta más identificado al escuchar las siguientes oraciones.

18.- A menudo tengo ideas originales y las pongo en práctica.

a) Definitivamente sí. b) Probablemente sí. c) Indeciso. d) Probablemente no. e) Definitivamente no.

19.- Cometo errores y me equivoco, pero sé que puedo hacer las cosas bien.

a) Definitivamente sí. b) Probablemente sí. c) Indeciso. d) Probablemente no. e) Definitivamente no.

20.- Cuando quiero algo, insisto hasta que lo consigo.

a) Definitivamente sí. b) Probablemente sí. c) Indeciso. d) Probablemente no. e) Definitivamente no.

21.- Cuando invierto mi dinero, prefiero arriesgarlo en algo que pueda darme más ganancias que en un depósito a plazo fijo.

a) Definitivamente sí. b) Probablemente sí. c) Indeciso. d) Probablemente no. e) Definitivamente no.

22.- No me resulta difícil encontrar varias soluciones a un mismo problema.

a) Definitivamente sí. b) Probablemente sí. c) Indeciso. d) Probablemente no. e) Definitivamente no.

23.- Puedo resolver problemas con rapidez, incluso bajo presión.

a) Definitivamente sí. b) Probablemente sí. c) Indeciso. d) Probablemente no. e) Definitivamente no.

24.- Veo posibilidades creativas (de innovación) en cada cosa que hago.

a) Definitivamente sí. b) Probablemente sí. c) Indeciso. d) Probablemente no. e) Definitivamente no.

25.- Creo con firmeza en que tendré éxito en todo lo que me proponga hacer.

a) Definitivamente sí. b) Probablemente sí. c) Indeciso. d) Probablemente no. e) Definitivamente no.

26.- Creo con firmeza que, si la primera vez no lo logro, debo intentarlo una y otra vez.

a) Definitivamente sí. b) Probablemente sí. c) Indeciso. d) Probablemente no. e) Definitivamente no.

27.- Cuando pienso en emprender un negocio, no me asusta la idea de lo desconocido.

a) Definitivamente sí. b) Probablemente sí. c) Indeciso. d) Probablemente no. e) Definitivamente no.

28.- Cuando enfrento un problema, me gusta encontrar nuevas maneras para resolverlo.

a) Definitivamente sí. b) Probablemente sí. c) Indeciso. d) Probablemente no. e) Definitivamente no.

29.- Me considero una persona ingeniosa, en especial cuando se presentan situaciones difíciles.

a) Definitivamente sí. b) Probablemente sí. c) Indeciso. d) Probablemente no. e) Definitivamente no.

30.- Disfruto buscando nuevas formas de ver las cosas, en lugar de guiarme por las ideas ya conocidas.

a) Definitivamente sí. b) Probablemente sí. c) Indeciso. d) Probablemente no. e) Definitivamente no.

31.- No me desaliento si encuentro obstáculos para alcanzar mis metas.

a) Definitivamente sí. b) Probablemente sí. c) Indeciso. d) Probablemente no. e) Definitivamente no.

32.- Considero que a veces el riesgo es estimulante.

- a) Definitivamente sí.   b) Probablemente sí.   c) Indeciso.   d) Probablemente no.   e) Definitivamente no.

33. Estoy convencido de mis capacidades y sé muy bien cómo explotarlas.

- a) Definitivamente sí.   b) Probablemente sí.   c) Indeciso.   d) Probablemente no.   e) Definitivamente no.

34.- Creo en el refrán: “quien no arriesga no gana”.

- a) Definitivamente sí.   b) Probablemente sí.   c) Indeciso.   d) Probablemente no.   e) Definitivamente no.

35.- Estoy seguro de mis propias ideas y posibilidades.

- a) Definitivamente sí.   b) Probablemente sí.   c) Indeciso.   d) Probablemente no.   e) Definitivamente no.

36. Aunque no alcance mis objetivos en poco tiempo, no pierdo el interés.

- a) Definitivamente sí.   b) Probablemente sí.   c) Indeciso.   d) Probablemente no.   e) Definitivamente no.

