

Consejo Latinoamericano de Escuelas de Administración (CLADEA)

Track 4: Emprendimiento y PYMES
Investigación Empírica

Título: Características y motivadores que tienen los emprendedores mexicanos cuando deciden crear una nueva empresa

RESUMEN

Los emprendedores son un elemento muy importante de cualquier economía ya que al crear empresas son generadores de productos y servicios que permiten satisfacer las necesidades de la sociedad y sobre todo crean fuentes de empleos y generan movimiento de recursos que dinamizan la economía de cualquier sociedad, por lo que es fundamental identificar las características y motivadores que los emprendedores tienen cuando deciden crear nuevas empresas, por lo que se utilizó una encuesta en base a algunos reactivos del Global Entrepreneurship Monitor que miden actitudes, habilidades y aspiraciones de los emprendedores, por lo que en este estudio se aplicó al contexto de las pequeñas y medianas empresas mexicanas de comercio de uno de los municipios importantes del norte de México. Este es un estudio cuantitativo, descriptivo, no experimental en donde los resultados mostraron que se puede concluir que la mayoría consideran que emprender un negocio es una buena opción de carrera y creen que los medios de comunicación ayudan a motivar emprender un negocio y la mayoría percibe que si hay oportunidades y tienen las habilidades para iniciar un negocio con emprendimiento. Por lo que se recomienda generar una cultura emprendedora que motive a más personas a crear riqueza a través de la generación de nuevas empresas, sobre todo desde edades más tempranas en los diferentes lugares de México.

Palabras Clave: Emprendimiento, Comercio, Pymes, México.

INTRODUCCIÓN

El emprendimiento es un fenómeno que ha tenido un auge a nivel mundial, sobre todo porque contribuye al desarrollo de las naciones con la generación de nuevos empleos y dinamismo económico que conlleva crear una empresa, por ello es importante analizar este fenómeno en los diferentes países. En este artículo se identificarán las características de los emprendedores mexicanos localizados en el norte del país en el Estado Industrial de Nuevo León, lo que permitirá fomentar el espíritu emprendedor y para ello se requiere conocer que características y motivadores tuvieron las personas que ya dieron el paso de apertura una nueva empresa, aunque no siempre lo hagan en la formalidad.

Existen varios tipos de emprendedores y es por ello que cada uno tiene diferentes condiciones y motivaciones para decidir emprender, ya sea por la necesidad o por la oportunidad como lo señala Fernández Laviada (2015) un emprendedor por necesidad es aquel que se encuentra inmerso en el proceso emprendedor por no tener una mejor opción en el mercado laboral; mientras que un emprendedor por oportunidad es aquel que escoge crear una empresa basándose en la percepción de que existe una oportunidad de negocio no aprovechada o aprovechada de forma incompleta- por

las empresas existentes. Por eso es importante conocer las características de los emprendedores en el contexto mexicano.

Existen varios estudios y organismos internacionales que analizan las características de las personas que deciden iniciar una nueva empresa. Como el organismo Monitor Global de Emprendedurismo (GEM) que mide a nivel internacional el fenómeno de emprendimiento. Este organismo ofrece una metodología que se adapta a las características específicas de cada país, según las condiciones políticas, económicas y sociales, e inclusive en cada una de las regiones del país puede cambiar el panorama emprendedor. Razón por la cual se decidió utilizar parte de esta metodología para hacer este estudio en el Norte de México en el Estado de Nuevo León.

Objetivos

Por lo tanto el objetivo que se pretenden alcanzar es el de identificar las características y motivadores de los emprendedores de pequeñas y medianas empresas del sector comercial restaurantero en el estado de Nuevo León. Por lo que se hicieron dos preguntas de investigación:

Preguntas de investigación

¿Qué características y motivadores tienen los emprendedores cuando deciden crear una empresa en Nuevo León?

¿Cómo se puede generar una nueva cultura emprendedora que fomente la creación de nuevas empresas?

MARCO TEORICO

Existen varias definiciones de ser emprendedor, para (Castiblanco, 2013) no es alguien que tiene una idea y es capaz de crear una empresa, ya que este se podría definir como solamente un empresario, un emprendedor es un empresario que constantemente encuentra oportunidades, las aprovecha para generar los mayores beneficios posibles, por lo cual está innovando.

