





Perfil emprendedor de Chilchotla, Puebla.

Un Análisis basado en el Global Entrepreneurship Monitor

Rafael Meneses Jimarez
Rocío Sosa Torres

Cuerpo Académico UIEPCH-CA-2

Autores

Rafael Meneses Jimarez
Rocío Sosa Torres

Colaboradora

María Liliana Hernández Pérez

Las opiniones vertidas en el presente documento son responsabilidad única de las y los autores,
y no representa la postura de la institución que edita.

Perfil emprendedor de Chilchotla, Puebla. Un Análisis basado en el Global Entrepreneurship Monitor

Rafael Meneses Jimarez
Rocio Sosa Torres
Autoras y Autores

María Liliana Hernández Pérez
Compiladora

Edyta Markuszewska
Jesús Iglesias Castelán
Corrección de estilo

Aranza Rebeca Rodríguez Rivera
Diseño editorial y de portada

Primera edición, México, 2024

Sergio Salomón Céspedes Peregrina
Gobernador Constitucional del Estado de Puebla

Javier Aquino Limón
Secretario de Gobernación del Estado de Puebla

Gabriela Bonilla Parada
*Presidenta del Sistema Estatal para el
Desarrollo Integral de la Familia*

Charbel Jorge Estefan Chidiac
Secretario de Educación del Estado de Puebla

Edgar Valentín Garmendia de los Santos
*Presidente de la Junta de Gobierno y Coordinación Política del
H. Congreso del Estado Libre y Soberano de Puebla*

María Belinda Aguilar Díaz
Presidenta del Tribunal Superior de Justicia del Estado de Puebla

Victoriano Gabriel Covarrubias Salvatori
*Director General del Consejo de Ciencia y Tecnología
del Estado de Puebla*

Luis Gerardo Aguirre Rodríguez
Responsable del Área de Publicaciones

*Publicado por el Consejo de Ciencia y Tecnología del Estado de Puebla
(CONCYTEP)
B Poniente de La 16 de Sept. 4511,
Col. Huexotitla, 72534. Puebla, Pue.*

ISBN: 978-607-8963-27-0

CÓDIGO IDENTIFICADOR CONCYTEP: C-L-2024-03-10

La información contenida en este documento puede ser reproducida total o parcialmente por cualquier medio, indicando los créditos y las fuentes de origen respectivas.



Perfil emprendedor de **Chilchotla, Puebla.**

Un Análisis basado en el Global Entrepreneurship Monitor

Rafael Meneses Jimarez
Rocío Sosa Torres

Cuerpo Académico UIEPCH-CA-2

Autores

Rafael Meneses Jimarez
Rocío Sosa Torres

Colaboradora

María Liliana Hernández Pérez

Directorio

Mtra. Liliana León López
Rectora de la UICH

**GOBIERNO DEL
ESTADO DE PUEBLA**

**Secretaría
de Educación**

CONCYTEP
Consejo de Ciencia y Tecnología
del Estado de Puebla



PRÓLOGO

Me permito hacer mención de los aspectos más relevantes que encontré en la investigación que realizaron los autores Rafael Meneses Jimarez y Rocío Sosa Torres, con la colaboración de María Liliana Hernández Pérez, sobre el Perfil Emprendedor de Chilchotla Puebla mediante un Análisis Basado en el Global Entrepreneurship Monitor.

Los autores realizaron la investigación con un rigor científico adecuado en su construcción desde el planteamiento del problema, la justificación, los antecedentes, el estado del arte y la propuesta de la hipótesis a demostrar. En cuanto al desarrollo de la investigación, definieron de manera excelente las variables que deben analizarse para comprobar la hipótesis en función del caso de estudio que se aborda, el municipio de Chilchotla y los colindantes como Guadalupe Victoria, Saltillo Lafragua y Quimixtlan, con una muestra representativa de los datos para asegurar un 95 % del nivel de confianza.

Los resultados obtenidos comprueban la hipótesis y llevan a los lectores a un apasionante hallazgo sobre el perfil de emprendimiento y el fenómeno emprendedor en la región de Chilchotla, que por las características socioeconómicas y culturales se enfocan en un tipo de emprendimiento de subsistencia que les permite a los emprendedores contar con un

ingreso económico para el sustento de sus familias, aunado a esto, resalta el hecho de que estos héroes emprendedores son personas felices y satisfechas con lo que hacen y reconocidas por la comunidad.

Resalta la necesidad de educar a los jóvenes de la región para que generen emprendimientos de oportunidad que se sustenten en el uso de la tecnología, el financiamiento, la mercadotecnia y la asesoría especializada para alcanzar un alto grado de productividad y permanencia en el mercado; esto con la finalidad de aportar al desarrollo socioeconómico de la región mediante la creación de empresas, la generación de empleos, la derrama económica, la mejora de la infraestructura, y un mayor índice de educación que propicie el bienestar de las familias que conforman la comunidad.

Miguel Angel Celis – Flores

Rector de la Universidad Tecnológica de
Puebla





Introducción	1
Capítulo 1. Antecedentes	3
Justificación del estudio.....	3
Teoría general del emprendimiento	3
Diversos enfoques del emprendimiento	4
Global Entrepreneurship Monitor (GEM).	
Teoría Relacionada con la Investigación.....	7
Contexto del emprendimiento	7
Etapas del emprendimiento	9
Encuestas GEM.....	10
La ventaja competitiva de Porter	10
Capítulo II Contexto de la Investigación	13
Programas de gobierno para el emprendimiento.....	16
INADEM	16
PROMÉXICO	16
Unidad de Desarrollo Productivo	16
Mexicanas digitales.....	17
MIPYMES MX.....	17
Capítulo III Objetivos y Metas	19
Objetivo general	19
Objetivos específicos.....	19
Hipótesis.....	19
Capítulo IV Metodología	21
Muestra	28
Segmentación por municipio	29
Capítulo V Análisis	31
1. Sector económico.....	31
1.1 Actividades predominantes del sector primario por municipio	32
1.2 Actividades predominantes del sector secundario por municipio	33
1.3 Actividades predominantes del sector terciario por municipio	34
2. Datos de identificación.....	35
2.1 Giro del negocio	35
2.2 Sexo del emprendedor.....	36
3. Financiación	40
3.1 Capital propio	40
3.2 Utilización de capital externo, como bancos, casas de préstamo, etc.....	41
3.3 Motivos para no usar capital externo	42

4. Políticas gubernamentales	43
4.1 Existe una facilidad razonable para tramitar los permisos de apertura de negocio	43
4.2 Emisión de facturas	45
5. Programas gubernamentales.....	47
5.1 Conocimiento de los programas de apoyo gubernamentales.....	47
6. Educación y formación emprendedora	49
6.1 Nivel de estudios.....	49
6.2 Cursos recibidos en educación emprendedora	50
7. Transferencia de I + D.....	52
7.1 Acceso a nuevas tecnologías	52
7.2 Apoyo gubernamental para tecnologías	53
8. Acceso a la infraestructura comercial y profesional	54
8.1 Proveedores	54
8.2 Uso de servicios de consultoría	55
8.3 Tipos de servicios de consultoría utilizados.....	56
8.4 Motivos para no usar consultoría	57
8.5 Utilización de servicios bancarios	58
8.6 Inversión en publicidad	59
9. Apertura del mercado interno	60
9.1 Antigüedad del emprendimiento.....	60
9.2 Trámites para el funcionamiento del emprendimiento.....	61
10. Acceso a la infraestructura física	62
10.1 Infraestructura carretera, de transporte, de alumbrado, etc., adecuada	62
10.3 Facilidad para obtener dichos servicios de comunicación.....	64
10.4 Pertinencia de los servicios de comunicación.....	65
10.5 Motivos para no utilizar servicios de comunicación actuales.....	66
11. Normas sociales y culturales.....	67
11.1 Satisfacción como emprendedor o emprendedora.....	67
11.2 Percepción positiva de la sociedad acerca del emprendimiento	68
11.3 Motivos para emprender	69
Resultados	71
Discusión	74
Conclusiones y recomendaciones	77
Referencias	79
índice de figuras	83
Índice de tablas	84
Índice de ecuaciones	84

Introducción

Dentro del ámbito de estudios sobre emprendimiento, existe una corriente que maneja una especie de mito o estereotipo sobre las características que suele tener un emprendedor, para ello, basta ver algunas referencias.

Según John Kao (1989, como se citó en Alcaraz Rodríguez, 2020), el emprendedor posee características específicas, como compromiso total, determinación y perseverancia. También tiene la capacidad para alcanzar sus metas y se encuentra orientado a obtener resultados y oportunidades. Además, cuenta con autoconfianza y altos niveles de energía. Aún más, no teme tomar riesgos y goza de tolerancia al cambio, entre otras cualidades más (Alcaraz Rodríguez, 2020). Es decir, es todo un “estuche de monerías”.

Hay más conceptualizaciones en este tenor de alabanzas. Por ejemplo, para Alonso Nuez, el emprendedor posee “necesidad de logro o de autorrealización, control interno y autoconfianza, espíritu de riesgo o propensión a asumir riesgos, necesidad de poder e independencia, compromiso, tolerancia a la ambigüedad” (como se citó en Sung Park y Duarte Masi, 2015).

Sin embargo, por si acaso todavía hay dudas sobre algunos mitos que enaltecen el emprendimiento, se pueden observar comentarios aún más favorecedores hacia la personalidad

emprendedora, ya que supuestamente posee una serie de “distintivos y nutre a la persona que la atesora de unas destrezas que permiten que sea capaz de ilusionar a otros con sus ideas y sueños. Al mismo tiempo da seguridad y confianza y es un modelo a seguir” (Martín, 2008, p. 25).

Entonces, puede pensarse que el perfil que posee una persona emprendedora es una especie de modelo a seguir. Sin embargo, no todo es alabanza e idealización. Existen otras posturas más convencionales que intentan humanizar y hacer más realista la labor emprendedora. Por ejemplo, se dice que:

En contra de lo que se viene creyendo, las características: ambición, espíritu de sacrificio, capacidad para asumir riesgo, necesidad, insatisfacción laboral, entusiasmo, no tienen tanta importancia en las cualidades que caracterizan al espíritu emprendedor. Es decir, no son la clave del éxito del emprendedor en pequeñas empresas. Predominan otros aspectos más importantes como son: la selección de sus equipos, buen carácter (amables y extrovertidos), independencia, constancia, la manera en que gestionan, conocimientos a nivel de expertos en su sector, etc. (García del Junco *et al.*, 2007, p. 954).



Inclusive, el mismo autor reconoce que “individuos carentes de cualidades emprendedoras intentarán comenzar la creación de sus propios negocios para salir de situaciones de crisis laboral” (García del Junco *et al.*, 2007, p. 954). Es decir, a veces se es emprendedor por necesidad o por las circunstancias, sin que propiamente se cuente con el perfil que comúnmente se considera como favorable.

Como puede observarse, esta diversidad de opiniones sobre el perfil emprendedor puede llegar a ser contrastante, pasando de una especie de “superhumano” con talentos sobresalientes para impulsar el desarrollo mundial, hasta solo personas que no tuvieron de otra para sobrevivir. Precisamente, este punto origina esta investigación, la cual pretende generar conocimiento en la región de influencia de la Universidad Interserrana del Estado de Puebla - Chilchotla, formulando la siguiente pregunta:

¿Cuál es el perfil del emprendedor en la región de Chilchotla, Puebla?

Para contestar esta interrogante, en el primer capítulo se realiza un abordaje de teorías relacionadas con el concepto “emprendimiento”, además de que se exploran los fundamentos teóricos y se establecen las bases para su estudio. En el segundo capítulo se da el contexto del lugar donde se realizó el estudio, teniendo en cuenta información del Directorio Estadístico Nacional de Unidades Económicas (DENUE, 2020), el cual pertenece al Subsistema Nacional de Información Económica (SNIE) y al Instituto Nacional de Estadística y Geografía (INEGI). También se exponen las características socioeconómicas y ubicación geográfica del estudio. En el tercer capítulo se aborda el objetivo y las metas del

estudio. En el cuarto capítulo se detalla la metodología utilizada, la muestra y las variables a utilizar. En el quinto capítulo se realiza el análisis de cada variable y se muestran los gráficos. Finalmente, en el sexto capítulo se dan a conocer los resultados, discusión y conclusiones del estudio.

Capítulo I

Antecedentes

Justificación del estudio

La pregunta “¿Cuál es el perfil del emprendedor en la región de Chilchotla, Puebla?”, es pertinente y tiene especial relevancia por varios puntos:

- a. No existen estudios que de manera directa analicen el perfil del emprendedor de la región de Chilchotla.
- b. Determinar el perfil del emprendedor en la región podría ayudar a aclarar las competencias que es necesario que se desarrollen en la región, así como los conocimientos, habilidades y actitudes que son más pertinentes para acelerar el desarrollo de la zona, considerada de alta marginación.
- c. Se pueden establecer comparaciones entre los perfiles emprendedores de diferentes regiones, a fin de explicar la propia situación, a la luz de su desarrollo.

Teoría general del emprendimiento

Realmente no existe aún una teoría unificada sobre el emprendimiento. Esto se debe a que el concepto se ha abordado desde distintas perspectivas, como “la economía, la sociología, la psicología, la antropología, la ciencia política, la administración de empresas, la historia, entre otras” (Terán Yépez y Guerrero Mora, 2020, p. 7).

Sobre el origen del concepto, sí hay un cierto acuerdo. Se le atribuye su primer uso a Richard Cantillo en 1755, quien utilizó la palabra en francés *entrepreneur* (empresario). Su significado estaba a tono con la época mercantilista: el empresario es la persona que compra a un precio conocido y vende a un precio desconocido. Al profundizar en el concepto, se separó la idea del empresario y del inversionista. Luego, Joseph Schumpeter (citado por Contreras Palacios, 2020) señaló al emprendedor “como *el destructor creador*, que rompe con los ciclos ajustados del mercado – competencia, precios y rendimientos bajos – a través de una innovación” (p. 50).



Diversos enfoques del emprendimiento

Al no haber una teoría unificada, al emprendimiento se le suele abordar desde sus posibles enfoques. Por ejemplo, Alonso Nuez y Galve Gorriz (2008) hablan de un enfoque a) económico, b) psicológico, c) sociocultural y del entorno, y d) gerencial. También se puede abordar al emprendimiento desde sus conceptos relacionados: empresa, empresario/emprendedor y emprendimiento. Los dos primeros términos son bastante entendibles, al poder visualizarse como algo material. No obstante, de nueva cuenta, el emprendimiento presenta la dificultad de abordarse desde diferentes perspectivas. La Tabla 1 resume algunos de los enfoques más conocidos.

Tabla 1. Conceptos de emprendimiento desde diferentes perspectivas

Concepción del concepto de emprendimiento desde la Economía	
Autor	Concepción
Mises (1968)	Acción humana
Hayek (1937)	Conocimiento
Kirzner (1998)	Explotación deliberada de las oportunidades percibidas
Knight (1947)	Incertidumbre y riesgo
Schumpeter (1942)	Destrucción creadora
Casson (2005)	Teoría de la empresa
Cole (1942)	Funciones administrativas
Baumol (1968)	Ingenio, innovación y carisma – condiciones del contexto
Concepción del concepto de emprendimiento desde la Psicología	
Autor	Concepción
McClelland (1961)	La actitud y la motivación al logro
Shaver y Scott (1991); Mitchell, Busenitz, Lant, McDougall, Morse y Smith (2004)	Los factores cognitivos y/o el proceso cognitivo
Krueger (2007); Bird y Jelinek (1988)	Intención emprendedora

Nota. Información obtenida de Contreras Palacios (2020, p. 57).

Continuando con la revisión de la literatura, se encuentran otras clasificaciones, que demuestran la diversidad de enfoques sobre el tema. Por ejemplo, Terán Yépez y Guerrero Mora (2020) construyeron y propusieron la siguiente clasificación (Tabla 2).

Tabla 2. *Teorías del emprendimiento desde diferentes puntos de vista*

Teorías del emprendimiento desde el punto de vista económico	Teorías del emprendimiento desde el punto de vista psicológico	Teorías del emprendimiento desde el punto de vista sociológico	Teorías del emprendimiento desde el punto de vista de la gestión empresarial
Teoría clásica	Teoría de los Rasgos de personalidad	Teoría de las creencias religiosas	Teoría basada en oportunidades
Teoría neoclásica	Lugar de Control	Teoría de la oferta emprendedora	Teorías basadas en los recursos
Teoría de Schumpeter de la innovación	Teoría de la necesidad de logro	Teoría del cambio social	Teoría del capital financiero y liquidez
Teoría de la Eficiencia-X de Leibenstein	Teoría del ingenio personal	Teoría del patrón de nivel de grupo	Teoría del capital social o de la red social
Teoría de Mark Casson		Teoría de Hoselitz	Teoría del emprendimiento del capital humano
Teoría de Papanek y Harris		Teoría de Stoke	
Teoría de Harvard School		Teoría Antropológica	
Teoría de ajuste de Kirzner			
Teoría del beneficio de Knight			
Teoría del equilibrio de mercado de Hayek			

Nota: Información obtenida de (Terán Yépez y Guerrero Mora, 2020)

Por supuesto, existen aún más clasificaciones que se han hecho de este concepto, como la del 2020 de Sanchis Palacio. A continuación, se enlistan algunas más, (Sanchis Palacio *et al.*, 2020, p. 21):

- Motivación positiva
 - » Motivación interna, derivada del desarrollo profesional, del deseo de independencia, del afán de lucro y del deseo de ser tu propio jefe.
 - » Motivación externa, derivada de incentivos del gobierno o de una situación económica favorable.
- Motivación negativa
 - » Motivación interna, por estar en el desempleo, por desencanto de las expectativas laborales y por sueldo insuficiente.
 - » Motivación externa, por una situación económica desfavorable o por falta de oportunidades laborales.

Otra clasificación la hacen Barringer e Ireland (2012), quienes dicen que el emprendedor puede darse según:

- La motivación, que lo llevaría a ser un emprendedor accidental, un refugiado corporativo (falta de empleo), o por cuestiones sociales.
- Los fines que persigue, donde podría derivarse de un sustitutivo del salario, por el estilo de vida que pretende, o por innovador (como se citó en Sanchis Palacio *et al.*, 2020, p. 22).

Continuando con las clasificaciones, está la que propone Fuentes Pinzón (2017), quien afirma que existen los siguientes tipos de emprendimiento:

- Empresarial tradicional
- Innovador
- Comercial
- De servicios
- Tecnológico
- Profesional

Además, existe un “no tipo” El emprendimiento por necesidad. (Schnarch Kirberg, 2022)

Por otra parte, Jaramillo Villanueva en un estudio del perfil emprendedor de los pequeños empresarios agropecuarios en el Valle de Puebla, México, aportan un análisis de las características del perfil emprendedor que podría asumirse como de subsistencia, pero que es más bien de productores agropecuarios. Cabe señalar que ambos perfiles son muy parecidos (Jaramillo Villanueva, 2012).

Finalmente, parece que es inútil buscar un abordaje unificado y generalmente aceptado por la comunidad científica. Una mejor opción sería analizar los diversos enfoques del concepto, para obtener una conclusión propia, la cual, por sí misma, ya es otro enfoque. En este trabajo, se utilizó el enfoque que se apunta en el siguiente capítulo.

Global Entrepreneurship Monitor (GEM). Teoría Relacionada con la Investigación

Es necesario abordar el tema de investigación a través del lente de un marco teórico que cubra las indagaciones. Por esto, se tomó como referencia al *Global Entrepreneurship Monitor* (GEM), el cual es un observatorio internacional que anualmente estudia el fenómeno emprendedor. Desde 1999, de la mano de London Business School y Babson College, se han generado informes a nivel local, regional y nacional, gracias al trabajo de equipos de investigación pertenecientes a los países que integran el observatorio. También, miembros investigadores del GEM elaboran anualmente informes sobre temas tales como emprendimiento y género, educación y formación emprendedora, emprendimiento rural, emprendimiento de alto potencial de crecimiento, financiamiento del emprendimiento, emprendimiento social, emprendimiento corporativo, entre otros (Peña Legazkue *et al.*, 2020, p. 27).

Contexto del emprendimiento

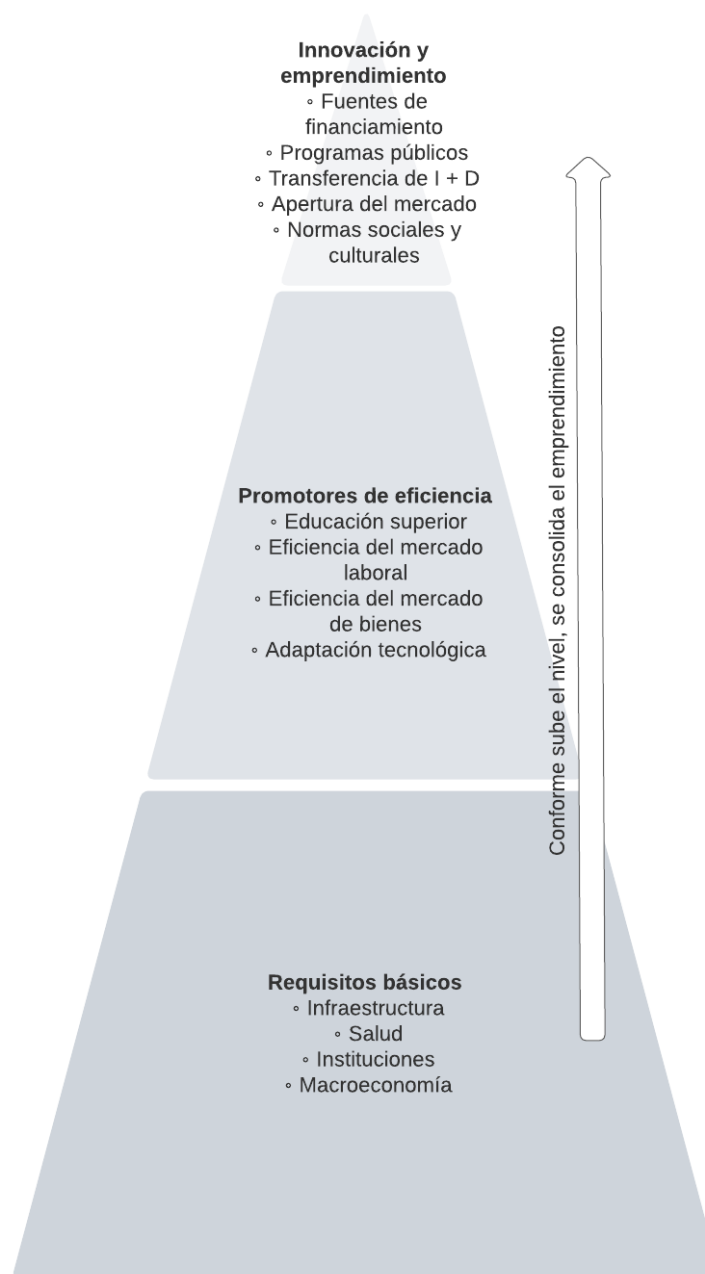
El marco teórico del GEM propone que las actividades emprendedoras se desarrollan de acuerdo al contexto social, cultural y político de la región específica. También dependen de la etapa de maduración en la que se encuentren los emprendimientos.

El contexto se compone de:

- Requisitos básicos, como la infraestructura, la salud, las instituciones u otros elementos con los que cuenta la región.
- Promotores de eficiencia, que son elementos que potencializan el desarrollo del emprendimiento, como la educación superior, la eficiencia del mercado laboral, la adaptación tecnológica, entre otros.
- Innovación y emprendimiento, que son un conjunto de elementos más específicos que los promotores de eficiencia; además, si se conjuntan de manera adecuada, llevan a un nivel superior al fenómeno emprendedor; algunos ejemplos son: acceso a fuentes de financiamiento, transferencia de I + D, (Investigación y Desarrollo), apertura del mercado interno, normas sociales y culturales, entre otros (Peña Legazkue *et al.*, 2020, p. 28).

Para comprender de mejor forma lo anterior, se puede observar la Figura 1.

