



# LA CULTURA DE EMPRENDIMIENTO EN MÉXICO

---



 Santander



Universidad Nacional  
Autónoma de México



Banco  
Santander



Facultad de Ciencias  
Políticas y Sociales



Centro de Estudios de  
Opinión Pública

# LA CULTURA DEL EMPRENDIMIENTO EN MÉXICO

## UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA DE MÉXICO

Enrique Luis Graue Wiechers

**Rector**

Leonardo Lomelí Vanegas

**Secretario General**

Leopoldo Silva Gutierrez

**Secretario Administrativo**

Mónica González Contró

**Abogada General**

Fernando Castañeda

**Coordinador del Consejo Académico  
del Área de las Ciencias Sociales**

Socorro Vanegas Perez

**Directora de la Dirección General  
de Publicaciones y Fomento Editorial**

## FACULTAD DE CIENCIAS POLÍTICAS Y SOCIALES

Angélica Cuéllar Vázquez

**Directora de la Facultad de Ciencias Políticas y Sociales**

Arturo Chávez López

**Secretario General de la Facultad de  
Ciencias Políticas y Sociales**

Juan Manuel López Ramírez

**Secretario Administrativo**

Ilan Edwin Garnett Ruíz

**Jefe del Departamento de Publicaciones**

Miguel Rodríguez Harris

**Coordinador del Centro de Estudios  
de Opinión Pública**

## **BANCO SANTANDER**

Héctor Grisi Checa

**Presidente Ejecutivo**

Ángel Rivera Congosto

**Vicepresidente Banca Comercial**

Alejandro Cecchi González

**Director General Adjunto de Estrategia de Negocios**

## **SANTANDER UNIVERSIDADES**

Arturo Cherbowski Lask

**Director Ejecutivo de Santander Universidades y**

**Director General Universia México**

Salomón Amkie Cheirif

**Director de Relaciones Institucionales**

Ariadna Hernández Zamora

**Gerente Proyectos Institucionales y**

**Plan de Apoyo a la Educación Superior**

Mauri Yatzareth Hernández Acevedo

**Coordinadora de Proyectos Institucionales y Plan**

**de Apoyo a la Educación Superior**

## **COLABORADORES**

Luz Aliette Hernández Prieto

**Editora**

Luz Aliette Hernández Prieto

Víctor Quiroz

Maribel Guerrero

Eufemio Franco

Gabriela Isaí Medina Castillo

Viridiana Becerril Rea

**Revisión de Contenidos**

Sofía del Carmen Pasquel Weber

Jaime Paul Cano Bello

**Diseño Gráfico**

Jaime Paul Cano Bello

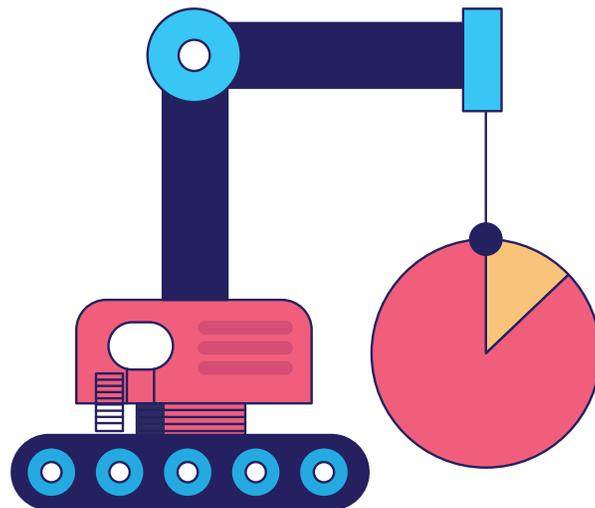
**Diseño Editorial**

# LA CULTURA DEL EMPRENDIMIENTO EN MÉXICO

Fernando Castañeda Sabido

Miguel Rodríguez Harris

(Coordinadores)



Universidad Nacional Autónoma de México

2019

La Cultura del Emprendimiento en México. Coord. Fernando Castañeda Sabido y Miguel Rodríguez Harris. México. Centro de Estudios de Opinión Pública / Facultad de Ciencias Políticas y Sociales /Universidad Nacional Autónoma de México; Secretaría de Economía y Banco Santander. 2019. 223 p.

