



SECRETARÍA DE EDUCACIÓN PÚBLICA
TECNOLÓGICO NACIONAL DE MÉXICO
INSTITUTO TECNOLÓGICO DE MÉRIDA

ITM

TESIS

**PERFIL DEL EMPRENDEDOR DEL MUNICIPIO DE MÉRIDA:
CARACTERÍSTICAS SOCIODEMOGRÁFICAS Y COMPETENCIAS
EMPRENDEDORAS.**

PARA OPTAR AL GRADO DE:

**MAESTRO EN PLANIFICACIÓN DE EMPRESAS Y
DESARROLLO REGIONAL**

PRESENTA:

LIC. DAVID LEONARDO CACERES SOSA

ASESOR:

DR. RAÚL ALBERTO SANTOS VALENCIA

MÉRIDA, YUCATÁN, MÉXICO

07 DE OCTUBRE DE 2022



EDUCACIÓN
SECRETARÍA DE EDUCACIÓN PÚBLICA



TECNOLÓGICO
NACIONAL DE MÉXICO

Instituto Tecnológico de Mérida
Departamento de Posgrado e Investigación

DEPENDENCIA: DIV. DE EST. DE POSG. E INV.
No. DE OFICIO: X-120/22
Mérida, Yucatán, 08/junio/2022

ASUNTO: AUTORIZACIÓN DE IMPRESIÓN

**C. DAVID LEONARDO CACERES SOSA
PASANTE DE LA MAESTRÍA EN PLANIFICACIÓN
DE EMPRESAS Y DESARROLLO REGIONAL
PRESENTE.**

De acuerdo al fallo emitido por su director Raúl Alberto Santos Valencia y la comisión revisora integrada por Ana María Canto Esquivel, Hermila Andrea Ulibarri Benítez y Andrés Miguel Pereyra Chan, considerando que cubre los requisitos establecidos en el Reglamento de Titulación de los Institutos Tecnológicos le autorizamos la impresión de su trabajo profesional con la TESIS:

**“PERFIL DEL EMPRENDEDOR DEL MUNICIPIO DE MÉRIDA: CARACTERÍSTICAS
SOCIODEMOGRÁFICAS Y COMPETENCIAS EMPRENDEDORAS.”**

ATENTAMENTE

Excelencia en Educación Tecnológica®


**HERMILA ANDREA ULIBARRI BENÍTEZ
JEFA DE LA DIVISIÓN DE ESTUDIOS DE
POSGRADO E INVESTIGACIÓN**



C.p. Archivo
HAUB/AMPC/zac



SEP Instituto Tecnológico de Mérida, Km.5 Carretera Mérida - Progreso A.P 911
C.P. 97118 Mérida Yucatán, México, Tels. 9645000, Ext. 10001, 10401, 10601, 10201
e-mail: itm@itmerida.mx - <http://www.itmerida.mx>



2022 Flores
Año de Magón
PRELUDIO EN LA REFORMACIÓN MEXICANA

AGRADECIMIENTOS

Al Consejo Nacional de Ciencia y Tecnología.

A los profesores guías de esta investigación:

Dr. Raúl, Mtro. Andrés, Mtra. Hermila,

Mtra. María Antonia, Dra. Ana María.

Al Instituto Tecnológico de Mérida,

por abrirme las puertas y proporcionarme

las herramientas necesarias durante

la realización de este trabajo.

A los emprendedores que contribuyeron

con su participación y tiempo para

que este trabajo se realizara.

A mis compañeros, quienes

me acompañaron firmemente durante

los momentos difíciles y las adversidades

durante este proceso.

A quien ha estado a mi lado siempre

y me ha motivado a seguir adelante...

¡Gracias!

RESUMEN

El presente estudio tuvo como objetivo proponer un perfil del emprendedor en Mérida, basado en características sociodemográficas y competencias emprendedoras. Para el cumplimiento del objetivo, se realizó una investigación con enfoque cuantitativo, a través del diseño no experimental, transversal y de alcance descriptivo. Para la recolección de datos, se utilizó un cuestionario con escala tipo *Likert*. Dicho instrumento se aplicó a hombres y mujeres que sean emprendedores del municipio de Mérida, Yucatán. Los resultados fueron analizados mediante estadística descriptiva, en los cuales se identificaron características demográficas de los participantes, entre los cuales están la edad, el sexo, la ocupación, la escolaridad y su participación o no participación en algún programa de impulso al emprendimiento, donde el rango de edad es entre 23 y 47 años, la predominancia del sexo de los emprendedores fue mayor en los hombres que en las mujeres, entre quienes emprenden en Mérida. Al respecto de la razón de emprendimiento, resultó que la mayoría de los emprendedores que son empleados detectan una oportunidad como la razón para iniciar un emprendimiento; mientras que la mayoría de quienes se autoemplean, emprenden como resultado de la necesidad. Además, se encontró que el emprendimiento se da principalmente en personas que cuentan con un empleo, tienen al menos estudios de nivel bachillerato o profesional y declararon no haber participado en un programa de impulso al emprendimiento, lo cual se convierte en un aspecto no relevante para los emprendedores actuales. Por otro lado, al medir las competencias que debe reunir un emprendedor, resultó que todas se encontraban por encima de la media; sin embargo, al analizar los datos por sexo, resultaron relevantes diferentes competencias para hombres y mujeres. En el caso de los hombres, la experiencia técnica previa y la capacidad de reponerse y aprender; y en el caso de las mujeres la capacidad para trabajar con otros y familia y negocios. Finalmente es importante destacar que, adicionalmente a una propuesta del perfil del emprendedor del municipio de Mérida, este estudio logró establecer un nuevo objetivo de estudio relacionado con la paridad de género entre los emprendedores,

donde es necesario investigar, para comprender mejor por qué hay menos mujeres emprendedoras.

ABSTRACT

The present study aimed to propose a profile of the entrepreneur in Mérida, based on sociodemographic characteristics and entrepreneurial skills. For the fulfillment of the objective, research with a quantitative approach was carried out, through non-experimental, cross-sectional design and descriptive scope. For data collection, a questionnaire with a Likert-type scale was carried out. This instrument was applied to men and women who are entrepreneurs in the municipality of Mérida, Yucatán. The results were analyzed using descriptive statistics, in which demographic characteristics of the participants were identified, including age, sex, occupation, schooling and their participation or non-participation in a program to promote entrepreneurship, where the age range is between 23 and 47 years, the predominance of the gender of the entrepreneurs was greater in men than in women, among those who undertake in Mérida. Regarding the entrepreneurship reason, it turned out that most of the entrepreneurs who are employees detected an opportunity as the reason to start a venture; while most of those who are self-employed, undertake because of need. In addition, it was found that entrepreneurship occurs mainly in people who have a job, have at least high school or professional level studies, and declared that they did not participate in a program to promote entrepreneurship, which becomes an aspect not relevant for current entrepreneurs. On the other hand, when measuring the competencies that an entrepreneur must have, it turned out that they were all above the average; However, when analyzing the data by sex, different competencies for men and women were relevant. In the case of men, prior technical experience, and the ability to recover and learn; and in the case of women the ability to work with others and family and businesses. Finally, it is important to note that, in addition to a proposal of the entrepreneur profile of the municipality of Mérida, this study managed to establish a new study objective related to gender parity among entrepreneurs, where it is necessary to investigate, to better understand why there is less enterprising women.

ÍNDICE DE CONTENIDO

| | |
|---|----|
| CAPÍTULO I. INTRODUCCIÓN | 11 |
| 1.1 Antecedentes | 11 |
| 1.2 Planteamiento del problema | 17 |
| 1.2.1 Pregunta general | 18 |
| 1.2.2 Preguntas específicas | 18 |
| 1.2.3 Objetivo General | 19 |
| 1.2.4 Objetivos Específicos | 19 |
| 1.3. Justificación | 19 |
| 1.4 Limitaciones y Delimitaciones..... | 21 |
| 1.5 Contenido de los capítulos..... | 21 |
| CAPÍTULO II. MARCO TEÓRICO | 24 |
| 2.1 Emprendimiento | 24 |
| 2.2 Definición de emprendimiento | 24 |
| 2.3 Definición de emprendedor | 26 |
| 2.4 Tipología del emprendimiento..... | 28 |
| 2.5 Clasificación de emprendimiento | 29 |
| 2.6 Enfoques de emprendimiento | 31 |
| 2.7 Factores del emprendedor..... | 34 |
| 2.7.1 Competencias emprendedoras..... | 38 |
| 2.8 Entorno emprendedor | 41 |
| 2.9 Formulación de proyectos | 42 |
| CAPÍTULO III. MARCO CONTEXTUAL | 45 |
| 3.1 Municipio de Mérida, Yucatán..... | 45 |
| 3.1.2 Características demográficas del Municipio de Mérida, Yucatán..... | 45 |
| 3.1.3 Población Económicamente Activa (PEA) del Municipio de Mérida, Yucatán..... | 45 |
| 3.2 Emprendimiento en Mérida, Yucatán..... | 46 |
| 3.3 Gobierno y emprendimiento en el Municipio de Mérida, Yucatán | 47 |
| 3.4 Programa de impulso al emprendimiento. | 50 |
| CAPÍTULO IV. METODOLOGÍA | 51 |
| 4.1 Clasificación de la investigación..... | 51 |

| | |
|---|-----------|
| 4.2 Enfoque de la investigación | 52 |
| 4.3 Diseño de la investigación..... | 52 |
| 4.4 Unidad de Análisis y sujetos de estudio..... | 52 |
| 4.5 Definición de variables/factores y/o categorías | 53 |
| 4.6 Técnicas e Instrumentos de recolección de información | 55 |
| 4.7 Plan de análisis..... | 57 |
| CAPÍTULO V. RESULTADOS..... | 60 |
| 5.1 Características sociodemográficas..... | 60 |
| 5.1.1 Edad | 60 |
| 5.1.2 Sexo..... | 61 |
| 5.1.3 Ocupación | 61 |
| 5.1.4 Escolaridad..... | 62 |
| 5.1.5 Participación en algún programa de emprendimiento..... | 63 |
| 5.1.6 Razón principal de emprendimiento. | 64 |
| 5.2 Competencias emprendedoras..... | 65 |
| 5.2.1 Competencias emprendedoras por participación en un programa de impulso al emprendimiento..... | 66 |
| 5.2.2 Competencias emprendedoras por sexo. | 68 |
| 5.3 Perfil del emprendedor..... | 69 |
| CAPÍTULO VI. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES | 70 |
| 6.1 Conclusiones | 70 |
| 6.2 Recomendaciones..... | 71 |
| REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS | 73 |
| ANEXO 1 | 79 |

ÍNDICE DE TABLAS

| | |
|--|----|
| Tabla 2.1 Definición del emprendedor | 27 |
| Tabla 2.2 Clasificación de emprendimiento | 29 |
| Tabla 2.3 Enfoques del emprendimiento | 31 |
| Tabla 2.4 Evolución de enfoques del emprendimiento..... | 33 |
| Tabla 2.5 Características y competencias del emprendedor | 37 |
| Tabla 2.6 Definición de competencia. | 38 |
| Tabla 2.7 Competencias emprendedoras. | 40 |
| Tabla 3.1 Ejes Rectores del Plan de Desarrollo Municipal 2018-2021 | 48 |
| Tabla 3.2 Programas sectoriales del eje 1 Mérida con futuro próspero | 48 |
| Tabla 3.3 Programa Centro Municipal de Emprendedores..... | 49 |
| Tabla 4.1 Resumen de categorías de la investigación..... | 54 |
| Tabla 4.2 Resumen de técnicas e instrumentos de recolección de información. | 55 |
| Tabla 4.3 Análisis de la información. | 58 |
| Tabla 5.1 Resultados generales de las competencias emprendedoras. | 66 |
| Tabla 5.2 Resultados de las competencias emprendedoras por participación en algún programa de emprendimiento. | 67 |
| Tabla 5.3 Resultados de las competencias emprendedoras por sexo..... | 68 |

ÍNDICE DE FIGURAS

| | |
|---|----|
| Figura 1.1 Resultados de México en The Global Entrepreneurship Index 2018 | 16 |
| Figura 2.1 Dominio conceptual del emprendimiento como campo de conocimiento. | 35 |
| Figura 2.3 Esquema general del perfil del emprendedor | 36 |
| Figura 2.4 Diferencias y relación entre los conceptos: aptitudes, rasgos de personalidad y competencias | 36 |
| Figura 2.5 Modelo Canvas | 42 |
| Figura 3.1 Resultados de Mérida en el informe del Doing Business México 2016..... | 43 |

CAPÍTULO I. INTRODUCCIÓN

1.1 Antecedentes

Para analizar el tema del emprendimiento es necesario entender las bases de su concepción. Azqueta (2017) hace un análisis sobre este concepto y menciona que es importante comprenderlo por su contribución al desarrollo económico, principalmente en tres puntos: el origen de la palabra, la evolución del concepto para la elaboración de diferentes modelos y la interpretación asociada a los diferentes elementos bajo los cuales este tema es estudiado.

La palabra emprendedor (*entreprenuer*) es incluida por primera vez a principios del siglo XVI en la lengua francesa, en la obra de Antoine Furetière (1708) haciendo referencia a los aventureros que viajaban al *Nuevo Mundo*. Sin embargo, es hasta inicios del siglo XVIII cuando Richard Cantillón introduce el vocablo al discurso económico y hace referencia a la capacidad de generar riqueza, producción y consumo (Azqueta, 2017).

Cronológicamente, la escuela clásica ha aportado la idea de que el emprendedor debe tomar riesgos y aprovechar las oportunidades. Posteriormente, la escuela neoclásica plantea la eliminación de la incertidumbre hacia la búsqueda del bienestar bajo la premisa de la utilidad marginal, principio que comparte con la escuela austriaca (Azqueta, 2017).

En el contexto del siglo XX, se destaca la aportación del concepto de innovación por parte de Joseph Alois Schumpeter (Azqueta, 2017); en ese sentido, Girón (2000) hace un análisis de dichas aportaciones y menciona que la destrucción creativa es importante para el desarrollo económico, y esta se da a través de la innovación tecnológica.

Con el paso del tiempo y de las concepciones de diferentes autores, el término “emprendedor” se ha ido entendiendo solamente como un ente económico y poco a poco ha dejado de tomar en cuenta su lado antropológico, es decir, que ha ido desintegrando aspectos físicos, sociales y culturales que lo caracterizan. Análisis como el de Azqueta (2017) o el de Torres y Emilia (2007) desembocan en

el desarrollo de un modelo actualizado que incorpora los valores históricos y modernos, en el que los emprendedores resultan importantes para el desarrollo económico de los países.

En el ámbito internacional diversos organismos han abordado el tema del emprendimiento. En junio del 2016, el Banco Mundial incluyó en su agenda este tema como parte de las acciones para disminuir la pobreza extrema y el impulso de la prosperidad compartida en los países en desarrollo y reconoció durante su participación en la Cumbre Mundial del Emprendimiento de 2016 en Silicon Valley, que el papel de las pequeñas y medianas empresas influye en la creación de empleos y en el crecimiento económico, ya que representa la mayoría de los negocios que existen en países de ingreso bajo. Aunado a lo anterior, a través de un estudio realizado por la Corporación Financiera Internacional (IFC) se determinó que las pymes representan más de la mitad de los puestos de trabajo formales en el mundo, y su repercusión en el empleo total es comparable a la de las grandes empresas (González, 2016).

El Instituto Global de Emprendimiento y Desarrollo (GEDI, por sus siglas en inglés) promueve el conocimiento sobre los vínculos entre el espíritu empresarial, el desarrollo económico y la prosperidad. Este organismo busca medir tanto la calidad del espíritu emprendedor como el nivel de apoyo a iniciativas empresariales a través de 14 pilares. De acuerdo con los resultados del 2018, entre los 10 países más emprendedores, la mayoría de ellos son economías europeas, a excepción de Estados Unidos, Canadá y Australia (Ács, Szerb, & Lloyd, 2018). Dos aspectos resaltan de este grupo de países: todos cumplen en más del 80% con un ambiente institucional favorable al emprendimiento y todas son economías con clasificación de alto ingreso. En este contexto, los gobiernos deben comprender la vital importancia del emprendimiento y buscar el apoyo que permita crear una nueva empresa y ser sostenido en las primeras etapas de creación.

En el plano nacional, resultados de la Encuesta Nacional de Valores 2012 del Instituto Mexicano de la Juventud (IMJUVE), Durán-Encalada (2016) menciona que sólo un 16.4% de los jóvenes mexicanos ha intentado alguna vez iniciar un negocio de los cuales un 49.4% logró concretarlo y de estos, solamente un 82.8% mantenía en funcionamiento su negocio; aun cuando los jóvenes pensaban que en el país existían oportunidades para crear un negocio. En este sentido, Rodríguez (2010) citado (Durán-Encalada, 2016) señala que los resultados arrojaron un porcentaje muy bajo en cuanto al factor de contagio familia pro emprendimiento, es decir que no pertenecen a familias empresarias.

En años recientes se destaca el surgimiento de empresas, el anuncio de nuevas inversiones y la organización de eventos. Sin embargo, de acuerdo con el Índice Global de Emprendimiento 2018, México se ubica en la posición 75, cayendo 4 posiciones con respecto al resultado del año anterior, registrando bajas evaluaciones en los rubros de soporte cultural el cual mide el espíritu empresarial y la corrupción; la percepción de oportunidades de negocio y habilidades emprendedoras. (Pineda, 2018).

De acuerdo con resultados de un nuevo indicador propuesto por el Global Entrepreneurship Monitor, México ha sido señalado como el segundo mejor contexto para emprender en América Latina, considerando variables como la infraestructura pública, la educación para el emprendimiento a nivel superior y la apertura del mercado interno. No obstante, aunque los programas de apoyo al emprendimiento y el apoyo y relevancia de políticas gubernamentales también habían sido variables favorables, hay que tomar en cuenta la reciente desaparición del Instituto Nacional del Emprendedor (INADEM) y considerar que la mayor debilidad radica en una fuerte carga de impuestos y burocracia, lo cual dificulta la entrada los emprendedores al mercado (Hernández, 2019; Pineda, 2019).