Para Robinson, Stimpson, Huefner y Hunt (1991) emprendedor es la persona que tenía las siguientes actitudes distintivas: motivación de logro, autocontrol, autoeficacia y capacidad de innovación. Finalmente para Porras, J. A., Oliveras, G., & Vigier, H. P. (2013), el emprendedor es la persona o equipo de personas que conciben y ejecutan las actividades necesarias para convertir una idea en una organización en funcionamiento. Por lo que se considera que los emprendedores contribuyen con el inicio de procesos productivos en donde una persona transforma recursos, materiales y trabajo, asumiendo riesgos y por ende generando riqueza a través de las utilidades que generan las nuevas organizaciones productivas.

Por lo que se puede mencionar que el emprendimiento es una iniciativa empresarial como la define Hisrich que permite crear algo nuevo con valor, dedicando el tiempo y el esfuerzo necesario, asumiendo los correspondientes riesgos financieros, psicológicos y sociales, y obteniendo las recompensas resultantes de satisfacción e independencia económica y personal (Hisrich, Peters, & Shepherd, 2005). Por lo tanto, las personas requieren de mucha decisión para asumir los riesgos

que implica sacrificar los recursos financieros, materiales y humanos para generar una nueva empresa.

Al analizar estas definiciones se puede señalar que las personas que deciden emprender tienen determinadas características o conductas que los caracterizan tal y como lo menciona Leiva algunas de estas características pueden ser capacidad de planeación (fijar metas), manejo de contactos, comunicación efectiva, búsqueda de información, creatividad, trabajo en equipo, toma de decisiones y liderazgo (Leiva Bonilla, 2007), por lo antes mencionado se encuentra que las características que poseen los emprendedores son semejantes aunque las circunstancias que rodean a cada persona suelen desarrollar algunas características más que otras interviniendo entonces un nuevo elemento que son las motivaciones que orillan a los emprendedores a generar una nueva empresa.

Global Entrepreneurship Monitor

A fin de conocer las características del emprendedor, se utilizará el modelo denominado Global Entrepreneurship Monitor que desde 1997 ha sido impulsado por la Universidad Babson College de los Estados Unidos y la Universidad London School of Business del Reino Unido para medir el emprendimiento en diferentes países al buscar identificar los factores que impulsan o limitan la actividad emprendedora, lo que permite generar una percepción positiva hacia la creación de empresas en los emprendedores (Figura 1).

Este estudio como lo señala Querejazu (2015) cubre los tres tipos de economías de acuerdo con la clasificación del Foro Económico Mundial basada en la tipología de desarrollo de Michael Porter (Porter, 2002), y permite medir la interdependencia entre el emprendimiento y el desarrollo económico de un país. Se considera que la creación de empresas es fundamental para la generación de nuevos empleos tal y como lo menciona Reynolds (1999), el intento de crear nuevos negocios o empresas o la expansión de un negocio existente, involucra el contexto social, cultural y político, así como cómo a los negocios ya establecidos y sobre todo construye un perfil del emprendimiento en actitudes, actividades y aspiraciones. Por lo que a continuación se observa las características que integran el Marco Conceptual del GEM