37. Me entusiasma realizar cosas nuevas e inusuales.

- a) Definitivamente sí.   b) Probablemente sí.   c) Indeciso.   d) Probablemente no.   e) Definitivamente no.

38.- Creo que en la vida hay que tomar riesgos para ganar más o alcanzar metas más altas.

a) Definitivamente sí. b) Probablemente sí. c) Indeciso. d) Probablemente no. e) Definitivamente no.

39. Con frecuencia encuentro soluciones rápidas y eficaces a los problemas.

a) Definitivamente sí. b) Probablemente sí. c) Indeciso. d) Probablemente no. e) Definitivamente no.

40.- Soy bueno para enfrentar una gran cantidad de problemas al mismo tiempo.

a) Definitivamente sí. b) Probablemente sí. c) Indeciso. d) Probablemente no. e) Definitivamente no.

41.- Considero que la perseverancia es importante para llegar al éxito.

a) Definitivamente sí. b) Probablemente sí. c) Indeciso. d) Probablemente no. e) Definitivamente no.

42.- Me siento seguro, incluso cuando alguien crítica lo que he hecho.

a) Definitivamente sí. b) Probablemente sí. c) Indeciso. d) Probablemente no. e) Definitivamente no.

## ANEXO C: Test de las características del emprendedor

### 3.5 Cuadro de Resultados.

Examen de evaluación de las características del emprendedor.

Este examen tiene la finalidad de orientarlo sobre sus características emprendedoras

Para realizarlo adecuadamente. Deberá obtener de uno a cinco puntos en cada una de las frases. La puntuación 5 significa que la frase describe con exactitud su personalidad y la 1 que no corresponde con sus características. La escala de puntuaciones está representada por las siguientes categorías:

5. Definitivamente sí
4. Probablemente sí
3. Indeciso
2. Probablemente no
1. Definitivamente no

Deberá contestar con la mayor sinceridad para que los resultados correspondan a su realidad y pueda obtener conclusiones válidas.

Nombre	5	4	3	2	1
1.- A menudo tengo ideas originales y las pongo en práctica.					
2.- Cometo errores y me equivoco, pero sé que puedo hacer las cosas bien.					
3.- Cuando quiero algo, insisto hasta que lo consigo.					
4.- Cuando invierto mi dinero, prefiero arriesgarlo en algo que pueda darme más ganancias que en un depósito a plazo fijo.					
5.- No me resulta difícil encontrar varias soluciones a un mismo problema.					
6.- Puedo resolver problemas con rapidez, incluso bajo presión.					
7.- Veo posibilidades creativas (de innovación) en cada cosa que hago.					
8.- Creo con firmeza en que tendré éxito en todo lo que me proponga hacer.					
9.- Creo con firmeza que, si la primera vez no lo logro, debo intentarlo una y otra vez.					
10.- Cuando pienso en emprender un negocio, no me asusta la idea de lo desconocido.					
11.- Cuando enfrento un problema, me gusta encontrar nuevas maneras para resolverlo.					
12.- Me considero una persona ingeniosa, en especial cuando se presentan situaciones difíciles.					
13.- Disfruto buscando nuevas formas de ver las cosas, en lugar de guiarme por las ideas ya conocidas.					
14.- No me desaliento si encuentro obstáculos para alcanzar mis metas.					
15.- Considero que a veces el riesgo es estimulante.					
16.- Estoy convencido de mis capacidades y sé muy bien cómo explotarlas.					
17.- Creo en el refrán: "quien no arriesga no gana".					
18.- Estoy seguro de mis propias ideas y posibilidades.					
19.- Aunque no alcance mis objetivos en poco tiempo, no pierdo el interés.					
20.- Me entusiasma realizar cosas nuevas e inusuales.					
21.- Creo que en la vida hay que tomar riesgos para ganar más o alcanzar metas más altas.					
22.- Con frecuencia encuentro soluciones rápidas y eficaces a los problemas.					
23.- Soy bueno para enfrentar una gran cantidad de problemas al mismo tiempo.					
24.- Considero que la perseverancia es importante para llegar al éxito.					
25.- Me siento seguro, incluso cuando alguien crítica lo que he hecho.					
Total, por número					
Total					