ISBN: en trámite – versión preliminar

1- Emprendimiento. 2. Cultura de emprendimiento. 3. Rasgos de personalidad. 4. Habilidades cognitivas. 5. Habilidades socioemocionales. I. Castañeda Sabido, Fernando. II. Rodríguez Harris, Miguel. III. Hernández Prieto, Luz Aliette. IV. Universidad Nacional Autónoma de México. V. Facultad de Ciencias Políticas y Sociales. VI. Centro de Estudios de Opinión Pública.

Primera edición, 15 de agosto de 2019 – versión preliminar

D.R. © Universidad Nacional Autónoma de México  
Facultad de Ciencias Políticas y Sociales  
Centro de Estudios de Opinión Pública  
Ciudad Universitaria, Delegación Coyoacán, C.P. 04510,  
Ciudad de México

ISBN: en trámite – versión preliminar

Prohibida la reproducción total o parcial por cualquier medio sin la autorización escrita del titular de los derechos patrimoniales.

Impreso y hecho en México

# PRESENTACIÓN

## Banco Santander

El ecosistema del emprendimiento en México no es el mismo que conocimos hace 14 años, cuando comenzamos a trabajar en beneficio de los jóvenes emprendedores del país. El emprendimiento se enfrenta constantemente a retos que nos llevan, a todos los que integramos este ecosistema, a trabajar más unidos que nunca.

Sabemos que apoyar las ideas y la pasión de los jóvenes contribuye positivamente al progreso de la sociedad y de las personas, y es por ello que en el Banco Santander constantemente desarrollamos iniciativas enfocadas a impulsar el emprendimiento, el estudio y la empleabilidad a favor de la comunidad universitaria.

La educación es la pieza fundamental del cambio y el estímulo de la curiosidad de los jóvenes, siendo uno de los motores para el emprendedor y el entorno que lo rodea, pues un emprendedor es, metafóricamente, un aventurero que decide cambiar de rumbo con una determinación para ir hacia lo desconocido con el riesgo y la independencia que esta decisión le amerita. Conocer el entorno en que esta aventura se desarrollará, permite al innovador y al responsable de su formación darle mejores herramientas.

A través de la educación y el mundo de las ideas, se genera un caldo de cultivo que favorece la aparición de emprendedores, pues es a través de la enseñanza y el aprendizaje que los alumnos pueden desarrollar competencias que les permitirán emprender e innovar.

Alrededor de este caldo de cultivo, hay un ecosistema que será determinante para el desarrollo del emprendimiento y la innovación, pues un emprendedor es, principalmente, el resultado de su entorno, de sus habilidades y competencias. Así como la roca adquiere su figura con el tiempo y la erosión, el ser humano se transforma con el medio ambiente que lo rodea incluyendo el sistema económico y político.

Es por ello que “La Cultura del Emprendimiento en México” hace aportes novedosos para la comprensión de las causas que explican el comportamiento del emprendimiento en el país, resaltando la importancia del papel de la cultura y del análisis a nivel de los individuos como variables que necesitan tomarse en cuenta como pieza clave de las discusiones académicas y de política pública sobre el tema, abriendo así nuevas oportunidades para una promoción más exitosa del emprendimiento y la innovación en el país.

Arturo Cherbowski Lask

**Director Ejecutivo Santander Universidades y**

**Director General Universia México**

## Índice de Figuras

## Índice de Tablas

## Prólogo

## Capítulo 1: ¿Qué es la cultura del emprendimiento?

• ¿Qué es la cultura? .....	27
• Transmisión cultural: Desarrollo y Cambios Culturales .....	29
• ¿Qué es el emprendimiento? .....	31
• El punto de inflexión: El individuo, la innovación y el riesgo de Schumpeter .....	32
• Enfoques para el estudio del emprendimiento .....	33
• Enfoque económico/organizacional .....	34
• Enfoque de procesos/rendimiento.....	35
• Enfoque de personalidad (psicológica/comportamiento) .....	35
• El enfoque de esta investigación.....	36
• La cultura de emprendimiento .....	36
• La influencia de la cultura en el emprendimiento .....	37
• Escuelas de pensamiento que estudian la relación existente entre cultura y emprendimiento (Post-materialismo y emprendimiento).....	37
• Insatisfacción y emprendimiento.....	38
• Evasión de la incertidumbre y emprendimiento.....	38
• La cultura de emprendimiento - Una propuesta conceptual.....	38
• Los elementos de la cultura del emprendimiento.....	39
• Referencias .....	42