Figura 1. Pirámide del emprendimiento



Nota. La figura muestra las etapas que se requieren cumplir para llegar a un emprendimiento óptimo. Construcción propia adaptada de Peña et al. Observatorio del Emprendimiento de España. (2020, Mayo). Informe GEM España 2019-2020. Global Entrepreneurship Monitor. Retrieved December 21, 2022.

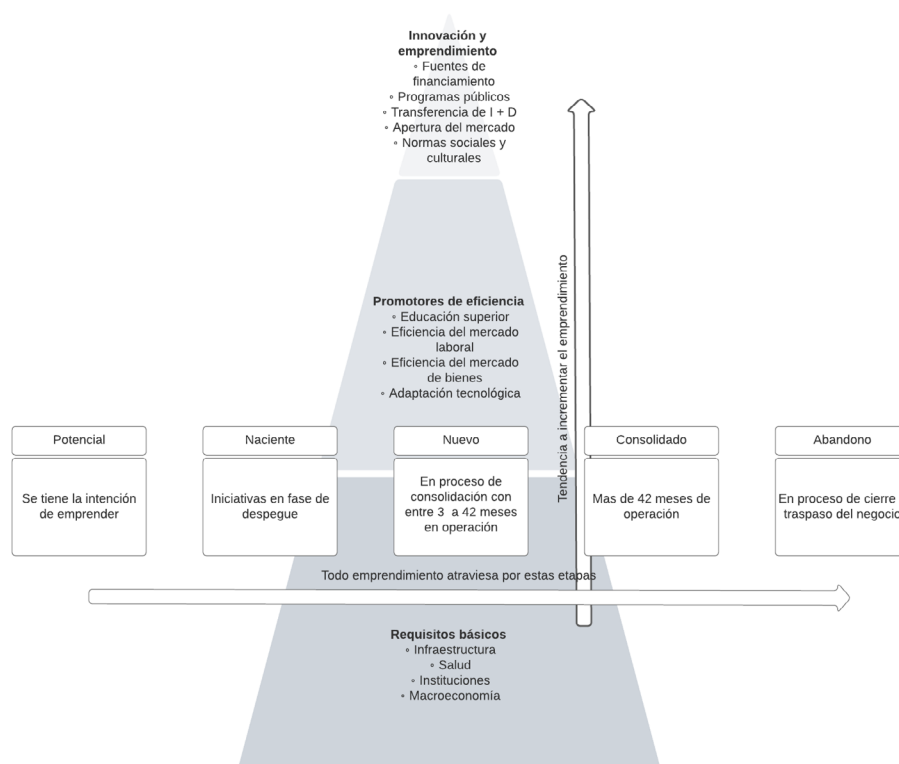
Etapas del emprendimiento

Las etapas de maduración del emprendimiento son:

- Emprendimiento potencial, donde se tiene la intención de emprender.
- Emprendimiento naciente, que son iniciativas en fase de despegue.
- Emprendimiento nuevo, donde hay un proceso de consolidación de entre 3 y 42 meses de actividad económica.
- Empresas consolidadas, que ya han operado más de 42 meses.
- Abandonos, donde ya hay un proceso de cierre o traspaso del negocio.

Se infiere que el cruce de ambos conceptos, (etapas del contexto social y etapas de la maduración individual), determinan “el momento” de cada región. Obsérvese la Figura 2, que representa este cruce de condiciones o etapas y que se llamará “Ecosistema del emprendimiento”:

Figura 2. Ecosistema del emprendimiento



Nota. La figura muestra la combinación de etapas sociales e individuales del emprendimiento. Construcción propia basada en Peña et al. Observatorio del Emprendimiento de España (2020). Informe GEM España 2019-2020. Global Entrepreneurship Monitor.

Encuestas GEM

El GEM se dedica a monitorear, en los países asociados, cuál es el desarrollo emprendedor, basándose en los criterios de ambas etapas. Para obtener la información, aplica dos grandes encuestas:

- Encuesta a expertos (NES)
- Encuesta a la población adulta (APS)

La encuesta NES, como su nombre lo indica, recaba información de expertos de la región estudiada, sobre aspectos desglosados en nueve condiciones específicas:

1. Financiación
2. Políticas gubernamentales
3. Programas gubernamentales
4. Educación y formación emprendedora
5. Transferencia de I + D
6. Acceso a la infraestructura comercial y profesional
7. Apertura del mercado interno
8. Acceso a la infraestructura física y de servicios
9. Normas sociales y culturales (Martínez Fierro *et al.*, 2015, p. 184)

La encuesta APS a la población adulta de una región estudiada analiza las percepciones “respecto a la actividad emprendedora, además de llevar un registro cuantitativo y clasificatorio de los emprendedores acorde a la fase de desarrollo en que se encuentran sus proyectos, identificando además el perfil general de éstos” (Quezada Díaz *et al.*, 2021, p. 9).

Dicha población analizada, de acuerdo a la APS, se puede clasificar en:

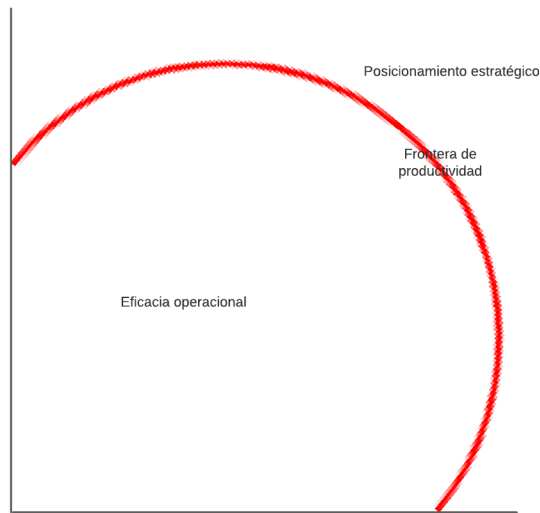
1. Emprendedores de nuevos negocios, que tienen o tratan de desarrollar un nuevo emprendimiento.
2. Propietarios-gerentes, que tienen un emprendimiento ya establecido.
3. Emprendedores potenciales y abandonos, que contempla a las dos etapas extremas: cuando apenas se tiene la intención de emprender o cuando se ha desistido de esto.
4. Inversionistas informales, que han tenido algún rol en el emprendimiento, sin comprometerse por completo.
5. Emprendedores empleados, que analiza a aquellos empleados que mantienen una actitud emprendedora en los negocios en los que colaboran (Quezada Díaz *et al.*, 2021).

La ventaja competitiva de Porter

Si bien es cierto que la idea que se expone a continuación tiene que ver con la estrategia, de una u otra forma se puede acomodar a la idea del emprendimiento.

Porter (2008) señala que existen dos niveles en el desarrollo de una empresa: la eficacia operacional y el posicionamiento estratégico. “La eficacia operacional (EO) significa realizar las mismas actividades mejor que los rivales [...] el posicionamiento estratégico implica realizar actividades diferentes de aquellas de los rivales” (Porter, 2008, pp. 2-3). Esta diferenciación recuerda mucho a la pirámide del emprendimiento (Figura 3).

Figura 3 . Eficacia operacional vs. posicionamiento estratégico



Nota. La figura recuerda a la pirámide del emprendimiento, donde la eficacia operacional equivale a los requisitos básicos y los promotores de eficiencia de la pirámide. El posicionamiento estratégico es equivalente a la innovación y emprendimiento de la pirámide. Construcción propia basada en Porter (2008, p. 4).



Capítulo II

Contexto de la Investigación

En México, una de las principales instituciones que genera y administra información relativa a los emprendedores es el Directorio Estadístico Nacional de Unidades Económicas (DENUE), el cual pertenece al Subsistema Nacional de Información Económica (SNIE) y “cuyo propósito es proveer a los usuarios tanto especializados como no especializados de los datos de identificación, ubicación y contacto de las unidades económicas activas en el territorio nacional” (INEGI, 2023).

El DENUE es un directorio muy completo de los negocios activos del país. La unidad de análisis básica es la llamada “unidad económica”. Para el DENUE, existen dos tipos de unidades económicas:

El establecimiento

Unidad económica que, en una sola ubicación física, asentada en un lugar de manera permanente y delimitada por construcciones e instalaciones fijas, combina acciones y recursos bajo el control de una sola entidad propietaria o controladora para realizar alguna actividad económica sea con fines de lucro o no. Incluye a las viviendas en las que se realizan actividades económicas (INEGI, 2021).

La empresa

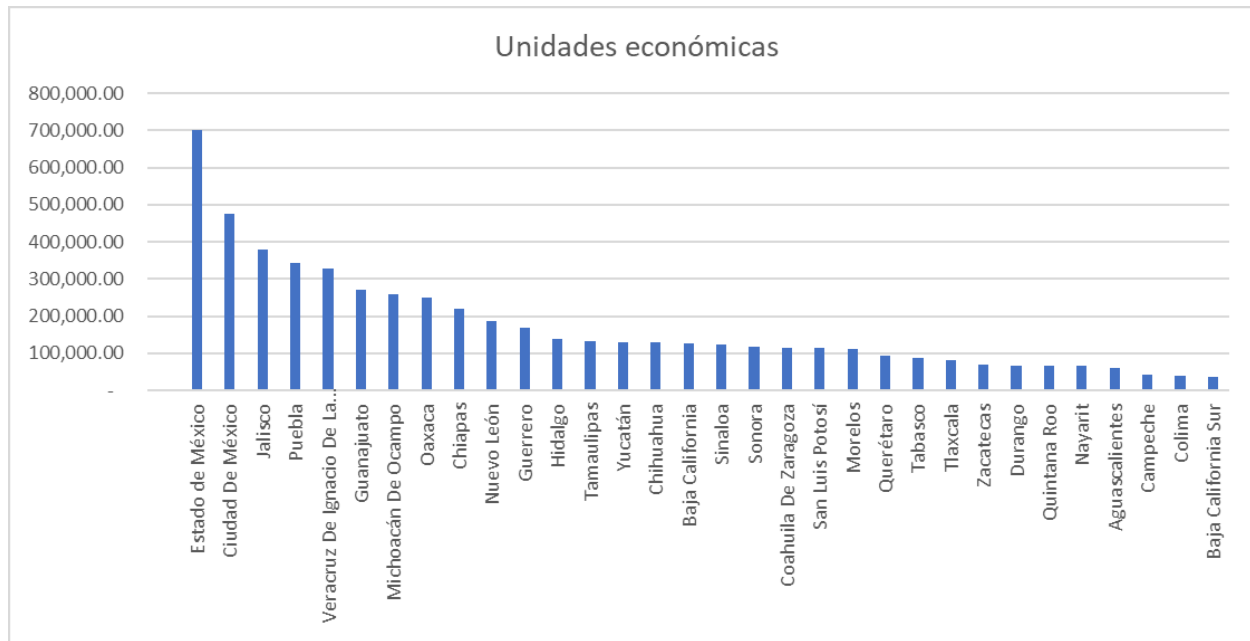
Organización, propiedad de una sola entidad jurídica, que realiza una o más actividades económicas, con autonomía en la toma de decisiones de mercadeo, financiamiento e inversión, al contar con la autoridad y responsabilidad de distribuir recursos de acuerdo con un plan o estrategia de producción de bienes y servicios, pudiendo estar ubicada u operar en varios domicilios (INEGI, 2021, p. 7).

Cabe señalar que se excluyen las unidades económicas que realizan actividades de manera ambulante.

En México existen, con corte a mayo del 2021, alrededor de 5.5 millones de unidades económicas (INEGI, 2021, p. 2). En el estado de Puebla, las unidades económicas son 343 000.

En la Figura 4, se muestra cómo el estado de Puebla ocupa el 4.º lugar en lo referente a número de unidades económicas existentes, lo que revela la importancia de esta variable dentro de la economía local y, sobre todo, para los fines de esta investigación, en el ámbito del emprendimiento.



Figura 4. Unidades económicas a nivel nacional

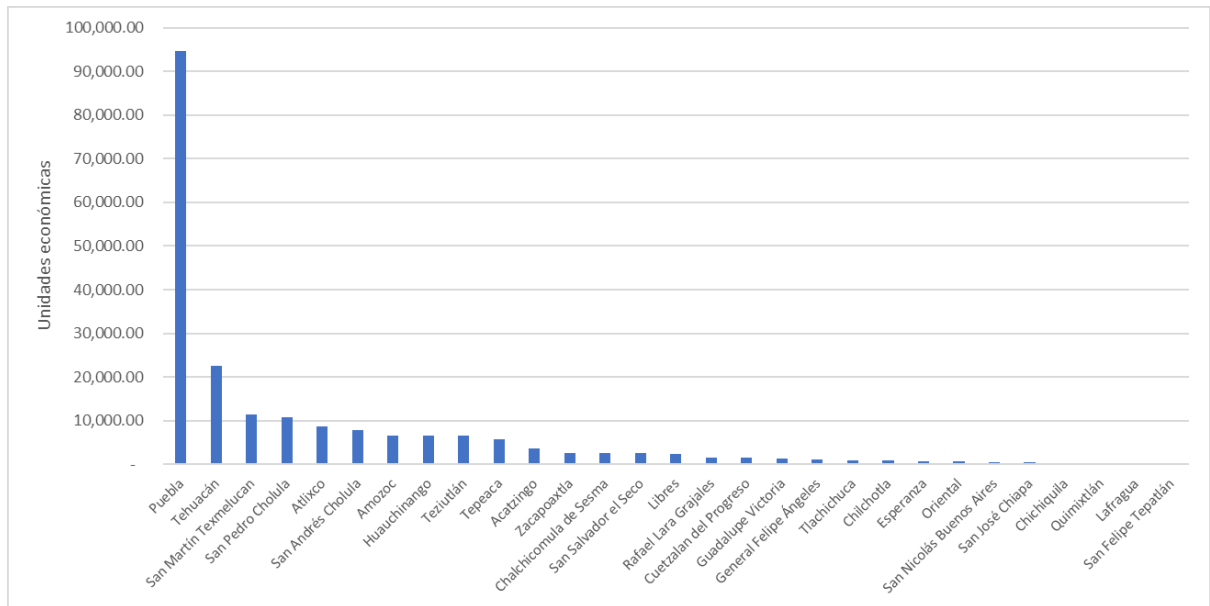
Nota. Elaboración propia basada en INEGI (2022)

Además, en la Figura 5 se muestra el lugar que ocupan los municipios de la región de estudio, en relación con los otros municipios del estado de Puebla.

El ranking de los municipios de estudio de un total de 217 posiciones es:

- 51. Guadalupe Victoria
- 69. Chilchotla
- 157. Quimixtlán
- 213. Lafragua

Figura 5. Unidades económicas por municipio del estado de Puebla



Nota. En la gráfica, se han ocultado muchos municipios a fin de hacer más visibles los que interesan al presente estudio. Elaboración propia basada en INEGI (2022).

Llama la atención que Guadalupe Victoria y Chilchotla se encuentran dentro del primer tercio del total de unidades económicas, por lo que se puede considerar que juegan un papel de mayor relevancia de lo que se podría pensar, sobre todo al tener catalogado a Chilchotla como municipio de alta marginación. Cabe aclarar que el concepto “de alta marginación” es un derivado del concepto “índice de marginación”, que es una forma de medir la pobreza, donde se toman en cuenta “[c]uatro dimensiones estructurales: educación, vivienda, ingresos monetarios y distribución de la población, a partir de las cuáles identifica las variables por las que se considera que una población se encuentra excluida de los servicios básicos para tener un mínimo de bienestar” (Gobierno del Estado de Hidalgo, 2023).

Programas de gobierno para el emprendimiento

Existen diferentes fuentes documentales donde se han recopilado los programas de gobierno que han existido y existen en México, que buscan fomentar el emprendimiento. Durante este sexenio 2018-2024, se ha aplicado un redireccionamiento de las políticas públicas relacionadas con el tema de emprendimiento, por lo que vale la pena hacer un recuento, refiriéndose a un antes y un después del actual sexenio.

INADEM

Antes del sexenio actual, existía una serie de programas, entre los cuales, uno de los más destacados era el del Instituto Nacional del Emprendedor (INADEM), el cual se creó en el 2013, dentro de la Secretaría de Economía. Este Instituto incorporó dos programas ya existentes: el Fondo PYME y el Fondo Emprendedor. La estrategia de atención a los emprendedores buscaba agilizar los trámites, a través del uso del internet, evitando las ventanillas; además, se generaron convocatorias focalizadas a los diferentes requerimientos del emprendedor (Saavedra García y Saavedra García, 2015, p. 171).

Cabe señalar que este Instituto dejó de funcionar en el sexenio actual, sustituyéndolo por otras opciones.

PROMÉXICO

Para este programa, se creó a PROMÉXICO, considerado como:

Un organismo especializado en la promoción de las exportaciones y de la inversión extranjera directa, encargado de coordinar las estrategias dirigidas al fortalecimiento de la participación de México en la economía internacional, de apoyar el proceso exportador de empresas establecidas en el país y de coordinar acciones encaminadas a la atracción de inversión extranjera (Barradas Mejía *et al.*, 2017, p. 28).

Este programa se extinguió en el año 2019.

Existían otros programas más antes de este sexenio 2018-2024, sin embargo, es mejor enfocarse en los vigentes, por lo que se procede a enlistar algunos de los más representativos.

Unidad de Desarrollo Productivo

En realidad, ni el INADEM ni PROMÉXICO desaparecieron, sino que fueron sustituidos por la Unidad de Desarrollo Productivo (UDP). De acuerdo con el Gobierno de México (2020), la UDP es “la encargada de revisar, proponer, promover, diseñar, coordinar y ejecutar la política pública de apoyo a micro, pequeña y medianas empresas (MIPYMES), con una perspectiva de reducción de la desigualdad entre personas y regiones”.

La Unidad de Desarrollo Económico maneja algunos esquemas de apoyo que se pueden resumir en:

- Créditos para microempresas
- Esquemas de garantías crediticias para mujeres y jóvenes
- Esquemas de garantías para PYMES
- Programas para fortalecer las capacidades empresariales
- Certificaciones para PYMES (Gobierno de México, 2020)

Esta dependencia, subordinada a la Secretaría de Economía, cuenta con servicios específicos, como:

- Comercia MX.
- Una plataforma que funciona como una especie de red social, pero para pymes.
- Mercado solidario.

Creada por motivo de la pandemia de la COVID-19, es una especie de plataforma de comercio electrónico para comunicar a oferentes con demandantes.

Mexicanas digitales

Es un programa enfocado a mujeres para capacitarlas en el uso de tecnologías de la información.

MIPYMES MX

Plataforma web donde se concentra una serie de recursos que buscan apoyar al emprendedor, sobre todo, a través de cursos.



Capítulo III

Objetivos y Metas

Objetivo general

Describir el perfil de las y los emprendedores en la región de Chilchotla, Puebla, a partir de los componentes del GEM.

Objetivos específicos

- Definir un enfoque del emprendimiento en el cual basarse para realizar la descripción del emprendimiento en la región de Chilchotla, Puebla.
- Obtener información descriptiva del emprendimiento en la región, de acuerdo con el enfoque seleccionado previamente.
- Elaborar una matriz comparativa para agrupar y descubrir relaciones entre las características.

Hipótesis

El perfil emprendedor en la región de Chilchotla, Puebla, no cuenta con los atributos del emprendimiento por oportunidad, como la innovación, la disposición al riesgo, la autorrealización, la autoconfianza, entre otros de esa índole; más bien, denota atributos del emprendimiento de subsistencia.





Capítulo IV

Metodología

Se desconocen las características específicas que guarda la economía local en lo referente al emprendimiento. Actualmente no existen estudios al respecto, por lo que este trabajo se enfocará en un estudio exploratorio y descriptivo.

El estudio es transversal, ya que se aplicó una encuesta en un momento específico, para conocer ciertas características del perfil, es decir, se obtuvo una visión particular, entendida como un conjunto de características de un momento dado que son únicas e irrepetibles para otro momento.

Figura 6. Equipo de trabajo



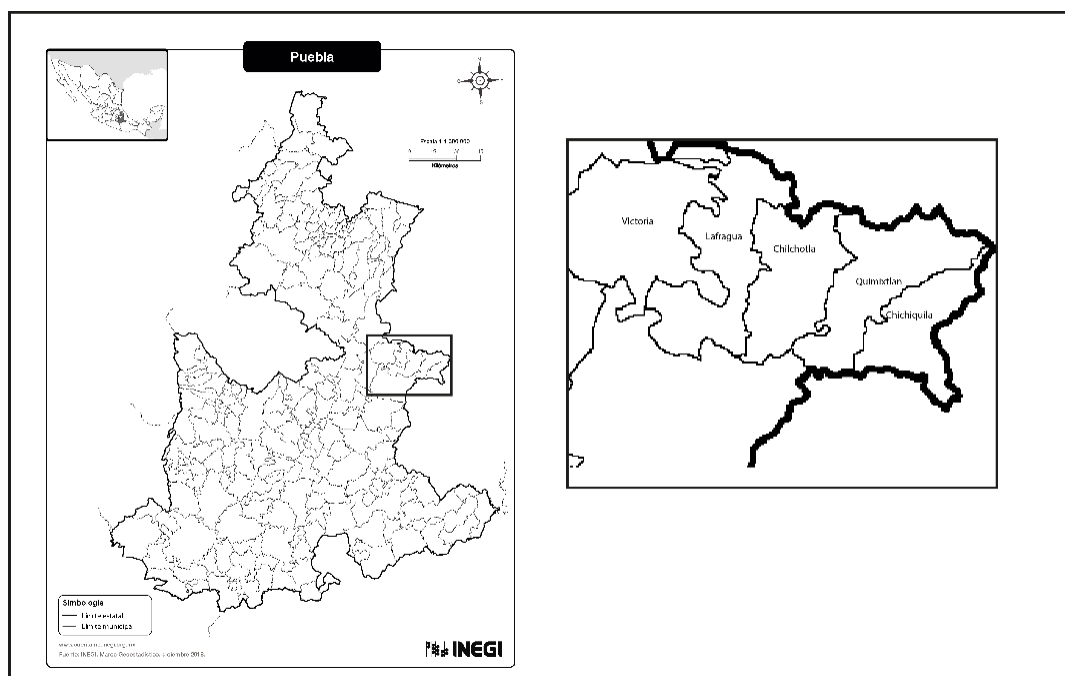
Nota. Equipo de trabajo que apoyó en la aplicación de las encuestas. Material propio.



El estudio es del tipo cualitativo y del tipo no experimental, ya que se buscó indagar y describir las cualidades o características emprendedoras de la región, por ejemplo, sus motivaciones para emprender, el grado de innovación con el que están comprometidos, su interés por capacitarse, etc.

El universo a analizar es la región comprendida por el municipio de Chilchotla y los colindantes, como Guadalupe Victoria, Lafragua y Quimixtlán (Figura 7). La unidad de análisis es la “unidad económica”, ya definida en el marco teórico, bajo el enfoque del DENUE.

Figura 7. Mapa de la región a estudiar



Nota. Se observa que predomina el sector comercio. Información tomada del INEGI.

Se utilizó un instrumento del tipo encuesta, basado en la Encuesta a Expertos Nacionales (NES), también ya mencionado en el marco teórico. Basándose en dicha encuesta, se encontraron los elementos en los que se descompone la variable principal: el emprendimiento. Estos elementos, conocidos como dimensiones, se analizaron a través del siguiente cuadro de preguntas:

Tabla 3. Cuadro de operacionalización de variables

Componentes	Variables	Items	Características que se buscan describir
Datos de identificación	Giro del negocio Número de empleados Nivel de estudios	¿Giro del negocio? ¿Sexo? ¿Edad? ¿Número de empleados? ¿Nivel de estudios?	Datos generales La tendencia a emprendimientos simples o sofisticados La aportación del emprendimiento a los puestos de trabajo El grado de preparación académica del emprendedor
Financiación	Financiamiento propio Financiamiento externo	¿Dispongo de suficiente capital propio para financiarme? ¿El manejo del capital propio ha sido exitoso? ¿Utilizo financiamiento procedente de bancos, financieras o casas de préstamo? ¿El manejo del capital externo ha sido exitoso? ¿No he manejado este tipo de financiamiento por?	La percepción de fortaleza financiera interna del emprendedor. La disposición de los emprendedores para asociarse con otras personas o financiarse externamente. La disposición de los emprendedores para comprometerse y asumir riesgos.
Políticas gubernamentales	Reglamentación local Contribuciones	¿Los permisos para abrir mi negocio se obtuvieron en un tiempo razonable y con facilidad? ¿El motivo de los inconvenientes fue? ¿Emito facturas? ¿El pago de impuestos de mi negocio es fácil y claro?	La dificultad que han enfrentado los emprendedores para abrir su negocio, en lo relacionado a los permisos de apertura. La formalidad que han logrado los emprendedores en su negocio.
Programas gubernamentales	Programas gubernamentales de fomento al emprendimiento	¿Conozco los programas de apoyo del gobierno Federal, Estatal o Municipal? ¿He recibido apoyo de alguno de estos programas? ¿He participado como expositor o invitado en eventos como ferias de pymes donde se vinculan con clientes? ¿La participación en las ferias de pymes apoyan al crecimiento de mi negocio?	El conocimiento que tienen los emprendedores de los programas de apoyo gubernamental. La disposición de los emprendedores a tomar algún curso relacionado al emprendimiento.