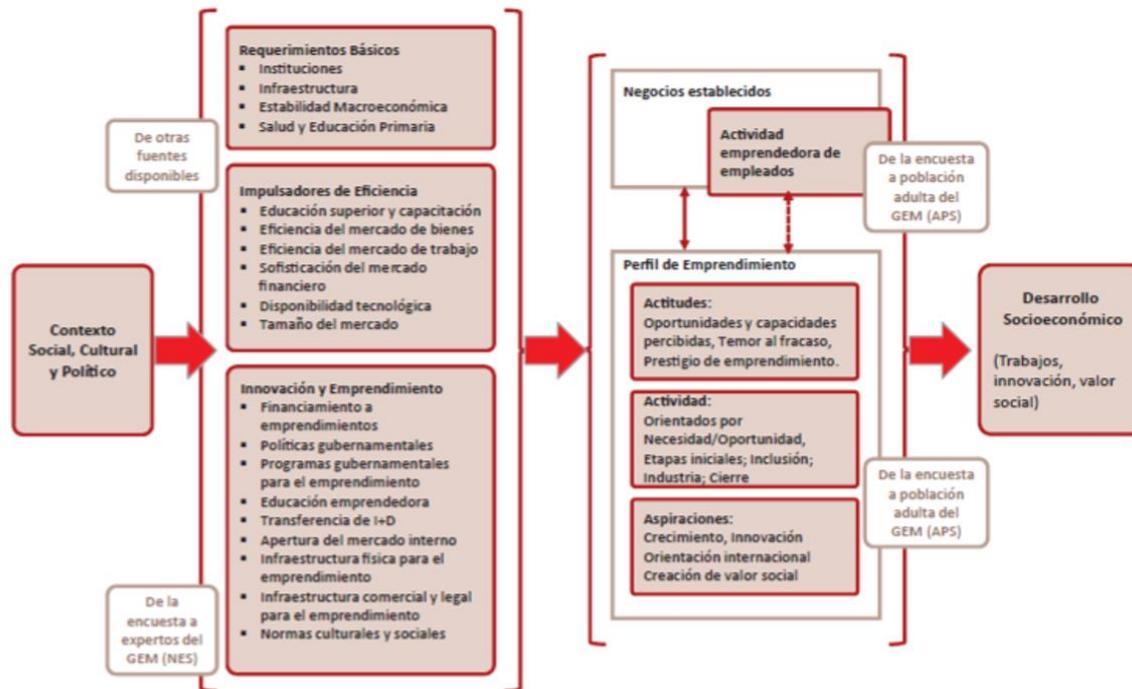


Figura 1.- Modelo Conceptual GEM

Fuente: GEM Global Report 2014 (Singer, 2015)

A continuación se describen los diferentes componentes que integran el Marco Conceptual del GEM.

- **Contexto Social, Cultural, Político:** En este componente se define el uso de los doce pilares del Foro Económico Mundial para perfilar las fases de desarrollo económico durante el levantamiento de datos sobre la competitividad y por ello se requiere analizar cuál es el diseño de Políticas Públicas para construir un ecosistema de apoyo para estimular un comportamiento emprendedor en las personas.
- **Valores Sociales hacia la Iniciativa Emprendedora:** En este componente se considera como la sociedad aprecia el emprendimiento como una alternativa de carrera, debido a que un buen estatus económico por parte de los empresarios y la adecuada difusión de los medios de comunicación, pueden contribuir a fomentar y desarrollar una cultura emprendedora nacional.
- **Atributos Individuales:** En este componente se buscan identificar factores demográficos tales como el sexo, edad y ubicación geográfica; factores psicológicos como las capacidades percibidas, oportunidades percibidas y temor al fracaso y por último los aspectos motivacionales que impulsan el emprendedurismo que puede ser por necesidad o por oportunidad.
- **Actividad Emprendedora:** En este componente se considera el ciclo de vida de las empresas que se pueden considerar como nacientes nuevos, negocios establecidos y cierre de negocios y los tipos de actividad son de alto crecimiento, innovación e internacionalización y el sector de la actividad son la actividad emprendedora temprana, la Actividad empresarial social y la Actividad emprendedora del Empleado.

Como se observan son varios los componentes que integran el Marco Conceptual del GEM y que influyen de manera importante en el quehacer de los emprendedores.

METODOLOGÍA

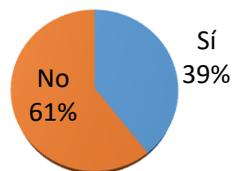
El presente trabajo de investigación se realizará con un enfoque cuantitativo descriptivo apoyándose en los resultados obtenidos del instrumento de medición aplicado en el municipio que de San Nicolás de los Garza en el estado de Nuevo León. Para obtener la muestra se revisó previamente padrón de negocios pequeños los cuales pertenecen al comercio minorista y de manera particular a los restaurantes localizados en el centro del Municipio. La muestra representativa fue de 96 pequeños negocios que se seleccionaron aleatoriamente. Una vez aplicado el instrumento de medición se capturaron los resultados en el software Statistical Package for the Social Sciences (SPSS) versión 18.0. Procediendo a utilizar estadística descriptiva utilizando graficas de pastel y analizar la información.

RESULTADOS

Después de aplicar la encuesta a dueños de comercios al por menor ubicados en diversos puntos del estado Nuevo León, se tiene una muestra de 96 personas de las cuales el 61% es del género femenino y 39% masculino. En cuanto a la edad promedio: el 17% tiene entre 21 y 30 años, el 24% entre 31 y 40 años, el 39% entre 41 y 50 años, el 13% tiene de 51 a 60 años y un 7% de 60 años o más. En cuanto a los resultados de las características y motivadores que tienen los emprendedores mexicanos cuando deciden crear una nueva empresa se observa lo siguiente:

Con respecto a las impresiones sociales del ambiente emprendedor, el 61% de los encuestados menciona no conocer a alguien que en los últimos dos años haya iniciado su propio negocio, por lo que solo el 39% ha tenido la fortuna de hacerlo (ver Gráfica 1).

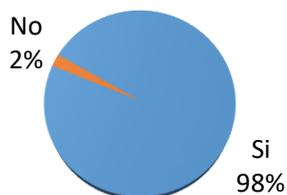
Gráfica 1. ¿Conoce a alguien que ha iniciado un negocio en los últimos dos años?