Entre otros esfuerzos que se llevan a cabo en el país, existen organismos públicos y privados que se encargan de impulsar el desarrollo del ecosistema emprendedor. La Secretaría de Economía (SE) funge como organismo rector del

sector económico y desarrolla políticas enfocadas hacia la innovación, diversificación e inclusión productiva y comercial, así como de inversiones (Secretaría de Economía, 2019). Por su parte el Instituto Nacional del Emprendedor (INADEM), hasta 2019 fungió como una institución integral de apoyo al emprendedor impulsando su innovación, competitividad y proyección en los mercados nacional e internacional para aumentar su contribución al desarrollo económico y bienestar social (INADEM, 2019). Sin embargo, este instituto desaparece, como parte de las acciones de la llamada cuarta transformación del presidente de la república, Andrés Manuel López Obrador, bajo el argumento de eliminar intermediarios entre el gobierno y los beneficiarios de los programas dirigidos por el extinto INADEM.

Yucatán, dentro del Plan Estatal de Desarrollo (PED) 2018-2024 incluye como uno sus ejes rectores para el desarrollo sostenible “Yucatán con Economía Inclusiva” para apoyar a las personas en el desarrollo económico a través de ocho políticas públicas entre las que destacan: “Desarrollo Comercial y Fortalecimiento de las Empresas Locales” y el “Fomento Empresarial y al Emprendimiento”; lo anterior en interrelación con el eje transversal “Innovación, Conocimiento y Tecnología” que busca generar conocimiento que impulse ejes sectoriales que mejoren la calidad de vida de las personas (Diario Oficial de la Federación del Gobierno del Estado, 2019).

El estado cuenta con organismos como el Instituto Yucateco de Emprendedores (IYEM) el cual ofrece espacios para impulsar la competitividad de los emprendedores del Estado e imparte cursos, seminarios y diplomados formativos para el desarrollo de habilidades emprendedoras (Gobierno del Estado de Yucatán 2018-2024, 2019; IYEM, 2019).

En el ámbito local el Plan Municipal de Desarrollo (PMD) 2018-2021 considera como parte de sus ejes “Mérida con futuro próspero” en el que busca consolidar el Centro Municipal de Emprendedores, el cual se creó a partir del 2017 para desarrollar e implementar programas que cubran las necesidades de los

emprendedores, estimular modelos de emprendedurismo e impulsar la competitividad de las micro, pequeñas y medianas empresas de Mérida (Sauma, Camargo, & Paredes, 2018).

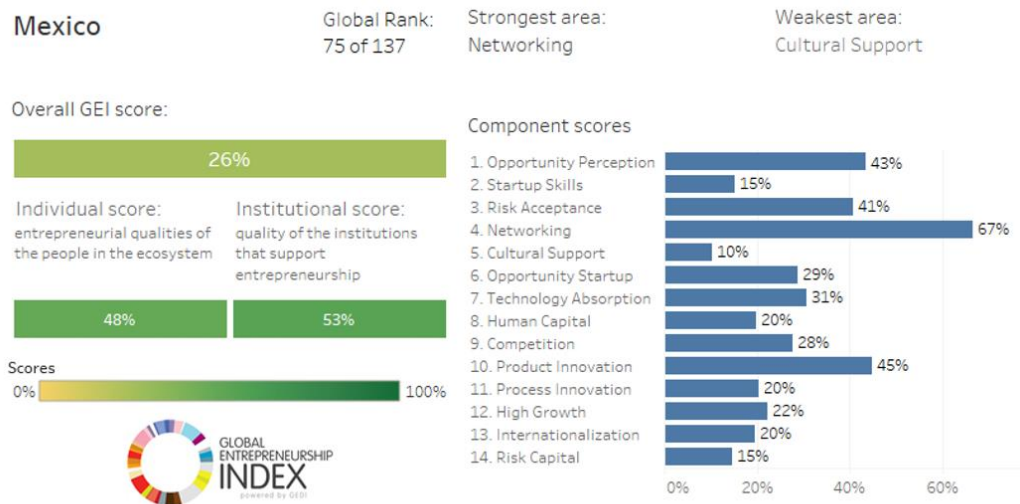
De acuerdo con estos antecedentes y el desarrollo del concepto de lo que hoy se conoce como emprendedor, así como la importancia que ha tomado en las economías de diversos países, entre los cuales México es observado y medido, se destacan indicadores como el soporte cultural, la percepción de oportunidades y las habilidades emprendedoras como temas relevantes de análisis. Esto último surge del Índice Global de Emprendimiento 2018, que indica que estos indicadores han registrado bajas evaluaciones.

A lo anterior se suma la opinión de representantes de organizaciones vinculadas al seguimiento del tema, Max Kaiser, director de Anticorrupción del Instituto Mexicano para la Competitividad (IMCO) consideró que las elecciones de 2018 serían una gran oportunidad para posicionar en la agenda de los candidatos el tema de la corrupción y su impacto en el emprendimiento. “Los jóvenes que están estudiando en este momento y que quieren poner una empresa deberían exigir a los candidatos que atiendan este tema, que lo pongan como su prioridad, que alguien con una buena idea pueda convertirla en negocio y que éste sea sustentable” (Citado en Angelica Pineda, 2018, párr. 8-9).

Es importante tomar en consideración que, si bien existen condiciones que permiten que más personas vean el emprendimiento como una opción de carrera, también habrá aspectos que mejorar. Así lo ilustran los resultados del GEDI, donde México tiene su mayor fortaleza en el rubro de networking y su mayor debilidad en el soporte cultural. (Ver figura 1).

Figura 1.1

Resultados de México en The Global Entrepreneurship Index 2018



Fuente: (Ács et al., 2018).

Según datos obtenidos acerca del ecosistema emprendedor en México, Senderos (2018) encontró que de todos los mexicanos que quieren emprender, un tercio no lo hace por miedo al fracaso, es destacable que por cada mujer hay dos hombres emprendedores; el 33% de los emprendedores son jóvenes entre 25 y 34 años, 54% son solteros, 3 de cada 10 emprendedores inician un negocio por necesidad; el resto por buscar un mejor estilo de vida y un crecimiento. El 89% de los que inician, lo hacen con dinero propio o de la familia y solamente el 3% a través de inversión formal. Un 66% de ellos vende menos de \$500,000 pesos al año, y el 80% vende menos de un \$1 millón al año; 52% de los negocios son operados desde casa o sin oficinas, además, 75% de las empresas creadas cierran en menos de dos años. Todos estos datos apuntan hacia aspectos relacionados con las características y habilidades que debe desarrollar el emprendedor, así como las condiciones de su entorno social, cultural, político y económico; que en conjunto pueden influir positivamente en él.

En Yucatán, específicamente en el municipio de Mérida, no se ha encontrado literatura sobre estudios o investigaciones relacionadas con las características de los emprendedores que participan en programas que impulsan negocios de nueva creación.

1.2 Planteamiento del problema

Inmerso en un prolífero ambiente de “start ups” en el estado de Yucatán, donde las tecnologías de la información tomaban el protagonismo, diversos programas públicos y privados fueron dando prioridad únicamente a ese sector. Sin embargo, en ese contexto, también se encontraban las necesidades de otros sectores con menos capacidades que no estaban siendo atendidos, entre los que figuran micro y pequeños empresarios.

Más tarde, la aparición de la pandemia por COVID-19 ocasionó la proliferación de nuevos emprendimientos para subsanar la crisis económica generalizada. Al ser una respuesta inmediata por parte de la sociedad, muchos de los nuevos emprendedores se enfrentaron a un mundo desconocido y lleno de retos debido a la poca o nula preparación para crear y mantener un negocio con éxito.

Resulta imprescindible para los programas de impulso al emprendimiento, identificar qué competencias se relacionan con este fenómeno ya que pueden contribuir a la mejora de sus procesos para la incubación de negocios en el municipio de Mérida. Al conocerlos, se previene el riesgo de desaprovechar al talento emprendedor para generar nuevos empleos y empresas que impactan en el desarrollo de la economía local. Adicionalmente, se consideran las necesidades de fondo de los emprendedores para el desarrollo de las competencias.

De acuerdo con Barroso y Santos (2021) existe la posibilidad de que muchos planes y programas de apoyo al emprendimiento, se han basado únicamente en factores económicos, que no corresponden a las características

emprendedoras de la población ni toman en cuenta los mecanismos de conocimiento a través de la innovación, dejando que el desarrollo de muchos de los emprendimientos recaiga en el conocimiento transmitido tradicionalmente de padres a hijos, ajenos a las nuevas tendencias, impidiendo una mejora en la competitividad de los negocios y en calidad de vida de los emprendedores quienes los desarrollan.

Por esta razón, es necesario determinar un perfil con los factores que se relacionan con las características con las cuales debe contar un emprendedor para incrementar sus probabilidades de éxito al participar en el programa de emprendimiento en el Municipio de Mérida.

1.2.1 Pregunta general

¿Cuál es el perfil del emprendedor en la ciudad de Mérida Yucatán?

1.2.2 Preguntas específicas

1. ¿Cuáles son las características sociodemográficas de los emprendedores en la ciudad de Mérida?
2. ¿Cuál es la principal razón por la que iniciaron sus actividades de emprendimiento?
3. ¿Cuáles son las competencias emprendedoras de los emprendedores en la ciudad de Mérida?
4. ¿Qué diferencias y similitudes existen entre los emprendedores que han participado en algún programa de impulso al emprendimiento, ya sea público o privado y los que no han participado en ninguno de los anteriores?
5. ¿Qué diferencias y similitudes existen entre los emprendedores que son hombres y las que son mujeres?
6. ¿Cuáles son las características sociodemográficas y las competencias emprendedoras que integran el perfil del emprendedor en la ciudad de Mérida, durante la pandemia?

1.2.3 Objetivo General

Proponer un perfil del emprendedor en la ciudad de Mérida, basado en características sociodemográficas y competencias emprendedoras.

1.2.4 Objetivos Específicos

1. Identificar las características sociodemográficas de los emprendedores en la ciudad de Mérida.
2. Identificar la razón principal por la que iniciaron sus actividades de emprendimiento.
3. Identificar las competencias emprendedoras de los emprendedores en la ciudad de Mérida.
4. Comparar las diferencias y similitudes entre los emprendedores que han participado en algún programa de impulso al emprendimiento y los que no han participado en ninguno.
5. Comparar las diferencias y similitudes entre los emprendedores que son hombres y las que son mujeres.
6. Integrar el perfil de los emprendedores en la ciudad de Mérida.

1.3. Justificación

Realizar este estudio ofrece la oportunidad de generar información sobre el emprendedor actual en la ciudad de Mérida. En este sentido, también servirá a los actores encargados de diversos programas de impulso al emprendimiento para incluirla en sus procesos, lo que podría contribuir a generar mayores posibilidades de éxito para los proyectos de los emprendedores.

Integrar elementos relacionados con el emprendimiento y consolidar un perfil actual resulta oportuno, ya que la existencia de este tipo de programas se basa en cubrir las necesidades de los emprendedores e impulsar a las empresas. Por lo anterior, la información obtenida será complementaria ellos y su planificación.

La información que se generará a partir de esta investigación permitirá subsanar un vacío de conocimiento que existe actualmente y sentará las bases para futuras investigaciones que apliquen a programas similares. Además, permitirá conocer de primera mano las necesidades de capacitación de los emprendedores, así como la evolución del emprendedor, orientando proyectos que fomenten la gestión del conocimiento.

De acuerdo con tres de los 17 objetivos de desarrollo sostenible planteados por la Organización de las Naciones Unidas (ONU): fin a la pobreza; trabajo decente y crecimiento económico; e industria, innovación e infraestructura (Mohammed Amina J., 2019); esta investigación impacta positivamente a su cumplimiento, así como a las diferentes políticas, estrategias y líneas de acción propuestas en los planes de desarrollo de los tres niveles de gobierno: Plan Nacional de Desarrollo de México 2019-2024, Plan Estatal de Desarrollo de Yucatán 2018-2024 y Plan Municipal de Desarrollo de Mérida 2018-2021 (Diario Oficial de la Federación, 2019; Diario Oficial de la Federación del Gobierno del Estado, 2019; Sauma et al., 2018).

El presente documento pretende beneficiar de manera directa los programas de impulso al emprendimiento en el municipio de Mérida, empresas, cámaras empresariales e instituciones públicas y privadas quienes contarían con nuevos recursos para el desarrollo de sus programas. Por otro lado, beneficiaría indirectamente a los emprendedores que aspiran a formar parte alguno de los programas que les ofrezcan una mejor propuesta a sus necesidades, lo cual se traduciría en el nacimiento, crecimiento y permanencia de nuevas empresas, que ofrezcan no solo mayor fortalecimiento de la economía local, sino también soluciones a las necesidades y deseos de la sociedad en general, con productos y/o servicios con un valor agregado.

1.4 Limitaciones y Delimitaciones

Delimitaciones

El presente proyecto de investigación se llevará a cabo en la ciudad de Mérida.

La duración del estudio será de 21 meses que abarcan entre septiembre de 2019 y junio de 2021.

Se realizará únicamente con emprendedores del municipio de Mérida, que hayan participado o no en algún programa de impulso al emprendimiento público o privado.

Limitaciones

La principal limitación que se identifica es la disponibilidad de tiempo de los emprendedores.

De igual manera, se dispone de recursos propios para la elaboración de la investigación.

1.5 Contenido de los capítulos

Para el cumplimiento del objetivo planteado, la presente investigación está dividida en seis capítulos, donde se describe el soporte teórico y contextual, los medios y procedimientos que se utilizaron para recabar la información, el análisis de los datos, las conclusiones y recomendaciones derivadas de los resultados obtenidos.

El capítulo I presenta los antecedentes del emprendimiento para contextualizar el problema que es objeto de esta investigación. Partiendo del análisis del concepto, su evolución a través del pensamiento de importantes autores que han trabajado en el desarrollo del tema y las interpretaciones que explican los diferentes elementos asociados al emprendimiento. Bajo este panorama, se plantea una serie de preguntas y objetivos que dirigen el rumbo de esta investigación, así como la justificación de su realización.

En el capítulo II titulado “Marco teórico” se reúnen los conceptos que fundamentan esta investigación, incluyendo trabajos de investigación realizados previamente, material de libros, artículos y trabajos empíricos. Se define el emprendimiento, al emprendedor, las diferentes clasificaciones que se han realizado para analizar este fenómeno, partiendo de características del emprendedor, así como de su entorno. Además, se incluyen modelos que han surgido alrededor de este tema.

Finalmente se analizan los factores del emprendedor desde diferentes esferas que van desde los personales hasta las que tienen que ver con su entorno.

Asimismo, en el capítulo III denominado “Marco contextual” se describen los elementos del entorno, relacionados con el tema de investigación. Se incluyen aspectos como el espacio físico, la población, el desarrollo del emprendimiento en el contexto y las características de un programa de impulso al emprendimiento en Mérida, Yucatán.

De igual forma, en el capítulo IV llamado “Metodología” se hace la descripción detallada de los procedimientos llevados a cabo en la presente investigación, los cuales incluyen el enfoque y clasificación de la investigación, la unidad de análisis y sujetos de estudio, se definen los factores y categorías, usados para la elaboración del instrumento de recolección de datos, así como la validación de dicho instrumento. Por último, se incluye el procedimiento del análisis de la información obtenida.

Para el capítulo V “Resultados” se estructura el análisis de los datos obtenidos del instrumento de recolección de manera descriptiva, de acuerdo con los objetivos específicos establecidos en la presente investigación. Los hallazgos del instrumento, aplicado a emprendedores de Mérida en los meses de abril y mayo del 2021 mediante la plataforma Google Forms, debido a la pandemia de la Covid-19, corresponden al orden del planteamiento de los objetivos al inicio de este trabajo de investigación y se irán describiendo de esa manera.

Por último, el capítulo VI “Conclusiones y recomendaciones” hace énfasis en el cumplimiento de cada uno de los objetivos específicos planteados para la consecución del objetivo general. Se presentan las conclusiones relevantes que permitirán entender la construcción e importancia de un perfil de emprendedor en Mérida. Además, se señala una línea de investigación a futuro, derivada del presente documento.

CAPÍTULO II. MARCO TEÓRICO

2.1 Emprendimiento

El primer curso empresarial que se impartió en Estados Unidos en la Universidad de Harvard en 1947 marcó el precedente en la popularización del emprendimiento por todo el mundo y atrajo la atención de la comunidad científica y académica de diferentes países, incluyendo a México en los últimos años (Finkle, 2013; Katz, 2003; Mayer, Charles, & De la Garza, 2019). Bajo esta referencia, podemos relacionar el fenómeno del emprendimiento con la capacitación, un proceso que busca desarrollar habilidades en las personas para desempeñar un trabajo bien hecho y con la capacidad de cubrir las necesidades de quien lo ofrece y de quien lo recibe.

En este sentido, Gómez-Gras (2009) señala que dicho interés se ha reflejado en las últimas décadas a través de la recolección de investigaciones centradas en el empresario, su empresa y de su repercusión en el entorno económico y social. Por otra parte, el interés alrededor del emprendimiento también ha permitido la aparición de programas que buscan fomentar la creación de empresas con las habilidades necesarias para el desarrollo regional y se investiga y analiza la situación actual de países que implementan dichos programas (Mayer et al., 2019).

2.2 Definición de emprendimiento

La concepción de la palabra “emprendimiento” es un camino aún de exploración, ya que no solo se trata de la creación de empresas con determinadas características y los empresarios responsables de dirigirlas y sus características, sino también incluye el entorno social, económico y político que lo rodea. Este tema es abordado de diferentes maneras en por la comunidad científica en varios países, por lo que se encontrarán diferentes acepciones que explican la misma realidad con sus particularidades acorde a su contexto. Por ejemplo, los investigadores de Estados Unidos, donde se detona este área de estudio se refieren al tema con la palabra “Entrepreneurship” (Katz, 2003), en España lo hacen con el término “Empresarialidad” bajo el planteamiento de una estructura

empresarial dominada por la pequeña y mediana empresa en la que las personas se ocupan por cuenta propia al identificar oportunidades para la creación de nuevas empresas (Brunet & Alarcón, 2004), cabe señalar que en este país el 99% del total de las empresas son microempresas (Urbano & Toledano, 2008). En Colombia por su parte, se aborda como “Emprendimiento y Empresarialidad (Guarnizo & Velásquez, 2015) siendo la parte de empresarialidad enfocada a las capacidades de las personas (Charry, 2010; Miranda & Valencia, 2010, Sanabria, 2010), incluso en México existe evidencia del uso de este término ante la ausencia de un término sólido equivalente al surgido en Estados Unidos (Pérez, Oliver, Merrit, Márquez, & León, 2006).