Educación y formación emprendedora	Nivel académico Nivel de preparación adicional a la formal	<p>¿Cuál es el nivel de estudios del propietario?</p> <p>¿He recibido educación que fomenta el espíritu empresarial?</p> <p>¿Qué tipo de educación he recibido?</p> <p>¿Qué clase de capacitación te gustaría recibir?</p>	<p>El conocimiento que tienen los emprendedores de los temas de emprendimiento.</p> <p>Las aspiraciones de los emprendedores respecto a su formación académica emprendedora.</p>
Transferencia de I + D	Manejo tecnológico	<p>¿Mi negocio tiene acceso a las nuevas tecnologías de negocios?</p> <p>¿En qué proceso aplico las tecnologías?</p> <p>¿Aplico de manera adecuada dichas tecnologías en mi negocio?</p> <p>¿Por qué motivo considero que no aplico de manera adecuada las tecnologías en mi negocio?</p> <p>¿El apoyo del gobierno me permite adquirir nuevas tecnologías de negocios?</p> <p>¿Qué tecnología adquiriré?</p>	<p>El alineamiento del emprendedor con las tendencias actuales respecto al uso de tecnologías.</p> <p>Los motivos por los cuales está o no alineado a dichas tendencias.</p> <p>La utilización de herramientas tecnológicas para mejorar su emprendimiento.</p>
Acceso a la infraestructura comercial y profesional	<p>Manejo de la cadena de suministro</p> <p>Manejo de la consultoría</p> <p>Manejo de servicios bancarios</p>	<p>¿Existen suficientes proveedores para ser competitivo?</p> <p>¿Utilizo servicios de consultoría (contable, administrativa, fiscal, de construcción especializada, etc.)?</p> <p>¿Qué tipo de servicios de consultoría utilizo?</p> <p>¿Por qué motivo no utilizo servicios de consultoría?</p> <p>¿Mi negocio tiene acceso a servicios bancarios como una cuenta de banco, recibir pagos con tarjeta, pagos vía transferencia?</p> <p>¿Motivo por el cual no cuento con acceso a servicios bancarios?</p> <p>¿Realizo inversiones en publicidad?</p>	<p>El acercamiento que ha tenido el emprendedor con servicios profesionales que pudieran mejorar sus servicios.</p> <p>La utilización de herramientas comunes a los negocios para mejorar su emprendimiento.</p>

<p>Apertura del mercado interno</p>	<p>Antigüedad del emprendimiento Apertura del mercado Cobertura del emprendimiento</p>	<p>¿Cuál es la antigüedad de mi negocio? ¿Mi negocio entra fácilmente al mercado? ¿Qué trámites realice para iniciar mi negocio? ¿Generalmente el mercado de productos y servicios cambia de un año a otro? (precios suben y bajan, las ventas incrementan y disminuyen, los costos varían, etc.) Tengo clientes fuera del municipio</p>	<p>La percepción del emprendedor al respecto de la rivalidad competitiva y la amenaza de nuevos competidores en su giro de negocio.</p>
<p>Acceso a la infraestructura física</p>	<p>Infraestructura y medio de comunicación</p>	<p>¿Los medios de comunicación como carreteras, transporte, alumbrado, son adecuados para el negocio? ¿Tengo acceso a servicios como internet, teléfono, red celular, etc.? ¿Fue fácil obtener esos servicios? ¿Estos servicios son adecuados para mi negocio? ¿Por qué motivo los servicios no son adecuados? ¿Por qué motivo no cuento con los servicios?</p>	<p>La infraestructura con la que ha tenido que trabajar el emprendedor La percepción del emprendedor respecto a la infraestructura física.</p>
<p>Normas sociales y culturales</p>	<p>Grado de satisfacción del emprendedor</p>	<p>¿Me siento satisfecho como emprendedor? ¿La sociedad cree que la innovación y el emprendimiento son positivos? ¿Qué motivos me llevaron a emprender? ¿En qué generación familiar clasifico el negocio?</p>	<p>La postura del emprendedor respecto a su posición dentro de la sociedad.</p>

Nota. Elaboración propia.

Con todo lo anterior y con el fin de verificar la coherencia en el desarrollo de la investigación, se presenta la Tabla 4.

Tabla 4 *Matriz de consistencia metodológica*

Pregunta de investigación	Objetivo	Hipótesis	Metodología	Instrumento	Variables
¿Cuál es el perfil del emprendedor en la región de Chilchotla, Puebla?	Describir el perfil de el(la) emprendedor(a) en la región de Chilchotla, Puebla, basándose en los componentes del GEM	El perfil emprendedor en la región de Chilchotla, Puebla, no cuenta con atributos como innovación, disposición al riesgo, autorrealización, autoconfianza, entre otros de esa índole; sino que más bien cuenta con atributos de una economía de subsistencia	Cualitativa, transversal, no experimental	Encuesta aplicada, basándose en los reactivos del cuestionario NES o Encuesta a Expertos Nacionales	Giro del negocio Número de empleados Nivel de estudios Financiamiento propio Financiamiento externo Reglamentación del negocio Contribuciones Programas gubernamentales Programas gubernamentales de fomento al emprendimiento Nivel de preparación adicional a la formal Acceso a tecnologías Apoyo para el acceso a tecnologías Manejo de la consultoría Manejo de servicios bancarios Manejo de publicidad Antigüedad del emprendimiento Trámites para el funcionamiento del emprendimiento Infraestructura y medio de comunicación Grado de satisfacción del emprendedor Motivos para emprender

Indicadores

Grado de complejidad del negocio
Número de puestos de trabajo generados
Grado de preparación académica del emprendedor
Percepción de suficiencia de capital propio para manejar el negocio por parte del emprendedor
Disposición para comprometerse con capital externo para manejar el negocio por parte del emprendedor
Percepción de la facilidad para cumplir con reglamentación de apertura del negocio
Porcentaje de emprendimientos que pagan impuestos
Porcentaje de emprendedores que conocen de programas gubernamentales de apoyo al emprendimiento
Porcentaje de emprendedores que usan los programas de apoyo al emprendimiento
Estudios tomados por emprendedores, relacionados al emprendimiento
Postura sobre la facilidad para acceder al manejo de tecnologías
Postura del emprendedor respecto al apoyo gubernamental para adquirir tecnologías
Disposición del emprendedor a utilizar servicios de consultoría
Porcentaje de uso de servicios bancarios, por parte de los emprendedores
Porcentaje de emprendedores que invierten en publicidad
Grado de perdurabilidad del emprendimiento
Grado de conocimiento de las reglamentaciones para que el emprendimiento funcione
Percepción del emprendedor respecto a la infraestructura
Percepción del emprendedor respecto a los medios de comunicación
Postura del emprendedor respecto a su posición dentro de la sociedad
Postura del emprendedor respecto a lo que la sociedad cree del emprendimiento
Motivaciones para decidirse a iniciar un emprendimiento

Nota. Elaboración propia

Muestra

Para determinar el mínimo de datos necesarios para lograr una descripción representativa, se aplicó la siguiente metodología, siempre basada en datos del DENUE, con fecha de corte de mayo de 2021:

1. Quimixtlán, 180 unidades económicas.
2. Chilchotla, 862 unidades económicas.
3. Lafragua, 48 unidades económicas.
4. Guadalupe Victoria, 1,187 unidades económicas.

Total de unidades económicas: 2,277.

Como se trata de una población finita, es decir, se conoce el total de la población y se desea saber cuántos del total se tendrán que estudiar, la fórmula a utilizar para la muestra es:

Ecuación 1. *Fórmula de muestreo cuando se conoce el universo*

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

Donde:

- N = Total de la población
- Z = Nivel de confianza deseado (por ejemplo, 1.96 si la seguridad es del 95%)
- p = Probabilidad de éxito según investigaciones pasadas. En caso de no tener referencia, lo usual es asignar un .5
- q = 1 - p. Probabilidad de fracaso según investigaciones pasadas. Basándose en p y la unidad, se tiene que q = p - 1
- e = Margen de error

La aplicación de la fórmula en el caso específico es:

$$\begin{aligned} N &= 2,277 \\ Z &= 2.5758 \text{ (del 99\% para este caso)} \\ p &= .5 \\ q &= .5 \\ e &= 5\% \end{aligned}$$

Para un nivel de confianza del 99%:

$$n = \frac{2277 * 2.5758^2 * .5 * .5}{.05^2 (2277 - 1) + 2.5758^2 * .5 * .5}$$

$$n = \frac{2277 * 6.6347 * .5 * .5}{.0025 * 2276 + 6.6347 * .5 * .5}$$

$$n = \frac{3776.8029}{5.69 + 1.6586}$$

$$n = \frac{3776.8029}{7.3486}$$

$$n = 513.94 \rightarrow 514$$

Para un nivel de confianza del 95%:

$$n = \frac{2277 * 1.96^2 * .5 * .5}{.05^2 (2277 - 1) + 1.96^2 * .5 * .5}$$

$$n = \frac{2277 * 3.8416 * .5 * .5}{.0025 * 2276 + 3.8416 * .5 * .5}$$

$$n = \frac{2186.83}{5.69 + 0.9604}$$

$$n = \frac{2186.83}{6.6504}$$

$$n = 328.82 \rightarrow 329$$

Para un nivel de confianza del 90%:

$$n = \frac{2277 * 1.65^2 * .5 * .5}{.05^2 (2277 - 1) + 1.65^2 * .5 * .5}$$

$$n = \frac{2277 * 2.7225 * .5 * .5}{.0025 * 2276 + 2.7225 * .5 * .5}$$

$$n = \frac{1549.78}{5.69 + 0.6806}$$

$$n = \frac{1549.78}{6.3706}$$

n = 243.27 -> 243

Segmentación por municipio

Tabla 5. Segmentación de la muestra por municipio

Municipio	Población	Porcentaje proporcional	Al 99%	Al 95%	Al 90%
Guadalupe Victoria	1,187	52.13%	267.92	171.42	127.12
Lafragua	48	2.11%	10.83	6.93	5.10
Chilchotla	862	37.86%	194.56	124.48	91.59
Quimixtlán	180	7.91%	40.63	25.99	19.12
Total	2,277	100.00%	514	329	243

Nota. Elaboración propia.

Para esta investigación, se tomó un nivel de confianza del 95%, por lo que la muestra es de 329 unidades económicas.



Capítulo V

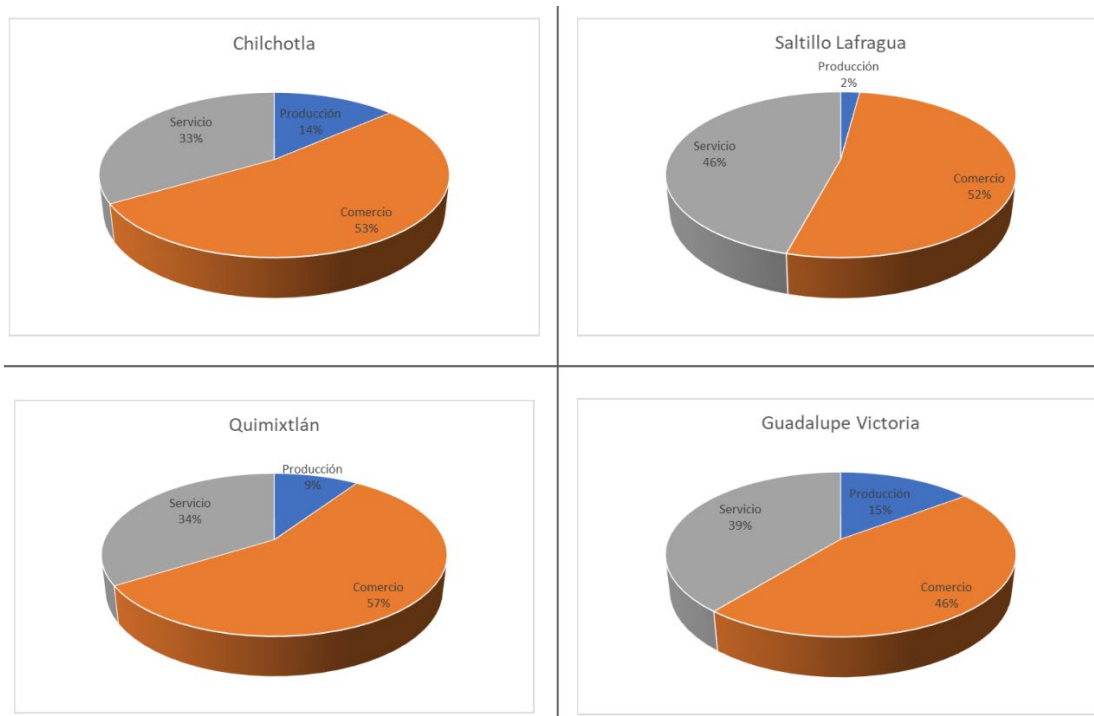
Análisis

Derivado del análisis preliminar, que se basó en los datos obtenidos del DENUE, se observan las siguientes tendencias.

1. Sector económico

En toda la región, el sector económico que predomina es el del comercio, es decir, el de la compraventa de productos (Figura 8).

Figura 8. Análisis de los sectores económicos en los municipios de la región



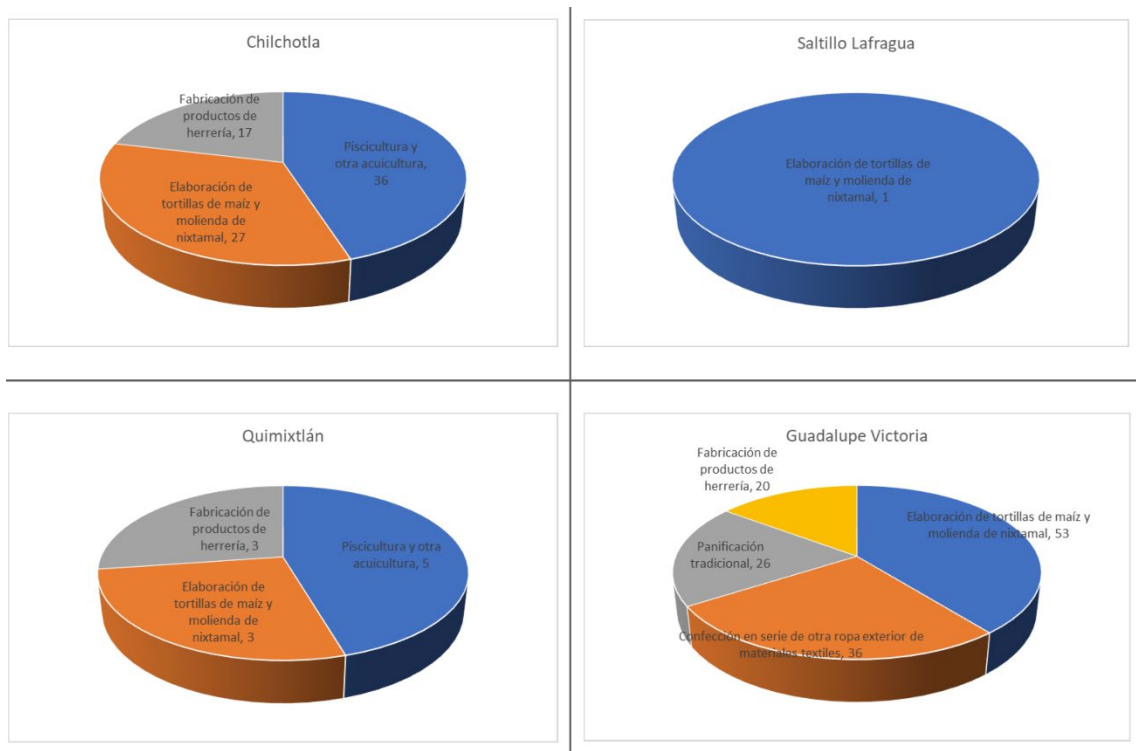
Nota. Elaboración propia.



1.1 Actividades predominantes del sector primario por municipio

En la Figura 9, se puede apreciar que los municipios de Chilchotla, Lafragua y Quimixtlán comparten actividades primarias: trucheros, tortillerías y herreros; sin embargo, existe una ligera variación en el municipio de Guadalupe Victoria, que tiene como actividades principales la producción de ropa y las panaderías.

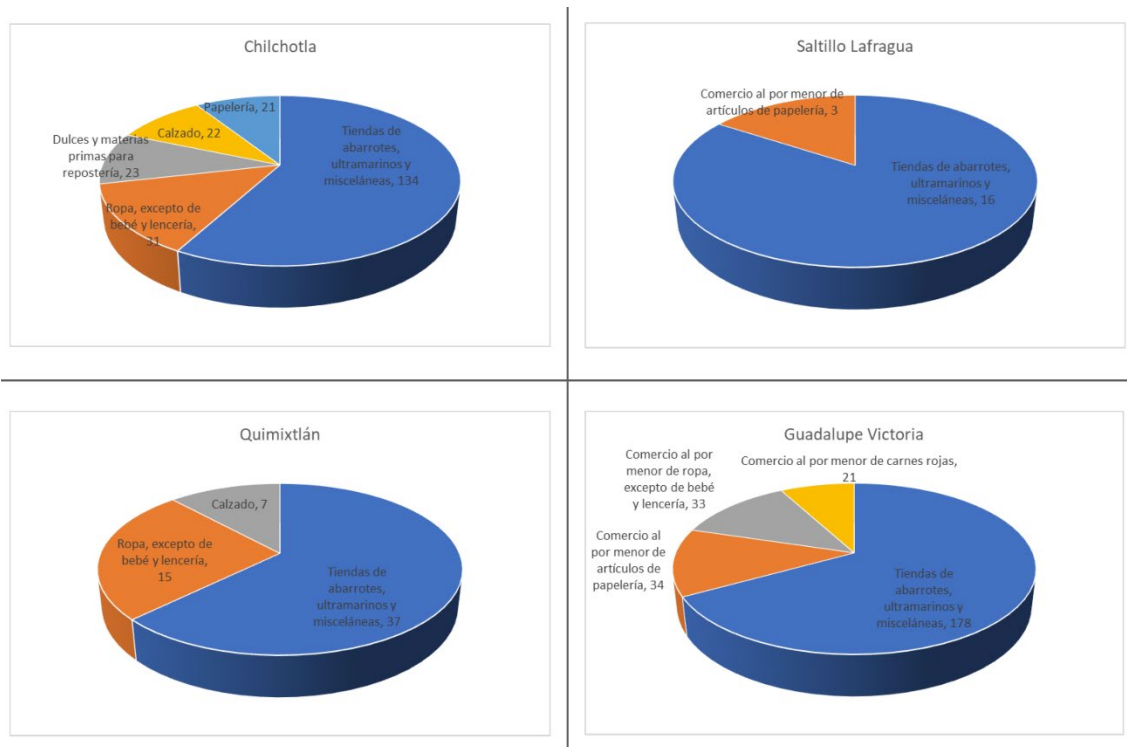
Figura 9. Análisis de las actividades del sector primario en los municipios de la región



Nota. Elaboración propia.

1.2 Actividades predominantes del sector secundario por municipio

Figura 10. Análisis de las actividades del sector secundario en los municipios de la región



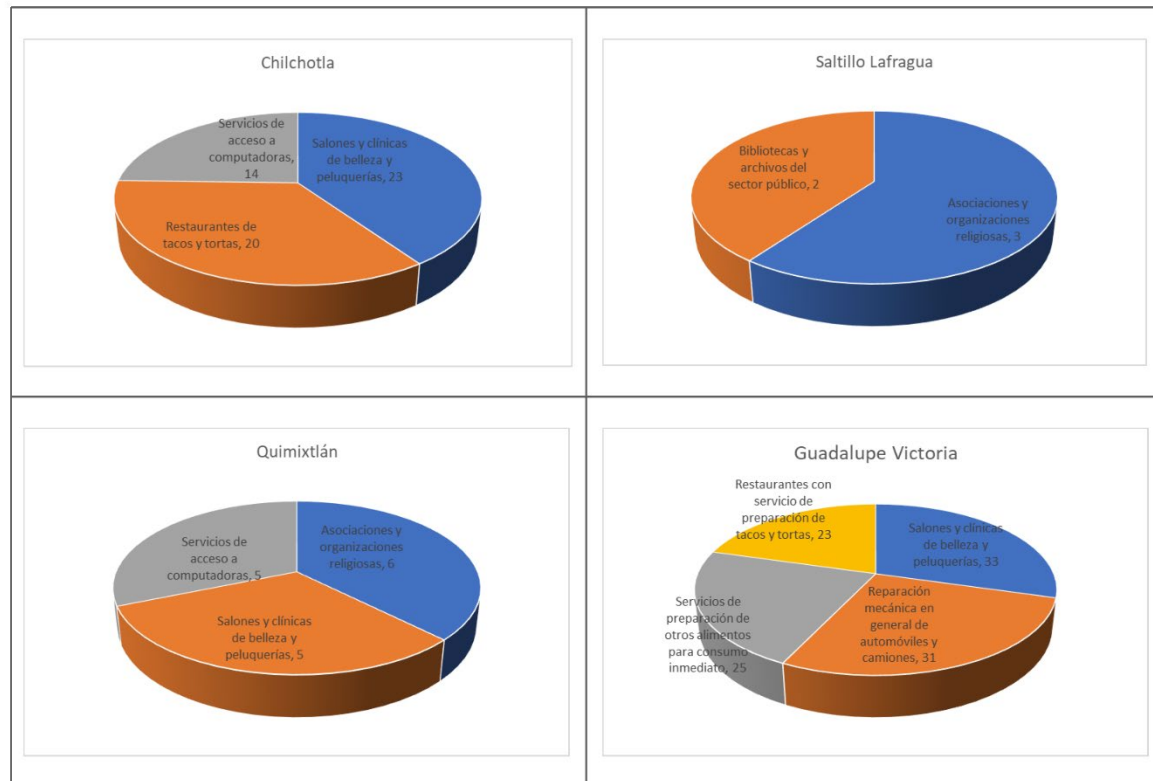
Nota. Elaboración propia.

En este rubro, es evidente el predominio de las conocidas comúnmente como “tiendas”. Sus características físicas y financieras explican su proliferación en economías modestas.

Revisando la literatura, se visualiza que las tiendas son el modelo de negocio más manejado en los emprendimientos de subsistencia. Se dice que “las tiendas de barrio, son los negocios por excelencia en las clases emergentes, al ser el canal por excelencia de comercio de productos masivos; generalmente son establecimientos pequeños, dirigidos por su propietario y que busca fidelizar la clientela local” (Sánchez Munar *et al.*, 2021).

1.3 Actividades predominantes del sector terciario por municipio

Figura 11. Análisis de las actividades del sector terciario en los municipios de la región



Nota. Elaboración propia.