Fuente: Elaboración propia en base en encuestas realizadas.

El 98% de nuestra población considera el iniciar un negocio es una buena opción de carrera, solo una persona por experiencia propia no lo ve como tal (ver Gráfica 2).

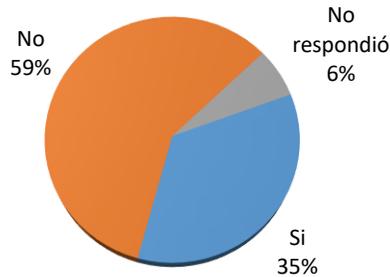
Gráfica 2. ¿Considera que iniciar un negocio es una buena opción?



Fuente: Elaboración propia en base en encuestas realizadas.

Únicamente el 35% afirma que los emprendedores gozan de un estatus social alto (ver Gráfica 3).

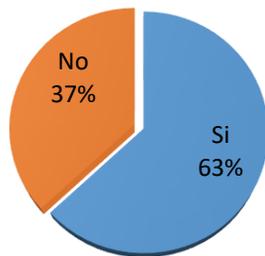
Gráfica 3. ¿Piensa que los emprendedores exitosos gozan de un estatus social alto?



Fuente: elaboración propia en base en encuestas realizadas.

Al preguntar acerca de la forma en que los medios de comunicación fomentan el emprendimiento, el 63% concuerda en que efectivamente ponen atención en las historias de emprendimiento exitosas, mientras que el otro 37% no lo considera de esa manera (ver Gráfica 4).

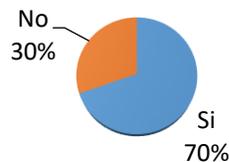
Gráfica 4. Los medios de comunicación ponen atención en las historias de emprendimiento exitosas



Fuente: elaboración propia en base en encuestas realizadas.

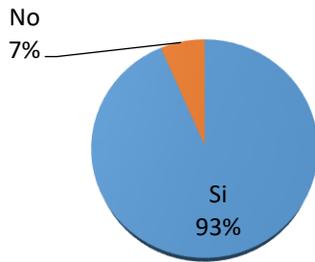
En relación a las actitudes y percepciones de los encuestados, destaca que el 70% se considera capaz de percibir oportunidades para iniciar un negocio (Ver Gráfica 5), y el 93% afirma tener las habilidades requeridas para iniciar un negocio (Ver Gráfica 6), y el 96% posee una actitud positiva frente al fracaso (Ver Gráfica 7). No obstante, más de la mitad de los encuestados (52%) refirieron que no estaba en sus planes a mediano plazo el emprendimiento de un nuevo negocio (Ver Gráfica 8).

Gráfica 5. ¿Percibe buenas oportunidades de iniciar un negocio?



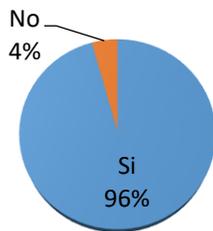
Fuente: elaboración propia en base en encuestas realizadas.

Gráfica 6 ¿Tiene las habilidades necesarias para iniciar un negocio?



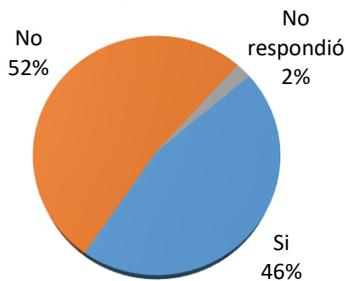
Fuente: elaboración propia en base en encuestas realizadas.

Gráfica 7. Actitud frente al fracaso



Fuente: elaboración propia en base en encuestas realizadas

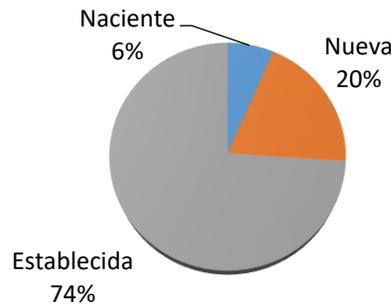
Gráfica 8. Tiene planes de iniciar un negocio en los próximos tres años



Fuente: elaboración propia en base en encuestas realizadas

La mayoría de emprendedores encuestados tenían empresas ya establecidas, esto quiere decir, de más de 3.5 años de operaciones, representando el 74% de la población, el 20% dijo tener una empresa nueva de menos de 3.5 años de operación, y solo el 6% (3 personas) refirió tener una empresa naciente, es de decir, de recién creación y sin el pago de salarios (ver Gráfica 9).