## Capítulo 2: ¿Cómo se ha estudiado el tema del emprendimiento?

• La competitividad .....	48
• The global competitiveness report 2017-2018 (World economic forum, 2017) .....	48
• IMD world competitiveness yearbook (IMD world competitiveness center, 2017).....	49
• Doing business (World bank group,2018).....	50
• Entrepreneurship at a glance 2016 (OCDE, 2017) .....	51
• Kauffman index Start up activity (Kauffman Foundation, 2017) .....	52
• Índice de competitividad internacional 2015, la corrupción en México: transamos y no avanzamos (IMCO, 2015) .....	53
• La innovación.....	54

- Global innovation Index (Cornell university et al., 2018) .....54
- Encuesta sobre Investigación y Desarrollo Tecnológico(INEGI, 2014) .....55
- El entorno emprendedor y las características del emprendedor  
como individuo.....56
- Global report 2017/2018 (GEM, 2018).....57
- The global entrepreneurship index 2018 (GEDI,2017).....59
- Amway Global Entrepreneurship Report (AGER) (AMWAY, 2018).....60
- Special report: Women ´s Entrepreneurship (GEM, 2015).....61
- Conclusiones.....62
- Referencias.....63

### Capítulo 3: Situación actual del ecosistema emprendedor mexicano

- El ecosistema emprendedor como concepto.....67
- El ecosistema emprendedor mexicano desde la perspectiva del  
entorno empresarial a escala nacional .....67
- El ecosistema emprendedor mexicano desde la perspectiva Global  
Entrepreneurship Monitor (GEM).....75
- Coclusiones.....80
- Referencias.....82

### Capítulo 4: La cultura de emprendimiento en México -Índice ICEM-

- Encuesta sobre la cultura del emprendimiento en México: una  
propuesta innovadora.....91
- Características del Muestreo.....92
- Resultados por categoría de análisis.....93
- Conclusiones.....115
- Referencias .....118

## Capítulo 5: Personalidad, habilidades cognitivas y socioemocionales y emprendimiento en México

• Modelo.....	121
• Datos.....	125
• Personalidad, habilidades cognitivas y habilidades socioemocionales.....	126
• Emprendimiento.....	128
• Estrategia Empírica.....	131
• Resultados.....	132
• Conclusiones.....	139
• Referencias .....	141

## Capítulo 6: Una agenda para el futuro

• Los perfiles o población objetivo.....	145
• Las áreas estratégicas.....	147
• Recomendaciones de política pública y acciones estratégicas: Mejorando el ecosistema emprendedor y creando una cultura de emprendimiento en México.....	149
• 1. Mentalidad y cultura.....	151
• 2. Educación.....	153
• 3. Financiamiento.....	155
• 4. Instituciones de soporte.....	158
• 5. Innovación.....	160
• Conclusiones.....	162
• Referencias.....	165

## Síntesis: Lecciones aprendidas

• La cultura del emprendimiento: Un enfoque de vanguardia.....	170
• Opciones para la transformación de la cultura del emprendimiento en México.....	171

## Anexos

• Anexo 1: Cuestionario de encuesta.....	<b>181</b>
• Anexo 2: Índice de cultura financiera.....	<b>190</b>
• Anexo 3: Metodología para la elaboración del índice de cultura de emprendimiento en México (índice CEM).....	<b>195</b>
• Metodología.....	<b>195</b>
• Resultados.....	<b>197</b>
• 1. Diferencias significativas.....	<b>197</b>
• 2. Bosques de clasificación aleatorio.....	<b>204</b>
• 3. Elaboración del índice de cultura del emprendimiento en México.....	<b>213</b>
• 4. Análisis detallado de las variables de clasificación más importantes relacionadas con la cultura financiera y los rasgos de personalidad de los individuos.....	<b>216</b>