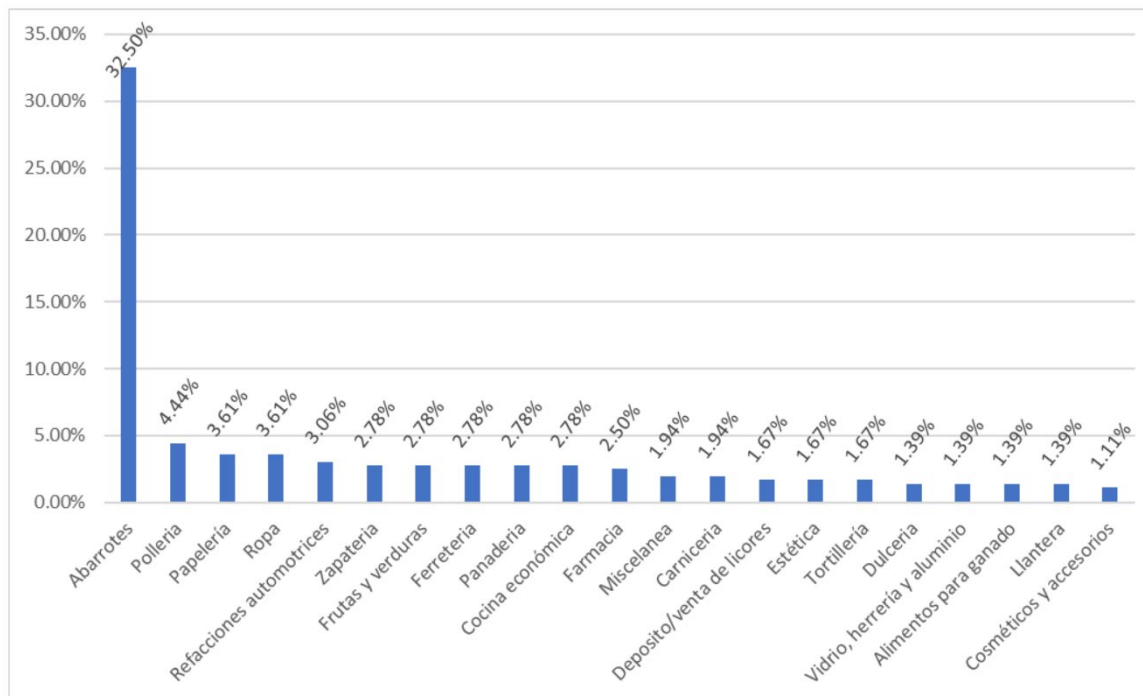
En Lafragua y Quimixtlán, la marcada presencia de asociaciones religiosas y servicios públicos es indicativo de una pobre oferta del sector privado. El predominio de las estéticas puede ser un indicio de negocios de subsistencia, ya que quienes suelen atender este tipo de emprendimientos son las mujeres.

Derivado del análisis de la encuesta aplicada en esta investigación, se observan las siguientes tendencias.

2. Datos de identificación

2.1 Giro del negocio

Figura 12. Análisis de los giros de negocio predominantes en los municipios de la región

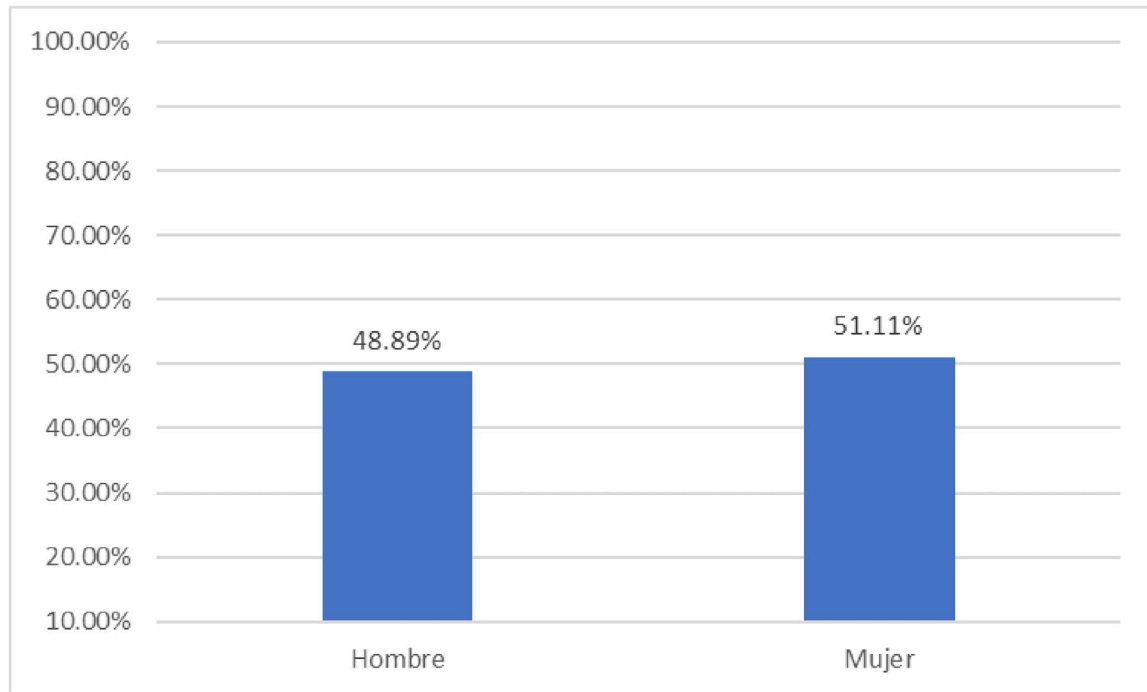


Nota. En el rubro del giro del negocio, es evidente cómo predominan las que son conocidas como “tienditas de la esquina”, ante la ausencia de las grandes cadenas de supermercados y la lejanía de estas, que se encuentran a más de 100 km de distancia, al menos. Elaboración propia.

De acuerdo con el Banco de Desarrollo de América Latina (2013), los emprendedores de subsistencia tienden a “dedicarse menos a la industria y más al comercio” (p. 121), ya que es una forma accesible y rápida de generar ingresos. El comercio permite a los emprendedores vender productos o servicios directamente a los consumidores, sin necesidad de invertir en grandes infraestructuras o maquinarias.

2.2 Sexo del emprendedor

Figura 13. Análisis de la actividad emprendedora por sexo en los municipios de la región



Nota. Elaboración propia.

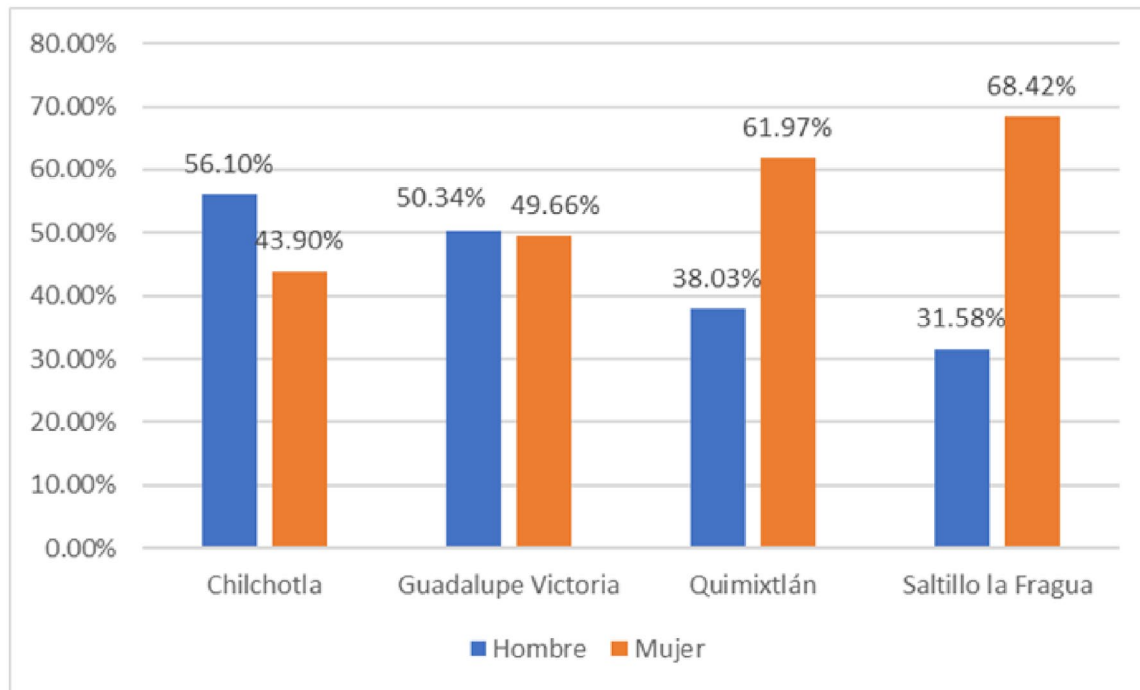
En este rubro, se percibe que el grupo mayoritario es el de las mujeres, aunque la diferencia entre ambos sexos es mínima (2.22 %). Este porcentaje mayor puede tener relación con la brecha de género con relación al ingreso, referente a que:

- a. Ante los mismos trabajos, las mujeres ganan menos que los hombres.
- b. Para ingresar a un trabajo, hay preferencia hacia los hombres.

De esta forma, las mujeres se ven obligadas a buscar otras opciones de ingresos, como el emprendimiento.

Si se analiza la clasificación del sexo por municipio, se encuentra que la diferencia entre hombres y mujeres se incrementa conforme aumenta el índice de marginación en estos lugares (excepto entre Chilchotla y Guadalupe Victoria). La Figura 14 muestra esta relación.

Figura 14. Análisis de los porcentajes de actividad emprendedora por sexo y municipio



Nota. Elaboración propia.

Este incremento en el porcentaje de las mujeres se debe a la necesidad; es decir, a menor ingreso en los empleos, mayor necesidad de conseguir el ingreso por otros medios.

Existe una diferenciación en el nivel de ingresos entre hombres y mujeres. Por ejemplo, el Observatorio de Salarios de la Universidad Iberoamericana, Puebla (Calderón Chelius, s.f.) expone la tendencia de que, a mayor incremento en el ingreso, menor participación de la mujer (Tabla 6).

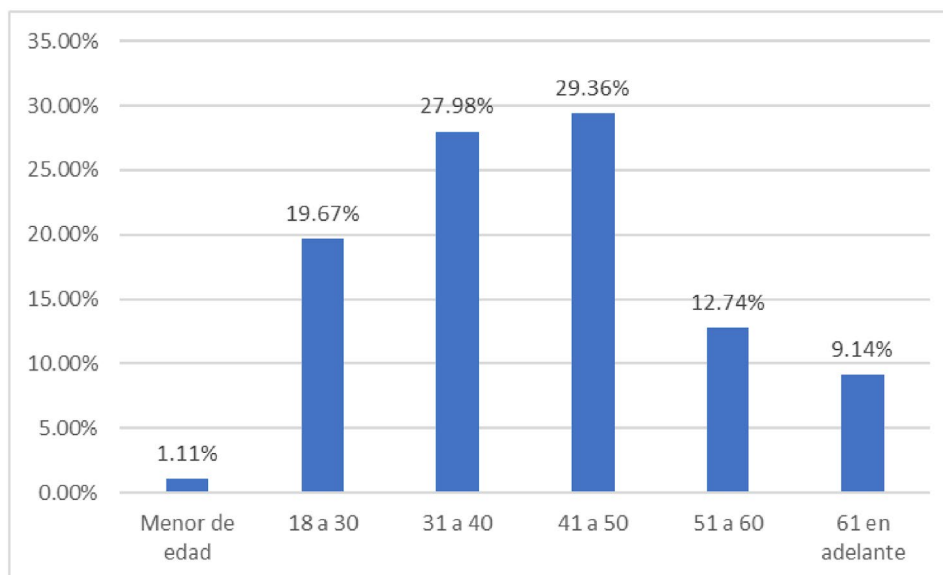
Tabla 6. Análisis del ingreso por sexo

Salario mínimo	% de Hombres (tiende a subir)	% de Mujeres (tiende a bajar)
Hasta 1	38.5	61.5
Más de 1 hasta 2	52.1	47.9
Más de 2 hasta 3	59.4	40.6
Más de 3 hasta 5	56.7	43.3
Más de 5	61.7	38.3

Nota. Obtenida de Calderón Chelius *et al.*

Es probable que esta desigualdad de género, acrecentada en regiones de alta marginación, obligue a las mujeres a buscar otras opciones de ingresos familiares, como el emprendimiento. En consecuencia, al ser una opción motivada por la necesidad y no por la oportunidad, se puede catalogar como emprendimiento de subsistencia.

2.3 Edad del emprendedor

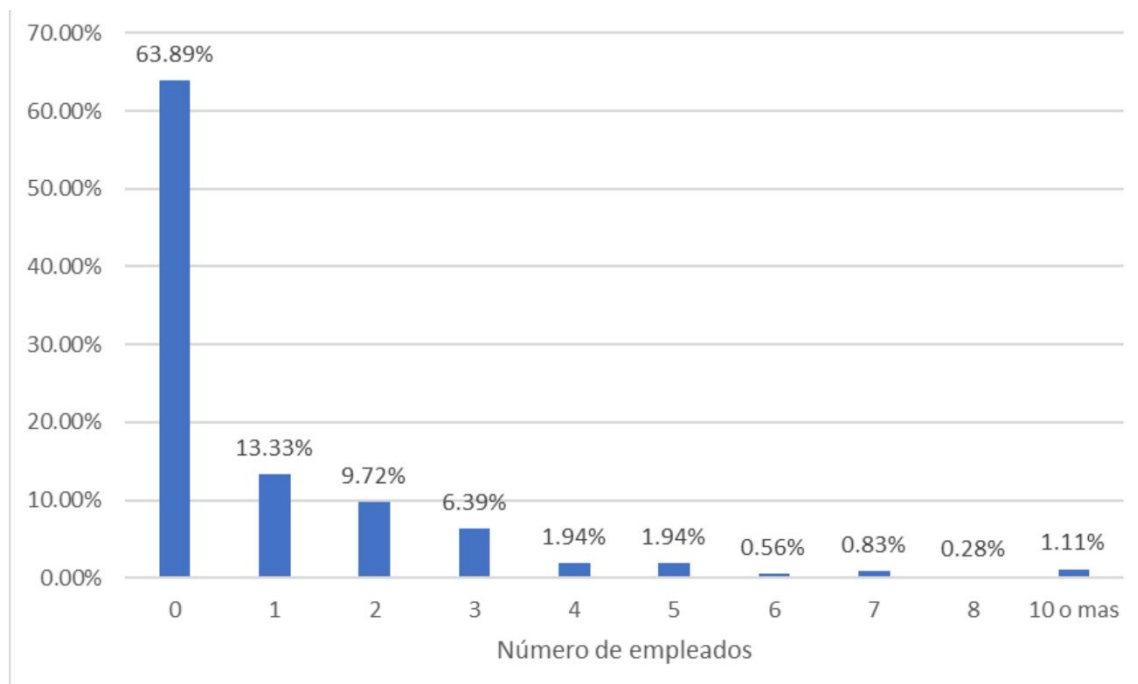
Figura 15. Análisis de las edades de los emprendedores en los municipios de la región

Nota. Elaboración propia.

El 57.34% de las y los emprendedores se encuentran entre los 31 y los 50 años, que es la edad donde comúnmente se tiene la responsabilidad de atender una familia y responsabilizarse de los gastos de esta. Esta relación de datos no es la única posible, ya que también en este rango de edad se encuentran las personas que han alcanzado la madurez física y cuentan con un mejor estado de salud.

2.4 Número de empleados del emprendimiento

Figura 16. Análisis de los empleos generados por los emprendedores en los municipios de la región



Nota. Elaboración propia.

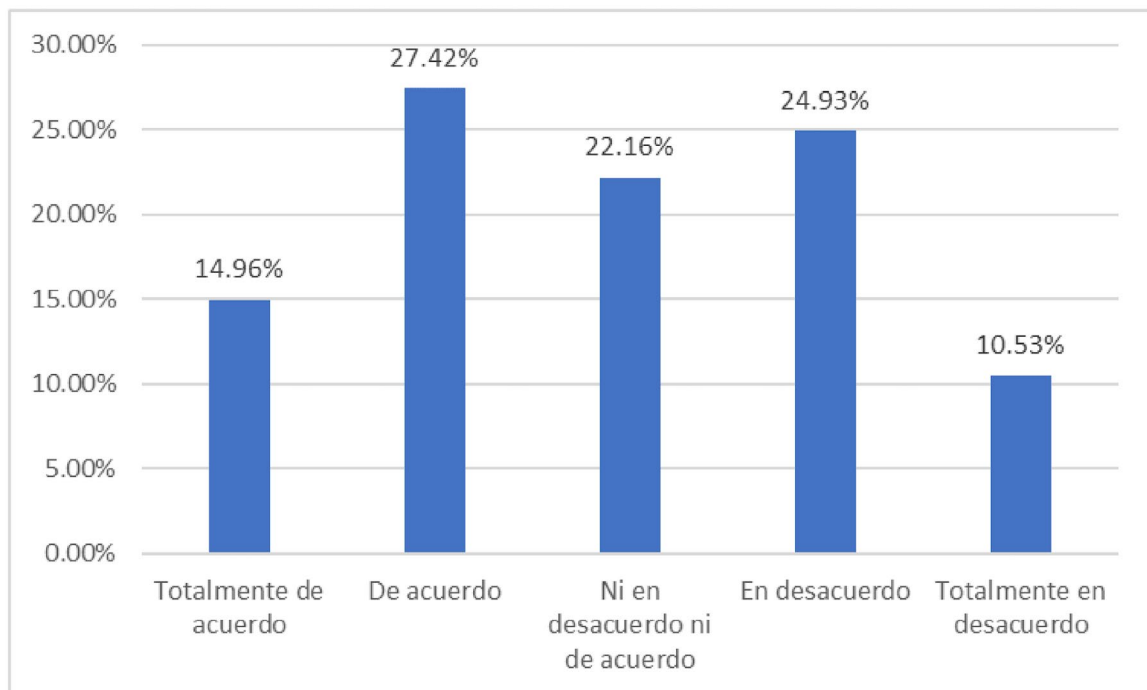
Como se puede observar en la Figura 16, la generación de empleos en los emprendimientos es muy pobre. El 63.89% de los emprendimientos no cuentan con empleados. Además, el 23.05% solo emplea de 1 a 2 personas.

Esta característica coincide con el perfil de los emprendimientos de subsistencia, ya que se dice que los “empresarios de subsistencia establecen negocios muy pequeños de baja productividad (bajo nivel de ingresos) y, en la mayoría de los casos, no emplean a otros trabajadores (trabajadores por cuenta propia)” (Banco de Desarrollo de América Latina, 2013, p. 42).

3. Financiación

3.1 Capital propio

Figura 17. Análisis de la disponibilidad de capital propio de los emprendedores en los municipios de la región



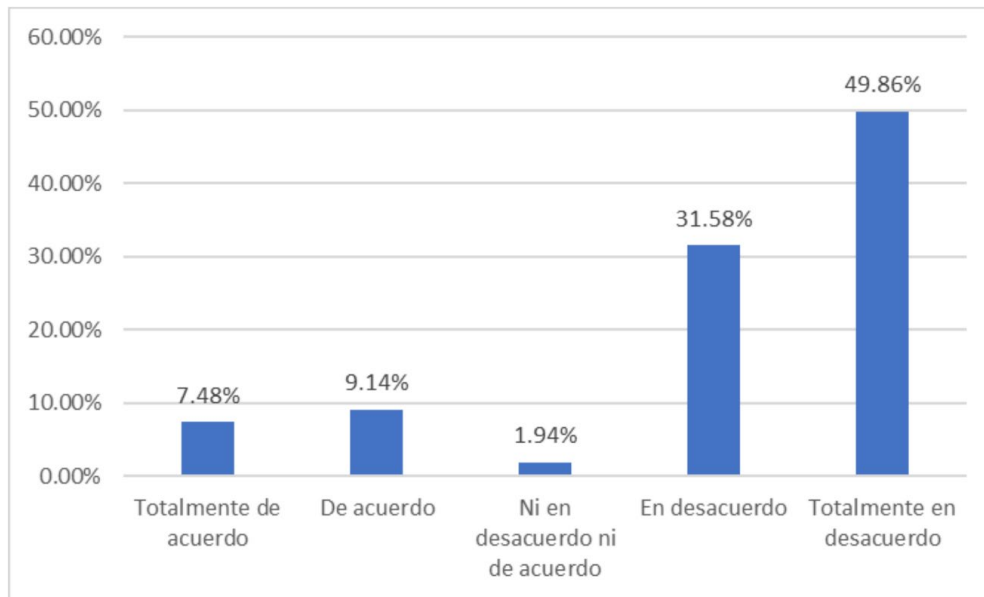
Nota. Elaboración propia.

En lo que se refiere a disponer de capital propio para operar el emprendimiento, solo el 35.46 % dice que no cuenta con suficiente capital propio. El 42.38 % afirma tener suficiente capital propio. Estos números no están tan acordes a lo que se podía esperar en una región considerada de alta marginación. Sin embargo, la explicación podría deberse a que para el tipo de emprendimientos que se realizan en la región, denominados de subsistencia, no se requiere de una gran inversión.

A tono con esta afirmación, en entrevista, Daniela Konietzko dice que los emprendimientos de subsistencia son aquellos “negocios con bajos niveles de capital de trabajo, productividad y nivel tecnológico” (*Emprendimiento De Subsistencia En Colombia*, 2018).

3.2 Utilización de capital externo, como bancos, casas de préstamo, etc.

Figura 18. Análisis del capital externo utilizado por los emprendedores en los municipios de la región



Nota. Elaboración propia.

En este rubro, 294 emprendimientos, es decir, el 81.44 % de la muestra, dicen no utilizar recursos monetarios de bancos o casas de préstamo. Este porcentaje es muy elevado y muestra lo simple de la economía local en lo referente a lo financiero.

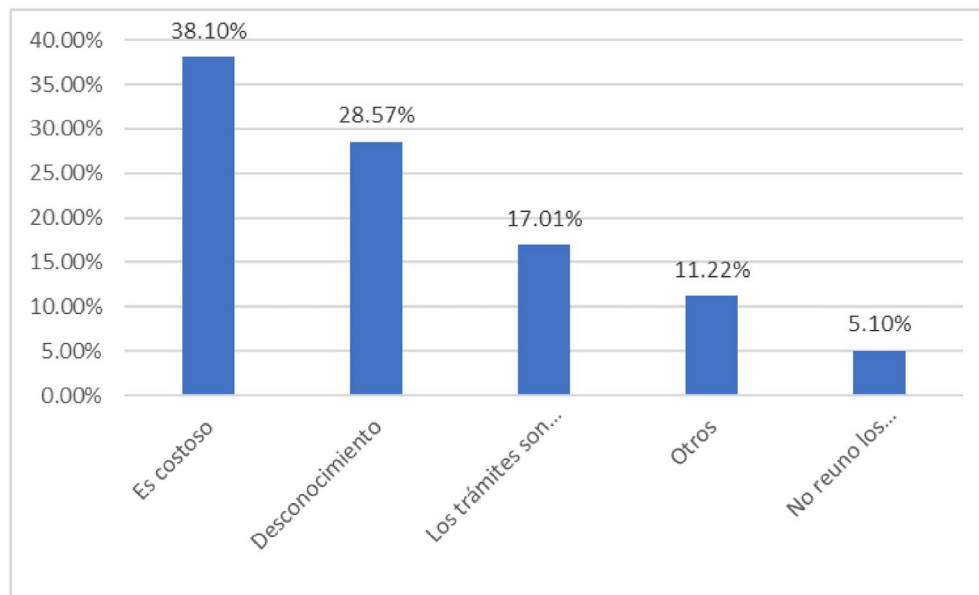
Esta característica es típica de los emprendimientos de subsistencia, ya que no suelen ser sujetas de crédito al ser entidades económicas simples, sin alguna sofisticación organizacional o instrumentación tecnológica.

Por ejemplo, en un estudio aplicado en Chile, sobre emprendimientos de subsistencia, Sáez (2020) dice que:

Un primer elemento a observar son las fuentes de financiamiento utilizadas para iniciar el emprendimiento. Los datos dan cuenta de que el acceso a créditos u otras fuentes de financiamiento juega un rol secundario, siendo los ingresos propios la fuente privilegiada de “capital inicial”. Entre quienes requirieron de capital para iniciar su actividad, el 77 % recurrió a sus propios recursos para iniciar la actividad (p. 20).

3.3 Motivos para no usar capital externo

Figura 19. Análisis de los motivos por los que no utilizan capital externo los emprendedores en los municipios de la región



Nota. Elaboración propia.