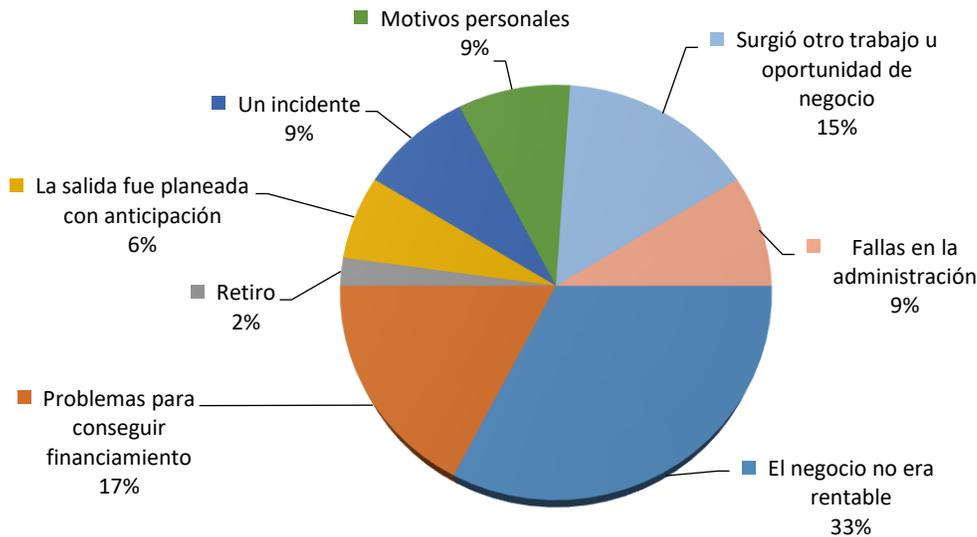
Gráfica 9. ¿Qué tipo de empresa tiene?



Fuente: elaboración propia en base en encuestas realizadas

Las principales razones que los emprendedores consideran que llevan al cierre de una empresa, son las económicas, representadas por la rentabilidad del negocio con el 33% y la capacidad de financiamiento con 17%; de allí la de tercera más mencionada fue el surgimiento de una nueva oportunidad de negocio con el 15%, seguido de motivos personales, incidentes y problemas administrativos con 9% cada una; una salida planeada y el retiro del dueño son las razones menos frecuentes, sin embargo si fueron mencionadas por los encuestados, teniendo un 6% y 2% respectivamente (Ver Gráfica 10).

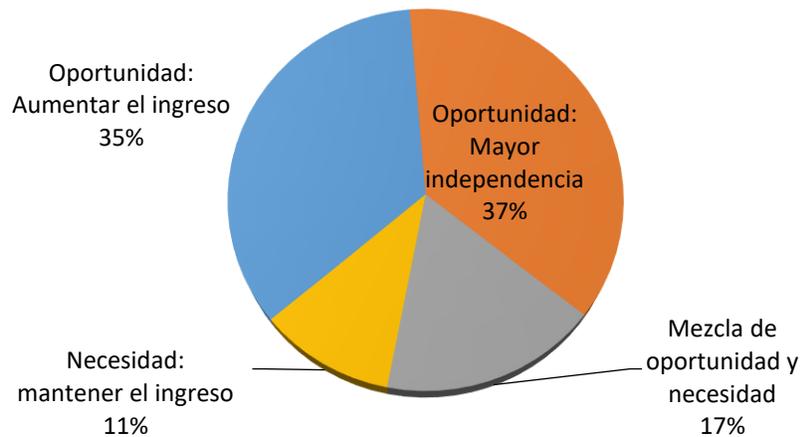
Gráfica 10. ¿Por qué cree que se cierran las empresas?



Fuente: elaboración propia en base en encuestas realizadas

La principal razón para empezar un negocio, en opinión de los encuestados, es la oportunidad, tanto para lograr una mayor independencia, mencionada por el 37%; como para aumentar los ingresos que ya se tienen, por el 35%; en tercer lugar se encuentra una mezcla entre el aprovechamiento de una oportunidad dada, con la necesidad económica, mencionada por el 17%, seguido por la necesidad pura de mantener un ingreso para sobrevivir con una mención de solo 11% (ver Gráfica 11).

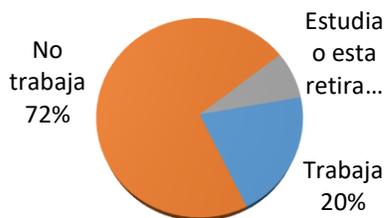
Gráfica 11. ¿Por qué cree que se decide emprender?