El emprendimiento para Sanabria (2010) integra aspectos tanto personales como sociales del individuo para la toma de decisiones que impactan positivamente su realidad, y lo define como “la actitud con la que el ser humano afronta las diferentes situaciones que se presentan en su vida; es la capacidad de ver nuevas oportunidades y de convertirlas en realidad” (pág. 10). En ese sentido, Urbano & Toledano (2008) se refieren además de la adopción de actitudes, a comportamientos ante la vida profesional y personal. Sin embargo, como lo sustenta Van de Ven (1993) hay que considerar la integración tanto de características y comportamientos individuales como los factores sociales, económicos y políticos en lo que él denomina “infraestructura para el emprendimiento”, y añade otro factor, el del emprendimiento en grupo.

Castillo (1999) analiza a diversos autores pioneros del área y menciona que el emprendimiento y la enseñanza de esta, no está basada únicamente en el número de empresas creadas, ni se trata de si son pequeñas o medianas, sino más bien de crecer, viendo el crecimiento como como una facultad y también como orientación; de crear riqueza generando desequilibrio o equilibrio y de considerar el mercado, las personas y los recursos. Partiendo de lo anterior, señala que las empresas creadas a partir de estas consideraciones tendrán más probabilidades de éxito.

Se trata de una función empresarial que es propia de los empresarios, de acuerdo con Cuervo, Ribeiro, & Roig (2007), sean estos de carácter individual o corporativo, en sus respectivos contextos: los primeros en la pequeña y mediana empresa y los segundos en las grandes empresas; en la que dicha función busca el aprovechamiento de las oportunidades, identificándolas, evaluándolas y explotándolas para crear empresas que impulsen la economía, la innovación, la competencia y la creación de empleos para mejorar la sociedad.

Entre otras denominaciones para hacer referencia al emprendimiento se encuentran el emprendedorismo (Roza, Polli, & Hagedorn, 2004), el factor empresarial, la iniciativa empresarial, el comportamiento empresarial e incluso se habla de espíritu empresarial (Cuervo et al., 2007). Ante esta diversidad de maneras de explicar este fenómeno, Rodríguez (2009) quien ha realizado un análisis holístico del emprendimiento, señala que no es posible precisar una definición del término; esto se debe en gran medida a los diferentes enfoques bajo los que se aborda el tema. Lo que es claro es que los investigadores coinciden en explicarlo como una capacidad dinámica que lleva a la creación de empresas desde las oportunidades, con el factor de la innovación y en beneficio de la sociedad.

2.3 Definición de emprendedor

En cuanto a lo que representa ser emprendedor, se trata de la figura central del emprendimiento aunque no la única, partiendo de la dimensión de la creación de empresas (Roza et al., 2004), describiendo a la persona que ejecuta el emprendimiento; asimismo, la Real Academia Española (2014) define la palabra como un adjetivo para calificar a quien emprende con resolución empresas innovadoras.

Se trata de un término que ha ido evolucionando para alcanzar un consenso hacia a una definición; Bucardo, Saavedra, & Camarena (2015) concluyen que el emprendedor está impulsado por la necesidad de innovar, incluso si se trata solo de ideas, y toma riesgos a lo desconocido con alta incertidumbre y hacen una

síntesis de autores relevantes en la tabla 1, la cual se complementa con información de Chan, Escalante, & Robles (2015) en la que se incluyen definiciones sobre las que se han sentado las bases de diversas investigaciones.

Tabla II.1
Definición del emprendedor

| Autor | Definición |
|--|---|
| Richard Cantillon (1975) | Una persona que se caracteriza por comprar productos a precios conocidos para venderlos a precios desconocidos. |
| Schumpeter (1934) | Ente generador de crecimiento económico. Destructor creativo (proceso de desarrollo caracterizado por la innovación constante). |
| Cantillon, Thunen y Baudeau (Citados en Rodríguez, 2009) | Tomador de riesgo y persona demasiado inteligente. |
| Benthan y Smith (Citados en Rodríguez, 2009) | Tomador de decisiones con riesgo innovador y como trabajador innovador. |
| Pereira (2003) | Es quien percibe la oportunidad y crea la organización para aprovecharla. |
| De Vries (1977) | Concibe e implementa una idea a través de la innovación, administración y toma de riesgos. |
| Drucker (1970) | Ejecuta las tareas de proyección, combinación, innovación y anticipación. |
| Baumol (1968) | Es más que un organizador y que un innovador, debe conseguir nuevas fuentes de recursos y métodos de mercadeo y estructurar una nueva organización. |
| Dees (1998) | Es capaz de destrucción creativa, creación de valor, identificación de oportunidades e ingenio. |
| Harper (1991) | Persona capaz de detectar oportunidades y con las habilidades necesarias para desarrollar a partir de ellas un nuevo concepto de negocio. |
| Edwards (1992) | Persona que busca un trabajo con significado, haciendo lo que mejor sabe hacer a su manera. |
| Dollinger (1999) | Individuo con capacidad de crear e innovar, de obtener y manejar recursos y de evaluar la posibilidad de éxito y su correspondiente riesgo. |
| Lambing y Kuehl (1997) | Persona que usa sus recursos personales para generar bienestar. |

| Autor | Definición |
|---------------|---|
| Stacey (1980) | Persona capaz de caer y levantarse con una nueva perspectiva de las cosas y un aprendizaje que le permitirá mejorar su desempeño. |

Fuente: Elaboración propia con datos de (Bucardo et al., 2015; Chan et al., 2015)

Para Alicia Castillo (1999) no es suficiente el hecho de crear una empresa, sino que además, como plantea Rodríguez (2009) se debe ser capaz de perseguir las oportunidades y de innovar, manteniendo permanentemente este estado, acompañado de una alta motivación y compromiso; de esta manera, también se puede aludir al emprendedor como empresario individual o empresario independiente (Cuervo et al., 2007).

Al ser creador de nuevas empresas, el emprendedor forma parte de una discusión sobre su concepto. Existe una diferenciación entre lo que se conoce como pequeña empresa y el emprendimiento, ya que no todas las nuevas empresas son consideradas de naturaleza emprendedora. La pequeña empresa se presenta como pequeña durante toda su etapa de crecimiento y se caracteriza por tener un operador o dueño independiente (Carland, Hoy, Boulton, & Carland, 2006). En este sentido Schumpeter (1934) citado en Carland et al. (2006) hace referencia al factor crítico: la innovación; y propone cinco categorías de comportamiento que son características de una empresa emprendedora: la introducción de nuevos productos; la introducción de nuevos modos de producción; la apertura de nuevos mercados; la apertura de nuevas fuentes de suministro y la reorganización industrial.

De esta manera se fortalece la idea del emprendedor como una persona que es capaz no solo de crear una empresa, sino es de hacerlo implementando alguna innovación en el desarrollo de la misma.

2.4 Tipología del emprendimiento

Ante la diversidad de información que existe sobre el tema, es posible encontrar clasificaciones de tipos de emprendedores, así como enfoques del emprendimiento o escuelas del pensamiento emprendedor, sin embargo, todas

estas maneras se pueden considerar viables para describir al emprendedor. En medio de esta discusión entre la comunidad científica se han concebido dos posturas al respecto: estudios basados en la personalidad del emprendedor y otros basados en el contexto en que se desenvuelven; Rodríguez & Jiménez, (2005) concluyen al respecto que es necesario integrar estas posturas, ya que el emprendedor no es un ente aislado, pues debe ser capaz de identificar las oportunidades de su contexto para aprovecharlas.

2.5 Clasificación de emprendimiento

Considerando lo anterior se presentan en la tabla 2, tres formas de clasificar el emprendimiento: por su origen, por las áreas de oportunidad y por la personalidad; mismas que se explican posteriormente.

Tabla II.2
Clasificación de emprendimiento

| Por su origen | Por área de oportunidad | Por la personalidad |
|--|---|---|
| Emprendimiento de Oportunidad (OEA: Opportunity Entrepreneurship Activity) | Emprendedor social Emprendedor ecológico Emprendedor artístico y cultural | Emprendedor administrativo Emprendedor oportunista Emprendedor adquisitivo Emprendedor incubador |
| Emprendimiento por necesidad (NEA: Necessity Entrepreneurship Activity) | Emprendedor de negocios Emprendedor deportivo Emprendedor político | Emprendedor imitador |

Fuente: Elaboración propia con datos de (Alcaráz, 2011; Marulanda, Montoya, & Vélez, 2014; Palmerín & Sesento, 2018).

Primero, (Marulanda et al., 2014) clasifican el emprendimiento tomando como referencia la evaluación del Global Entrepreneurship Monitor que mide el nivel de actividad empresarial, identificando dos tipos principales de emprendimiento o motivación: el OEA realizado por personas que perciben una oportunidad de negocio y crean empresa como una de varias opciones de carrera; y el NEA, que es el que hacen las personas para poder subsistir. Esta clasificación señala la intención bajo la cual se fundamenta la creación de una empresa, es decir si es el resultado de una necesidad insatisfecha a través de una idea

innovadora o si está relacionada con una situación desfavorable como el desempleo.

Segundo, en el entendido que el emprendimiento se trata de aprovechar oportunidades Palmerín & Sesento (2018) describen seis áreas como resultado de los cambios sociales que corresponde a diversos sectores productivos de la sociedad. Esto quiere decir que su clasificación divide el emprendimiento de acuerdo con el área de impacto en la sociedad y de esa manera se pueden analizar mejor sus particularidades: el emprendedor social prioriza el bienestar social, el enfoque multiplicador y el impacto a largo plazo, persiguen un propósito personal que logre transformar la realidad y el aspecto económico no funge como su motivador principal; el emprendedor ecológico busca un equilibrio entre la solidez económica y la sostenibilidad ambiental, esta última funge como su principal objetivo, suelen ir contra posturas y tendencias políticas; el emprendedor artístico y cultural busca vivir de su profesión, se caracterizan por su interés en el desarrollo personal a través de su actividad, la innovación, la cooperación y la búsqueda constante de oportunidades; el emprendedor de negocios es el que crea nuevos productos, abre nuevos mercados, crean nuevos tipos de organizaciones y son innovadores; el emprendedor deportivo hace referencia a quien se encuentra en la organización de competencias y eventos, así como la venta de artículos y productos relacionados con el deporte. Finalmente, el emprendedor político se enfoca en la creación de nuevas leyes y reformas, propone soluciones innovadoras para atender necesidades de desarrollo social, se caracteriza por ocupar un puesto de poder.

Tercero, de acuerdo con la personalidad del emprendedor, Alcaraz (2011) cita a Schollhammer (1980) para describir los rasgos y las cualidades que configuran determinadas maneras de actuar. El emprendedor administrativo implementa la investigación y el desarrollo para generar nuevas ideas; el emprendedor oportunista está en la búsqueda constante de nuevas oportunidades y está siempre alerta ante la aparición de alguna en su entorno; el emprendedor adquisitivo se mantiene en constante innovación y preparación para mejorar y

crecer; el emprendedor incubador es el que crea unidades independientes y las convierte en negocios nuevos a partir de algo ya existente; el emprendedor imitador es el que genera sus procesos de innovación a partir de elementos básicos existentes y los mejora.

A través de esta clasificación se pueden integrar tres factores que se interconectan en el ejercicio del emprendimiento, desde el punto de vista de emprendimiento mismo visto como idea, desde el impacto en algún área social y desde la perspectiva del emprendedor.

2.6 Enfoques de emprendimiento

De acuerdo con Canales, Román y Ovando (2017) se pueden identificar cuatro enfoques complementarios sobre la perspectiva del emprendimiento: la primera, schumpeteriana, el entorno macro, el ámbito meso y el contexto microanalítico, mismas que se describen en la tabla 3.

Tabla II.3

Enfoques del emprendimiento

| Enfoque | Características |
|----------------|--|
| Schumpeteriano | El emprendedor es el creador de la innovación. La innovación origina el crecimiento Descubre oportunidades y las materializa en proyectos Incide en la transformación y evolución de las sociedades Los momentos de crisis representan nuevos ciclos de negocios |
| Macroanalítico | Incidencia del emprendedor en indicadores macroeconómicos: crecimiento económico, empleo, innovación, apertura de mercados Es estudiado por organismos internacionales a nivel de indicadores |
| Mesoanalítico | Enfoque de equilibrio entre aspectos macro y micro Asocia aspectos del entorno inmediato con el emprendedor Aparición de metodologías de integración como el CANVAS |
| Microanalítico | Busca identificar y examinar las cualidades del emprendedor Agrupa dichas cualidades en aspectos como: motivaciones, atributos, actitudes y aptitudes. |

Fuente: Elaboración propia con datos de Canales et al. (2017).

Sobre el enfoque schumpeteriano Landreth & Colander (2006) se refieren al emprendedor caracterizado por asumir riesgo, aprovechar contextos ignorados por otros, el empleo de tecnologías e innovación. El enfoque macro está orientado hacia la incidencia del emprendedor en indicadores sociales y económicos como el empleo, el crecimiento económico, la generación de innovaciones y la apertura de nuevos mercados. Además, también integra el contexto cultural y educativo, regulaciones políticas, estructura y dinámica productiva, incluso aspectos personales y las redes del emprendedor (Kantis, Angelelli, & Koenig, 2004). En cuanto al enfoque meso, (Gibb & Ritchie, 1982) se refieren a un equilibrio entre ambientes macro y micro, apuntando al vínculo entre el emprendedor y su entorno; se trata de un mecanismo multifactorial en el que convergen el negocio y factores como el financiamiento y el ambiente idóneo para su desarrollo, incluyendo la implementación de metodologías como el CANVAS (Osterwalder & Pigneur, 2010) que contempla factores incidentes en el desarrollo de una empresa. En el enfoque micro se reconocen las cualidades que posee el emprendedor, considerando aspectos personales y profesionales, motivaciones, atributos, habilidades y aptitudes (Davis & McClelland, 1962; Fuentes & Sánchez, 2010; Hisrich, Peters, & Shepherd, 2013; Lerma, A. Martín, A. Castro, 2017).

Con relación a los enfoques sobre el emprendimiento, estos han ido evolucionando desde los que se centraban en la personalidad del emprendedor y luego en la filosofía cultural del emprendedor; con el tiempo los investigadores se dieron cuenta de la importancia de reconocer el contexto y han hecho sus aportaciones. Al respecto, Murray & MacMillan (2006) describen tres enfoques importantes desde su óptica, explicadas en la tabla 4.

Tabla II.4

Evolución de enfoques del emprendimiento

| Enfoque | Descripción | Autor |
|-------------------------|---|--|
| Teorías psicológicas | De los primeros estudios en abordar el emprendimiento a través de la personalidad. Propone que la necesidad de logro se adquiere culturalmente y es un elemento clave en un emprendedor. Esta teoría identifica características relevantes del emprendedor como la tolerancia a la ambigüedad, alta necesidad de autonomía, de exigencia y de independencia, baja necesidad de apoyo y conformidad y una capacidad de perseverancia. Por otra parte, las conclusiones más recientes de esta teoría apuntan hacia una vinculación de la personalidad con la estructura organizativa. | McClelland (1967), Collins, Moore y Unwalla (1964), Sexton y Bowman (1985), Schein (1983), Kets de Vries y Miller (1984, 1986). |
| Teorías socioculturales | Se trata de una tendencia de la creación de emprendedores basada en una respuesta a la pérdida del <i>status quo</i> o a la falta de movilidad social. El emprendedor toma riesgos y percibe oportunidades que combina con sus recursos. Por otro lado, toma en cuenta los cambios en el transcurso de la vida, las percepciones de deseabilidad y de viabilidad de una empresa. Interactúan muchos factores situacionales y culturales. Un emprendimiento no es exclusivamente resultado de una situación negativa, también puede ser parte de una respuesta positiva. | Weber (1930), Hagen (1960), Brenner (1987), Vesper (1983), Mart i n (1984) y Shapero y Sokol (1982). |
| Teoría de redes | Explica que a través de las redes se pueden colocar al emprendedor el contexto social. Las redes pueden ser informales: familia, amigos, negocio; o formales: bancos, abogados, contadores. El emprendedor se desarrolla en incubadoras, que actúan como organizador de espacios y servicios para emprendedores. Enfoque orientado a los procesos y la complejidad contextual, integra cuatro perspectivas: las características del individuo que inicia la empresa, la organización que ellos crean, el entorno que rodea la nueva empresa, y el proceso a través del cual la | Birley (1985), MacMillan (1983), (Smilor y Gill, 1986), (Vesper, 1983), (Cooper, 1986), Aldrich y Zimmer (1986), Gartner (1985a), |

| | | |
|--|---|-------------------------------------|
| | nueva empresa se inicia. Examina variables psicológicas, personales/demográficas, organizativas y de situación del entorno. | Carsrud, Olm, y Eddy (1986). |
|--|---|-------------------------------------|

Elaboración propia con datos de Murray & MacMillan (2006).

Esta evolución refleja una tendencia de investigación hacia un enfoque más contextual, con un análisis de factores que son dinámicos, buscando explicar la relación entre las características del emprendedor y su entorno, logrando un mejor entendimiento del fenómeno del emprendimiento.

2.7 Factores del emprendedor

Estudiar al emprendedor como individuo según Cuervo et al. (2007) requiere el análisis de variables como características personales, perfil psicológico o variables no psicológicas como la educación, la experiencia, las redes, familia, etc. En este sentido, también se han considerado las características demográficas en estudios demográficos del emprendimiento, aunque limitadas al tamaño pequeño de las muestras, las cuales podrían no ser comparables.

El fenómeno del emprendimiento no puede concebirse únicamente desde la oportunidad o de las características y capacidades del individuo emprendedor, sino que hay que establecer interconexiones con el entorno (Pereira, 2007). Se trata de estudiar las interrelaciones y no únicamente los elementos; esto se describe gráficamente en la figura 2, fundamentada en el resultado de investigaciones previas.

Figura 2.1

Dominio conceptual del emprendimiento como campo de conocimiento.

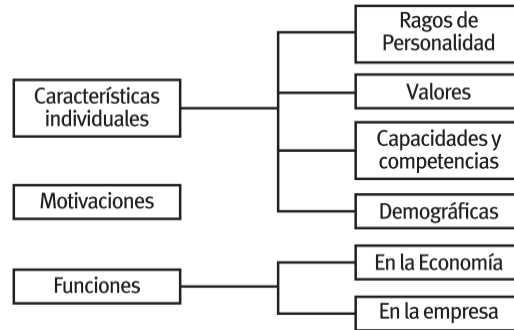


Fuente: Pereira (2007).

Por su parte Marulanda et al. (2014) proponen un esquema general que amplía lo anterior con factores inherentes al ser y otros externos, comprendiendo tres perspectivas con sus respectivas subdivisiones. 1. Características individuales: comprende cualidades, atributos, rasgos, factores y hábitos que distinguen a una persona de las demás, así como la estructuración de sus valores; las habilidades que conocimientos que lo hacen apto (competencias), y además sus condiciones demográficas como edad, sexo, educación y procedencia. 2. Motivaciones: para determinar los deseos de alcanzar o mantener un comportamiento que satisfaga las necesidades básicas. 3. Funciones: para distinguir las actividades de interés. (Figura 3).