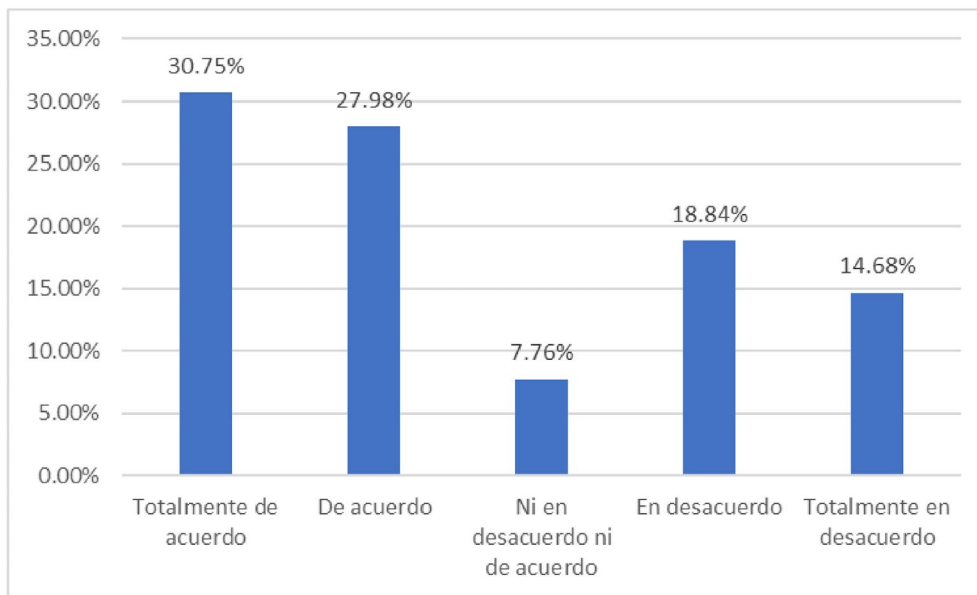
De los 294 emprendimientos que dijeron no utilizar financiamiento externo, predomina como causa de esto el que es costoso y el desconocimiento.

Estas dos razones quizá puedan simplificarse en una sola: la de desconocimiento, si se toma en cuenta que los altos costos pueden estar relacionados con el desconocimiento que, a su vez, provoca un inadecuado manejo y una complicación en el cumplimiento de los compromisos en tiempo y forma, lo que encarece los costos. En un estudio realizado por Barja Daza et al. (2019), se encontró que “no todos los emprendedores utilizan estos recursos correctamente, algunos emprendedores al desconocer cómo administrar correctamente el dinero, llegan a utilizar este capital para otras necesidades y no necesariamente para propósitos productivos o relacionados a sus negocios” (p. 172).

4. Políticas gubernamentales

4.1 Existe una facilidad razonable para tramitar los permisos de apertura de negocio

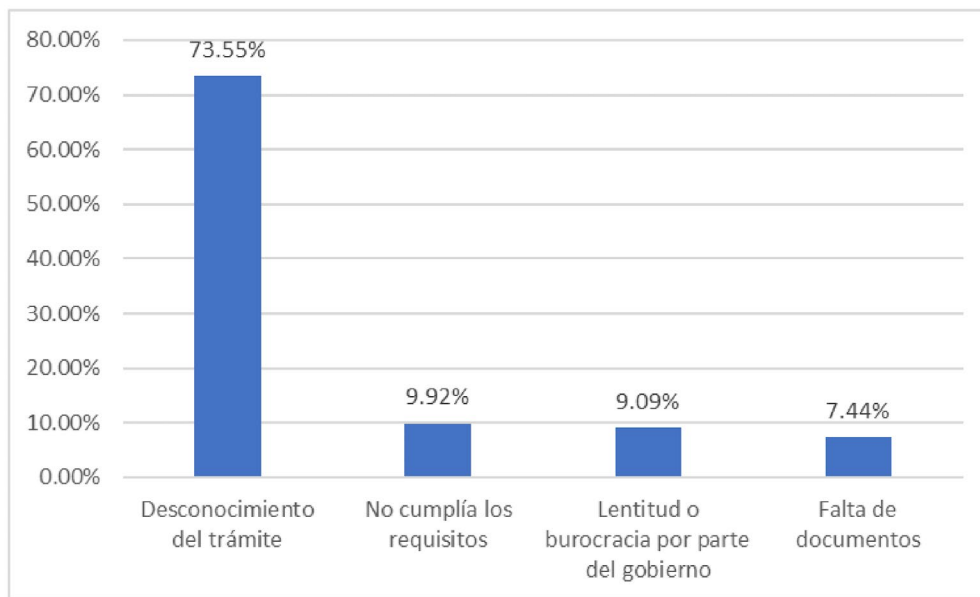
Figura 20. Análisis de la facilidad para tramitar la apertura de negocio por parte de los emprendedores en los municipios de la región



Nota. Elaboración propia.

El 58.73 % de los emprendedores afirmaron que existió una razonable facilidad para realizar sus permisos de apertura de negocio. Esto puede deberse a que únicamente se tramitaron permisos municipales o que no se están cumpliendo con todas las reglamentaciones.

Figura 21. Análisis de los motivos por los que los trámites de apertura de negocios resultaron difíciles para los emprendedores en los municipios de la región

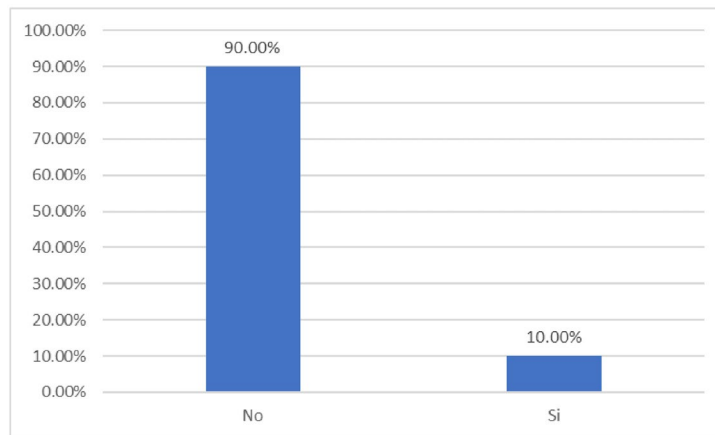


Nota. Elaboración propia.

De los 121 emprendedores que contestaron que no fue fácil tramitar sus permisos de apertura del emprendimiento, la mayoría mencionó que el principal motivo fue por desconocimiento del trámite.

4.2 Emisión de facturas

Figura 22. Análisis de los emprendedores en los municipios de la región que emiten facturas



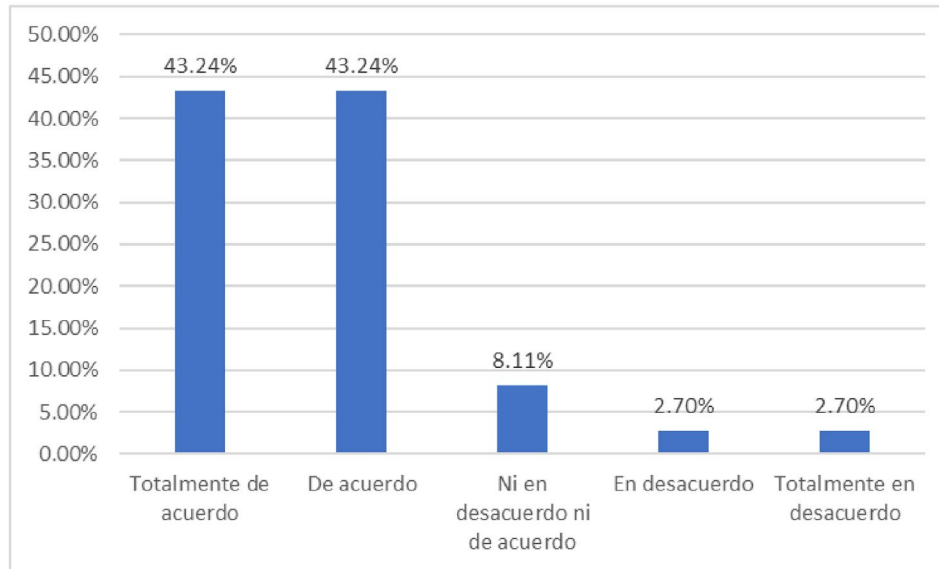
Nota. Elaboración propia.

Un dato muy significativo es que solo 36 emprendimientos reconocieron emitir facturas. Es decir, el 90 % de la muestra se encuentra en la informalidad. Esta característica es muy representativa de los emprendimientos de subsistencia, debido a las propias limitaciones inherentes.

Esta vinculación de emprendimiento de subsistencia e informalidad es reconocida por Barilaro, quien afirma que el emprendimiento de subsistencia suele estar “vinculado con la informalidad, el autoempleo, la baja escolaridad, la ausencia de innovación y el escaso impacto económico” (s.f., p. 11).

4.3 Facilidad del pago de impuestos

Figura 23. Percepción de la facilidad del pago de impuestos



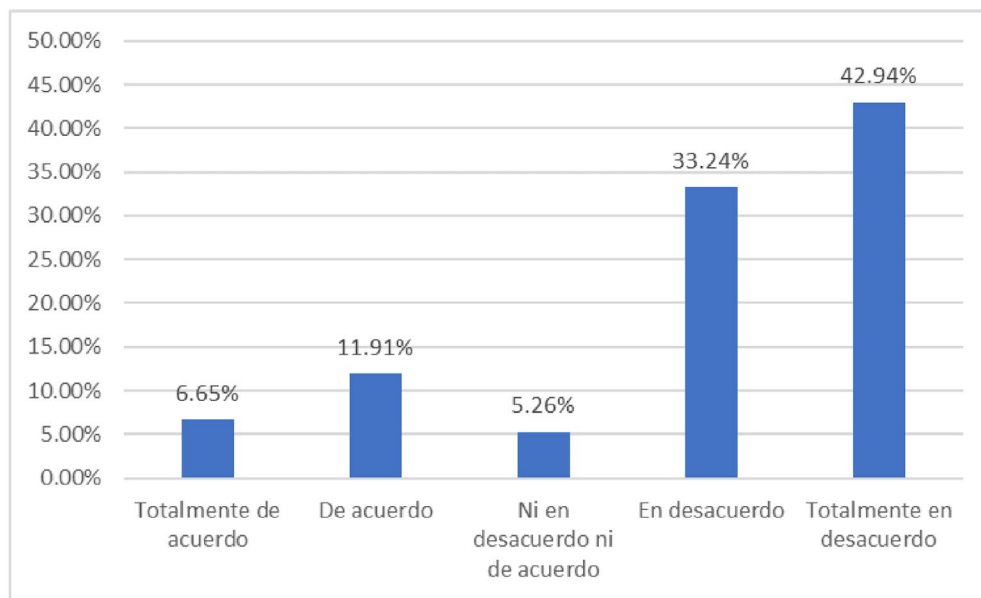
Nota. Elaboración propia.

De los 37 emprendimientos que reconocieron emitir facturas (en la pregunta anterior se obtuvo el dato de 36), el 86.48 % contestó que dicha actividad es fácil de realizar. Esta percepción puede deberse al tipo de régimen fiscal en el que tributan, ya que estos emprendimientos están muy cercanos al perfil de contribuyentes a los que se les otorgan facilidades y simplificación tributaria.

5. Programas gubernamentales

5.1 Conocimiento de los programas de apoyo gubernamentales

Figura 24. Conocimiento de los programas de apoyo gubernamentales

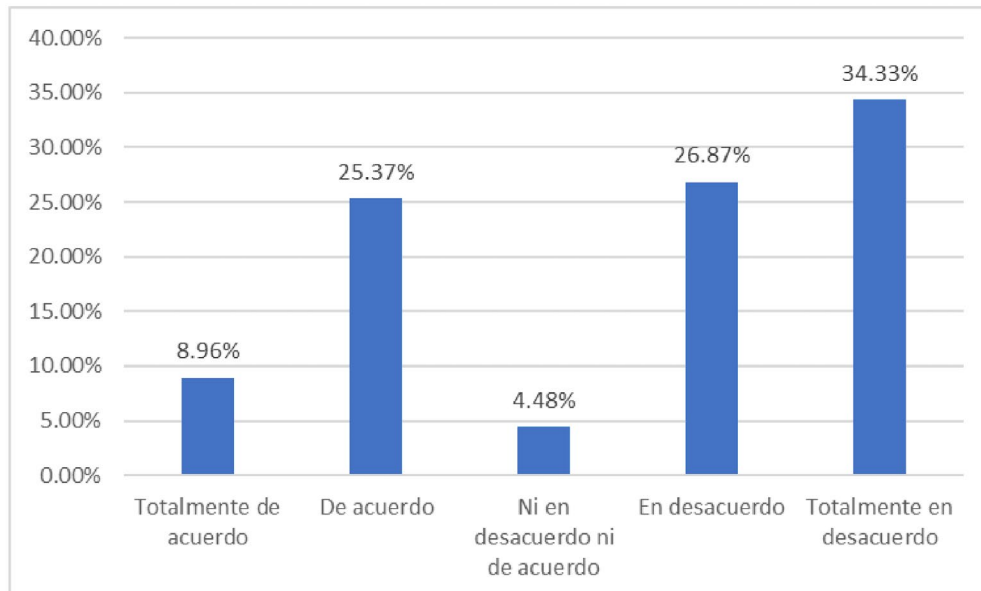


Nota. Elaboración propia.

En este rubro, solo 67 emprendedores afirmaron conocer los programas de apoyo gubernamentales. 275 emprendimientos, es decir, el 76.18 % de la muestra, reconocieron desconocer dichos programas. Este porcentaje revela una escasa investigación de las opciones de crecimiento empresarial, que es una situación acorde con los emprendimientos de subsistencia. Como lo dice el Banco de Desarrollo de América Latina, “La mayoría de estos emprendedores de subsistencia no tienen perspectivas de expandir sus actividades, generar empleo y aumentar sostenidamente la producción” (2013, p. 28).

5.2 Uso de los programas de apoyo gubernamentales

Figura 25. *Emprendedores que han utilizado programas de apoyo gubernamentales*



Nota. Elaboración propia.

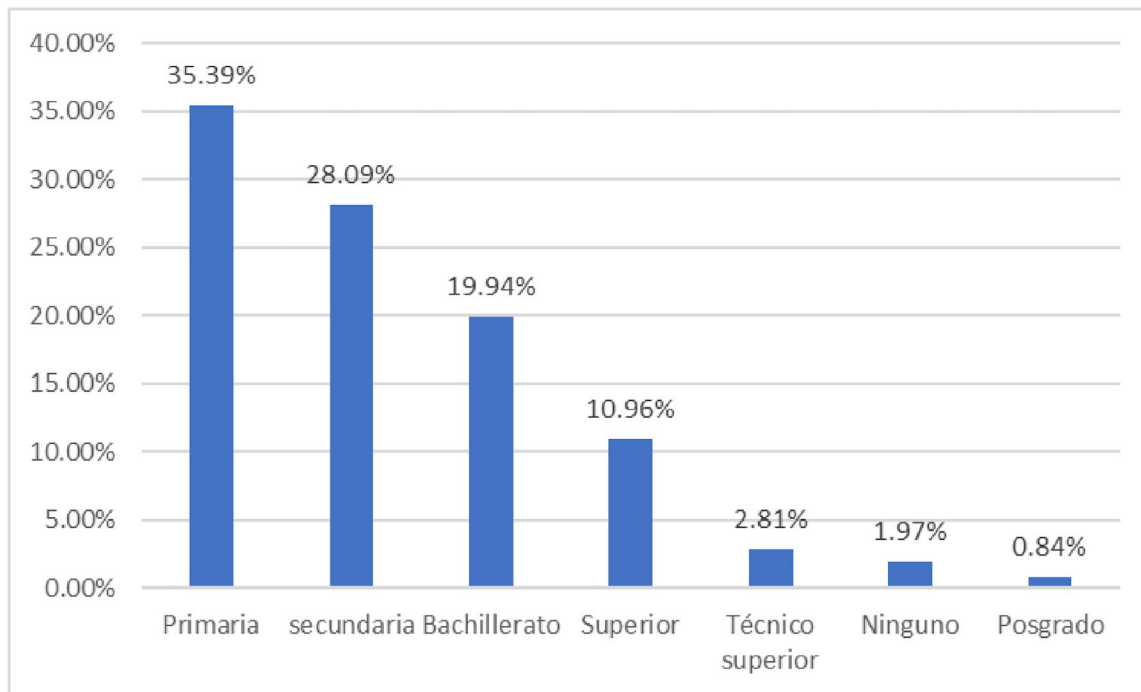
De los 67 emprendimientos que expresaron conocer los programas de apoyo gubernamental, el 61.2 % no ha recibido ninguno, lo que reduce a solo 26 emprendimientos con algún apoyo gubernamental de una muestra de 360, es decir, solo el 7 %.

Lo anterior indica que existe un reto en materia de fomento al emprendimiento, ya que “se necesita de políticas públicas que favorezcan las condiciones para su adecuado desarrollo, leyes e instituciones que funcionen con transparencia, ofrecer programas de financiamiento para los micro y pequeños emprendimientos, la generación de infraestructura, la innovación y desarrollo empresarial” (Borja *et al.*, 2020, p. 194).

6. Educación y formación emprendedora

6.1 Nivel de estudios

Figura 26. Nivel de estudios que tienen los emprendedores



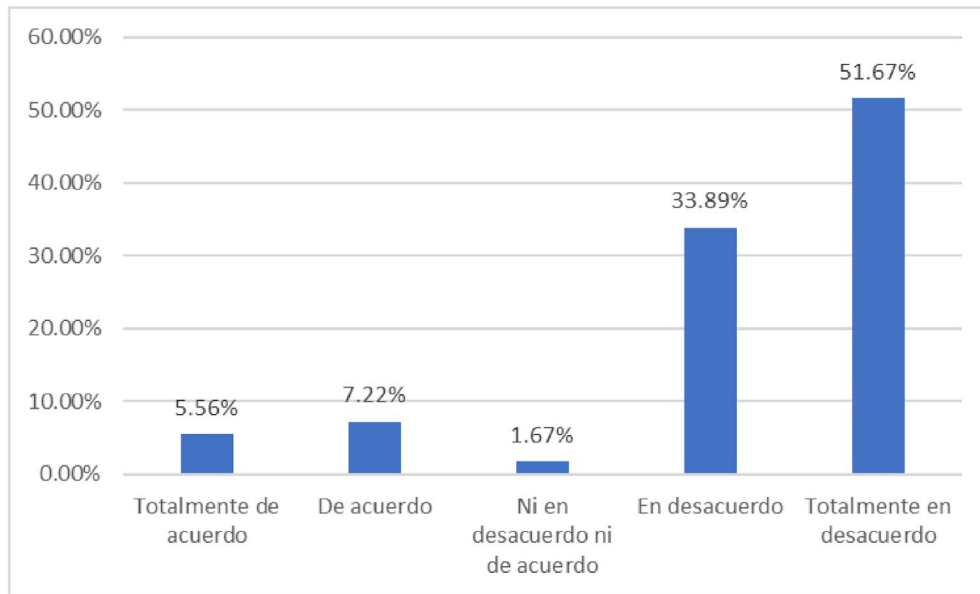
Nota. Elaboración propia.

El nivel de estudios que predomina en los emprendedores es Primaria, seguido de Secundaria.

Esta situación puede ser una de las causas de que estas personas no cuenten con oportunidades laborales adecuadas, lo que a su vez las obliga a llevar a cabo un emprendimiento de subsistencia. Cabe señalar que el nivel bajo de estudios coincide plenamente con la idea de que los “altos niveles de educación y capacitación, eficiencia en los mercados de bienes y servicios, eficiencia en el mercado laboral, sofisticación del mercado financiero, preparación y actualización tecnológica [son] Elementos, en su mayoría[,] ajenos a los emprendimientos de subsistencia” (Segura Gutiérrez *et al.*, 2019, p. 188).

6.2 Cursos recibidos en educación emprendedora

Figura 27. *Cursos en educación emprendedora*

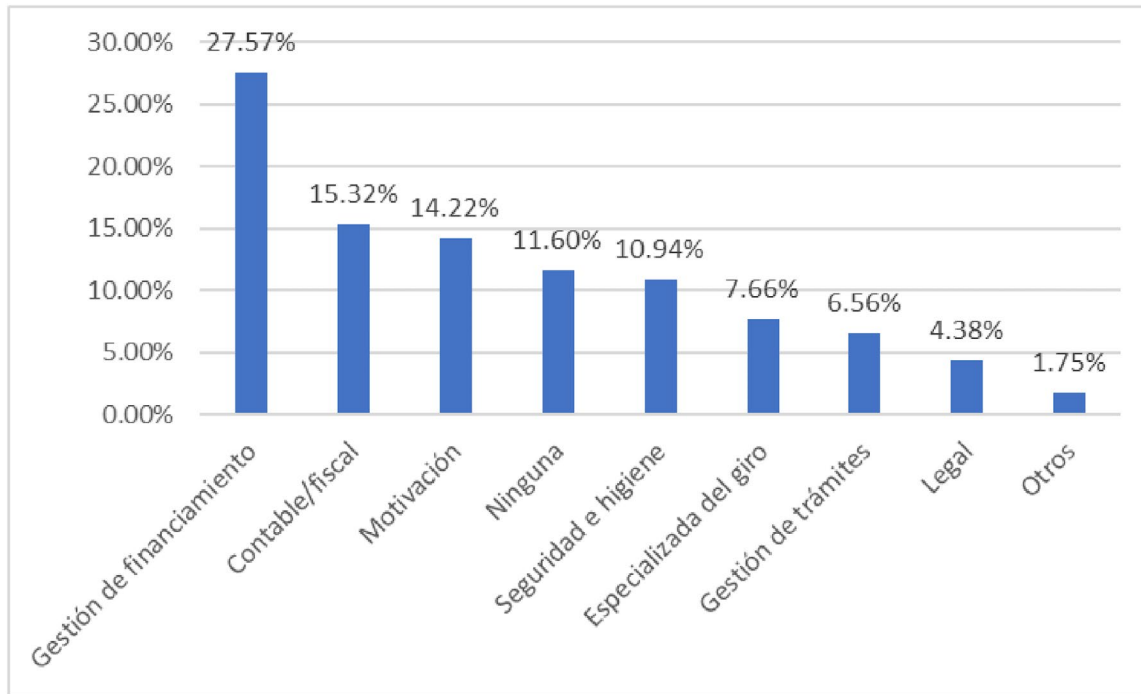


Nota. Elaboración propia.

El 85.56 % de los emprendedores mencionaron no haber recibido algún tipo de curso relacionado con el tema emprendedor. Esta característica coincide con un perfil de emprendimiento de subsistencia, donde se suele depositar la confianza de recibir orientación y apoyo en el entorno familiar. Al respecto, Díaz de León y Cancino comentan: “sus redes son básicamente de amigos y familiares y no se busca la especialización” (2014, p. 51).

6.3 Capacitación deseada

Figura 28. Temas de capacitación deseada por los emprendedores



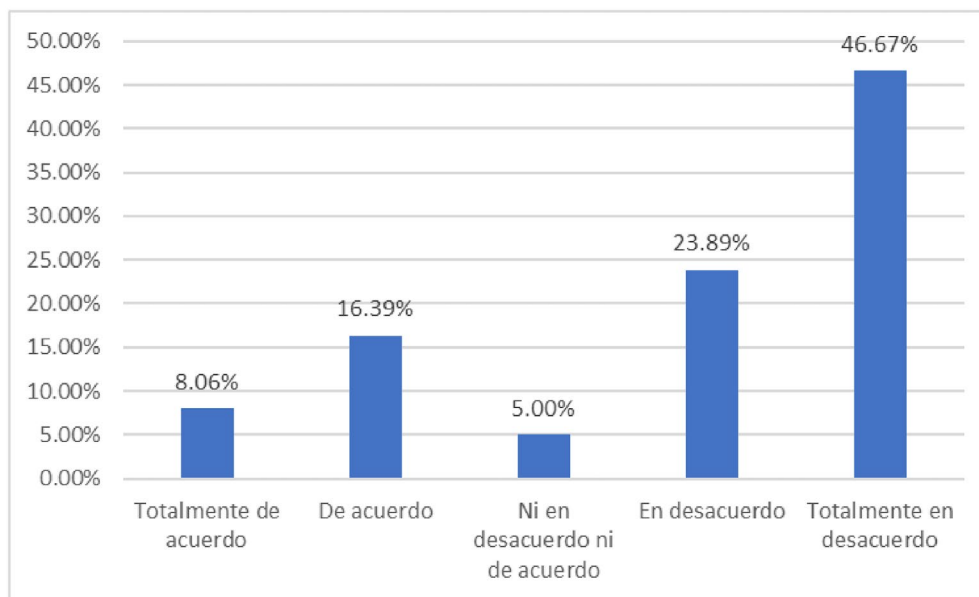
Nota. Elaboración propia.