Fuente: elaboración propia en base en encuestas realizadas

En las preguntas que hacen referencia al perfil emprendedor se puede observar que el 72% de los empresarios dedican todo su tiempo a su empresa, mientras que el 20% tiene otro empleo además de su negocio, y el 8% restante realizan estudios o están retirados (ver Gráfica 12).

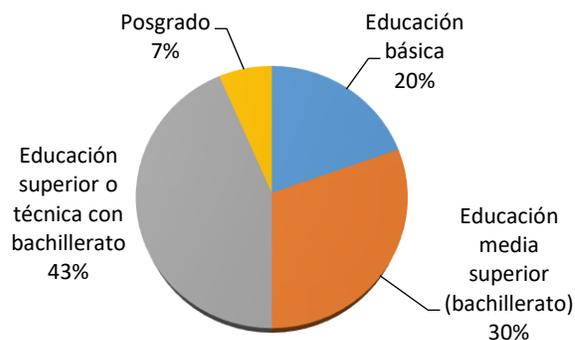
Gráfica 12. Además de ser emprendedor, usted...



Fuente: elaboración propia en base en encuestas realizadas

El 50 % de los empresarios encuestados cuentan con una carrera o posgrado solamente el 20% tiene educación básica y el 30 % restante preparatoria (ver Gráfica 13).

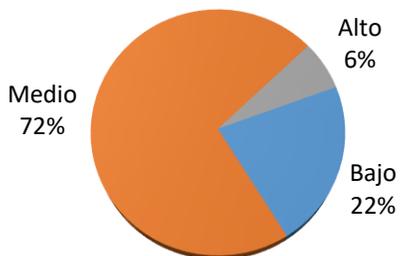
Gráfica 13. Nivel educativo



Fuente: elaboración propia en base en encuestas realizadas

La gran mayoría de los encuestados (72%) afirma que el nivel de ingresos de su negocio es medio, lamentablemente el 22% refiere que sus ingresos son considerados bajos, y solo el 6% asegura que su negocio le otorga ingresos altos (ver Gráfica 14), no obstante, los encuestados se veían renuentes al contestar dicha pregunta, e incluso se detectó que los emprendedores de ciertas zonas tenían como política personal “tomar un perfil bajo” debido a las cuestiones de seguridad que implicarían tener unos ingresos altos.

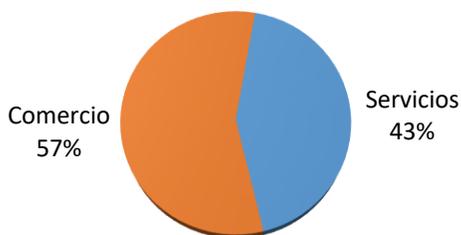
Gráfica 14. Nivel de ingresos



Fuente: elaboración propia en base en encuestas realizadas

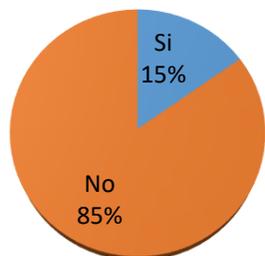
Los negocios pertenecientes a los emprendedores encuestados se dedican al sector de actividad económica terciario, tanto de comercio (57%), como de servicios (43%), al ser negocios de comercio minorista, tales como estéticas, papelerías, fondas y restaurantes, veterinarias, tiendas de abarrotes, lavanderías, entre otras (ver Gráfica 15). Solo el 15% refirió tener clientes extranjeros, los cuales, cabe destacar, que son eventuales, dedicándose en su mayoría a clientes locales (ver Gráfica 16). De igual forma podemos apreciar en la Gráfica 17, que la mitad de los encuestados no tienen la capacidad para facturar.

Gráfica 15. Sector de actividad económica



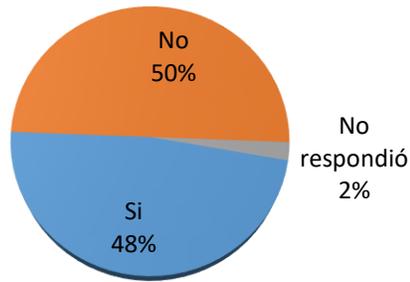
Fuente: elaboración propia en base en encuestas realizadas

Gráfica 16. ¿Tiene clientes fuera del país?