Figura 2.3

Esquema general del perfil del emprendedor.

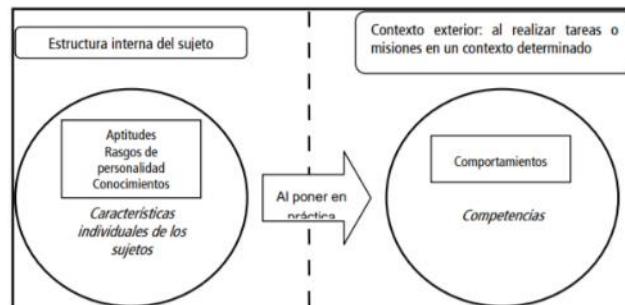


Fuente: Marulanda et al. (2014).

Como se plantea previamente, gran parte del perfil del emprendedor se compone de características individuales que engloban particularidades inherentes al sujeto y otras como las competencias, que se refieren a algo más complejo y directamente relacionado con las funciones y la experiencia según Martínez & Carmona (2009), por lo que es importante para ellos establecer claramente los conceptos. Por un lado, las características son aptitudes y rasgos de personalidad que diferencian a los individuos mientras que las competencias indican la puesta en práctica de esas características para la adquisición de conocimientos y habilidades. Así lo representan en la figura 4.

Figura 2.4

Diferencias y relación entre los conceptos: aptitudes, rasgos de personalidad y competencias.



Fuente: Martínez & Carmona (2009).

Lo que es claro, es la relación que existe entre ellas, pues las características individuales al llevarlas a la práctica facilitan la adquisición de competencias que permiten resolver problemas con éxito.

En este sentido, se han revisado diferentes investigaciones empíricas que resultan en síntesis que agrupan tanto características como competencias, tal como se describe en la tabla 3, las cuales pueden categorizarse en este modelo.

Tabla II.5
Características y competencias del emprendedor

| Autor | Autor | Autor |
|--|--|---|
| Bucardo et al. (2015) | Filion (2001) citado en (Pereira, 2007) | Palmerín & Sesento (2018) |
| Creatividad Fuerte voluntad Vanidad Nivel de profesionalidad alto Confianza en las personas al inicio Selección de personal adecuado Buen carácter Independencia Ambición Buscar personas para el equipo Espíritu de sacrificio Arriesgado Insatisfacción laboral Necesidad Audacia Entusiasmo Ilusión | Innovador Líder Tomador de riesgo moderado Independiente Creador Enérgico Perseverante Original Optimista Orientado a resultados Flexible Desenvuelto Necesidad de logro Dimensión personal interior Confianza en sí mismo Horizonte de largo plazo Tolerancia a la ambigüedad y la incertidumbre Iniciativa Aprendizaje Utilización de recursos Sensibilidad hacia los otros Agresividad Tendencia a confiar Dinero como medida del desempeño | Compromiso total, determinación y perseverancia Capacidad para alcanzar metas Orientación a las metas y oportunidades Iniciativa y responsabilidad Persistencia en la solución de problemas Realismo Confianza en sí mismo Altos niveles de energía. Búsqueda de realimentación Control interno alto Asumir riesgos calculados Baja necesidad de estatus y poder Integridad y confiabilidad Tolerancia al cambio |

Fuente: Elaboración propia con datos de (Bucardo et al., 2015; Palmerín & Sesento, 2018; Pereira, 2007).

Sin embargo, como se puede observar en la tabla, estos grupos de características no suelen incluir rasgos demográficos; solo en uno de ellos aparece el nivel de formación como parte de la caracterización.

2.7.1 Competencias emprendedoras

Uno de los primeros investigadores en utilizar por primera vez el término competencia, fue el profesor de psicología del trabajo en Harvard, David McClelland (1973), quien sobre todo lo ligaba al ámbito empresarial. En sus investigaciones, cuestionaba qué variables podrían explicar un buen desempeño en el trabajo, dando como resultado la elaboración de un conjunto de características que permitían diferenciar niveles de rendimiento de los trabajadores a través de entrevistas y observaciones (Martínez, 2021).

Tabla II.6
Definición de competencia.

| Autor | Definición |
|--------------------------|--|
| McClelland (1973) | Competencia es aquello que realmente causa un rendimiento superior en el trabajo. |
| Boyatzis (1982) | Una característica subyacente en una persona, que está causalmente relacionada con un desempeño bueno o excelente en un puesto de trabajo concreto y en una organización concreta. |
| Cummings y Schwad (1985) | Conjunto de habilidades y destrezas necesarias para el desempeño de una tarea o conjunto de ellas, que incluyen factores individuales como habilidades de razonamiento, verbales, numéricas, espaciales y características de personalidad. |
| Hayes (1985) | La capacidad de usar el conocimiento y las destrezas relacionadas con productos y procesos y, por consiguiente, de actuar eficazmente para alcanzar un objetivo. |
| Spencer y Spencer (1993) | Una característica subyacente de un individuo que está casualmente relacionada con el rendimiento efectivo o superior en una situación o trabajo definido en términos de criterios. |
| Ansorena Cao (1996) | Una habilidad o atributo personal de la conducta de un sujeto, que puede definirse como característica de su comportamiento y bajo la cual, el comportamiento orientado a la tarea puede clasificarse de forma lógica y fiable. |
| Lévy-Leboyer (2003) | Son repertorios de comportamientos que algunas personas dominan mejor que otras, lo que las hace eficaces en una situación determinada. |

| | |
|----------------------------------|--|
| DeSeCo, Rychen y Salganik (2006) | Habilidad para satisfacer con éxito exigencias complejas en un contexto determinado, mediante la movilización de prerrequisitos psicosociales que incluyen aspectos tanto cognitivos como no cognitivos. |
|----------------------------------|--|

Fuente: Elaboración propia con datos de Martínez (2021).

Las competencias emprendedoras atienden no solamente a un enfoque de crecimiento económico, sino también fomentan el desarrollo personal y social. Galindo (2006) considera que adoptar rasgos éticos obliga a desarrollar comportamientos emprendedores que beneficiarán a los individuos u organizaciones que las presentan.

Por lo tanto, las competencias emprendedoras son las que permiten al emprendedor, desempeñar las funciones y las tareas necesarias para cumplir los objetivos relacionados con la creación y el éxito de la creación de una empresa. Por este motivo, estas competencias se vinculan con el perfil del emprendedor ya que su desarrollo valida la capacidad que se tiene para emprender.

Tomando en cuenta los estudios de McClelland (1973), a través de los cuales se pudo determinar que independientemente de factores como la actividad a la que se dedicasen, el lugar en el que se encontrasen, nivel socioeconómico, religión, sexo o raza, la mayoría de los emprendedores coincidían en ciertos comportamientos. Lo cual lo llevó a determinar 20 características relacionadas: 1.- Independencia, 2.- Energía, 3.- Soñadores, 4. Decisión, 5.- Reconocer lo importante, 6.- Hacedores, 7.- Determinación, 8. Dedicación, 9.- Tecnología, 10.- Educación, 11.- Detallistas, 12.- Entusiasmo, 13.- Empatía, 14.- Emoción, 15.- Ética, 16.- Búsqueda de Equilibrio, 17.- Destino, 18.- Dinero, 19.- Distribución y 20.- Experimentación. Mismas que configuran a las personas triunfadoras y las separan de quienes no lo son.

Por su parte, Palacios (1999) determinó factores similares relacionados con el emprendedor, resumiendo 11 competencias que describe de la siguiente manera.

Tabla II.7**Competencias emprendedoras.**

| Competencia | Descripción |
|-----------------------------------|--|
| Espíritu emprendedor | Se refiere a características tales como “olfato del negocio”, tener una idea entre “ceja y ceja”, llevar a cabo una idea contra “viento y marea”. |
| Necesidad de existir | Implica sentir una gran necesidad de tener un negocio, así como la disposición a sacrificar las ganancias iniciales por el largo plazo. |
| Experiencia técnica previa | Es tener conocimiento acerca del negocio, de los procesos y del producto. Señala que algunos investigadores estiman que para alcanzar el éxito empresarial, la persona debe conectarse con el negocio por un período no menor de 5 años. |
| Tolerancia al riesgo | Es la capacidad para afrontar riesgos calculados, es decir, la capacidad para tomar riesgos con base en un estudio o plan previamente establecido. |
| Trabajo arduo | Disposición a dedicar esfuerzo y muchas horas de trabajo, muy frecuentemente sin recompensas inmediatas. |
| Capacidad de reponerse y aprender | Implica además tenacidad y perseverancia. Es no sentirse derrotado ante el fracaso y sacar provecho de los errores. |
| Sociedad tolerante | Se refiere a la capacidad para saber entenderse entre los socios, de escoger a los más adecuados y trabajar en equipo. |
| Credibilidad | Tiene que ver con ofrecer productos de calidad, respetar a los clientes y demostrar aprecio a los trabajadores. En definitiva, es hacer las cosas bien, con integridad y actuar de acuerdo a principios. |
| Priorizar | Tener la habilidad suficiente para establecer prioridades y cumplirlas. |
| Cultura familiar | Siendo muchas de las nuevas empresas, de carácter familiar, buena parte del éxito empresarial se logra mediante el adecuado manejo de las relaciones familiares, la importancia de introducir una gerencia profesional y la capacidad de preparar la empresa para la sucesión. |
| Profesionalismo del emprendedor | Implica tener la capacidad para desarrollar las habilidades y capacidades internas, así como las prácticas y estrategias necesarias para asegurar la supervivencia y el crecimiento de la empresa. Se relaciona con la capacidad y voluntad para superarse. |

Fuente: Elaboración propia.

2.8 Entorno emprendedor

El énfasis en el estudio de creación de empresas que son de oportunidad ha llevado a determinar que su existencia se derive de cambios que responden a las nuevas necesidades de la sociedad, a la ampliación de mercados existentes o de la adaptación de transformaciones tecnológicas; a partir de esto se identifican condicionantes para el aprovechamiento de esas oportunidades como la restricciones del mercado, la formación que permite mejor percepción del mercado, así como conocimientos adquiridos en la actividad laboral previa o en el ambiente cultural y económico repercutiendo en la existencia de nuevos empresarios (Brunet & Alarcón, 2004). Si bien las oportunidades la oferta de empresarios se encuentran en el entorno, su aprovechamiento no depende exclusivamente de las oportunidades económicas. Por otro lado, estos autores no dejan fuera de consideración a la creación de empresas a partir de la necesidad ya que han encontrado evidencia que confirma que se crean como consecuencia de factores demográficos como el desempleo, el subempleo o la precariedad, siendo el autoempleo una alternativa para generar ingresos.

En ese sentido, Formichella (2004) y Stevenson (2000) plantean la importancia del entorno en virtud de que es más factible que un individuo pueda comenzar a tener actitudes emprendedoras si actúa en un contexto en el que se facilita el reconocimiento de la oportunidad y su persecución, apoyado por la educación, el empleo y el desarrollo local.

Por su parte, Cuervo et al., (2007) explica que además de centrarse en el individuo, la actividad empresarial está relacionada con otros dos factores; los factores del entorno económico que incentivan y hacen posible la actividad empresarial, tales como dimensión de los mercados, la dinámica de los cambios tecnológicos, la estructura regulatoria y demográfica de mercado o la simple dinámica industrial. El otro factor está unido al funcionamiento de las instituciones, la cultura, los valores de la sociedad. Los enfoques no son excluyentes (Eckhardt y Shane, 2003), dado que la actividad empresarial es una actividad humana, no

ocurre espontáneamente en la presencia del entorno económico, instituciones, cambios tecnológicos, regulatorios y demográficos.

2.9 Formulación de proyectos

Para el planteamiento de iniciativas que propician la creación de empresas es necesario incorporar instrumentos que permitan identificar los elementos que se deben tomar en cuenta, de manera que exista una propuesta tangible de un proyecto; en este sentido, los planes de negocios permiten visualizar las bases sobre la cual se creará una empresa. Sin embargo, en algunas ocasiones pueden ser muy complejos o no lo suficientemente útiles para lograr el objetivo.

Ante este contexto, en el año 2004 se creó el Modelo CANVAS para establecer una manera de integrar diferentes factores que influyen en el éxito de una idea, de modo que se pudiera aplicar una metodología simplificada y genérica. Se trata de un lienzo que detalla 9 componentes para la elaboración de un buen plan de negocios (Ferreira-Herrera, 2015), el cual se representa en la figura 2.5, a continuación.

Figura 2.5

Modelo Canvas



Fuente: (Osterwalder & Pigneur, 2010)

Osterwalder y Pigneur (2010) partieron de cuatro áreas fundamentales para elaborar un modelo empresarial: producto, perspectiva del cliente, gestión de la infraestructura y aspectos financieros, descritos en nueve bloques:

Segmentos de mercado: se refiere a la identificación y conocimiento de a quién va a atender el negocio.

Propuesta de valor: describe la solución a un problema a través de una propuesta capaz de diferenciarse de otros competidores.

Canales: se trata de los medios de comunicación, distribución y venta, empleados para hacer llegar el producto o servicio que se ofrece hasta el cliente.

Relaciones con clientes: se define el tipo de relación que se desea establecer con uno o varios segmentos a quienes atiende el negocio en función de lo que se quiere lograr con cada segmento.

Fuentes de ingresos: se refiere a la fuente de ingresos obtenida en los diferentes segmentos de mercado por la venta de la propuesta de valor.

Recursos clave: se describen los activos más importantes para poder crear y ofrecer una propuesta de valor, llegar al mercado, establecer relaciones con los clientes y percibir ingresos. Estos recursos pueden ser físicos, económicos, intelectuales o humanos.

Actividades clave: se describen las acciones más importantes que se deben llevar a cabo para que el modelo funcione.

Asociaciones clave: se describe la red de proveedores y socios que contribuyen al funcionamiento del modelo de negocio (*networking*)

Estructura de costos: aquí se describen todos los costos que implica la puesta en marcha del modelo de negocio.

De acuerdo con Blasco y Campa-Planas (2014) un plan de negocios resulta importante para la elaboración de un proyecto, y consideran que el

Modelo CANVAS representa una herramienta de análisis ágil para las ideas que pretenden crear empresas así como la detección de factores claves con los cuales es posible mejorar la gestión de un negocio.

La formulación de un proyecto está basada en la planeación, proceso que se trata de establecer objetivos y maneras posibles de cumplirlos. Para Viniegra (2007), se trata de integrar las partes de una empresa o sus áreas esenciales, considerando la interacción de cada una de ellas en un documento denominado plan de negocios.

CAPÍTULO III. MARCO CONTEXTUAL

3.1 Municipio de Mérida, Yucatán

El Municipio de Mérida se encuentra ubicado en la región noroeste de la Península de Yucatán a 1,301 km de la Ciudad de México, a 310 km de la Ciudad de Cancún y a 319.5 km de la Ciudad de Campeche; entre los paralelos 20° 45´ y 21° 15´ latitud norte y los meridianos 89° 30´ y 89° 45´ de longitud oeste. Tiene una superficie municipal de 883.40 kilómetros cuadrados 87,422 hectáreas según el Límite Convencional Municipal utilizado por la Dirección de Catastro Municipal, que equivale al 2.19 % de la superficie estatal y al 0.05% de la superficie nacional; donde el 28% es suelo urbano y el 72% son zonas rurales 30% es suelo ocupado por asentamientos humanos urbanos y rurales concentrados y el 70% son áreas forestales, viviendas y actividades económicas dispersas en el territorio de jurisdicción municipal. Pertenece a la Zona Metropolitana de la Ciudad de Mérida (ZMM), junto con los Municipios de Kanasín, Conkal, Ucú, Umán y Tixpéhual forman un conglomerado urbano (Sauma et al., 2018).

3.1.2 Características demográficas del Municipio de Mérida, Yucatán

De acuerdo con los indicadores más recientes del Instituto Nacional de Estadística, Geografía e Información (INEGI, 2019b) Mérida registró hasta 2015 una población de 892,363 habitantes donde el 48% representa al porcentaje de hombres y el 52% al porcentaje de mujeres. Al interior del municipio se registra la mayor concentración poblacional en la Ciudad de Mérida; según datos 2010 el 93.61% de la población (Sauma et al., 2018).

3.1.3 Población Económicamente Activa (PEA) del Municipio de Mérida, Yucatán

La PEA del municipio de Mérida se considera entre los 12 años y más, y representa al 50.3% de acuerdo con los datos más recientes (tercer trimestre de 2019) proporcionados por el INEGI (2019), en su mayoría hombres, por cada mujer hay 1.5 hombres, de esta población el 97.8% se encuentra ocupada.

En relación con el empleo, Mérida presenta la tasa de desocupación más baja (2.2%) con respecto a las 36 principales ciudades del país, sin embargo, presenta

una tasa de 26.8% en sus condiciones críticas de ocupación y 48.4% en la tasa de informalidad laboral, este último dato representa una situación laboral vulnerable. Un 25.3% de la población ocupada trabaja en alguna unidad económica que opera con recursos del hogar y no está constituida como una empresa. La mayor ocupación se registra en el sector terciario en el área de servicios y comercio, sin embargo, la actividad principal es el comercio al por menor (INEGI, 2019a).

3.2 Emprendimiento en Mérida, Yucatán

De acuerdo con la investigación de Barroso, Santos, Ávila, y Córdoba realizada en 2013 en Yucatán, los avances tecnológicos y la globalización son resultados de la dinámica social y el desarrollo de la ciencia, sin embargo, la política del tejido social genera desigualdades de ingresos y riqueza, bloqueando oportunidades para el empleo formal afectando a los emprendedores, a pesar de la existencia de algunos programas que fomentan el desarrollo emprendedor, siendo que cada vez son más escasos y con dificultad para su gestión. De hecho, hasta ese año no reconocían literatura confiable sobre el impacto de los programas federales y estatales que tomaran en cuenta las competencias emprendedoras y la administración del conocimiento, proponiendo que esa era la causa de fracaso de dichas iniciativas.

Alrededor de las condiciones que permiten una actividad empresarial favorable, el Doing Business en México organización que forma parte del Banco Mundial, compara las regulaciones y presentó un informe en 2016 en el cual Mérida ocupó el 16° lugar de las ciudades analizadas en México (Banco Mundial, 2016). Los resultados se presentan en la Tabla 4.