Ante la pregunta sobre qué temas les gustaría recibir capacitación, resultó con mayor porcentaje la gestión de financiamiento, lo que hace suponer una necesidad de recursos monetarios.

7. Transferencia de I + D

7.1 Acceso a nuevas tecnologías

Figura 29. Posibilidad de acceso a nuevas tecnologías

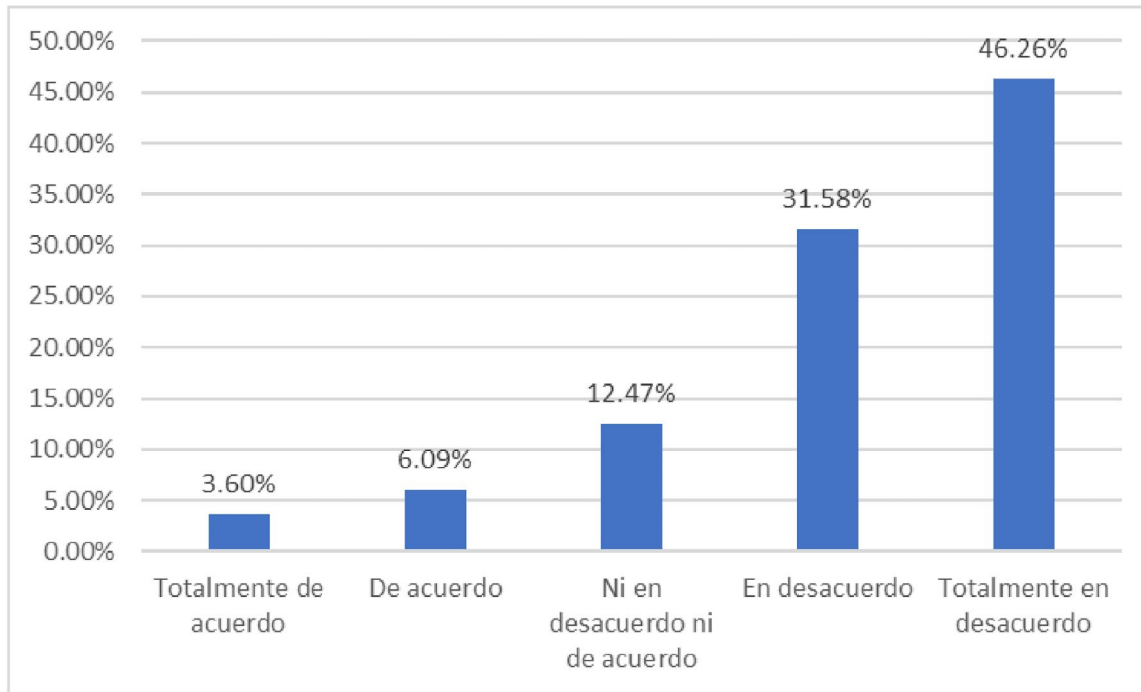


Nota. Elaboración propia.

Sobre la posibilidad de acceder a nuevas tecnologías para sus emprendimientos, el 70.56 % de los encuestados manifestaron no contar con acceso a estas. Esto coincide con la idea de que “los emprendimientos de subsistencia resultan poco viables y sin una intención clara frente a la generación de valores agregados formales (empleo, desarrollo tecnológico e innovación)” (Segura Gutiérrez *et al.*, 2019, p. 187).

7.2 Apoyo gubernamental para tecnologías

Figura 30. Apoyo gubernamental para adquirir tecnología



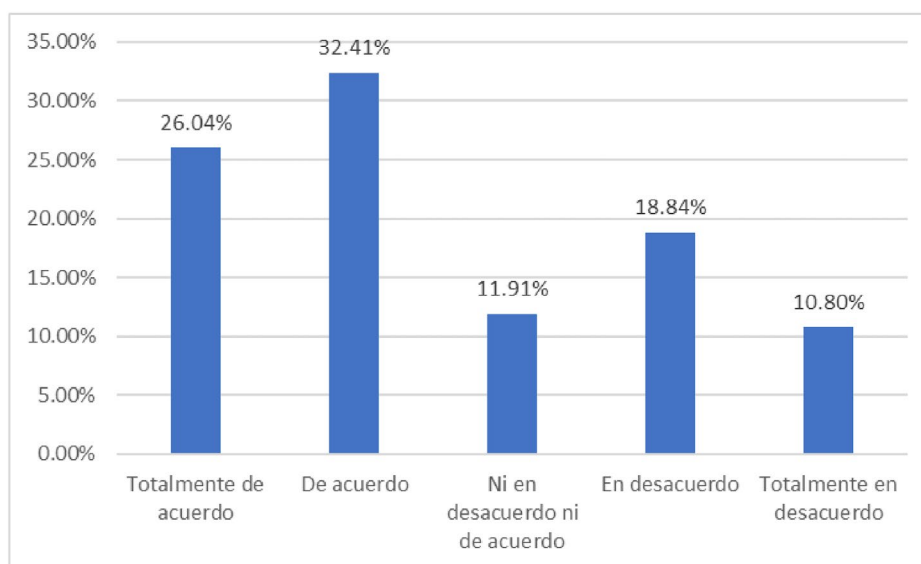
Nota. Elaboración propia.

Sobre la posibilidad de recibir apoyo gubernamental para adquirir nuevas tecnologías, el 77.84 % mencionó que no ha sido beneficiario. Esto puede deberse a desconocimiento o simplemente falta de interés. Como dicen Borja et al. (2020), el emprendimiento de subsistencia “se caracteriza por los bajos niveles de capital de trabajo, productividad y nivel tecnológico [...] es probable que los emprendedores tengan bajo nivel educativo y por lo tanto sus emprendimientos se encuentren sujetos a sus habilidades prácticas” (p. 185). Esto da a entender que los emprendedores de subsistencia se apoyan más en sus conocimientos ya adquiridos que en nuevas tecnologías.

8. Acceso a la infraestructura comercial y profesional

8.1 Proveedores

Figura 31. Disponibilidad de proveedores para la operación del emprendimiento

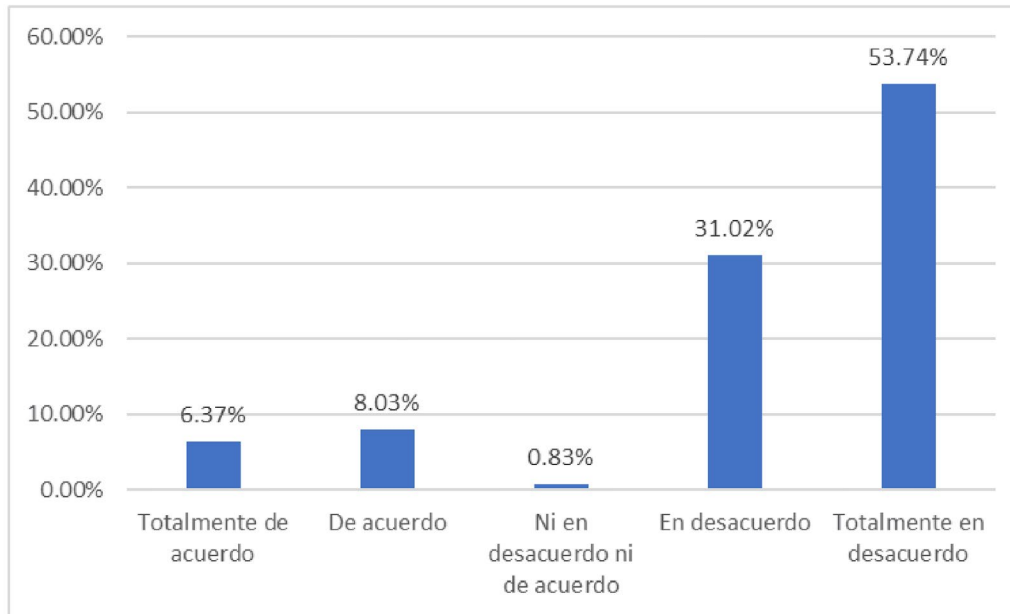


Nota. Elaboración propia.

58.45 % de los emprendedores encuestados afirmaron contar con una proveeduría adecuada para el funcionamiento de sus emprendimientos.

8.2 Uso de servicios de consultoría

Figura 32. Utilización de servicios de consultoría



Nota. Elaboración propia.

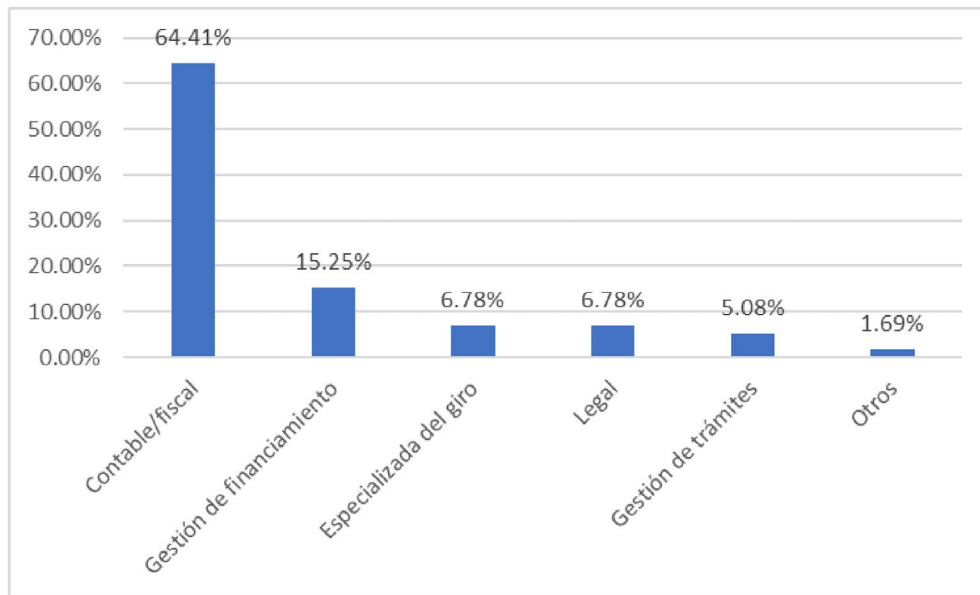
Solo 52 dijeron utilizar servicios de consultoría, como los contables, fiscales, administrativos, etc. El 84.76% respondió lo contrario. Esto revela la poca tecnificación de los emprendimientos, situación relacionada con emprendimientos de subsistencia.

Por ejemplo, Barilaro dice que:

A diferencia de los emprendimientos de oportunidad, cuya meta es la autorrealización profesional y personal del emprendedor, además del involucramiento de conocimiento y algún grado de tecnología e innovación, los emprendimientos de subsistencia perciben el conocimiento científico como insulso y soso. Adornado de desconfianza y recelo (s.f., p. 15).

8.3 Tipos de servicios de consultoría utilizados

Figura 33. Tipos de servicios de consultoría utilizados

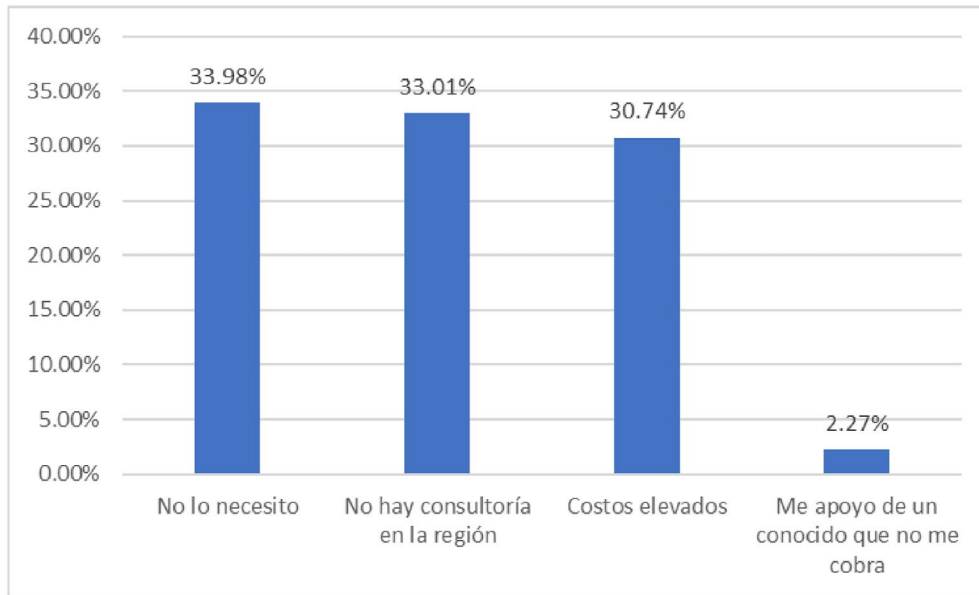


Nota. Elaboración propia.

Cuando se les preguntó sobre qué servicios de consultoría utilizan los emprendedores, el 64.41% se refirió a los del tipo contable/fiscal. Este dato coincide con una pregunta anterior donde se observó que el trámite gubernamental más frecuente de los emprendedores es el pago de impuestos.

8.4 Motivos para no usar consultoría

Figura 34. *Motivos por los que los emprendedores no usan consultoría*

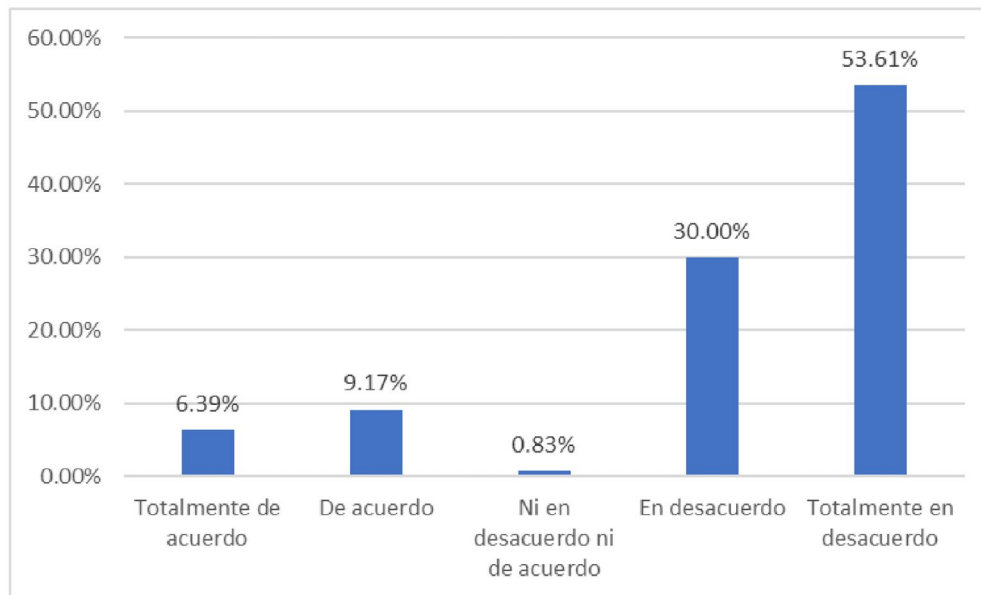


Nota. Elaboración propia.

En las encuestas a los 309 emprendedores que respondieron no utilizar consultoría predominaron las respuestas: no lo necesitan o no hay consultoría en la región. La primera hace suponer que se tratan de emprendimientos sencillos. La segunda se podría deber a que en la región aún no se consolida una oferta de profesionistas razonable.

8.5 Utilización de servicios bancarios

Figura 35. *Servicios bancarios*



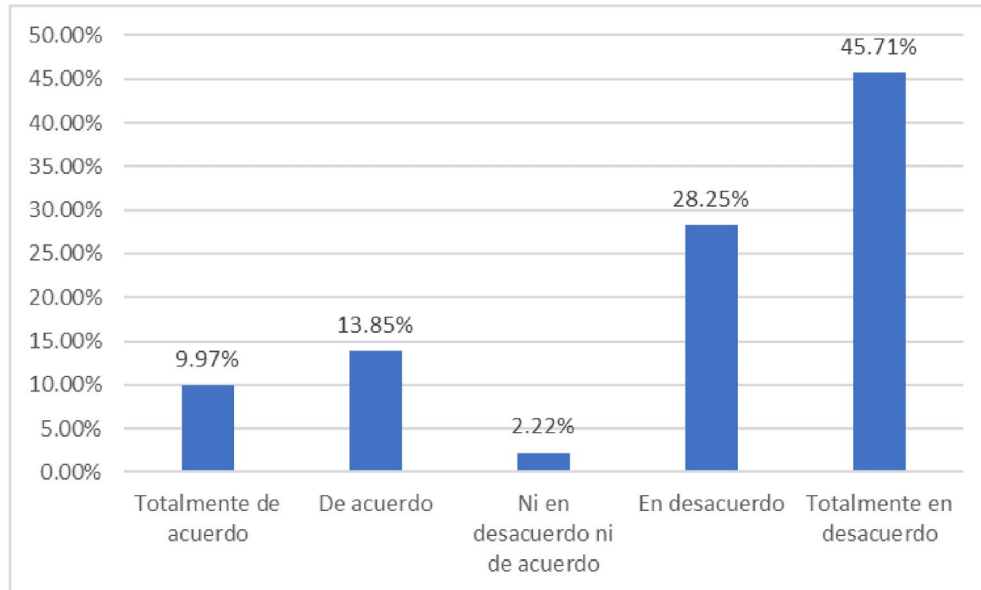
Nota. Elaboración propia.

La utilización de servicios bancarios, como contar con cuenta bancaria, pagar con tarjeta, realizar transferencias, etc., es muy baja. El 83.61 % dijo que no los ocupa. Esta circunstancia es muy frecuente en economías donde predomina el emprendimiento de subsistencia.

Es claro que emplear “la tecnología y la innovación también marca una diferencia entre los emprendimientos de subsistencia y el de oportunidad” (Borja *et al.*, 2020, p. 185), siendo los emprendimientos de subsistencia los que no tienen acceso a estas.

8.6 Inversión en publicidad

Figura 36. *Uso de la publicidad*



Nota. Elaboración propia.

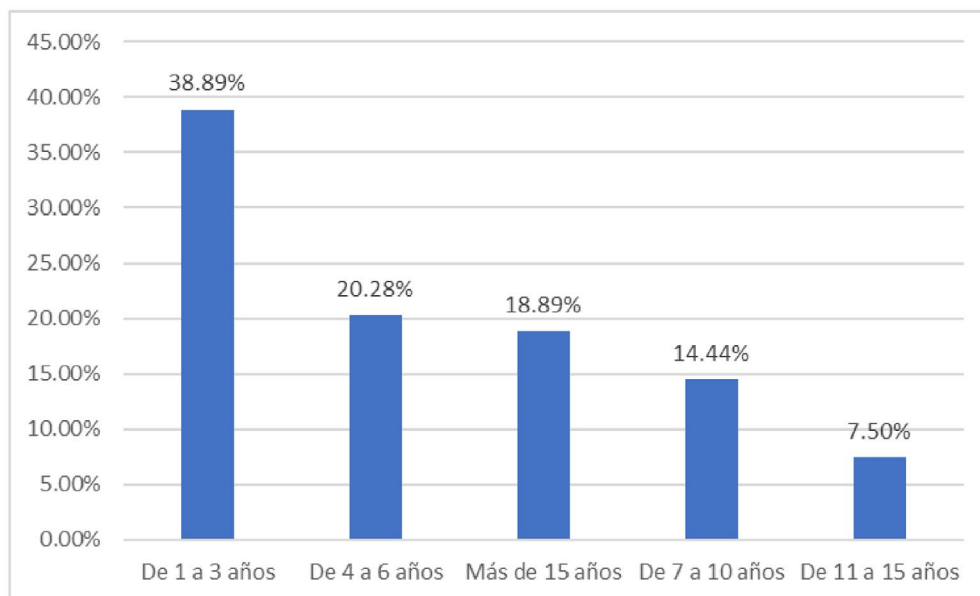
La utilización de publicidad es muy baja. El 73.96 % no la usa. Esta circunstancia es muy frecuente en economías donde predomina el emprendimiento de subsistencia. Probablemente, al no tener elementos diferenciadores en los productos o servicios que se ofrecen, el emprendedor de subsistencia no siente la necesidad de promover algo que no es diferente en ningún sentido a los demás. Además, está el factor costo.

Por ejemplo, Bustillos (2020) (como se citó en Barilaro, s.f.) afirma que mientras el emprendedor de oportunidad “crea algo innovador y como dice Schumpeter es aquel que busca el desequilibrio del mercado, en cambio un sobreviviente es aquella empresa en la que sus productos o servicios son pocos diferenciales de la competencia, buscando solo beneficios” (p. 16).

9. Apertura del mercado interno

9.1 Antigüedad del emprendimiento

Figura 37. *Antigüedad de los emprendimientos*



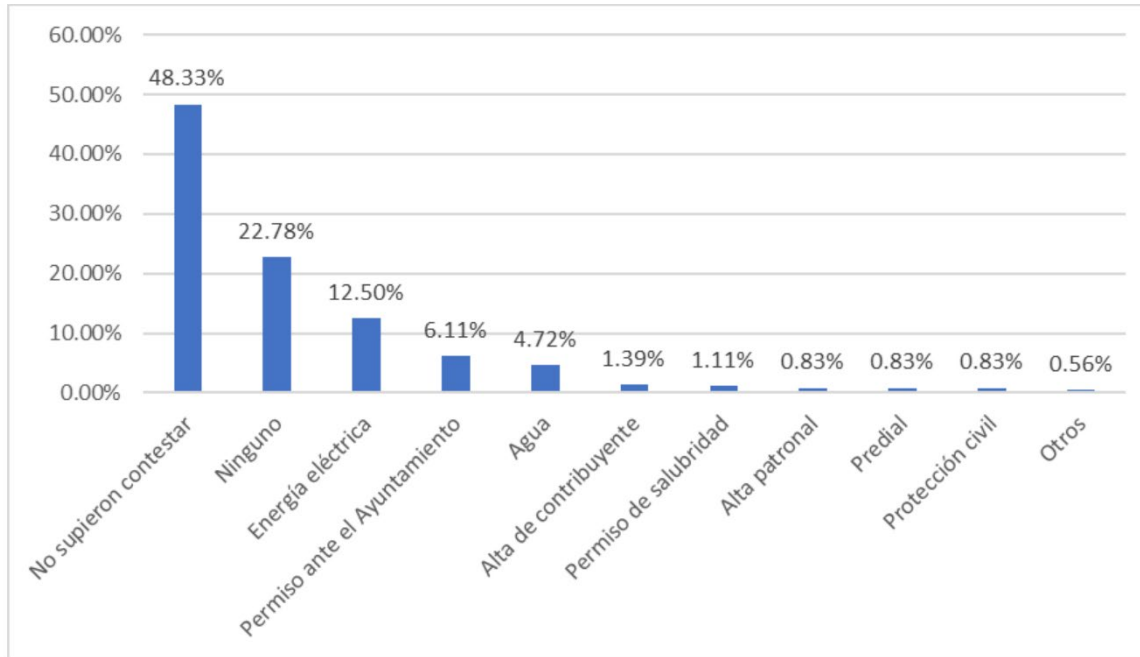
Nota. Elaboración propia.

Los emprendimientos de 1 a 3 años son los que tienen el porcentaje más elevado, con un 38.89 %. Los emprendimientos de 4 a 6 años son los que le siguen con un 20.28 %. Si se acumulan ambos porcentajes, se refleja que el 59.17 %, es decir, la mayoría de los emprendimientos, no rebasan los 6 años de antigüedad.