## ÍNDICE DE FIGURAS

### Capítulo 1: ¿Qué es la cultura del emprendimiento?

- **Figura 1.1** ¿Qué es la cultura del emprendimiento? .....41

### Capítulo 3: Situación actual del ecosistema emprendedor en México

- **Figura 3.1** Aporte de las MiPymes al sector Manufacturas en México en el año 2013.....69
- **Figura 3.2** Aporte de las MiPymes al sector Comercio en México en el año 2013.....70
- **Figura 3.3** Aporte de las MiPyMes al sector Servicios en México en el año 2013.....70
- **Figura 3.4** Aporte de las MiPymes al sector Actividades Económicas en México en el año 2013.....71
- **Figura 3.5** Grado de escolaridad del personal ocupado por las MiPymes en México en el año 2015.....72
- **Figura 3.6** Distribución del financiamiento por tamaño de las empresas.....74
- **Figura 3.7** Apoyo de los programas de gobierno por tamaño de las empresas.....74
- **Figura 3.8** Ecosistema emprendedor de México (2008-2016).....76
- **Figura 3.9** Tendencia de cambio en la actitud empresarial en México (tasa de oportunidades, percepción de capacidades, etc.).....78
- **Figura 3.10** Tendencia de cambio en la actitud empresarial en México (Tasa de negocios establecidos e índice motivacional).....78
- **Figura 3.11** Tendencia de cambio en la actitud empresarial en México (Expectativa de creación de empleos, innovación y evolución del sector de servicios empresariales).....79
- **Figura 3.12** Tendencia de cambio en la actitud empresarial en México (Valoración del estatus) .....79

### Capítulo 4: La cultura de emprendimiento en México

- **Figura 4.1** Promoción de la cultura de emprendimiento en edades tempranas en México.....93
- **Figura 4.2** Ventajas de los diferentes nichos de trabajo para una persona talentosa en México.....95
- **Figura 4.3** Percepción de los mexicanos sobre el esfuerzo individual, la competencia, el fracaso y la innovación.....96
- **Figura 4.4** Factores que determinan el éxito de un emprendedor en el país.....97
- **Figura 4.5** Percepción del emprendimiento como opción de carrera en México.....99

- **Figura 4.6** Percepción sobre las limitantes para comenzar un negocio en México.....101
- **Figura 4.7** Percepción sobre las limitantes para hacer crecer un negocio en México.....102
- **Figura 4.8** Propuesta de incentivos gubernamentales para la promoción del emprendimiento en el país.....103
- **Figura 4.9** Percepción sobre el papel de los bancos como oferentes de opciones de crédito, financiamiento y asesoría financiera...104
- **Figura 4.10** Porcentaje de la población que reporta haber tenido alguna vez una cuenta bancaria.....105
- **Figura 4.11** Edad de apertura de la primera cuenta bancaria de la población incorporada al sistema financiero mexicano.....105
- **Figura 4.12** Razones de incorporación de la población mexicana la sistema financiero.....106
- **Figura 4.13** Distribución de frecuencias del índice de cultura financiera...108
- **Figura 4.14** Importancia de las primeras diez variables seleccionadas para la construcción del modelo del índice ICEM propuesto.....112
- **Figura 4.15** Comportamiento del índice de cultura de emprendimiento en México.....113
- **Figura 4.16** Diferencias en el índice de Cultura del Emprendimiento en México entre la muestra de emprendedores y la muestra de no emprendedores encuestados.....114

## Capítulo 5: Personalidad, habilidades cognitivas y socioemocionales y emprendimiento en México

- **Figura 5.1** Modelo teórico de emprendimiento e inversión y clasificación en cinco grupos.....123
- **Figura 5.2** Diferencia entre el logaritmo de los ingresos de una persona con un negocio propio y el logaritmo de los ingresos de un maestro o un médico.....128
- **Figura 5.3** Distribución del monto hipotético a invertir si se obtuviera un ingreso único y extraordinario de 500,000 pesos.....130
- **Figura 5.4** Porcentaje de la población que tiene un negocio propio, según sus habilidades socioemocionales.....138

## Capítulo 6: Una agenda para el futuro

- **Figura 6.1** Áreas estratégicas de incidencia y población objetivo.....145

## Anexo 2

- **Figura A2.1** Distribución de frecuencias de las respuestas de los catorce ítems evaluados para el análisis del índice de cultura financiera.....191
- **Figura A2.2** Distribución de frecuencias estandarizadoras del índice de cultura financiera.....192
- **Figura A2.3** Distribución de frecuencias de las respuestas de los catorce ítems evaluados para el análisis del índice de cultura financiera.....193
- **Gráfica A2.4** Distribución de frecuencias estandarizadas del índice de cultura financiera .....194

## Anexo 3

- **Figura A3.1** Variables ponderadas más importantes para la evaluación del modelo de clasificación que determina la diferencia identificada en la cultura del emprendimiento .....213
- **Figura A3.2** Densidad de los resultados de las respuestas que conforman el Índice de la Cultura de Emprendimiento.....214
- **Figura A3.3** Distribución de frecuencias de las respuestas que conforman el Índice de Cultura de Emprendimiento comparando emprendedores y no emprendedores.....215
- **Figura A3.4** Densidad de los resultados de las respuestas de emprendedores y no emprendedores para la variable ¿Qué tan bien preparado está usted para manejar las finanzas de un negocio?.....217
- **Figura A3.5** Densidad de los resultados de las respuestas de emprendedores y no emprendedores para la variable ¿Qué tan bien preparado está usted para manejar las finanzas de un negocio con miras a que crezca y genere riqueza?.....219
- **Figura A3.6** Densidad de los resultados de las respuestas de emprendedores y no emprendedores para la variable ¿Qué tan bien preparado está usted para manejar sus finanzas personales?.....221
- **Figura A3.7** Densidad de los resultados de las respuestas de emprendedores y no emprendedores para la variable ¿Qué tan bien preparado está usted para manejar las finanzas de su hogar?.....223