Figura 3.1

Resultados de Mérida en el informe del Doing Business México 2016.

| YUCATÁN Mérida | | Clasificación general de <i>Doing Business en México 2016</i> | |
|---|-------|---|-------------|
| | | Distancia a la frontera (puntos porcentuales) | 18 75.47 |
| ✘ Apertura de una empresa (clasificación) | 4 | ✓ Obtención de permisos de construcción (clasificación) | 16 |
| Distancia a la frontera (puntos porcentuales) | 86.78 | Distancia a la frontera (puntos porcentuales) | 80.68 |
| Trámites (número) | 8 | Trámites (número) | 13 |
| Tiempo (días) | 9 | Tiempo (días) | 79 |
| Costo (% del ingreso per cápita) | 6.3 | Costo (% del valor de la bodega) | 2.0 |
| Capital mínimo (% del ingreso per cápita) | 0 | Índice de control de calidad de la construcción (0-15) | 12.0 |
| Registro de la propiedad (clasificación) | 24 | ✓ Cumplimiento de contratos (clasificación) | 19 |
| Distancia a la frontera (puntos porcentuales) | 63.93 | Distancia a la frontera (puntos porcentuales) | 70.49 |
| Trámites (número) | 10 | Tiempo (días) | 294 |
| Tiempo (días) | 25.5 | Costo (% del valor de la demanda) | 24.2 |
| Costo (% del valor de la propiedad) | 2.6 | Índice de control de los procesos judiciales (0-18) | 9.5 |
| Índice de calidad del sistema de administración de tierras (0-30) | 18 | | |

Fuente: (Banco Mundial, 2016).

Sobre los resultados de este informe, la CONCANACO SERVYTUR MÉXICO (CONCANACO, 2018) destaca de los resultados el 4º lugar para apertura de un negocio, el 16º respecto al manejo de permisos de construcción, el 24º en registro de propiedades, y el 19º en cumplimiento de contratos. Con esta información se puede hablar de un entorno favorable para la creación de empresas desde la perspectiva administrativa y burocrática junto con otras razones como la ubicación estratégica del estado, incentivos fiscales, conexión aérea y marítima, acceso a mercados internacionales y productos de exportación, y la seguridad; estas otras razones también están abiertas para inversionistas de acuerdo con la Secretaría de Fomento Económico y Trabajo (SEFOET, 2019). Por otra parte, la CONCANACO destaca los bajos resultados del Índice Nacional de Ciencia, Tecnología e Innovación 2015 en el que Yucatán se ubica en la posición 23 de 32 estados.

3.3 Gobierno y emprendimiento en el Municipio de Mérida, Yucatán

Ante la necesidad de las organizaciones públicas de promover nuevas estrategias para el acceso a las oportunidades que desarrollen la economía regional y el bienestar social, el gobierno municipal ha considerado dentro de la planeación de su administración 2018-2021 seis ejes rectores en el Plan de

Desarrollo Municipal 2018-2021 los cuales se describen a continuación en la tabla 5.

Tabla III.1

Ejes Rectores del Plan de Desarrollo Municipal 2018-2021

| Ejes | Descripción |
|-------------------------------------|---|
| Eje 1 Mérida con futuro próspero | Busca diversificar prácticas económicas y productivas para proyectar una imagen global y ser reconocida como marca. |
| Eje 2 Mérida con futuro sustentable | Fomenta el desarrollo sostenido mediante la promoción de del orden urbano, la educación ambiental, la conciencia ecológica, la mitigación de la contaminación, entre otras, así como prácticas de consumo y políticas públicas. |
| Eje 3 Mérida con futuro incluyente | Busca fomentar el interés ciudadano en la acción pública, fortalecer el empoderamiento social, la participación ciudadana y la gobernabilidad para la toma de decisiones colectivas. |
| Eje 4 Mérida con futuro seguro | Fomenta la seguridad ciudadana y la resiliencia urbana con responsabilidad y profesionalismo. |
| Eje 5 Mérida con futuro funcional | Se encamina al funcionamiento urbano de calidad gracias a la infraestructura, los servicios públicos y el equipamiento que presta a los ciudadanos |
| Eje 6 Mérida con futuro innovador | Desarrolla un gobierno innovador, humanista, abierto e inclusivo |

Fuente: Elaboración propia con datos del Ayuntamiento de Mérida (2018).

De acuerdo con los ejes rectores de la administración, el Ayuntamiento del Municipio de Mérida (2018) dio a conocer diferentes programas acordes a los compromisos de cada eje. En ese sentido y por lo que respecta al emprendimiento y la creación de empresas, dichas iniciativas se derivan del Eje 1 Mérida con futuro próspero, presentados en la tabla 6.

Tabla III.2

Programas sectoriales del eje 1 Mérida con futuro próspero

| Eje | Programa |
|----------------------------------|--|
| Eje 1 Mérida con futuro próspero | Programa de Turismo y Promoción Económica Programa Ferias y Eventos Programa Sistema de Apertura Rápida de Empresas (SARE). Programa Micromer |

| | |
|--|---|
| | Programa de Empleo y Capacitación (Bolsa de Trabajo) Programa de Capacitación a MIPYMES Programa de Vinculación Empresarial Centro Municipal de Emprendedores Programa de Fomento Cultural y Desarrollo de las Artes, Museos y Centros Culturales Agenda 21 Programa Eventos Tradicionales Carnaval innovador de Mérida Programa de Fomento Productivo Programa de apoyo a la Reserva Cuxtal |
|--|---|

Fuente: Elaboración propia con datos del Ayuntamiento de Mérida (2018).

De estos programas se pueden destacar el Programa Sistema de Apertura Rápida de Empresas (SARE) y el Programa Micomer relacionados con la creación y mejoramiento de empresas y el Centro Municipal de Emprendedores “un espacio en el que las ideas de negocio se consolidan para generar empresas competitivas en el mercado, impulsando el desarrollo económico de Mérida” (Ayuntamiento de Mérida, 2019). Es así, que este último programa forma parte de una estrategia fomentar e impulsar una cultura emprendedora y funge como vínculo de diferentes programas y convocatorias que acercan a los emprendedores al éxito de consolidar una nueva empresa. Véase tabla 7.

Tabla III.3

Programa Centro Municipal de Emprendedores.

| Eje | Sub eje | Estrategia | Líneas de acción |
|----------------------------------|----------------------------|--|--|
| Eje 1 Mérida con futuro próspero | 1.2. Competitividad Urbana | 1.2.1.1. Consolidar el Centro Municipal de Emprendedores e incrementar los servicios y productos que ofrece. | 1.2.1.1.1. Desarrollo de programas de intercambio amplio con centros de investigación, instituciones académicas y empresas, tanto locales, nacionales como internacionales. 1.2.1.1.2. Implementación de programas de capacitación acordes a las necesidades de los emprendedores. 1.2.1.1.3. Estímulo a modelos de emprendedurismo que privilegien la sostenibilidad y la responsabilidad social. |

| | | | |
|--|--|--|--|
| | | | 1.2.1.1.4. Incremento de la capacidad de atención del Centro Municipal de Emprendedores. 1.2.1.1.5. Impulso a la competitividad de las Micro, Pequeñas y Medianas Empresas (MiPyMes) de Mérida. 1.2.1.1.6. Fomento a la participación y el desarrollo de competencias de mujeres empresarias con el programa “Fortalecer para crecer”. |
|--|--|--|--|

Fuente: Elaboración propia con datos del Ayuntamiento de Mérida (2018).

3.4 Programa de impulso al emprendimiento.

En el marco del Centro Municipal de Emprendedores se ha desarrollado a partir del 2018 y durante el 2019 la convocatoria del Programa los 100, el cual busca desarrollar las líneas de acción planteadas en el Plan Municipal de Desarrollo 2018-2019 a partir de “asesorías personalizadas con un enfoque integral de modelo de negocio a través de distintas ramas empresariales; así como vinculaciones con cámaras, instituciones educativas y organismos de planeación” (La Jornada Maya, 2019).

CAPÍTULO IV. METODOLOGÍA

4.1 Clasificación de la investigación

El trabajo de investigación será clasificado de acuerdo con los siguientes criterios: el objeto de estudio, el objetivo de la investigación, la fuente de información, el método, el alcance y el periodo que abarca.

Por su objeto este estudio será factual debido a que se estudiará la situación actual acerca de las características sociodemográficas y las competencias emprendedoras de los emprendedores del de Mérida. Además, esta investigación será aplicada ya que en este trabajo de investigación se pretende proponer un perfil del emprendedor que integre los diferentes factores mencionados previamente, los cuales están relacionados con el desarrollo del emprendimiento (Hernández, Fernández, & Baptista, 2014).

De acuerdo con las fuentes que se utilizarán para obtener la información, la investigación será mixta. Se realizará una revisión documental que incluye reportes y autores sobre sus perspectivas acerca del emprendimiento. También se aplicará la técnica de encuesta a través de la herramienta del cuestionario para la recolección de datos con los que se obtendrá información de las características sociodemográficas y las competencias emprendedoras que componen un perfil del emprendedor. Así mismo, por el método, esta investigación será mixta, dado que para la encuesta el método de aplicación será empírico y por otra parte se realizará una revisión teórica para analizar la opinión de expertos en emprendimiento (Hernández et al., 2014).

Según el alcance, esta investigación será descriptiva. Tal como Hernández et al. (2014) menciona, en estos estudios se debe saber qué se desea medir y quiénes son los sujetos de estudio de donde se obtendrán los datos, únicamente para describirlos. Por lo tanto, en este trabajo se busca determinar el perfil de emprendedor de acuerdo con los resultados de dichos factores, analizados de manera independiente y no buscará una correlación entre estos factores.

Finalmente, según el periodo que abarca, este trabajo de investigación será de tipo transversal ya que en una sola ocasión se recolectarán los datos para analizarlos, así como en un solo periodo de tiempo se aplicarán la encuesta a los actores implicados en la investigación (Bernal, 2010).

4.2 Enfoque de la investigación

La presente investigación se desarrollará bajo un enfoque cuantitativo. Este enfoque se utiliza cuando se requiere recolectar y analizar datos para responder la problemática que está bajo estudio (Hernández et al., 2014). Desde el enfoque cuantitativo se obtiene información a partir de una encuesta que permitirá evaluar las características sociodemográficas y de competencias emprendedoras de los emprendedores del Municipio de Mérida, Yucatán. Esta encuesta se aplicará a emprendedores de Mérida, Yucatán.

4.3 Diseño de la investigación

Esta investigación está determinada como un estudio no experimental, ya que aún cuando los sujetos de estudio son pertenecientes a un grupo determinado, es decir a los emprendedores de Mérida, se analizarán datos en un solo momento (al momento de este estudio) y en un tiempo único, a fin de describir las características sociodemográficas y competencias emprendedoras de un perfil del emprendedor. De acuerdo con Hernández et al. (2014), en una investigación no experimental únicamente se observan situaciones ya existentes, las variables son independientes y no es posible manipularlas ni tener control sobre ellas, sus hechos sucedidos al igual que sus efectos.

4.4 Unidad de Análisis y sujetos de estudio

De acuerdo con los objetivos planteados en esta investigación, la unidad de análisis son los emprendedores de Mérida. Los sujetos de estudio fueron los emprendedores de Mérida a quienes se aplicó el cuestionario.

Debido a la pandemia por COVID-19 que afectó a todas las personas a nivel mundial. Se realizó una convocatoria abierta a los emprendedores de Mérida, en la que 40 personas respondieron el formulario de Google Forms.

4.5 Definición de variables/factores y/o categorías

Para llevar a cabo esta investigación se definieron cuatro categorías de análisis, mismos que se relacionan con los objetivos planteados. La primera comprende a las características sociodemográficas de los emprendedores de Mérida; en esta categoría los sujetos de estudio son los emprendedores del municipio de Mérida.

La siguiente categoría se trata de la razón por la cual los emprendedores iniciaron sus actividades de emprendimientos. De esta manera se podrá conocer la motivación de los emprendedores y se tomará como sujetos de estudio a los emprendedores.

Las tercera categoría integra las competencias emprendedoras, tomando como referencia la propuesta de Palacios (1999), modificada y validada por Santos (2011). El sujeto de estudio serán emprendedores de Mérida y se considerarán como competencias: Espíritu emprendedor, Necesidad de existir, Experiencia técnica previa, Tolerancia al riesgo, Trabajo arduo, Capacidad de reponerse y aprender, Sociedad tolerante, Credibilidad, Priorizar, Cultura familiar, Profesionalismo del emprendedor.

Para la categoría perfil del emprendedor se tomará como referencia la comparación de resultados de las categorías características demográficas, razón principal por la que iniciaron sus actividades de emprendimiento y las competencias emprendedoras.

En la tabla 4.1 se muestran los factores y los indicadores antes mencionados; para cada uno se señalan los indicadores que formarán parte de la investigación, tomando como base instrumentos cuantitativos para la obtención de los datos.

Tabla IV.1

Resumen de categorías de la investigación.

| Categoría | Factores/indicadores | Autor |
|--|--|--|
| Características sociodemográficas | Edad Sexo Ocupación Escolaridad Haber participado en un programa de emprendimiento | INEGI |
| Razón para emprender | Por necesidad Por oportunidad | (Marulanda et al., 2014) Global Entrepreneurship Monitor |
| Competencias emprendedoras | Espíritu emprendedor Deseo de tener un negocio Experiencia técnica previa Tolerancia al riesgo Trabajo arduo Capacidad para reponerse y aprender Capacidad para trabajar con otros Credibilidad Priorizar Familia y negocio Cualidades del emprendedor | Palacios (1999), modificado y validado por Santos (2011) |
| Comparación de competencias por participación o no en un programa de impulso al emprendimiento | Espíritu emprendedor Deseo de tener un negocio Experiencia técnica previa Tolerancia al riesgo Trabajo arduo Capacidad para reponerse y aprender Capacidad para trabajar con otros Credibilidad Priorizar Familia y negocio Cualidades del emprendedor | |
| Comparación de competencias por sexo | Espíritu emprendedor Deseo de tener un negocio Experiencia técnica previa Tolerancia al riesgo Trabajo arduo Capacidad para reponerse y aprender Capacidad para trabajar con otros Credibilidad Priorizar Familia y negocio | |

| Categoría | Factores/indicadores | Autor |
|------------------------|---|--------------|
| | Cualidades del emprendedor | |
| Perfil del emprendedor | Principales características sociodemográficas Principal razón para emprender Principales competencias emprendedoras | |

Fuente: Elaboración propia.

4.6 Técnicas e Instrumentos de recolección de información

Para recolectar la información de este estudio se utilizará la técnica de encuesta a través de la herramienta de cuestionario, que se aplicará a los emprendedores de Mérida, para obtener información precisa sobre datos sociodemográficos, razón principal por la que inició sus actividades de emprendimiento y competencias emprendedoras que están relacionadas con el éxito de sus negocios, para finalmente integrar un perfil del emprendedor.

En la tabla 4.2 se presenta un resumen de las técnicas que se usarán y se relacionan con los objetivos específicos que requieren la recolección de datos para obtener información.

Tabla IV.2

Resumen de técnicas e instrumentos de recolección de información.

| Objetivo | Sujeto de estudio | Instrumento | Categoría | Factores/Indicadores |
|---|--------------------------|--------------------|-----------------------------------|---|
| 1. Identificar las características sociodemográficas de los emprendedores de Mérida | Emprendedores | Encuesta | Características sociodemográficas | Edad Sexo Ocupación Escolaridad Haber participado en un programa de emprendimiento |
| 2. Identificar la razón de emprendimiento. | Emprendedores | Encuesta | Razón para emprender | Necesidad Oportunidad |
| 3. Identificar las competencias emprendedoras relevantes de los | Emprendedores | Encuesta | Competencias emprendedoras | Espíritu emprendedor Deseo de tener un negocio Experiencia técnica previa Tolerancia al riesgo |

| Objetivo | Sujeto de estudio | Instrumento | Categoría | Factores/Indicadores |
|---|--------------------------|--------------------|---|--|
| emprendedores de Mérida | | | | Trabajo arduo Capacidad para reponerse y aprender Capacidad para trabajar con otros Credibilidad Priorizar Familia y negocio Cualidades del emprendedor |
| 4. Comparar las competencias emprendedoras por participación o no en un programa de impulso al emprendimiento | Emprendedores | Encuesta | Competencias emprendedoras | Espíritu emprendedor Deseo de tener un negocio Experiencia técnica previa Tolerancia al riesgo Trabajo arduo Capacidad para reponerse y aprender Capacidad para trabajar con otros Credibilidad Priorizar Familia y negocio Cualidades del emprendedor |
| 5. Comparar las competencias emprendedoras por sexo | Emprendedores | Encuesta | Competencias emprendedoras | Espíritu emprendedor Deseo de tener un negocio Experiencia técnica previa Tolerancia al riesgo Trabajo arduo Capacidad para reponerse y aprender Capacidad para trabajar con otros Credibilidad Priorizar Familia y negocio Cualidades del emprendedor |
| 6. Integrar el perfil del emprendedor de Mérida | Emprendedores | Encuesta | Principales características sociodemográficas Principal razón para emprender Principales competencias | Edad Sexo Ocupación Escolaridad Haber participado en un programa de emprendimiento Necesidad |

| Objetivo | Sujeto de estudio | Instrumento | Categoría | Factores/Indicadores |
|----------|-------------------|-------------|---------------|---|
| | | | emprendedoras | Oportunidad Espíritu emprendedor Deseo de tener un negocio Experiencia técnica previa Tolerancia al riesgo Trabajo arduo Capacidad para reponerse y aprender Capacidad para trabajar con otros Credibilidad Priorizar Familia y negocio Cualidades del emprendedor |

Fuente: Elaboración propia.

4.7 Plan de análisis

El análisis de la información se realizó en etapas establecidas en función de los objetivos específicos planteados en esta investigación. Se establecieron 5 etapas y se agregó una etapa como parte los hallazgos de este trabajo de investigación:

Primera etapa: identificación de características sociodemográficas de los emprendedores de Mérida. Usando la técnica de encuesta, se aplicó un cuestionario a los emprendedores de Mérida con un bloque de preguntas generales que implican la obtención de datos sociodemográficos.

Segunda etapa: identificación de la razón principal para emprender. Se llevó a cabo empleando la técnica de encuesta a todos los participantes del estudio, a través de una pregunta que cuestiona su motivación para haber emprendido.

Tercera etapa: comparación de competencias emprendedoras. A través de la aplicación de la encuesta en la etapa anterior, se procederá a determinar cuáles son las competencias relevantes entre los emprendedores de Mérida.