Esta característica coincide con lo que se espera de un emprendimiento de subsistencia, ya que, de acuerdo a Castro Barreto, “Hay que tener en cuenta que los emprendimientos de subsistencia tienen pocas posibilidades de perdurabilidad dado que sus impulsores no tienen la formación adecuada para la administración de negocios o no cuentan con los recursos necesarios para progresar” (2019, p. 7).

9.2 Trámites para el funcionamiento del emprendimiento

Figura 38. Trámites para el funcionamiento del emprendimiento



Nota. Elaboración propia.

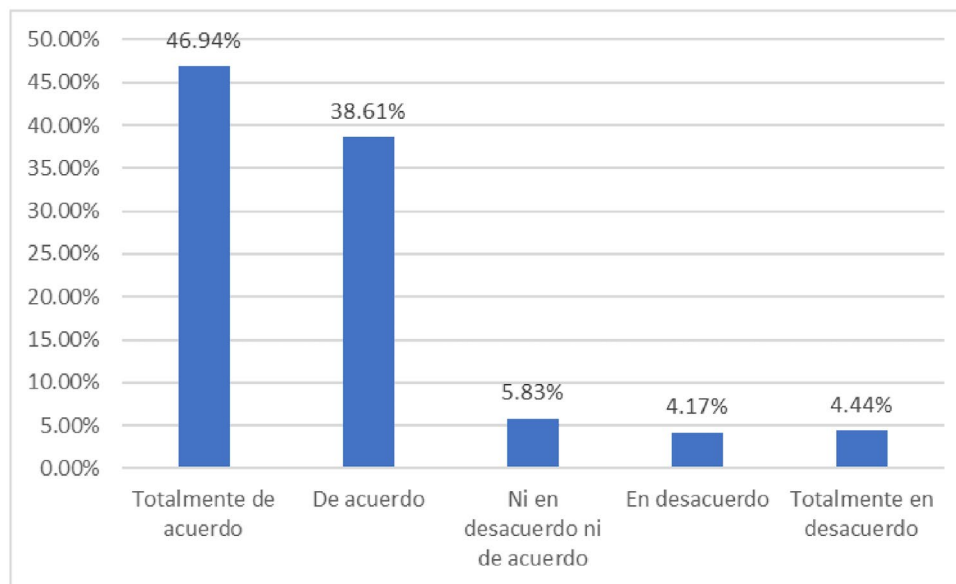
En este rubro, es significativo que el 48.33 % de los emprendedores no supieron contestar sobre los trámites que requirieron para el actual funcionamiento del emprendimiento, mientras que otro 22.78 % menciona que no ha realizado ninguno. Es decir, no consideran tener energía eléctrica, agua, permisos ante la autoridad municipal y observación de NOM, como algo necesario para su funcionamiento.

Esto coincide con el perfil de emprendimiento de subsistencia. Sánchez Masferrer, en un estudio del empleo informal salvadoreño, dice que el emprendimiento, cuyo origen es la necesidad, suele tener, entre otras características, el estar “fuera del alcance de las regulaciones formales” (2014, p. 53).

10. Acceso a la infraestructura física

10.1 Infraestructura carretera, de transporte, de alumbrado, etc., adecuada

Figura 39. Percepción de la infraestructura que rodea al emprendimiento

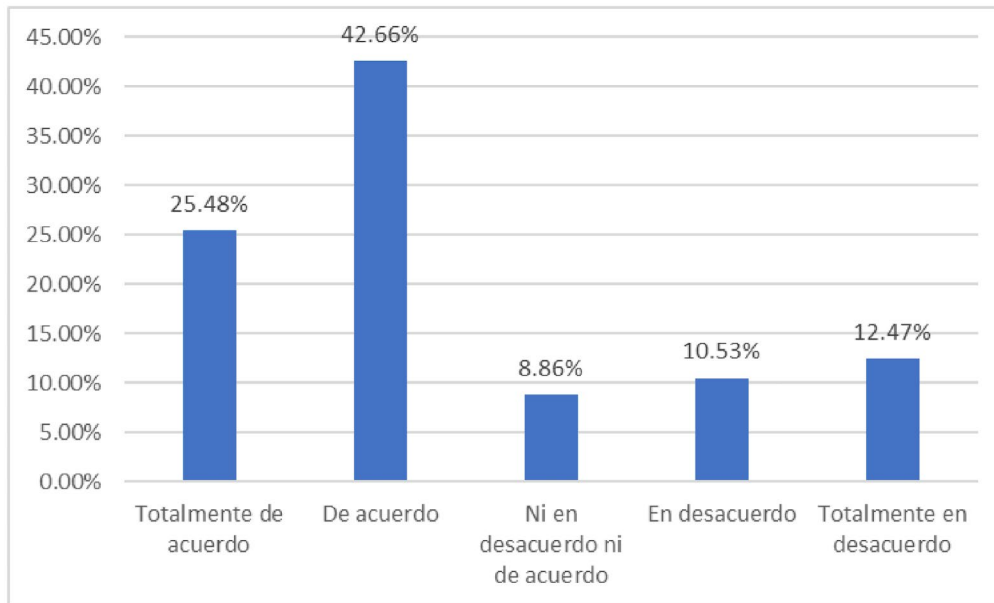


Nota. Elaboración propia.

El 85.55 % de los emprendedores encuestados afirmaron estar total o parcialmente de acuerdo con la infraestructura carretera, de transporte, de alumbrado, etc.

10.2 Acceso a servicios de comunicación como internet, teléfono, celular, etc.

Figura 40. Acceso a servicios de comunicación

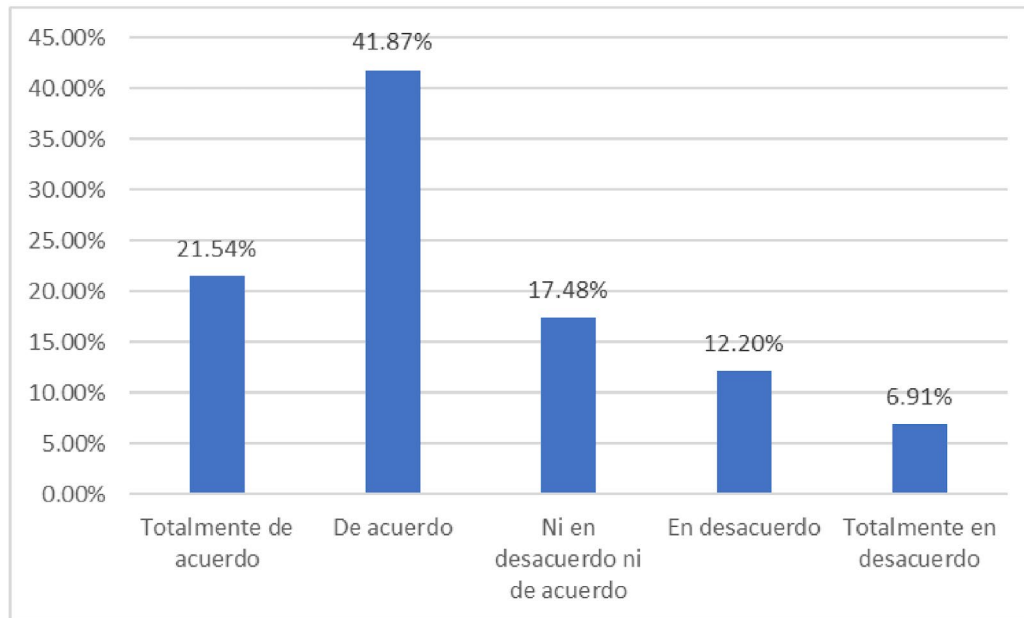


Nota. Elaboración propia.

En este rubro, el 68.14 % de los emprendedores encuestados, es decir, 246, afirmaron tener acceso a los servicios de comunicación como internet, telefonía celular, etc. Esto es, pese a ser emprendimientos de subsistencia, cuentan con acceso a los servicios básicos de comunicación, debido a su gran cobertura en la actualidad.

10.3 Facilidad para obtener dichos servicios de comunicación

Figura 41. *Facilidad para acceder a los servicios de comunicación*

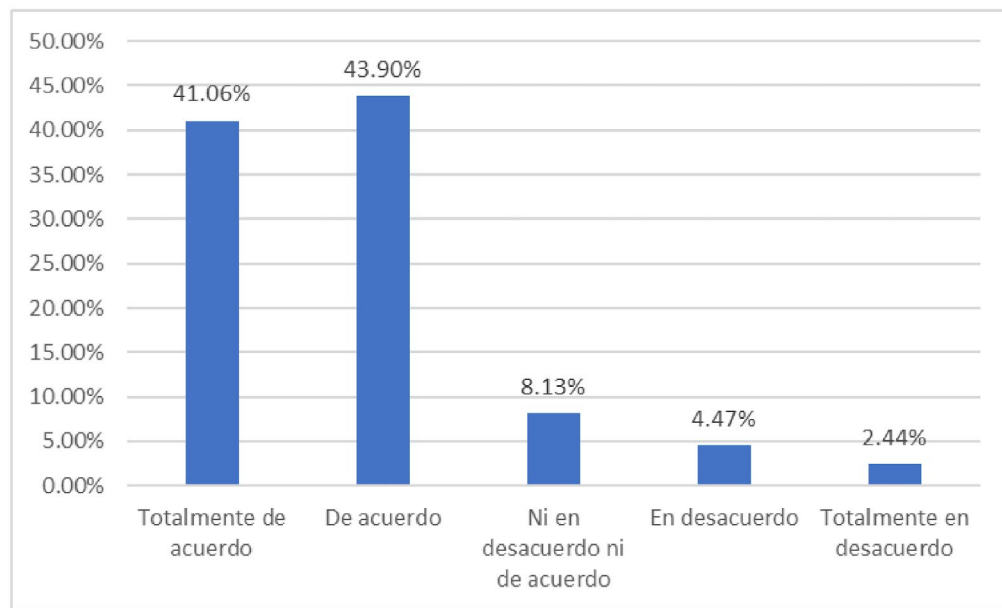


Nota. Elaboración propia.

De los 246 emprendedoras y emprendedores que dijeron que sí cuentan con acceso a servicios de comunicación básicos, el 63.41 % afirmó que estos servicios fueron conseguidos con facilidad. Esto refleja que existe una condición favorable para el emprendimiento, al menos en ese rubro, cuyo uso se ha extendido y normalizado en todo el mundo.

10.4 Pertinencia de los servicios de comunicación

Figura 42. Utilidad de los servicios de comunicación

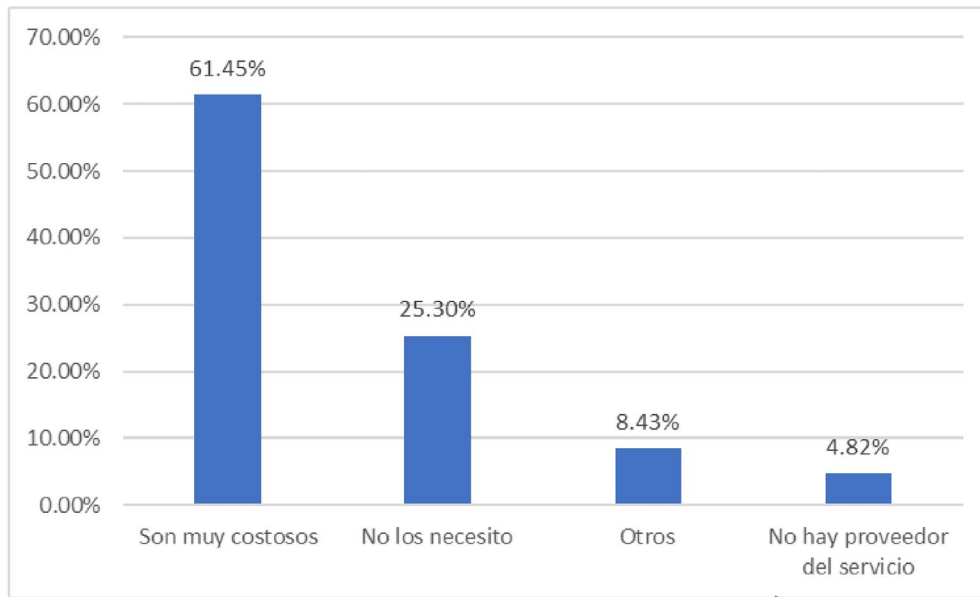


Nota. Elaboración propia.

Del total de encuestados que utilizan servicios de comunicación como internet, telefonía celular, etc., el 84.96 % consideró que estos servicios son adecuados para el funcionamiento de su negocio; esto revela el impacto positivo y el nivel de penetración que las tecnologías de comunicación han tenido en todos los rincones del país.

10.5 Motivos para no utilizar servicios de comunicación actuales

Figura 43. *Motivos para no utilizar servicios de comunicación*



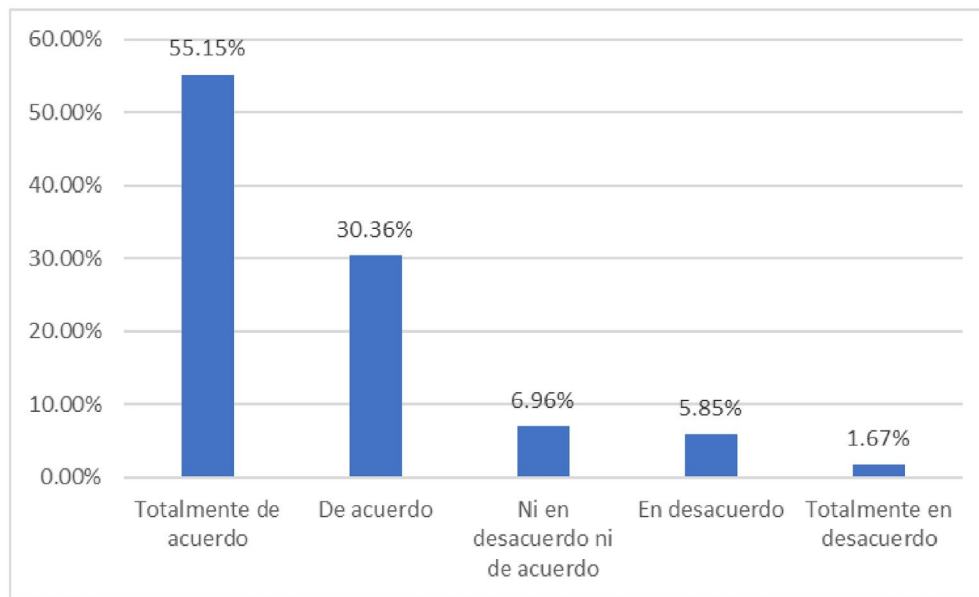
Nota. Elaboración propia.

Pocos emprendimientos no utilizan los servicios de comunicación actuales. De los 83 que dijeron que no tienen acceso, el 61.45 % contestó que son muy costosos. Esto puede significar que estos emprendimientos son tan precarios que no tienen margen financiero para sostener dicho gasto.

11. Normas sociales y culturales

11.1 Satisfacción como emprendedor o emprendedora

Figura 44. *Percepción de sí mismo por parte del emprendedor*



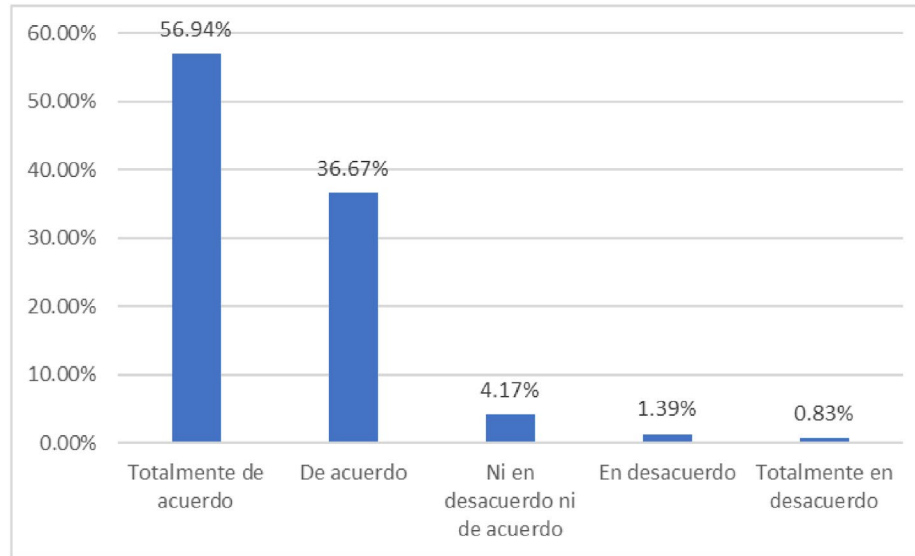
Nota. Elaboración propia.

En el rubro de la cultura emprendedora, en específico, en lo referente a la satisfacción propia, el 85.51 % tiene satisfacción con su estatus.

Si se acepta, como todo parece indicar, que el emprendimiento de la región analizada en este trabajo es predominantemente de subsistencia, entonces se puede afirmar que esta tendencia no coincide con lo que se suele esperar de este tipo de emprendimiento, ya que se supone “que los micro emprendedores con potencial [...] están por lo general más satisfechos que los emprendedores de subsistencia” (Banco de Desarrollo de América Latina, 2013, p. 132).

11.2 Percepción positiva de la sociedad acerca del emprendimiento

Figura 45. Percepción de la sociedad respecto al emprendimiento



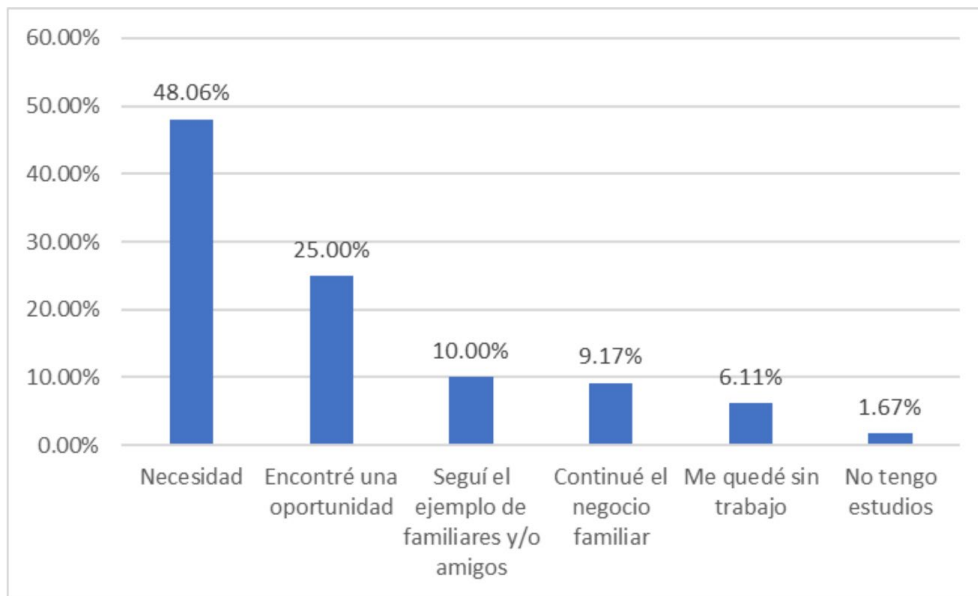
Nota. Elaboración propia.

El 93.61 % de las personas encuestadas creen que la sociedad ve con “buenos ojos” al emprendimiento.

Este resultado está muy a tono con lo que dicen algunos autores, como Schnarch Kirberg . Se dice que “Ser emprendedor se ha transformado en algo loable y positivo, en lo personal y social. Los emprendedores son los nuevos héroes de la sociedad, ser emprendedor es una actividad apreciada por la autorrealización que provoca y por su aporte a la sociedad” (Schnarch Kirberg, 2014).

11.3 Motivos para emprender

Figura 46. Motivos por los que se inició el emprendimiento



Nota. Elaboración propia.

En este rubro, que está muy relacionado al principal motivo por el que se inicia un proceso de emprendimiento catalogado como de subsistencia, casi el 50% de los emprendimientos se originaron por necesidad más que por una idea innovadora, la visualización de un área de oportunidad, etc.

En este sentido, los emprendimientos de subsistencia “pueden originarse por la necesidad que tiene el emprendedor de encontrar un trabajo que le permita atender adecuadamente a su familia” (Díaz de León y Cancino, 2014, p. 50).



Capítulo VI

Resultados

Resultados

Se encontró que la mayoría de las características que poseen de los emprendimientos de la región de Chilchotla, cumple con el perfil de los llamados emprendimientos de subsistencia. A continuación, en la Tabla 7, se presenta el resumen de estos hallazgos, basándose en los indicadores definidos en la metodología.

Tabla 7. Resumen de indicadores

Indicadores	Resultados
Grado de complejidad del negocio	Predominio de las tiendas, que son el modelo de negocio más manejado en el emprendimiento de subsistencia
Número de puestos de trabajo generados	63.89% no cuenta con empleados. 23.05 % solo tiene de 1 a 2 empleados. El bajo número de empleados contratados es una característica del emprendimiento de subsistencia
Grado de preparación académica del emprendedor	35.39% cuenta solo con Primaria. 28.09% únicamente llegó a Secundaria. La suma es el 63.48%. El bajo nivel de estudios es una característica del emprendimiento de subsistencia
Percepción de suficiencia de capital propio para manejar el negocio por parte del emprendedor	42.38% de entrevistados dice contar con suficiente capital propio. No requerir de una gran inversión para operar un negocio es una característica del emprendimiento de subsistencia
Disposición para comprometerse con capital externo para manejar el negocio por parte del emprendedor	81.44% de entrevistados no utiliza recursos monetarios externos como capital. 66.67% de este porcentaje asume que es costoso o que no domina el tema. No asumir riesgos financieros y desconocer ese tema son características del emprendimiento de subsistencia
Percepción de la facilidad para cumplir con reglamentación de apertura del negocio	58.73% de los emprendedores afirman que fue relativamente fácil cumplir con la reglamentación para la apertura del negocio. Esta no es una característica del emprendimiento de subsistencia
Porcentaje de emprendimientos que pagan impuestos	90% de los emprendimientos no pagan impuestos. La informalidad es una característica del emprendimiento de subsistencia



Indicadores	Resultados
Porcentaje de emprendedores que conocen de programas gubernamentales de apoyo al emprendimiento	76.18% desconocen los programas de apoyo al emprendimiento. Esto es una característica del emprendimiento de subsistencia
Porcentaje de emprendedores que usan los programas de apoyo al emprendimiento	7% de los emprendedores utilizan programas de apoyo al emprendimiento. El no utilizar fuentes de apoyo para el crecimiento del negocio es característica del emprendimiento de subsistencia
Estudios tomados por emprendedores, relacionados al emprendimiento	85.56% de los emprendedores no han tomado algún curso relacionado al emprendimiento o temas afines. No buscar la especialización en su área es característica del emprendimiento de subsistencia
Postura sobre la facilidad para acceder al manejo de tecnologías	70.56% dicen no tener acceso a las tecnologías. La dificultad para acceder a herramientas tecnológicas es una característica del emprendimiento de subsistencia
Postura del emprendedor respecto al apoyo gubernamental para adquirir tecnologías	77.84% no cuentan con apoyo gubernamental para adquirir tecnologías. Esta falta de apoyo ya sea real o por desconocimiento, es característica del emprendimiento de subsistencia
Disposición del emprendedor a utilizar servicios de consultoría	84.76% de los emprendedores dicen no utilizar servicios de consultoría. La baja disposición a utilizar servicios externos que ayuden a mejorar la operación del emprendimiento es característica de los emprendimientos de subsistencia
Porcentaje de uso de servicios bancarios, por parte de los emprendedores	83.61% de los emprendedores no utilizan servicios bancarios. El desaprovechamiento de herramientas de gestión como los bancos es característica de los emprendimientos de subsistencia
Porcentaje de emprendedores que invierten en publicidad	73.96% no utilizan publicidad. El no buscar diferenciarse de la competencia es característica del emprendimiento de subsistencia
Grado de perdurabilidad del emprendimiento	59.17%, es decir, la mayoría de los emprendimientos, no rebasan los 6 años de antigüedad. El rango de vida pequeño es característica de los emprendimientos de subsistencia (aunque este dato solo indica que la mayoría son negocios jóvenes, mas no que van a durar poco, por lo que es ambigua la interpretación)
Grado de conocimiento de las regulaciones para que el emprendimiento funcione	48.33% de los emprendedores no saben qué trámites se deben realizar y 22.78% dicen que no se requiere de ningún trámite, lo que se puede interpretar como que no saben sobre ellos. El desconocimiento de las regulaciones formales para operar un emprendimiento es característica de los emprendimientos de subsistencia

Indicadores	Resultados
Percepción del emprendedor respecto a la infraestructura	85.55% de los emprendedores dicen estar satisfechos con la infraestructura que rodea al emprendimiento
Percepción del emprendedor respecto a los medios de comunicación	68.14% de los emprendedores dicen contar con acceso a servicios de comunicación como internet, teléfono fijo, telefonía celular, etc. 63.41% de los que tienen acceso dijeron haber conseguido estos servicios con facilidad 84.96% de los que tienen acceso dijeron que los servicios son adecuados para el negocio
Postura del emprendedor respecto a su posición dentro de la sociedad	85.51% de los emprendedores dicen estar satisfechos con su estatus de emprendedor. La literatura dice que los emprendedores de oportunidad suelen estar más satisfechos que los de subsistencia, por lo que esta característica no es tan propia del emprendimiento de subsistencia
Postura del emprendedor respecto a lo que la sociedad cree del emprendimiento	93.61% de los emprendedores creen que la sociedad ve con "buenos ojos" al emprendimiento. La literatura indica que, en general, un emprendedor es bien visto por la sociedad, sin diferenciar el tipo de emprendedor, por lo que esta característica no es indicativa de algo en particular para el emprendimiento de subsistencia
Motivaciones para decidirse a iniciar un emprendimiento	48.06% de los emprendedores dicen que la necesidad los orilló a iniciar el emprendimiento. Se le puede sumar el 6.11 % que dice que se quedó sin trabajo y el 1.67 % que dice que no tiene estudios. Por lo tanto, el porcentaje final es de 55.84%. Esta es la característica que más identifica al emprendimiento de subsistencia

Como puede observarse, la mayoría de las características encontradas en el análisis de la encuesta aplicada a los emprendedores de la región de Chilchotla (16 de 22, es decir, el 72.72 %) indica que la región cuenta con una fuerte presencia de emprendimientos de subsistencia, por lo que se confirma la hipótesis planteada.