Fuente: elaboración propia en base en encuestas realizadas

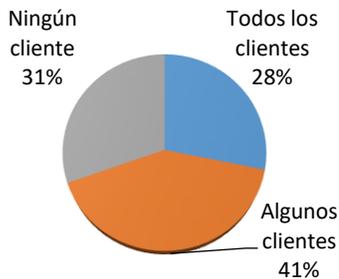
Gráfica 17. ¿Expede facturas o comprobantes?



Fuente: elaboración propia en base en encuestas realizadas

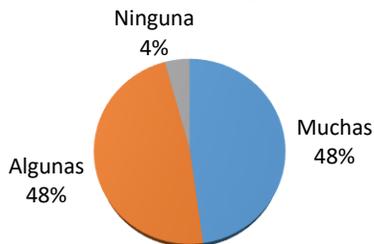
En cuanto a la innovación el 41% de los encuestados afirmaron tener productos o servicios innovadores, pero solo para algunos de sus clientes, mientras que el 38% declaró no ofrecer innovación, y lamentablemente fueron minoría quienes afirmaron ofrecer una innovación para todos sus clientes (ver Gráfica 18). Solo 4% de empresas afirmaron no tener una competencia directa, siendo que el 48% afirmó tener muchas, y el otro algunas (ver Gráfica 19).

Gráfica 18. ¿Su producto/servicio es novedoso para?



Fuente: elaboración propia en base en encuestas realizadas

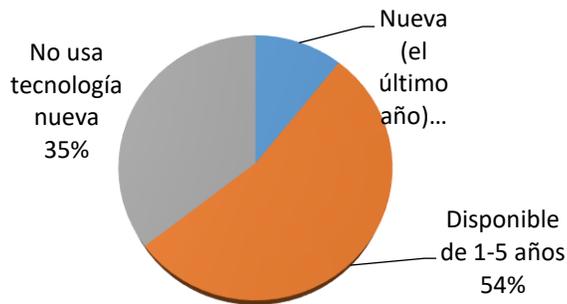
Gráfica 19. ¿Cuántas empresas ofrecen el mismo producto/servicio que el suyo?



Fuente: elaboración propia en base en encuestas realizadas

Más del 50% de emprendedores afirmaron que la tecnología usada en su empresa era relativamente nueva, disponible de 1 a 5 años, sin embargo fueron más las que no usaban tecnología nueva debido al giro de la empresa, que los que procuraban mantenerse lo más actualizados posible (ver Gráfica 20).

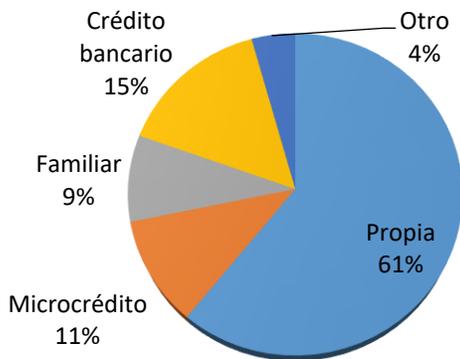
Gráfica 20. ¿Su tecnología es...?



Fuente: elaboración propia en base en encuestas realizadas

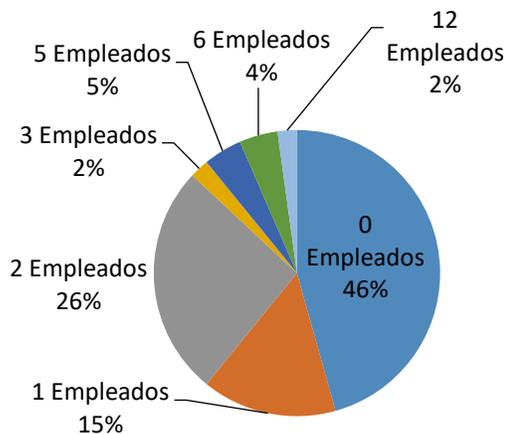
El financiamiento propio para inicial la empresa se posiciona como el principal con el 61% de las menciones, muy por encima del segundo y tercer lugar, que son el crédito bancario y el microcrédito con 15% y 11% respectivamente (ver Gráfica 21). En la Gráfica 22 podemos apreciar que la mayoría de los emprendedores optan por tener dos empleados o menos, teniendo en conjunto un 54 % del total, entre los cuales solo los que no tienen empleados ocupan un 46%.

Gráfica 11. Principal tipo de financiamiento para inicio de operación de la empresa



Fuente: elaboración propia en base en encuestas realizadas

Gráfica 22. Número de empleados



Fuente: elaboración propia en base en encuestas realizadas

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

La impresión social en el ambiente emprendedor que prevalece en el estado de Nuevo León podemos concluir que solo una tercera parte de los encuestados afirma que gozan de un estatus social alto por lo que consideran emprender un negocio es una buena opción de carrera; dos terceras partes afirman que los medios de comunicación dan a conocer los casos de éxito lo cual es un detonante para que más personas se motiven emprender un negocio.