Cuarta etapa: comparación de competencias entre los emprendedores que han participado en algún programa impulsó al emprendimiento y aquellos que no

han participado. Se llevó a cabo el análisis de las respuestas obtenidas en la encuesta que se aplicó en la primera etapa para determinar cuáles son las competencias emprendedoras relevantes entre quienes han participado en algún programa de impulso al emprendimiento y aquellos que no.

Quinta etapa: comparación de competencias emprendedoras por sexo. Se llevó a cabo el análisis de las respuestas obtenidas en la encuesta que se aplicó en la primera etapa para determinar cuáles son las competencias emprendedoras de los participantes fueron hombre y de los participantes que fueron mujeres.

Sexta etapa: integración del perfil de emprendedor. Se conformó el perfil del emprendedor de Mérida con las características sociodemográficas y las competencias emprendedoras que resultaron relevantes de las etapas previas

En la siguiente tabla se presenta el resumen las actividades que se requieren llevar a cabo para el cumplimiento de las etapas descritas en la sección Plan de análisis.

Tabla IV.3
Análisis de la información.

| Objetivo | Análisis de la información |
|---|---|
| 1. Identificar las características sociodemográficas de los emprendedores de Mérida | Diseñar la encuesta Validar la encuesta Establecer contacto con participantes Aplicar la encuesta Analizar los datos utilizando Excel Representar resultados |
| 2. Identificar la razón de emprendimiento. | Aplicar la encuesta Analizar los datos utilizando Excel Identificar la razón de emprendimiento de los participantes Representar resultados |
| 3. Identificar las competencias emprendedoras relevantes de los emprendedores de Mérida | Aplicar la encuesta Analizar los datos utilizando Excel Identificar las competencias emprendedoras de los participantes Representar resultados |
| 4. Comparar las competencias emprendedoras por participación o no en un programa de impulso al emprendimiento | Aplicar la encuesta Analizar los datos utilizando Excel Comparar las competencias emprendedoras de los participantes |

| | |
|---|---|
| | Representar resultados |
| 5. Comparar las competencias emprendedoras por sexo | Aplicar la encuesta Analizar los datos utilizando Excel Comparar las competencias emprendedoras por sexo de los participantes Representar resultados |
| 6. Integrar el perfil del emprendedor de Mérida | Recolectar datos Representar resultados |

Fuente: Elaboración propia.

CAPÍTULO V. RESULTADOS

5.1 Características sociodemográficas

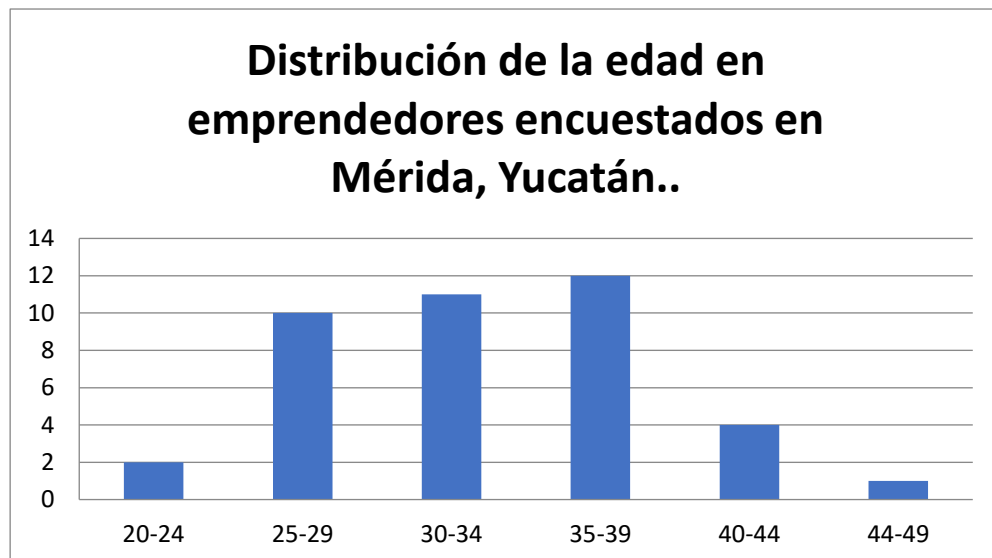
Se realizaron 40 cuestionarios a través de la plataforma de Google forms a emprendedores de Mérida, de los cuales respondieron 17 mujeres y 23 hombres observándose lo siguiente:

5.1.1 Edad

Las edades de los encuestados se agruparon en quinquenios para una mejor comprensión y análisis de los resultados. La distribución de las edades de la tabla 5.1 muestra una distribución normal, lo cual implica que si tomamos un número grande de emprendedores obtendremos una curva similar.

Tabla 5.1

Edad.



Fuente: Elaboración propia.

La mediana de edad fue de 33 años, en un rango desde los 23 hasta los 47 años. La media fue de 33.3 años y la Desviación estándar de 5.66).

5.1.2 Sexo

En la característica del sexo, la distribución muestra una participación mayor de los hombres (57%), sin embargo, la participación de las mujeres (43%) fue importante.

Tabla 5.2

Sexo.

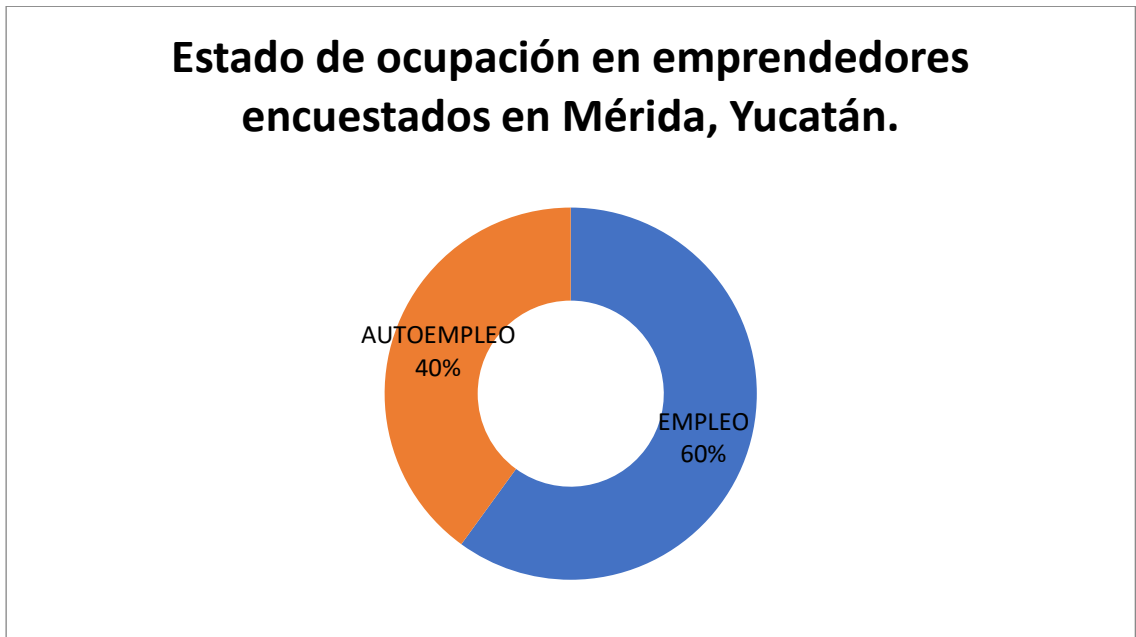


Fuente: Elaboración propia.

5.1.3 Ocupación

En el estado de la ocupación de los emprendedores encuestados, la distribución muestra una participación (60%) de aquellos emprendedores que cuentan con un empleo actualmente. Sin embargo, el autoempleo (40%) representa un factor importante dado que los emprendedores son quienes generan sus propias condiciones para emplearse.

Tabla 5.3
Ocupación.

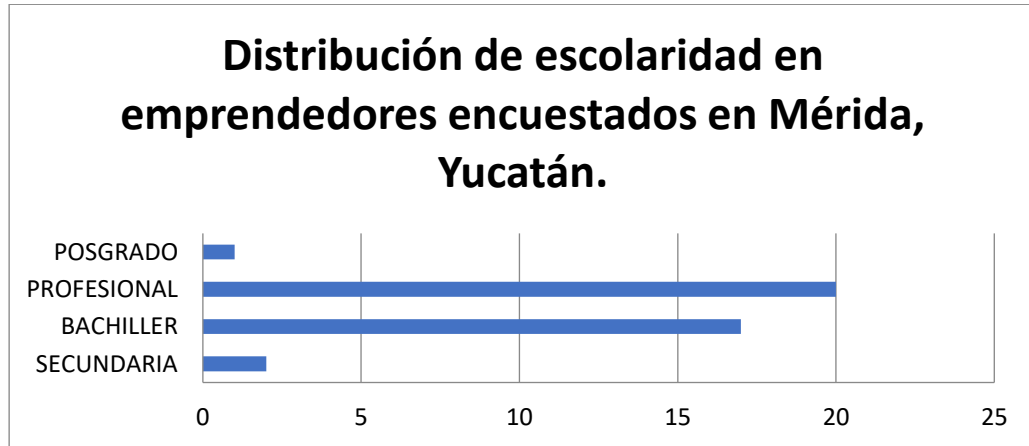


Fuente: Elaboración propia.

5.1.4 Escolaridad

En la característica de escolaridad de los emprendedores encuestados, la distribución muestra una marcada participación de los que han alcanzado estudios de bachillerato o cuentan con alguna licenciatura.

Tabla 5.4
Escolaridad.

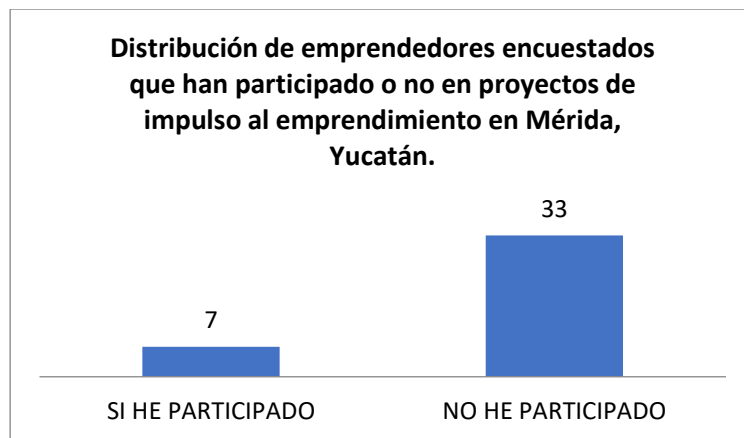


Fuente: Elaboración propia.

5.1.5 Participación en algún programa de emprendimiento.

La distribución muestra que la mayoría de los emprendedores encuestados no han participado en algún programa de impulso al emprendimiento.

Tabla 5.5
Participación en algún programa de emprendimiento.

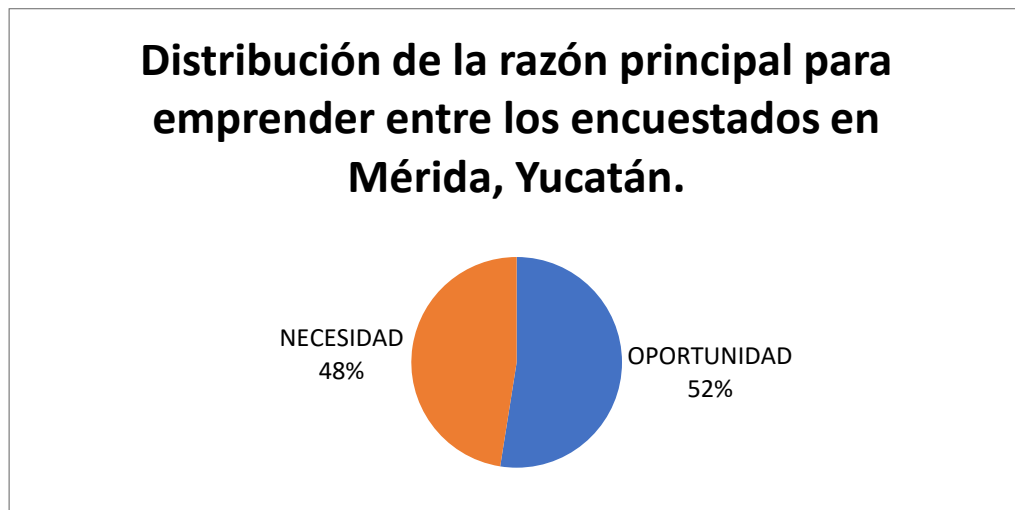


Fuente: Elaboración propia.

5.1.6 Razón principal de emprendimiento.

La distribución muestra que en la mayoría de los emprendedores encuestados existe una similitud entre todos en su razón principal de emprendimiento. Dejando ver que quizá no hay una diferencia significativa entre quienes emprenden por necesidad (48%) y quienes lo hacen por que identifican una oportunidad (62%).

Tabla 5.6
Razón principal de emprendimiento.

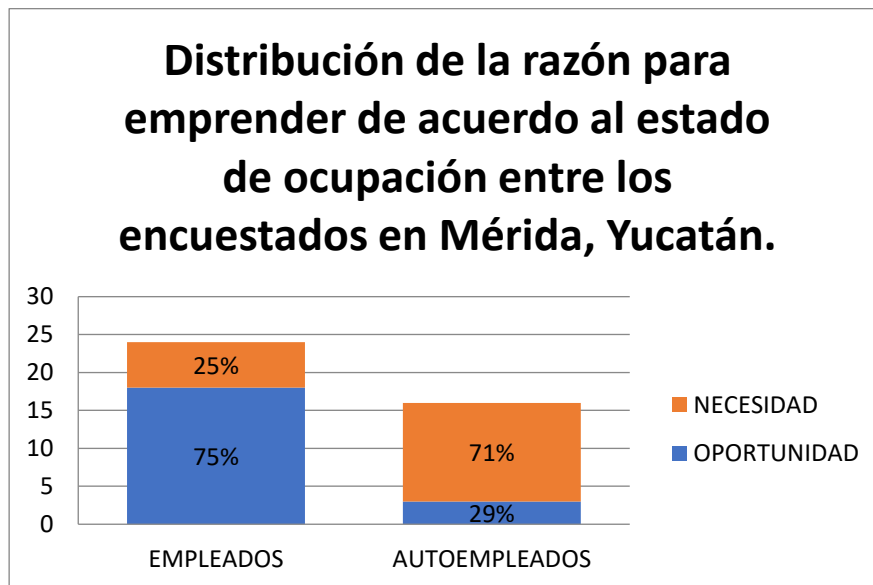


Fuente: Elaboración propia.

Sin embargo, al realizar un análisis a profundidad de esta característica se encontró que, de acuerdo con el estado de ocupación de los emprendedores, la razón para emprender cobra relevancia.

Tabla 5.7

Razón principal de emprendimiento por ocupación.



Fuente: Elaboración propia.

Se puede observar que la mayoría de los emprendedores empleados (75%) detectan una oportunidad como la razón que encuentran para iniciar un emprendimiento. Mientras que la mayoría de quienes se autoemplean (71%) emprenden como resultado de la necesidad.

5.2 Competencias emprendedoras.

Se analizaron de manera general las competencias emprendedoras con las que cuentan los emprendedores encuestados, dando como resultado que las

medias de las once competencias exploradas muestran puntajes altos en todas sus categorías, como se puede observar en la siguiente tabla.

Tabla V.1

Resultados generales de las competencias emprendedoras.

| COMPETENCIAS EMPRENDEDORAS | Media | DE |
|--|-------|-----|
| Competencia 1. Espíritu Emprendedor | 4.1 | 0.3 |
| Competencia 2. Deseo de tener un negocio | 3.8 | 0.5 |
| Competencia 3. Experiencia técnica previa | 3.6 | 0.5 |
| Competencia 4. Tolerancia al riesgo | 3.8 | 0.4 |
| Competencia 5. Trabajo Arduo | 4.1 | 0.3 |
| Competencia 6. Capacidad de reponerse y aprender | 4.1 | 0.3 |
| Competencia 7. Capacidad para trabajar con otros | 4 | 0.3 |
| Competencia 8. Credibilidad | 4.2 | 0.3 |
| Competencia 9. Priorizar | 3.8 | 0.4 |
| Competencia 10. Familia y negocios | 3.9 | 0.4 |
| Competencia 11. Cualidades del emprendedor | 3.9 | 0.3 |

Fuente: Elaboración propia.

5.2.1 Competencias emprendedoras por participación en un programa de impulso al emprendimiento.

Para el análisis de este objetivo se realizaron pruebas de T de student para determinar si el participar o no en algún programa de emprendimiento resulta ser un factor importante para el perfil de los emprendedores de Mérida. Observando lo siguiente.

Los resultados de las pruebas T aplicadas en la comparación de medias, no dieron diferencias significativas. De hecho, los resultados son similares entre todos en cuanto a las competencias que poseen.

Tabla V.2

Resultados de las competencias emprendedoras por participación en algún programa de emprendimiento.

| Comparación de competencias entre quienes han participado en un proyecto de impulso al emprendimiento y los que no han participado. | Sí ha participado en un proyecto | | No ha participado en un proyecto | | Prueba T (IC 95%) |
|---|----------------------------------|-----|----------------------------------|-----|-------------------|
| | Media | DE | Media | DE | |
| Competencia 1. Espíritu Emprendedor | 4.2 | 0.3 | 4.1 | 0.3 | 0.567 |
| Competencia 2. Deseo de tener un negocio | 4 | 0.4 | 3.8 | 0.4 | 0.188 |
| Competencia 3. Experiencia técnica previa | 3.4 | 0.6 | 3.6 | 0.4 | 0.423 |
| Competencia 4. Tolerancia al riesgo | 3.9 | 0.7 | 3.8 | 0.3 | 0.414 |
| Competencia 5. Trabajo Arduo | 4.1 | 0.2 | 4.1 | 0.3 | 0.890 |
| Competencia 6. Capacidad de reponerse y aprender | 4 | 0.3 | 4.2 | 0.2 | 0.149 |
| Competencia 7. Capacidad para trabajar con otros | 4 | 0.3 | 4 | 0.2 | 0.851 |
| Competencia 8. Credibilidad | 4.2 | 0.3 | 4.2 | 0.2 | 0.739 |
| Competencia 9. Priorizar | 3.8 | 0.3 | 3.8 | 0.4 | 0.816 |
| Competencia 10. Familia y negocios | 3.9 | 0.2 | 3.9 | 0.4 | 0.983 |
| Competencia 11. Cualidades del emprendedor | 4 | 0.2 | 3.9 | 0.2 | 0.226 |

Fuente: Elaboración propia.