- **FiguraA3.8** Densidad de los resultados de las respuestas de emprendedores y no emprendedores para la variable "Proactividad".....**224**
- **Figura A3.9** Densidad de los resultados de las respuestas de emprendedores y no emprendedores para la variable "Conciencia/ Big Five).....**225**
- **FiguraA3.10** Densidad de los resultados de las respuestas de emprendedores y no emprendedores para la variable "Habilidades cognitivas" .....**226**
- **FiguraA3.11** Densidad de los resultados de las respuestas de emprendedores y no emprendedores a la variable " Grit /Coraje y determinación".....**227**
- **Figura A3.12** Densidad de los resultados a las respuestas de emprendedores y no emprendedores para la variable "Mindset / Mentalidad".....**228**
- **Figura A3.13** Densidad de los resultados de las respuestas de emprendedores y no emprendedores para la variable "Neuroticismo/ Equilibrio emocional".....**229**
- **Figura A3.14** Densidad de los resultados de las preguntas a emprendedores y no emprendedores para la variable "Apertura".....**230**
- **Figura A3.15** Densidad de los resultados de las preguntas a emprendedores y no emprendedores para la variable "Agradabilidad/Amabilidad".....**231**

# ÍNDICE DE TABLAS

## Capítulo 3: Situación actual del ecosistema emprendedor en México

- **Tabla 3.1** Participación de las MiPyMes en el sector empresarial mexicano, de acuerdo con los datos de los Censos Económicos 2014.....**68**
- **Tabla 3.2** Razones por las cuales las MiPyMes en México no se sienten impulsadas a crecer.....**72**
- **Tabla 3.3** Estatus del financiamiento de las MiPyMes en México y causas de rechazo de las solicitudes de financiación por tamaño de empresa.....**73**
- **Tabla 3.4 Anexo 3A** Caracterización del ecosistema emprendedor mexicano en el periodo comprendido de 2008 a 2016.....**84**
- **Tabla 3.5 Anexo 3B** Percepción de la actitud empresarial en México en el periodo comprendido de 2010 a 2015.....**86**

## Capítulo 4: La cultura de emprendimiento en México

- **Tabla 4.1** Características del muestreo.....**92**
- **Tabla 4.2** Percepción de las remuneraciones mensuales recibidas por médicos, profesores y emprendedores en México.....**99**

## Capítulo 5: Personalidad, habilidades cognitivas y socioemocionales y emprendimiento en México

- **Tabla 5.1** Clasificación teórica de individuos según si emprenden, si su negocio sobrevive, y si su inversión es menor o mayor al nivel óptimo.....**123**
- **Tabla 5.2** Correlaciones entre los grandes cinco rasgos de la personalidad, las habilidades socioemocionales y cognitivas.....**127**
- **Tabla 5.3** Resultados de las regresiones lineales.....**133**
- **Tabla 5.4** Resultados de las regresiones logísticas.....**135**
- **Tabla 5.5** Pruebas de hipótesis conjuntas.....**137**

## Capítulo 6: Una agenda para el futuro

- **Tabla 6.1** Recomendaciones de política pública y acciones estratégicas: Mejorando el ecosistema emprendedor y creando una cultura de emprendimiento en México.....**150**

## Síntesis

- **Tabla de síntesis:** . Relación del avance de las condiciones marco del ecosistema emprendedor mexicano con respecto a las limitantes identificadas para el crecimiento de las MiPyMes en el país y las acciones estratégicas propuestas para su atención, como parte de la Agenda a Futuro para el Emprendimiento en México (2019) (GEM, 2018; INEGI, X2014; y Capítulo seis de esta publicación).....**175**