Por lo que respecta a las actitudes y percepciones de los emprendedores podemos afirmar que más de las dos terceras partes considera capaz de percibir oportunidades para iniciar un negocio; casi el 100% afirma tener las habilidades requeridas para iniciar un negocio y posee una actitud positiva frente al fracaso; No obstante, más de la mitad de los encuestados afirmaron que no estaba en sus planes a mediano plazo el emprendimiento de un nuevo negocio.

El perfil emprendedor que encontramos en el estado de Nuevo León de acuerdo a la muestra encuestada es que 6 de cada 10 emprendedores son mujeres; el 80% de la población tiene debajo de 50 años, y solo el 20% tiene una edad por encima de esta; la mitad de los emprendedores tiene estudios de licenciatura y posgrado y más de dos terceras partes de los empresarios dedican todo su tiempo a su empresa, mientras que el 20% tiene otro empleo además de su negocio, y el 8% restante realizan estudios o están retirados.

Como recomendaciones se propone que el gobierno de México a través de la Secretaria de Economía debería impulsar este tipo de estudios para que se realicen en todas las entidades federativas para sacar el perfil del emprendedor así como su características y motivadores con el propósito de impulsar a que se incrementen los pequeños negocios y mejorar nuestra economía

BIBLIOGRAFIA

- Castiblanco, S. (2013). *La construcción de la categoría de emprendimiento femenino*. Vol. XXI (2) p.p. 53-66. Revista Facultad de Ciencias Económicas. Universidad Militar Nueva Granada. Colombia.
- Dosal, C., Gutiérrez, C. & Saracho, A. (2010). *¿Quiénes son los emprendedores Innovadores mexicanos?* Fundación IDEA, A.C.
- Estrada, R., García, D. & Sánchez, V. (2009). *Factores determinantes del éxito competitivo en la Pyme: Estudio Empírico en México*. Año 14.Nº46. P. 169-182. Revista Venezolana de Gerencia. Universidad del Zulia.
- Fernández Laviada, A. (2015). *Informe GEM España 2014*. España: Universidad de Cantabria.
- Hernández, P., Espinoza, R., Merritt, H., Márquez, A. & León, J. (2006). *El emprendedor en México: ingenio vs innovación*. I Congreso Iberoamericano de Ciencia, Tecnología, Sociedad e Innovación CTS + I. México.
- Hisrich, R., Peters, M., & Shepherd, D. (2005). *Entrepreneurship* (Sexta ed.). México: Mc Graw Hill
- Leiva Bonilla, J. C. (2007). *Los Emprendedores y la Creación de Empresas*. Costa Rica: Tecnológica de Costa Rica.

- Pérez, A. & Torralba, A. (2015). *Medición del emprendedurismo en municipio de Puebla: Diagnostico para el desarrollo empresarial*. Tec Empresarial. Vol. 9 Núm. 1. P. 19-30.
- Porras, J. A., Oliveras, G., & Vigier, H. P. (2013). Probabilidades de éxito para la creación de empresas: Implicancias sobre la educación emprendedora. *FAEDPYME INTERNATIONAL REVIEW*, 2(4), 42-48.
- Porter, M. (2002). *Executive Summary: Competitiveness and Stages of Economic Development*. Estados Unidos: Oxford University.
- Querejazu, V. (2015). *Reporte Nacional Bolivia 2014*. Bolivia: Universidad Católica Boliviana "San Pablo".
- Reynolds, P. (1999). *Global Entrepreneurship Monitor, 1999 Executive Report*. Estados Unidos: Kauffman Foundation.
- Robinson, P. B., Stimpson, D. V., Huefner, J. C. and Hunt, H. K. (1991), An Attitude Approach to the Prediction of Entrepreneurship, *Entrepreneurship Theory and Practice*, 15: 13–31.
- Salvador, C. (2009). *Ecuaciones estructurales como modelos predictivos de la autoeficacia emprendedora en una muestra de jóvenes mexicanos y españoles*. *Apuntes de Psicología*. Vol. 27, número 1, págs. 65-78. Colegio Oficial de Psicología de Andalucía Occidental y Universidad de Sevilla.
- Singer, S. (2015). *Global Entrepreneurship Monitor 2014 Global Report*. Estados Unidos: Babson College.