## **ANEXO D: Interpretación del test**

Si la puntuación que obtuvo en cada una de las características evaluadas suma de cero a ocho puntos acumulados, su nivel es bajo y posee un área de oportunidad para desarrollar. Si acumula entre nueve y 15 puntos, su nivel es medio y posee un área fuerte, aunque susceptible de ser mejorada. Y si los puntos acumulados son 16 o más, su nivel es elevado y posee una fortaleza que deberá aprovechar para el desarrollo de su actividad emprendedora.

De la misma manera, si el puntaje total (de las cinco características evaluadas) es menor o igual que 40 puntos, su perfil total es bajo, mientras que, si el puntaje acumulado es mayor que 40, pero menor que 80, es un perfil medio. Con más de 80 puntos tiene un nivel elevado en cuanto a las características evaluadas del perfil emprendedor.

Es importante considerar que el test no es predictivo, aunque sí ofrece una visión general de algunas de las características más señaladas por los autores como cruciales, así como en las investigaciones consultadas y que, por lo tanto, dan una mejor apreciación de las posibles áreas de mejora o complementación para el desarrollo del emprendedor. En el anexo C se encuentra el test, para que quien lo desee pueda autoevaluarse y recibir algunas sugerencias de mejora o aprovechamiento de sus características emprendedoras.

## ANEXO E: Población por alcaldía de la CDMX

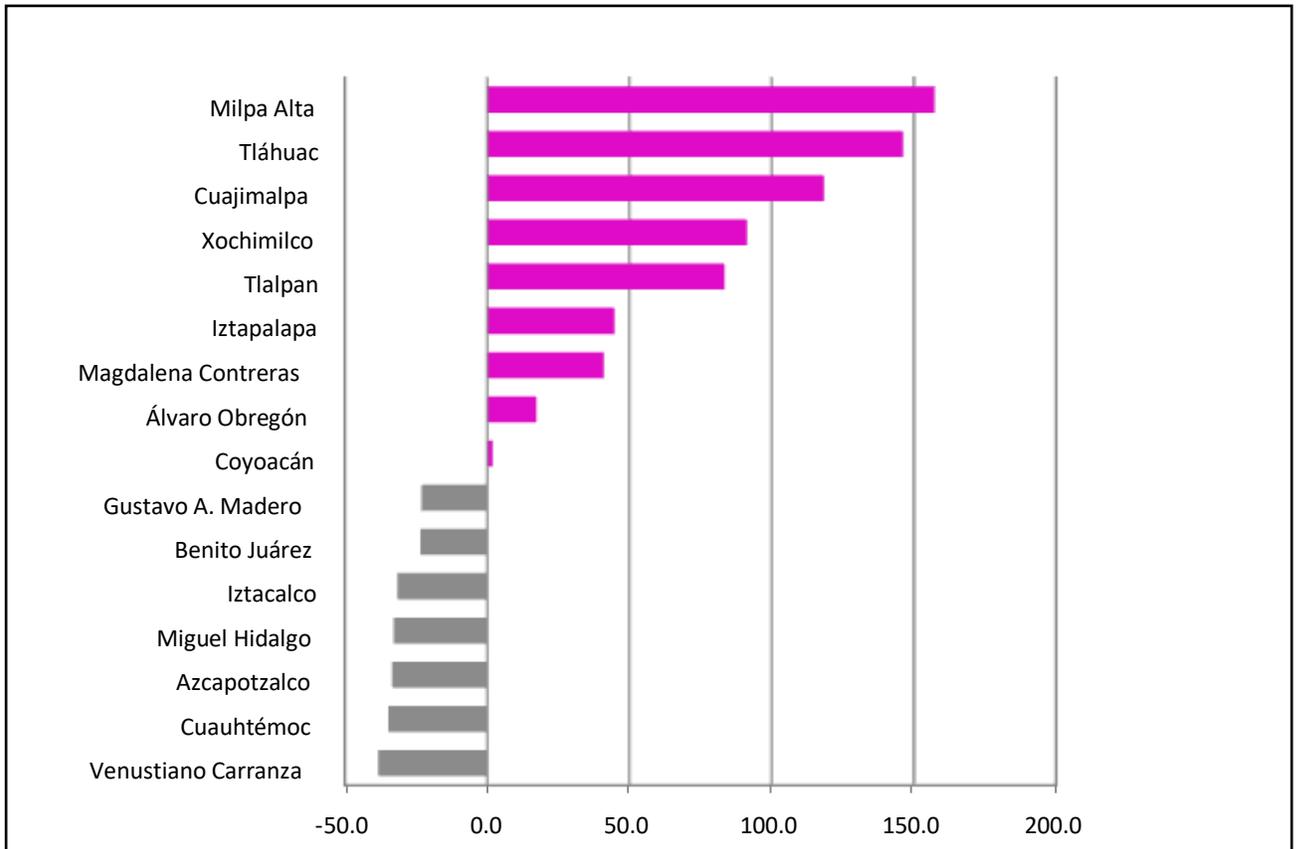
*Población por alcaldía de la CDMX en los años 1980-2015.*