5.2.2 Competencias emprendedoras por sexo.

Uno de los hallazgos más importantes de esta investigación fueron los resultados de la comparación de competencias emprendedoras por medio del sexo de los encuestados. Los resultados de las pruebas T aplicadas en la comparación de medias dieron diferencias significativas en 4 competencias: la experiencia técnica previa y la capacidad de reponerse y aprender en los hombres; y en el caso de las mujeres la capacidad para trabajar con otros y familia y negocios.

Tabla V.3

Resultados de las competencias emprendedoras por sexo.

| Comparación de competencias por sexo entre emprendedores encuestados en Mérida, Yucatán. | Hombres | | Mujeres | | Prueba T (IC 95%) Valor de p |
|--|------------|------|------------|------|---------------------------------|
| | Media | DE | Media | DE | |
| Competencia 1. Espíritu Emprendedor | 4.1 | 0.33 | 4.2 | 0.27 | 0.16882947 |
| Competencia 2. Deseo de tener un negocio | 3.8 | 0.52 | 3.9 | 0.45 | 0.39925885 |
| Competencia 3. Experiencia técnica previa | 3.9 | 0.41 | 3.2 | 0.36 | 0.00000399 |
| Competencia 4. Tolerancia al riesgo | 3.7 | 0.47 | 3.9 | 0.39 | 0.32191481 |
| Competencia 5. Trabajo Arduo | 4.1 | 0.31 | 4.2 | 0.3 | 0.20615179 |
| Competencia 6. Capacidad de reponerse y aprender | 4.3 | 0.29 | 3.9 | 0.24 | 0.00105537 |
| Competencia 7. Capacidad para trabajar con otros | 3.9 | 0.23 | 4.1 | 0.29 | 0.00568825 |
| Competencia 8. Credibilidad | 4.2 | 0.30 | 4.2 | 0.28 | 0.43459620 |
| Competencia 9. Priorizar | 3.8 | 0.45 | 3.9 | 0.42 | 0.65813343 |
| Competencia 10. Familia y negocios | 3.8 | 0.39 | 4.1 | 0.29 | 0.00340924 |
| Competencia 11. Cualidades del emprendedor | 3.9 | 0.27 | 3.9 | 0.3 | 0.80910171 |

Fuente: Elaboración propia.

5.3 Perfil del emprendedor.

A través de los resultados anteriores fue posible integrar un perfil del emprendedor de Mérida, el cual considera sus características sociodemográficas, razón principal de emprendimiento y sus competencias emprendedoras. Dando como resultado el perfil que a continuación se describe:

El perfil del emprendedor de Mérida es un hombre o una mujer de 25 a 39 años, con bachillerato o licenciatura, empleado que emprende por oportunidad o autoempleado que emprende por necesidad.

Cuando se trata de un emprendedor que es hombre, podemos hablar de un emprendedor que se caracteriza por su capacidad técnica adquirida previamente en relación con el negocio, de sus procesos y del producto, así como de su capacidad para reponerse y aprender, lo cual quiere decir que no cede ante el fracaso y por el contrario, busca sacar provecho de ello.

Cuando se trata de un emprendedor que es mujer, se caracteriza por su alta capacidad de trabajar con otros y de manejar las relaciones familiares en un ambiente profesional que le permita a la empresa subsistir.

CAPÍTULO VI. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

6.1 Conclusiones

Con relación a las características sociodemográficas se puede concluir que la edad no representa un factor determinante para el momento de emprender, si las condiciones alrededor de las personas son idóneas y fomentan este fenómeno, es probable que el interés de las personas sin importar la edad despierte y pongan en marcha una idea que represente la creación de una nueva empresa.

En cuanto al sexo, esta característica juega un papel importante en la participación de los emprendedores en el desarrollo y creación de nuevas empresas. Esta característica cobra importancia debido a que a pesar de que existen políticas públicas y una conciencia creciente de inclusión y equidad de género, la participación de los hombres en el ámbito de los negocios aun es predominante.

Por otro lado, el estado de ocupación resalta una aparente relación entre ser empleado y la razón de emprender, poniendo de manifiesto que, al ser empleado, las oportunidades son el motor de la creación de una nueva empresa. Sin embargo, cuando el desempleo se hace presente, la situación orilla a la necesidad de generar condiciones propias para generar ingresos para cubrir las necesidades de las personas que emprenden, incluyendo el autoempleo como una de dichas necesidades.

Por su parte, el nivel de escolaridad apunta a una necesidad de obtener conocimientos previos incluso desde la educación media superior o en la etapa profesional de la licenciatura, para tener herramientas técnicas que provienen del proceso educativo para enfrentar mejor los retos del emprendimiento.

A pesar de que existen, se creen, aparezcan y desaparezcan diferentes programas de impulso al emprendimiento, y aún cuando quienes desean emprender participen en estos programas, no representan al menos en el

desarrollo de esta investigación un factor relevante que se asocie a un perfil de emprendedor. Esto quiere decir que el enfoque de estos programas debe revisarse y evaluar si realmente están cumpliendo con sus objetivos y si sus esfuerzos de promoción y difusión están llegando al público correcto. Ya que de otro modo se están poniendo en riesgo los recursos financieros que se destinan para la operación y desarrollo de dichos programas.

Aunque la razón para emprender nos abre un panorama sobre lo que se espera de una empresa que es creada bajo ciertas circunstancias, no se puede establecer que hacerlo desde una u otra perspectiva sea mejor. De hecho, en ambos casos se puede llegar a construir una propuesta de valor atractiva para un mercado, tomando en cuenta el aspecto innovador que atrape la atención de sus consumidores.

En cuanto a las competencias emprendedoras, existe una predominancia en ciertas competencias presentes en los hombres como la experiencia técnica previa y la capacidad de reponerse y aprender; y por otro lado una predominancia en competencias presentes en las mujeres como la capacidad de trabajar con otros y la familia y negocios. Esto apunta a que si bien hay un similitudes en la mayoría de las competencias que tienen los emprendedores en general, existen algunas que los diferencian y caracterizan.

Esta información es especialmente útil ya que se cumple el objetivo general de integrar un perfil de emprendedor en Mérida, y además se encontraron hallazgos relevantes que permitirán profundizar en aspectos que no fueron considerados en este trabajo de investigación.

6.2 Recomendaciones.

De lo anterior, se puede concluir que aspectos como el sexo, la ocupación y las competencias son factores relevantes en la construcción de un perfil de

emprendedor, por lo que valdría la pena realizar estudios que profundicen en esos enfoques. Incluso la razón de emprender o participar o no en un programa de impulso al emprendimiento son factores que requieren replantearse al proponerse en un estudio de investigación.

Para los programas de impulso al emprendimiento debe ser vital reconocer a su público objetivo y establecer mecanismos que les permitan a las personas idóneas para esos programas, poder acceder a ellos correctamente.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Ács, Z., Szerb, L., & Lloyd, A. (2018). The Global Entrepreneurship Index 2018. In *The Global Entrepreneurship Index 2018*. Washington, D.C., USA.
- Alcaráz, R. (2011). El Emprendedor de éxito Cuarta edición. In *El emprendedor de Éxito* (4th ed., Vol. 4). México: McGraw Hill.
- Ayuntamiento de Mérida. (2019). Centro Municipal de Emprendedores. Retrieved December 1, 2019, from Centro Municipal de Emprendedores website:
<https://www.merida.gob.mx/municipio/sitiosphp/emprendedores/index.php>
- Azqueta, A. (2017). *El concepto de emprendedor: origen, evolución e interpretación* (pp. 21–23). pp. 21–23. Pamplona, España.
- Banco Mundial. (2016). Midiendo la calidad y la eficiencia de la regulación. In *Doing Business en México 2016* (6th ed.). Retrieved from <http://subnational.doingbusiness.org>.
- Barroso, F., & Santos, R. (2021). Gestión del conocimiento, competencias emprendedoras y desempeño organizacional de micro y pequeños empresarios de poblaciones del interior del estado de Yucatán. Avances de investigación. Retrieved May 24, 2021, from Gestión del conocimiento, competencias emprendedoras y desempeño organizacional de micro y pequeños empresarios de poblaciones del interior del estado de Yucatán. Avances de investigación website: https://www.researchgate.net/profile/Francisco-Barroso-Tanoira/publication/260038136_Gestion_del_conocimiento_competencias_emprendedoras_y_desempeno_organizacional_de_micro_y_pequenos_empresarios_de_poblaciones_del_interior_del_estado_de_Yucatan_Avance_de
- Barroso, Francisco, Santos, R., Ávila, J., & Córdoba, N. (2013). *Gestión del conocimiento, competencias emprendedoras y desempeño organizacional de micro y pequeños empresarios de poblaciones del interior del estado de Yucatán* (Primera Ed). Mérida, Yucatán: Universidad del Mayab S.C.
- Bernal, C. (2010). Metodología de la Investigación. In *Metodología de la Investigación* (Tercera ed). Bogotá, Colombia: Pearson Educación.
- Blasco, M. J., & Campa-Planas, F. (2014). Guía para la autoevaluación de empresas: Claves para mejorar tu negocio. Retrieved September 24, 2020, from https://books.google.com.mx/books?id=YfbYAwAAQBAJ&printsec=frontcover&hl=es&source=gbs_ge_summary_r&cad=0#v=onepage&q&f=false
- Brunet, I., & Alarcón, A. (2004). Teorías sobre la figura del emprendedor. *Papers. Revista de Sociología*, 73, 81–103. <https://doi.org/10.5565/rev/papers/v73n0.1108>
- Bucardo, A., Saavedra, M., & Camarena, M. (2015). Hacia una comprensión de los conceptos de emprendedores y empresarios. *Suma de Negocios*, 6(13), 98–107. <https://doi.org/10.1016/j.sumneg.2015.08.009>
- Canales, R., Román, Y., & Ovando, W. (2017). Emprendimiento de la población joven en México. Una perspectiva crítica. *Entreciencias: Diálogos En La Sociedad Del Conocimiento*, 5(12). <https://doi.org/10.21933/j.edsc.2017.12.211>

- Carland, J., Hoy, F., Boulton, W., & Carland, J. (2006). Entrepreneurship: conceptos, teoría y perspectiva. In *Entrepreneurship: conceptos, teoría y perspectiva* (p. 316). Retrieved from <https://www.uv.es/bcjuaveg/docs/LibroCuervoRibeiroRoigESP.pdf>
- Castillo, A. (1999). Estado del Arte en la Enseñanza del Emprendimiento. *Emprendedores Como Creadores de Riqueza y Desarrollo Regional*, 2–22.
- Chan, M., Escalante, N., & Robles, E. (2015). Comparabilidad en el nivel de emprendimiento de los alumnos de dos universidades: México y Puerto Rico. *Revista Internacional Administración & Finanzas*, 8(5), 1–14. Retrieved from www.theIBFR.com
- Charry, G. P. (2010). Empresarialidad y empresa: una aproximación desde la escuela austriaca. *Estudios Gerenciales*, 26(115), 161–178. [https://doi.org/10.1016/s0123-5923\(10\)70117-0](https://doi.org/10.1016/s0123-5923(10)70117-0)
- CONCANACO, S. (2018). Indicadores Yucatán. Retrieved from Indicadores Yucatán website: <http://www.concanaco.com.mx/documentos/indicadores-estados/Yucatan.pdf>
- Cuervo, Á., Ribeiro, D., & Roig, S. (2007). Entrepreneurship: conceptos, teoría y perspectiva. Introducción. *Cátedra Bancaja, Jóvenes Emprendedores*, 9–25. Retrieved from <http://www.uv.es/catedrabancajauveg/docs/LibroCuervoRibeiroRoigIntroduccionESP.pdf>
- Davis, R. C., & McClelland, D. C. (1962). The Achieving Society. *Technology and Culture*, 3(3), 351. <https://doi.org/10.2307/3100843>
- Diario Oficial de la Federación. (2019). Plan Nacional de Desarrollo 2019-2024. Retrieved December 2, 2019, from Plan Nacional de Desarrollo 2019-2024 website: https://www.dof.gob.mx/nota_detalle.php?codigo=5565599&fecha=12/07/2019
- Diario Oficial de la Federación del Gobierno del Estado. (2019). *Plan Estatal de Desarrollo 2018-2024*. Mérida, Yucatán.
- Durán-Encalada, J. (2016). *Emprendimiento juvenil en América Latina*. <https://doi.org/10.1787/leo-2017-9-es>
- Ferreira-Herrera, D. (2015). El modelo CANVAS en la formulación de proyectos. Retrieved September 24, 2020, from El modelo canvas en la formulación de proyectos website: <https://revistas.ucc.edu.co/index.php/co/article/view/1252/1439>
- Finkle, T. A. (2013). Trends in the market for entrepreneurship faculty from 1989-2011. *Journal of Entrepreneurship Education*, 16(SPEC. ISSUE), 59–76.
- Formichella, M. (2004). *El concepto de emprendimiento y su relación con la educación, el empleo y el desarrollo local*. Tres Arroyos, Buenos Aires, Argentina.
- Fuentes, F., & Sánchez, S. (2010). Análisis del perfil emprendedor: una perspectiva de género. *Estudios de Economía Aplicada*, 28(3), 696.
- Furetière, A. (1708). Dictionnaire universel, contenant generalement tous les mots francois, tant vieux que modernes, et les termes des sciences et des arts. Retrieved December 2, 2019, from Dictionnaire universel, contenant generalement tous les mots francois, tant vieux que modernes, et les termes des sciences et des arts website: <https://books.google.com.mx/books?id=lil->

AAAACAAJ&pg=PP14&lpg=PP14&dq=Furetière,+A.+(1708).+Dictionnaire+universel,+conten
ant+généralement+tous+les+mots+Français,+tant+vieux+que+modernes+%26+les+termes
+des+sciences+et+des+arts.&source=bl&ots=O7nC0t2gst&si

- Gibb, A., & Ritchie, J. (1982). Understanding the process of starting small businesses. *International Small Business Journal*, 1(1), 26–45.
<https://doi.org/10.1177/026624268200100102>
- Girón, A. (2000). Schumpeter: Aportaciones al pensamiento económico. *Comercio Exterior*, 1077–1084. Retrieved from
<http://revistas.bancomext.gob.mx/rce/magazines/41/7/RCE.pdf>
- Gobierno del Estado de Yucatán 2018-2024. (2019). Instituto Yucateco de Emprendedores. Retrieved December 2, 2019, from Trámites y servicios website:
http://www.yucatan.gob.mx/servicios/ver_dependencia.php?id=39
- Gómez-Gras, D. (2009). Reflexiones sobre determinantes de la creación de empresas: enfoques integrados y emprendedores nacientes. In *La dirección de empresas ante los retos del siglo XXI: homenaje al profesor Juan José Renau Piqueras* (pp. 251–261). Retrieved from
<https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=4551237>
- González, A. (2016). Los emprendedores y las pequeñas empresas impulsan el crecimiento económico y crean empleos. Retrieved December 2, 2019, from Banco Mundial website:
<https://www.bancomundial.org/es/news/feature/2016/06/20/entrepreneurs-and-small-businesses-spur-economic-growth-and-create-jobs>
- Guarnizo, C., & Velásquez, J. (2015). La cultura del emprendimiento y la empresariedad en instituciones educativas de Colombia realidades y oportunidades. *Logos Ciencia & Tecnología*, 6(2), 227–234. <https://doi.org/10.22335/rlct.v6i2.147>
- Hernández, G. (2019). México, el segundo mejor entorno para emprender en AL | EL EMPRESARIO. Retrieved February 19, 2020, from México, el segundo mejor entorno para emprender en AL website: <http://eemprendedor.mx/emprendedores/mexico-segundo-mejor-entorno-emprender-al>
- Hernández, R., Fernández, C., & Baptista, P. (2014). Metodología de la investigación. In *Metodología de la Investigación* (6th ed.). México: McGraw Hill.
- Hisrich, R., Peters, M., & Shepherd, D. (2013). *Entrepreneurship*. Estados Unidos: Mc Graw Hill.
- INADEM. (2019). ¿Qué es INADEM? Retrieved December 2, 2019, from Institucional: El Instituto Nacional del Emprendedor website: <https://www.inadem.gob.mx/institucional/>
- INEGI. (2019a). ENOE. Retrieved from Encuesta Nacional de Ocupación y Empleo website: https://www.inegi.org.mx/contenidos/programas/enoe/15ymas/doc/resultados_ciudades_enoe_2019_trim3.pdf
- INEGI. (2019b). México en cifras. Retrieved November 30, 2019, from Instituto Nacional de Estadística, Geografía e Información website: <https://www.inegi.org.mx/app/areasgeograficas/?ag=31>
- IYEM. (2019). Instituto Yucateco de Emprendedores. Retrieved December 2, 2019, from Our

- Story website: <https://www.facebook.com/IyemYucatan/>
- Kantis, H., Angelelli, P., & Koenig, V. M. (2004). *Desarrollo emprendedor: América Latina y la experiencia internacional*. Ediciones Fundes. Banco Interamericano de desarrollo (BID).
- Katz, J. A. (2003). The chronology and intellectual trajectory of American entrepreneurship education 1876-1999. *Journal of Business Venturing*, 18(2), 283–300.
[https://doi.org/10.1016/S0883-9026\(02\)00098-8](https://doi.org/10.1016/S0883-9026(02)00098-8)
- La Jornada Maya. (2019). Cien emprendedores recibirán apoyo del Ayuntamiento de Mérida. Retrieved November 30, 2019, from Cien emprendedores recibirán apoyo del Ayuntamiento de Mérida website: <https://www.lajornadamaya.mx/2019-03-01/Cien-emprendedores-recibiran-apoyo-del-Ayuntamiento-de-Merida>
- Landreth, H., & Colander, D. (2006). *Historia del pensamiento económico*. México: Mc Graw Hill.
- Lerma, A. Martín, A. Castro, A. (2017). Liderazgo emprendedor. Cómo se un emprendedor de éxito y no morir en el intento. *México: Cengage Learning Editores, S.A.* Retrieved from <http://books.google.com.pe/books?id=9XCUjcSKhAgC&printsec=frontco%0Aver#v=onepage&q&f=false>
- Martínez, F., & Carmona, G. (2009). Aproximación al concepto de “competencias emprendedoras”: valor social e implicaciones. *REICE: Revista Iberoamericana Sobre Calidad, Eficacia y Cambio En Educación*, 7(1696–4713), 82–98.
<https://doi.org/10.15366/reice2016.14.4>
- Martínez, F. M. (2021). Análisis de competencias emprendedoras del alumnado de las Escuelas Taller y Casas de Oficios en Andalucía. Primera fase del diseño de programas educativos para el desarrollo de la cultura emprendedora entre los jóvenes. Retrieved June 25, 2021, from Tesis Doctoral website:
<https://digibug.ugr.es/bitstream/handle/10481/2094/17705824.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Marulanda, F., Montoya, I., & Vélez, J. (2014). Theoretical and empirical contributions to the study of entrepreneurs | Apports théoriques et empiriques à l'étude de l'entrepreneur | Aportes teóricos y empíricos al estudio del emprendedor. *Cuadernos de Administracion*, 30(51), 88–89.
- Mayer, E., Charles, J., & De la Garza, M. (2019). Universidad para el emprendimiento. Perfil formativo profesional y vocación de crear empresas. Universidad Técnica de Ambato, Ecuador. *Revista Venezolana de Gerencia*, 24(85), 31–47.
<https://doi.org/10.31876/revista.v24i85.23827>
- Miranda, J., & Valencia, J. (2010). Empresarialidad, crecimiento y empleo: el espíritu innovador y el crecimiento en la industrial. *Revista Pensamiento Americano*, 3(5), 73–84.
<https://doi.org/10.21803/penamer.3.5.50>
- Mohammed Amina J. (2019). Objetivos de Desarrollo Sostenible. Retrieved December 2, 2019, from Los ODS son mecanismos apropiados que permitirán a la población y a sus dirigentes de forma conjunta, participar en la búsqueda de consensos sociales y disminuir las brechas. website: <http://www.onu.org.mx/agenda-2030/objetivos-del-desarrollo-sostenible/>