Discusión

Los resultados muestran que existen diferencias sustanciales entre las características del perfil emprendedor que son consideradas como distintivos “clásicos” por algunos autores y autoras, contra las características encontradas en la región de Chilchotla, Puebla.

De acuerdo con Kao (1989, como se citó en Alcaraz Rodríguez, 2020), el emprendedor debe presentar más de diez características o atributos que se podrían catalogar como de “excelencia”. Sin embargo, en la región estudiada, la mayoría de los emprendedores entrevistados posee características diferentes, prácticamente opuestas que los ubican en el emprendimiento de “subsistencia”, debido a que el 88.44 % mencionó que no utiliza recursos monetarios externos como capital. 66.67 % de este porcentaje asume que es costoso o que no domina el tema.

Es decir, no están dispuestos a asumir riesgos financieros por no estar completamente comprometidos con su proyecto, además de que desconocen del tema, lo que indica que no están lo suficientemente determinados a cumplir sus metas de negocios.

Además, de acuerdo con las necesidades de control interno a las que hace alusión Sung Park y Duarte Masi (2015), se requiere de preparación académica, manejo financiero y tecnológico, entre otros, para lograr dicho control; en este sentido, se encontró que el 85.56 % de los emprendedores entrevistados no han tomado algún curso relacionado con el emprendimiento o temas afines, es decir, no se preparan para tomar el control.

Además, el 70.56 % dijo no tener acceso a las tecnologías y el 84.76 % de los emprendedores refieren no utilizar servicios de consultoría. Cabe precisar que estos indicadores hacen que las actividades sean básicas y realizadas por ellos mismos de manera manual, lo cual limita su capacidad de maniobra o poder, e independencia.

En el tema de impuestos, los datos contrastan con lo señalado por Daniel Martín en 2008, quien dice que el emprendedor puede ilusionar a otros con sus propias ideas e inspirar confianza, convirtiéndose en un modelo a seguir; basta con hacer notar que el 90% de los emprendedores de la región no pagan impuestos. Es decir, se pueden considerar como evasores fiscales, lo cual no es precisamente un modelo ideal.

Respecto a la generación de empleos, se puede observar que el 63.89% de los emprendedores no cuenta con empleados y que el 23.05% solo tiene de 1 a 2 empleados. Estos resultados sugieren que los emprendedores de la zona no son capaces de ilusionar a otros con empleos; de nueva cuenta, los resultados rebaten lo dicho por Daniel Martín (2008).

Sin embargo, no todo parece ser contradicción entre la teoría de las características del emprendedor y el perfil encontrado en la región. García del Junco et al. (2007) reconocen que también hay individuos que, a pesar de carecer de las clásicas características emprendedoras, de cualquier forma, se vuelven emprendedores. Efectivamente, los resultados que se muestran en el comentario a la Tabla 7 Resumen de indicadores de

características del perfil emprendedor de la región arrojan que el 72.72% de los emprendedores poseen características diferentes a las vinculadas al éxito e innovación, pues se acercan más a un perfil de subsistencia.

Los resultados obtenidos corroboran lo afirmado por Terán Yépez y Guerrero Mora (2020), quienes sostienen que no existe una teoría unificada sobre el emprendimiento, ya que el concepto se puede abordar desde diferentes perspectivas. En el caso de la región analizada, queda claro que la perspectiva que más unifica al perfil de la zona es la necesidad o subsistencia como origen de un emprendimiento; esto, a su vez, genera un perfil de emprendimiento fuera de lo clásico o comúnmente esperado. Sin duda, el emprendedor también puede ser una persona sin preparación académica y sin ganas de adquirirla, sin necesidad de destacar y liderar, sin preocuparse demasiado por la innovación, pero finalmente emprendedor.

Analizando algunas de las razones de este tipo de emprendimiento de subsistencia en la región, se puede asumir que podría deberse a lo que proponen Sanchis Palacio et al. (2020), quienes afirman que un emprendimiento tiene como origen una motivación positiva y una motivación negativa.

Respecto a la motivación positiva, se clasifican, según su posible origen, en:

- a. Motivación interna, generada por el deseo de un desarrollo profesional, el afán de lucro.
- b. Motivación externa, derivada de incentivos del gobierno.

De acuerdo con lo encontrado en el análisis de las encuestas aplicadas, el 25 % inició el emprendimiento por encontrar una oportunidad y el 19.17 % por seguir la tradición familiar. Es decir, un 44.17 % tiene una motivación positiva.

Ahora, respecto a la motivación negativa, hay dos posibles orígenes:

- a. Motivación interna, generada por el desempleo, por sueldo insuficiente.
- b. Motivación externa, generada por una situación económica desfavorable.

Esto también encaja con un sector de los emprendedores analizados. Ante la pregunta de los motivos por los cuales se inició el emprendimiento, el 48.06 % dijo que por necesidad, el 6.11 % dijo que se quedó sin trabajo y el 1.67% que por falta de estudios (se infiere que no encuentran trabajo). Es decir, el 55.84% tiene una motivación negativa, ya sea interna o externa.

La clasificación que manejan Sanchis Palacio et al. (2020) es la que presenta mayor concordancia con el perfil emprendedor de la región de Chilchotla, si se revisa la pregunta acerca de los motivos por los cuales se inició el emprendimiento.

Si se toman en cuenta todas las preguntas, el perfil del emprendedor de la región encaja más con el perfil de subsistencia, que exponen García del Junco et al. (2007), ya mencionado en esta discusión.

En resumen, la investigación reafirma que el perfil emprendedor es muy amplio y, por lo mismo, difícil de caracterizar en una sola

taxonomía. Es necesario tener en cuenta el amplio abanico de enfoques para entender el fenómeno emprendedor.

Sin embargo, cada región parece tener ciertas características comunes; en el caso de la región de Chilchotla, debido a su alta marginación, el perfil tiene una tendencia a inclinarse por un emprendimiento de subsistencia, por lo que conviene contrastar este estudio con algunos similares.

En esta sintonía, al buscar un estudio que encaje más con las características económicas y culturales de la región de Chilchotla, se encontró que Jaramillo y colaboradores investigaron a un grupo de pequeños empresarios agropecuarios del Valle de Puebla, presentando conclusiones similares a las de este estudio. Por ejemplo, se menciona que el nivel educativo de los emprendedores es bajo, con Primaria y Secundaria no terminadas (Jaramillo Villanueva, 2012), situación similar a la de la región de Chilchotla, donde el 35.39 % de los emprendedores cuenta solo con Primaria y el 28.09% estudió únicamente la Secundaria. La suma es el 63.48%.

En ese estudio también se encontró que la venta directa al consumidor es la actividad más frecuente, siendo que, en la región de Chilchotla, el sector comercio, en específico las tiendas, fue el predominante.

Otro hallazgo de este estudio es que se encontró que solo el 1.5 % de los empresarios del Valle de Puebla se relacionaron con instituciones de investigación. Esto coincide con el hecho de que, en la región de Chilchotla, el 70.56 % de los entrevistados manifestaron no tener acceso a nuevas tecnologías y un 77.84 % dijo no contar con apoyo gubernamental para adquirirlas.

Se puede concluir que el perfil de subsistencia detectado en la región de Chilchotla se parece mucho al de los emprendedores agropecuarios del Valle de Puebla. Toda esta información resulta valiosa para generar políticas públicas focalizadas a las necesidades de la región, quedando clara la importancia de este tipo de estudios para distinguir y diferenciar las características del perfil emprendedor. De esta forma, se pueden sugerir e implementar programas, políticas o tratamientos, a partir de distinguir qué se necesita en cada caso, como se verá en el capítulo de conclusiones y recomendaciones.

Conclusiones y recomendaciones

La región analizada, que abarca los municipios de Guadalupe Victoria, Lafragua, Chilchotla y Quimixtlán, todos en el estado de Puebla, carece de estudios a profundidad del fenómeno emprendedor; por lo tanto, este trabajo exploratorio es un punto de partida para visualizar las características de la zona.

Encontrar tantos indicadores que coinciden con las características de los emprendimientos de subsistencia no debe ser motivo de desaliento, ya que confirmar la hipótesis de que en la región prevalecen los emprendimientos de subsistencia da apertura a nuevos estudios que determinen los mecanismos para cambiar esta situación y fomentar más los emprendimientos de oportunidad.

Cabe señalar que los emprendimientos de subsistencia tienen ciertas características que son inconvenientes para la sociedad, puesto que generalmente implican trabajar en actividades de baja productividad y con ingresos limitados, lo que dificulta el crecimiento y la generación de riqueza a largo plazo. Además, pueden llevar a la falta de estabilidad financiera y dificultades para salir de la pobreza.

Para reflexionar sobre el tema, se pueden plantear preguntas como: ¿Qué clase de estudios pueden seguir a partir de este? ¿Qué capacitación requieren los emprendedores? ¿Cómo combatir las condiciones desfavorables que inhiben el emprendimiento de oportunidad (como el bajo nivel educativo, el desconocimiento de las normas o la no utilización de herramientas de gestión eficientes)?

Una vez contestadas las preguntas planteadas, también se pueden proponer planes de intervención que conviertan en acciones específicas las estrategias planteadas, para generar un impacto mayor que solo difundir los resultados obtenidos.

Este estudio puede, entonces, ser de interés para la academia, las autoridades locales, las organizaciones de la sociedad civil, los profesionistas independientes y la sociedad en general, para que puedan definir acciones concretas para el crecimiento y desarrollo de la economía emprendedora local.



Referencias

- Alcaraz Rodríguez, R. E. (2020). *El emprendedor de éxito* (Sexta edición). McGraw Hill.
- Alonso Nuez, M. y Galve Gorriz, C. (2008). El emprendedor y la empresa: una revisión teórica de los determinantes a su constitución. *Acciones e investigaciones sociales*, 544, 5-43. <https://doi.org/1132-192x>
- Banco de Desarrollo de América Latina. (2013). *Emprendimientos en América Latina, desde la subsistencia hacia la transformación productiva*. Corporación Andina de Fomento.
- Barilaro, L. (s.f.). *Emprendimientos 4.0. Desafíos actuales y futuros*. Universidad Nacional de Mar del Plata.
- Barja Daza, G., Ergueta Oporto, C., Zenteno Illanes, G. y Paredes Cachi, I. (2019). *Ecosistema del emprendedor por subsistencia Paceño, un análisis parcial*. Universidad Católica Boliviana "San Pablo".
- Barradas Mejía, E., González Ramírez, R., González de la Torres, Y. y González Ramírez, C. (2017). *Características de las empresas mipymes en la región de Libres, Puebla: Perfiles de los empresarios y de las empresas*. Editorial Incunabula.
- Barringer, B. R., Ireland, R. D. (2012). *Entrepreneurship: Successfully Launching New Ventures*. (n.p.): Pearson Education.
- Borja, A. H., Carvajal, H. R. y Vite, H. A. (2020). Modelo de emprendimiento y análisis de los factores determinantes para su sostenibilidad. *Espacios*, 41(24), 183-196.
- Calderón Chelius, M., Díaz Cruz, L., Hernández Villa, N., Gurria Sánchez, C., Urbano Ojeda, L. y Martínez González, E. (s.f.). *Adultos mayores, pobreza y políticas públicas*. IBERO Puebla. <https://repo.iberopuebla.mx/pdf/2022/informeDesigualdadGenero.pdf>
- Castro Barreto, J. C. (2019). *Exploración de las actividades de planificación en los emprendimientos de subsistencia*. RI UMNG Principal. <https://repository.unimilitar.edu.co/handle/10654/35866>
- Contreras Palacios, F. D. (2020). La concepción del emprendimiento: Una aproximación desde la posibilidad real de C. S. Peirce. *Panorama económico*, (1), 48-72.
- Díaz de León, D. y Cancino, C. A. (2014). De emprendimientos por necesidad a emprendimientos por oportunidad: casos rurales exitosos. *Multidisciplinary Business Review*. 7(1), 48-56.



- Emprendimiento de subsistencia en Colombia*. (3 de diciembre de 2018). Semana.com. <https://www.semana.com/emprendimiento/articulo/emprendimiento-de-subsistencia-en-colombia/264968/>
- Fuentes Pinzón, F. (2017). *Profesionales Aquí*. <https://profesionalesaqui.com/2017/07/11/conoce-estos-seis-6-tipos-emprendimiento/>
- García del Junco, J., Álvarez Martínez, P. y Reyna Zaballa, R. (03 de diciembre de 2007). Características del Emprendedor de Éxito en la Creación de PYMES Españolas. *Estudios de Economía Aplicada*, 25(3), 951-974. <https://www.redalyc.org/pdf/301/30113818017.pdf>
- Gobierno de México. (31 de marzo de 2020). *Unidad de Desarrollo Productivo, UDP | Secretaría de Economía | Gobierno | gob.mx*. Gobierno de México. <https://www.gob.mx/se/acciones-y-programas/unidad-de-desarrollo-productivo>
- Gobierno del Estado de Hidalgo. (2023). Índice y Grado de Marginación | Consejo Estatal de Población. Consejo Estatal de Población. <https://poblacion.hidalgo.gob.mx/pag/indiceygradodemargi.html>
- INEGI. (2021). *INEGI. Directorio Estadístico Nacional de Unidades Económicas DENUE Interactivo 05/2021. Documento Metodológico*. https://www.inegi.org.mx/contenidos/productos/prod_serv/contenidos/espanol/bvinegi/productos/nueva_estruc/889463901150.pdf
- INEGI. (2022). *Directorio Estadístico Nacional de Unidades Económicas DENUE Interactivo*. <https://www.inegi.org.mx/app/mapa/denue/default.aspx>
- INEGI. (2023). *México - Directorio Estadístico Nacional de Unidades Económicas 2020, Información para la actualización e incorporación de unidades económicas al DENUE; datos a noviembre de 2020*. <https://www.inegi.org.mx/rnm/index.php/catalog/587>
- Luna, J. P. y Gallo, G. I. (31 de agosto de 2018). *Incremental*. Editorial Teseo. <https://www.teseopress.com/incremental/chapter/capitulo-4-de-tipologias-y-emprendimientos/>
- Jaramillo Villanueva, J. L., Escobedo Garrido, J. S., Morales Jiménez, J., & Ramos Castro, J. G. (2012) Perfil emprendedor de los pequeños empresarios agropecuarios en el Valle de Puebla, México. *Entramado*, 8(1), 44-57.
- Martín, D. (2008). *Éxito para emprendedores*. Ediciones I. <https://elibro.net/es/ereader/bibliotecauv/60418?page=26>
- Martínez Fierro, S., Biedma Ferrer, J. y Ruiz Navarro, J. (2015). Las condiciones del entorno emprendedor y el desarrollo económico: un análisis de los países GEM. *Revista de Economía Mundial*, 181-212. ISSN 1576-0162
- Peña Legazkue, I., Guerrero, M., González Pernia, J. L., Montero, J., Fuentes Fuentes, M. y Díaz García, C. (2020). *Global Entrepreneurship Monitor Informe GEM España 2019-2020*. Universidad de Cantabria. <https://www.gemconsortium.org/file/open?fileId=50484>
- Porter, M. (2008). *¿Qué es la estrategia?* *Harvard Business Review América Latina*.

- Quezada Díaz, J. R., González del Castillo, E. O., Luis Reyes, A., Pérez Vázquez, L. F. y Toussaint Martínez de Castro, A. L. (2021). *El emprendimiento en el Estado de Guanajuato*. <https://www.gemconsortium.org/file/open?fileId=50510>
- Saavedra García, M. L. y Saavedra García, M. J. (2015). Fomento al emprendimiento: experiencia de México. *Revista Activos*, 13(25), 167-183. <https://doi.org/10.15332/s0124-5805.2015.0025.06>
- Sáez, B. (2020). *Emprendimiento y subsistencia: Radiografía a los microemprendimientos en Chile*. Fundación Sol.
- Sánchez Masferrer, M. (2014). *Empleo informal y emprendimiento en El Salvador. En Economía informal: ¿democracia a medias? Insumos para un diálogo impostergable*. Sistema de las Naciones Unidas en El Salvador.
- Sánchez Munar, D. E., Toloza Ordoñez, D. J. y Bermúdez Rivera, L. S. (2021). *Redes y alianzas para el fortalecimiento de los emprendimientos de subsistencia de las mujeres de la Corporación Fresia en la localidad de Usaquén*. Colecciones digitales Sistema Nacional de Biblioteca Rafael García - Herreros. https://repository.uniminuto.edu/bitstream/10656/13880/1/TE.GS_SanchezDaniel_TolozaDanna_Berm%c3%badezLee_2021
- Sanchis Palacio, J. R., Ejarque Catalá, A. T. y Campos Climent, V. (2020). *Emprendimiento sostenible: emprendimiento desde la cocreación de valor y el bien común* (Primera ed.). Pirámide.
- Schnarch Kirberg, A. (2014). *Emprendimiento exitoso: Cómo mejorar su proceso y gestión*. Ecoe Ediciones.
- Schnarch Kirberg, A. (2022). *Emprendimiento exitoso: Cómo mejorar su proceso y gestión*. Ecoe Ediciones.
- Segura Gutiérrez, J. M., Vázquez Ávila, L. P. y Niño Gil, J. (20 de noviembre de 2019). Emprendimientos de subsistencia: Concepto, alcances y limitaciones bajo el modelo neoliberal. *Pensamiento Americano*, 13(25), 182-191. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=8714010>
- Sung Park, S., y Duarte Masi, S. (2015). El perfil del emprendedor y los estudios relacionados a los emprendedores Iberoamericanos. *Revista internacional de investigación en Ciencias Sociales*, II(2), 291-314. <http://revistacientifica.uaa.edu.py/index.php/riics/issue/view/27>
- Terán Yépez, E. F. y Guerrero Mora, A. M. (2020). Teorías de emprendimiento: revisión crítica de la literatura y sugerencias para futuras investigaciones. *Revista Espacios*, 41(07). <http://www.revistaespacios.com/a20v41n07/a20v41n07p07.pdf>



índice de figuras

Figura 1. Pirámide del emprendimiento.....	8
Figura 2. Ecosistema del emprendimiento.....	9
Figura 3 . Eficacia operacional vs. posicionamiento estratégico.....	11
Figura 4. Unidades económicas a nivel nacional.....	14
Figura 5. Unidades económicas por municipio del estado de Puebla.....	15
Figura 6. Equipo de trabajo.....	21
Figura 7. Mapa de la región a estudiar.....	22
Figura 8. Análisis de los sectores económicos en los municipios de la región.....	31
Figura 9. Análisis de las actividades del sector primario en los municipios de la región.....	32
Figura 10. Análisis de las actividades del sector secundario en los municipios de la región.....	33
Figura 11. Análisis de las actividades del sector terciario en los municipios de la región.....	34
Figura 12. Análisis de los giros de negocio predominantes en los municipios de la región.....	35
Figura 13. Análisis de la actividad emprendedora por sexo en los municipios de la región.....	36
Figura 14. Análisis de los porcentajes de actividad emprendedora por sexo y municipio.....	37
Figura 15. Análisis de las edades de los emprendedores en los municipios de la región.....	38
Figura 16. Análisis de los empleos generados por los emprendedores en los municipios de la región.....	39
Figura 17. Análisis de la disponibilidad de capital propio de los emprendedores en los municipios de la región.....	40
Figura 18. Análisis del capital externo utilizado por los emprendedores en los municipios de la región.....	41
Figura 19. Análisis de los motivos por los que no utilizan capital externo los emprendedores en los municipios de la región.....	42
Figura 20. Análisis de la facilidad para tramitar la apertura de negocio por parte de los emprendedores en los municipios de la región.....	43
Figura 21. Análisis de los motivos por los que los trámites de apertura de negocios resultaron difíciles para los emprendedores en los municipios de la región.....	44
Figura 22. Análisis de los emprendedores en los municipios de la región que emiten facturas.....	45
Figura 23. Percepción de la facilidad del pago de impuestos.....	46
Figura 24. Conocimiento de los programas de apoyo gubernamentales.....	47
Figura 25. Emprendedores que han utilizado programas de apoyo gubernamentales.....	48

Figura 26. Nivel de estudios que tienen los emprendedores	49
Figura 27. Cursos en educación emprendedora.....	50
Figura 28 . Temas de capacitación deseada por los emprendedores	51
Figura 29. Posibilidad de acceso a nuevas tecnologías	52
Figura 30. Apoyo gubernamental para adquirir tecnología.....	53
Figura 31. Disponibilidad de proveedores para la operación del emprendimiento	54
Figura 32. Utilización de servicios de consultoría.....	55
Figura 33. Tipos de servicios de consultoría utilizados.....	56
Figura 34. Motivos por los que los emprendedores no usan consultoría	57
Figura 35. Servicios bancarios.....	58
Figura 36. Uso de la publicidad.....	59
Figura 37. Antigüedad de los emprendimientos	60
Figura 38. Trámites para el funcionamiento del emprendimiento	61
Figura 39. Percepción de la infraestructura que rodea al emprendimiento	62
Figura 40. Acceso a servicios de comunicación	63
Figura 41. Facilidad para acceder a los servicios de comunicación	64
Figura 42. Utilidad de los servicios de comunicación	65
Figura 43. Motivos para no utilizar servicios de comunicación	66
Figura 44. Percepción de sí mismo por parte del emprendedor	67
Figura 45. Percepción de la sociedad respecto al emprendimiento	68
Figura 46. Motivos por los que se inició el emprendimiento	69

Índice de tablas

Tabla 1. Conceptos de emprendimiento desde diferentes perspectivas	4
Tabla 2. Teorías del emprendimiento desde diferentes puntos de vista	5
Tabla 3. Cuadro de operacionalización de variables	23
Tabla 4 Matriz de consistencia metodológica	26
Tabla 5. Segmentación de la muestra por municipio.....	29
Tabla 6. Análisis del ingreso por sexo	38
Tabla 7. Resumen de indicadores	71

Índice de ecuaciones

Ecuación 1. <i>Fórmula de muestreo cuando se conoce el universo</i>	28
---	----