Delegación	1980	1990	1995	2000	2005	2010	2015	VAR. % 80/15
<b>Total</b>	<b>8,831,079</b>	<b>8,235,744</b>	<b>8,489,007</b>	<b>8,605,239</b>	<b>8,720,916</b>	<b>8,851,080</b>	<b>8,918,653</b>	<b>1.0</b>
<b>Azcapotzalco</b>	601,524	474,688	455,131	441,008	425,298	414,711	400,161	-33.5
<b>Coyoacán</b>	597,129	640,066	653,489	640,423	628,063	620,416	608,479	1.9
<b>Cuajimalpa</b>	91,200	119,669	136,873	151,222	173,625	186,391	199,224	118.4
<b>Gustavo A. Madero</b>	1,513,360	1,268,068	1,256,913	1,235,542	1,193,161	1,185,772	1,164,477	-23.1
<b>Iztacalco</b>	570,377	448,322	418,982	411,321	395,025	384,326	390,348	-31.6
<b>Iztapalapa</b>	1,262,354	1,490,499	1,696,609	1,773,343	1,820,888	1,815,786	1,827,868	44.8
<b>Magdalena Contreras</b>	173,105	195,041	211,898	222,050	228,927	239,086	243,886	40.9
<b>Milpa Alta</b>	53,616	63,654	81,102	96,773	115,895	130,582	137,927	157.2
<b>Álvaro Obregón</b>	639,213	642,753	676,930	687,020	706,567	727,034	749,982	17.3
<b>Tláhuac</b>	146,923	206,700	255,891	302,790	344,106	360,265	361,593	146.1
<b>Tlalpan</b>	368,974	484,866	552,516	581,781	607,545	650,567	677,104	83.5
<b>Xochimilco</b>	217,481	271,151	332,314	369,787	404,458	415,007	415,933	91.3
<b>Benito Juárez</b>	544,882	407,811	369,956	360,478	355,017	385,439	417,416	-23.4
<b>Cuauhtémoc</b>	814,983	595,960	540,382	516,255	521,348	531,831	532,553	-34.7
<b>Miguel Hidalgo</b>	543,062	406,868	364,398	352,640	353,534	372,889	364,439	-32.9
<b>Venustiano Carranza</b>	692,896	519,628	485,623	462,806	447,459	430,978	427,263	-38.3

*Fuente: Censos y conteos de población y vivienda del INEGI, 2018.*

## ANEXO F: Variación porcentual de la población 1980-2015

*Variación porcentual de la población 1980-2015 por alcaldía.*



*Fuente: Censos y conteos de población y vivienda de INEGI, 2018.*