- Murray, B., & MacMillan, I. (2006). Entrepreneurship: investigación en el pasado y retos para el futuro*. In *Entrepreneurship: conceptos, teoría y perspectiva* (pp. 118–141).
- Osterwalder, A., & Pigneur, Y. (2010). Generación de modelos de negocio. *Journal of Product Innovation Management*, 1, 288. Retrieved from <http://www.convergenciamultimedial.com/landau/documentos/bibliografia-2016/osterwalder.pdf>
- Palmerín, M., & Sesento, L. (2018). La trascendencia de ser emprendedor en el nivel medio superior. Retrieved November 28, 2019, from Revista Caribeña de Ciencias Sociales website: <https://www.eumed.net/rev/caribe/2018/11/transcendencia-emprendedor.html>
- Pereira, F. (2007). La evolución del espíritu empresarial como campo del conocimiento: Hacia una visión sistémica y humanista The evolution of entrepreneurial spirit as a field of knowledge: Towards a systemic, humane vision. *Cuadernos de Administración*, 20(34), 11–37.
- Pérez, P., Oliver, R., Merrit, H., Márquez, A., & León, J. (2006). El emprendedor en México: Ingenio Vs Innovación. *Congreso Iberoamericano de Ciencia, Tecnología, Sociedad e Innovación CTS+1*, 1–13.
- Pineda, Angelica. (2018). México cae en el Índice Global de Emprendimiento. Retrieved December 2, 2019, from Expansión website: <https://expansion.mx/emprendedores/2018/01/09/mexico-cae-cuatro-lugares-en-el-indice-global-de-emprendimiento>
- Pineda, Angélica. (2019). México, el segundo mejor entorno para emprender de Latinoamérica según el GEM. Retrieved December 2, 2019, from Expansión website: <https://expansion.mx/emprendedores/2019/02/21/mexico-el-segundo-mejor-entorno-para-emprender-de-latinoamerica-segun-el-gem>
- Real Academia Española. (2014). Diccionario de la Real Academia Española. Retrieved November 27, 2019, from El Diccionario de la lengua española website: <https://dle.rae.es/?w=emprendedor>
- Rodríguez, A. (2009). Nuevas perspectivas para entender el emprendimiento empresarial. *Pensamiento & Gestión*, (26), 94–119.
- Rodríguez, C., & Jiménez, M. (2005). Emprenderismo, acción gubernamental y academia. Revisión de la literatura. *Innovar: Revista de Ciencias Administrativas y Sociales*, 15(26), 73–89. Retrieved from http://www.scielo.org.co/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0121-50512005000200005
- Roza, I., Polli, V., & Hagedorn, J. (2004). El perfil intraemprendedor como factor de contribución a la gestión de personas en las organizaciones. In *El emprendedor innovador y la creación de empresas de I+D+I* (Universida, pp. 495–506). Valencia.
- Sanabria, J. A. (2010). *Innovación para la generación de la idea de negocio*.
- Sauma, J., Camargo, J., & Paredes, S. (2018). Mérida: Plan Municipal de Desarrollo 2018-2021. Retrieved from Mérida: Plan Municipal de Desarrollo 2018-2021 website:

- http://www.merida.gob.mx/gobierno/contenido/pdf/2018-2021/PMD_18-21.pdf
- Secretaría de Economía. (2019). ¿Qué hacemos? Retrieved December 2, 2019, from ¿Qué hacemos? website: <https://www.gob.mx/se/que-hacemos>
- SEFOET. (2019). Secretaria de Fomento Económico y Trabajo. Retrieved December 1, 2019, from Guía del inversionista website: <http://sefoet.yucatan.gob.mx/secciones/ver/guia-del-inversionista>
- Senderos, M. (2018). 10 datos curiosos del emprendimiento en México que debes saber. <https://doi.org/10.1109/JQE.2007.897913>
- Stevenson, H. H. (2000). Why entrepreneurship has won. *Coleman White Paper*, (USASBE Plenary Address), 1–8. Retrieved from <http://scholar.google.com/scholar?hl=en&btnG=Search&q=intitle:WHY+ENTREPRENEURSHIP+HAS+WON#0>
- Torres, P., & Emilia, E. (2007). La gerencia emprendedora innovadora como catalizador del emprendimiento económico. *Revista de Ciencias Sociales*, *XIII*(3), 495–506.
- Urbano, D., & Toledano, N. (2008). Invitación al emprendimiento: Una aproximación a la creación de empresas. In UOC (Ed.), *Una aproximación* (1st ed.). Retrieved from https://books.google.com.mx/books?hl=es&lr=&id=tzhg6ywNqUsC&oi=fnd&pg=PA17&dq=Emprendimiento&ots=gUX_rrUTE7&sig=-_LID38buYR8yx2YLMZmlvD5M-Q#v=onepage&q=Emprendimiento&f=false
- Van De Ven, H. (1993). The development of an infrastructure for entrepreneurship. *Journal of Business Venturing*, *8*(3), 211–230. [https://doi.org/10.1016/0883-9026\(93\)90028-4](https://doi.org/10.1016/0883-9026(93)90028-4)
- Viniegra, S. (2007). Entendiendo El Plan de Negocios. Retrieved September 25, 2020, from Entendiendo el plan de negocios website: [https://books.google.es/books?hl=es&lr=&id=JcoXAwAAQBAJ&oi=fnd&pg=PA8&dq=Viniegra,+S.+\(2007\).+Entendiendo+el+plan+de+negocios.+Mexico:+Sergio+Viniegra.&ots=3Zxfamqgoo&sig=b8KleGnuhbE5pgB-io1x84-Se1l#v=onepage&q&f=false](https://books.google.es/books?hl=es&lr=&id=JcoXAwAAQBAJ&oi=fnd&pg=PA8&dq=Viniegra,+S.+(2007).+Entendiendo+el+plan+de+negocios.+Mexico:+Sergio+Viniegra.&ots=3Zxfamqgoo&sig=b8KleGnuhbE5pgB-io1x84-Se1l#v=onepage&q&f=false)

ANEXO 1



INSTITUTO TECNOLÓGICO DE MÉRIDA
 Av. Tecnológico km. 4.5 S/N C.P. 97118; Mérida, Yucatán. Tel:(999) 964-5000TEST
Maestría en Planificación de Empresas y Desarrollo Regional
La presente encuesta es parte de una investigación denominada "Integración de factores para un modelo de emprendimiento en el Centro Municipal de Emprendedores del Municipio de Mérida".



INSTRUMENTO DE MEDICIÓN

ENCUESTA

OBJETIVO: Identificar las características sociodemográficas, motivación principal para emprender, las competencias del emprendedor para integrar un perfil con mayores probabilidades de éxito.

INSTRUCCIONES: Lea cuidadosamente las siguientes preguntas y responda según considere conveniente.

Esta información es de carácter confidencial y se utilizará única y exclusivamente para efectos de este estudio.

| I. Datos generales | | | |
|---------------------|--------------------------------|--|--|
| Fecha de aplicación | / / | Folio del encuestado | |
| Edad | | Sexo | a) Hombre b) Mujer |
| Ocupación | a) Empleado b) Autoempleado | Escolaridad (Grado máximo completado) | a) Secundaria b) Bachiller c) Profesional d) Posgrado |

| II. Con relación a su participación en algún programa de impulso al emprendimiento | |
|--|--|
| 1. ¿Ha participado en algún programa de impulso al emprendimiento? | a) Si he participado b) No he participado |

| III. Con relación a su motivación para emprender | |
|---|---|
| 2. ¿Cuál es su motivación principal para emprender? | a) Por la percepción de una oportunidad de negocio b) Por necesidad para subsistir |

| IV. Con relación a sus competencias emprendedoras | |
|--|-------------|
| <i>Marca con una X, la opción que mejor describa su afinidad con los siguientes enunciados. No dejes ninguna sin responder</i> | |
| Opciones | Abreviatura |
| Siempre | 5 |
| La mayoría de las veces sí | 4 |
| Algunas veces sí, algunas veces no | 3 |
| La mayoría de las veces no | 2 |
| Nunca | 1 |

| Competencia emprendedora | Opciones | | | | |
|--|----------|---|---|---|---|
| 1. Espíritu emprendedor. Se refiere a características tales como "olfato del negocio", tener una idea entre "ceja y ceja", llevar a cabo una idea contra "viento y marea" | 5 | 4 | 3 | 2 | 1 |
| 1.1 Actúas por ti mismo antes de que las circunstancias te obliguen | | | | | |
| 1.2 Constantemente buscas nuevos productos o servicios que te ayuden a solucionar tus necesidades o mejorar tu trabajo | | | | | |
| 1.3 Aprovechas oportunidades innovadoras para hacer negocios y obtener recursos | | | | | |
| 1.4 Te esfuerzas por fabricar un producto u ofrecer un servicio que consideras que cumple o rebasa las expectativas del cliente | | | | | |
| 1.5 Cuando comienzas una tarea o un proyecto nuevo, recaudas toda la información posible antes de llevarlo a cabo | | | | | |
| 2. Deseo de tener un negocio. Implica sentir una gran necesidad de llevar al cabo el negocio. Disposición a sacrificar las ganancias iniciales por el largo plazo. | 5 | 4 | 3 | 2 | 1 |
| 2.1 Cuando decides realizar una actividad o negocio, lo haces a pesar de los obstáculos | | | | | |
| 2.2 Es importante para ti invertir a corto plazo para tener ventajas en el largo plazo | | | | | |



INSTITUTO TECNOLÓGICO DE MÉRIDA

Av. Tecnológico km. 4.5 S/N C.P. 97118; Mérida, Yucatán. Tel:(999) 964-5000TEST

Maestría en Planificación de Empresas y Desarrollo Regional

La presente encuesta es parte de una investigación denominada "Integración de factores para un modelo de emprendimiento en el Centro Municipal de Emprendedores del Municipio de Mérida".



| | | | | | |
|--|----------|----------|----------|----------|----------|
| 2.3 Cuando estas haciendo un trabajo para otras personas, te esfuerzas en forma especial por lograr que queden satisfechas con dicho trabajo | | | | | |
| 3. Experiencia técnica previa. Conocimiento acerca del negocio, de los procesos y del producto. Para alcanzar el éxito empresarial es probable que la persona haya estado conectada con el negocio por un periodo no menor a 5 años | 5 | 4 | 3 | 2 | 1 |
| 3.1 Cuentas con los conocimientos para abrir un negocio | | | | | |
| 3.2 Cuentas con los conocimientos para operar un negocio | | | | | |
| 3.3 Cuentas con experiencia para elaborar los productos o brindar los servicios que ofreces o que quieres ofrecer | | | | | |
| 3.4 Estas consciente de las necesidades que originen abrir un negocio | | | | | |
| 3.5 Conoces el entorno empresarial | | | | | |
| 3.6 Conoces tus fortalezas | | | | | |
| 4. Tolerancia al riesgo. Es la capacidad para afrontar riesgos calculados, es decir, la capacidad para tomar riesgos con base en un estudio o plan previamente establecido | 5 | 4 | 3 | 2 | 1 |
| 4.1 Calculas los riesgos cuando inicias alguna actividad | | | | | |
| 4.2 Evalúas todas las alternativas posibles antes de iniciar una actividad | | | | | |
| 4.3 Actúas para reducir los riesgos | | | | | |
| 4.4 Evalúas los resultados cuando asumes riesgos | | | | | |
| 4.5 Te atraen las situaciones que conlleven un reto o un riesgo moderado o superior | | | | | |
| 5. Trabajo arduo. Disposición a dedicar esfuerzo y muchas horas de trabajo, muchas veces sin recompensas inmediatas. También se reconoce como responsabilidad. | 5 | 4 | 3 | 2 | 1 |
| 5.1 Te esmeras por realizar actividades que necesitan hacerse | | | | | |
| 5.2 terminas tu trabajo a tiempo | | | | | |
| 5.3 Te enojas cuando las cosas no se hacen debidamente cuando las hacen otras personas | | | | | |
| 5.4 Haces lo que se necesita sin que otros tengan que pedirte que lo hagas | | | | | |
| 5.5 Tu rendimiento en el trabajo es mejor que el de otras personas con las que trabajas | | | | | |
| 5.6 Te importa mas la satisfacción del trabajo bien hecho que el dinero que recibiras por ello | | | | | |
| 6. Capacidad para reponerse y aprender. Implica tenacidad y perseverancia. No sentirte derrotado ante el fracaso. Sacar provecho de los errores. | 5 | 4 | 3 | 2 | 1 |
| 6.1 Cuando te enfrentas a un problema difícil, inviertes tiempo en encontrar una solución lo más conveniente o adecuadamente posible. | | | | | |
| 6.2 Ante un reto u obstáculo haces todo lo necesario o cambias de estrategia para superarlo | | | | | |
| 6.3 Asumes toda la responsabilidad en el logro de tus metas y objetivos | | | | | |
| 6.4 Intentas diferentes maneras de superar obstáculos que se interpongan al logro de tus metas | | | | | |
| 7. Capacidad para trabajar con otros. Se refiere a la capacidad de saber entenderse entre los socios y colaboradores, de escoger a los más adecuados y de saber trabajar en equipo dentro de un ambiente corporativo. | 5 | 4 | 3 | 2 | 1 |
| 7.1 Haces uso de estrategias para influenciar y persuadir a otros | | | | | |
| 7.2 Te apoyas en personas clave para conseguir tus objetivos | | | | | |
| 7.3 Desarrollas o mantienes una red de contactos de negocios | | | | | |
| 7.4 Logras, mediante persuasión, que otros apoyen tus recomendaciones | | | | | |
| 7.5 Insistes varias veces para conseguir que otras personas hagan lo que quieres que hagan | | | | | |
| 8. Credibilidad. Tiene que ver con ofrecer productos de calidad, respetar a los clientes y demostrar aprecio por los trabajadores. En definitiva, es hacer las cosas bien con los clientes y trabajadores, tener integridad y actuar de acuerdo con principios y valores. | 5 | 4 | 3 | 2 | 1 |
| 8.1 Te esfuerzas extraordinariamente para realizar tu trabajo | | | | | |
| 8.2 Colaboras con tus compañeros para hacer las tareas | | | | | |
| 8.3 Te pones en el lugar de tus compañeros, si es necesario, para terminar un trabajo | | | | | |
| 8.4 Valoras la buena voluntad de los compañeros en el trabajo, por encima de las ganancias a corto plazo | | | | | |
| 8.5 Cumples las promesas que haces | | | | | |
| 9. Priorizar. Tener la habilidad suficiente para establecer prioridades y cumplirlas. | 5 | 4 | 3 | 2 | 1 |
| 9.1 Fijas metas y objetivos que tienen significado persona y que implican un reto para ti | | | | | |
| 9.2 Tienes una visión clara y específica de lo que quieres a largo plazo | | | | | |
| 9.3 Te fijas objetivos a corto plazo | | | | | |
| 9.4 Mides los objetivos de manera frecuente | | | | | |
| 9.5 Planificas un proyecto grande dividiéndolo en tareas de menor envergadura | | | | | |



INSTITUTO TECNOLÓGICO DE MÉRIDA

Av. Tecnológico km. 4.5 S/N C.P. 97118; Mérida, Yucatán. Tel:(999) 964-5000TEST

Maestría en Planificación de Empresas y Desarrollo Regional

La presente encuesta es parte de una investigación denominada "Integración de factores para un modelo de emprendimiento en el Centro Municipal de Emprendedores del Municipio de Mérida".



| 10. Familia y negocios. Siendo muchas de las nuevas empresas de carácter familiar, buena parte del éxito empresarial se logra mediante el adecuado manejo de las relaciones familiares, la importancia de introducir una gerencia profesional y la capacidad de preparar la empresa para la sucesión. También se conoce como "cultura familiar". | 5 | 4 | 3 | 2 | 1 |
|---|----------|----------|----------|----------|----------|
| 10.1 Escuchas cuando alguien habla contigo | | | | | |
| 10.2 Consideras que tu familia y el negocio son importantes para ti | | | | | |
| 10.3 Si en el futuro tuvieras un negocio, pensarías en traspasarlo a tus hijos cuando te retires | | | | | |
| 10.4 Consideras que tener un negocio es un patrimonio familiar | | | | | |
| 10.5 Te importa la imagen que proyectas en la comunidad | | | | | |
| 11. Cualidades del emprendedor. Implica tener la capacidad para desarrollar las habilidades y capacidades internas, así como las prácticas y estrategias necesarias para asegurar la supervivencia y el crecimiento de la empresa. Se conoce también como "profesionalismo del emprendedor". | 5 | 4 | 3 | 2 | 1 |
| 11.1 Buscas autonomía del control evitando las reglas y normas de otras personas | | | | | |
| 11.2 Confías en ti mismo para terminar una tarea difícil o enfrentarte a un reto | | | | | |
| 11.3 Planificas las tareas grandes en subtareas con plazos de finalización definidos | | | | | |
| 11.4 Haces un seguimiento de tus planes para revisar tus resultados y valorar nuevas condiciones del entorno | | | | | |
| 11.5 Mantienes registro de tus actividades y te apoyas en ellos para la toma de decisiones | | | | | |
| 11.6 Confías en que puedes tener éxito en cualquier actividad que te propones ejecutar | | | | | |

¡GRACIAS POR TU COLABORACIÓN!