## Anexo 3

- **Tabla A3.1** Valores de la prueba de diferencia de proporciones para cada una de las variables.....**198**
- **Tabla A3.2** Importancia de las variables con p-value analizados en la evaluación del modelo de clasificación .....**204**
- **Tabla A3.3** Diferencia entre los valores calculados y esperados que predicen la exactitud de la clasificación de emprendedores y no emprendedores.....**212**
- **Tabla A3.4** Porcentajes de respuesta de emprendedores y no emprendedores a la pregunta ¿Qué tan bien preparado está usted para manejar las finanzas de un negocio?.....**216**
- **Tabla A3.5** Densidad de los resultados de las respuestas de emprendedores y no emprendedores para la variable ¿Qué tan bien preparado está usted para manejar las finanzas de un negocio con miras a que crezca y genere riqueza?.....**218**
- **Tabla A3.6** Densidad de los resultados de las respuestas de emprendedores y no emprendedores para la variable ¿Qué tan bien preparado está usted para manejar sus finanzas personales?.....**220**
- **Tabla A3.7** Densidad de los resultados de las respuestas de emprendedores y no emprendedores para la variable ¿Qué tan bien preparado está usted para manejar las finanzas de su hogar?.....**222**

# PRÓLOGO

Fernando Castañeda

## Antecedentes

“La Cultura de Emprendimiento en México” inició en 2015 como un proyecto de investigación desarrollado por el Centro de Estudios de Opinión Pública (CEOP) de la Facultad de Ciencias Políticas y Sociales con la colaboración del INADEM a través del Fondo Nacional Emprendedor y el Banco SANTANDER; en el marco de las convocatorias del Fondo Nacional Emprendedor (2015) de la Secretaría de Economía. La propuesta inicial surgió en el CEOP como resultado de la sistematización de los aprendizajes adquiridos a lo largo de la trayectoria institucional de investigación en el área del Emprendimiento; y de la identificación de la necesidad de generar conocimiento - hasta el momento inexistente - sobre la relación entre Cultura y Emprendimiento, a nivel país.

La trayectoria del CEOP en materia de emprendimiento inicia en el año 2014, cuando retoma los hallazgos del primer estudio de cultura financiera a nivel país, desarrollado por la Facultad de Psicología de la UNAM en el año 2008. Tomando como punto de partida los planteamientos de esta investigación, el CEOP diseñó y desarrolló el primer estudio de la cultura financiera de los jóvenes, también a nivel país.

Entre los hallazgos de este estudio se identificaron diferentes perfiles y áreas de oportunidad relacionadas con el manejo del riesgo y la disposición a emprender de los jóvenes en México. Se identificó que los jóvenes mexicanos no están dispuestos al riesgo y esto motivó al CEOP a indagar sobre enfoque cultural relacionado con el emprendimiento, de la misma forma que lo había hecho con la cultura financiera, de cuyo estudio se obtuvieron resultados sorprendentes.

Posterior al desarrollo de esta investigación, también en 2014, tuvo lugar una colaboración con el INADEM, a través del Fondo Nacional Emprendedor, con el objetivo de crear un curso que permitiera desarrollar las habilidades emprendedoras de los mexicanos. El taller fue impartido inicialmente para 100 personas, con un formato presencial, y sus contenidos sirvieron de base para la creación de un MOOC (curso masivo abierto en línea) que favoreció la atención masiva de la necesidad de la población de contar con opciones de formación e información sobre esta temática. Este MOOC tuvo más de 25,000 inscritos en su primera edición; y su puesta en marcha fue posible gracias a la alianza establecida entre el CEOP y la plataforma México X de la SEP.

Para 2016 las investigaciones y las acciones de capacitación habían demostrado que las limitantes para el emprendimiento en México no estaban relacionadas solamente con la falta de capacidades, de conocimientos y de habilidades técnicas de la población en el tema de emprendimiento; sino que también era necesario explorar su relación con la historia, la trayectoria de los individuos y el desarrollo de su cultura en torno al emprendimiento. Como consecuencia ese mismo año se elaboró y gestionó la propuesta técnica del estudio La Cultura de Emprendimiento en México; que respondió a la convocatoria de proyectos de investigación del INADEM de ese año.

Este proyecto sirvió de marco para dar continuidad a la trayectoria de trabajo conjunto en materia del emprendimiento entre la UNAM y el Banco Santander. La participación de Santander como aliado para el desarrollo de la propuesta era estratégica, dado que Santander es el banco que más ha impulsado el emprendimiento en jóvenes en México, a través de su iniciativa de responsabilidad social. Además de que su posición privilegiada como iniciativa global lo posiciona como un aliado cuya colaboración garantiza la potencialización de los resultados de la investigación, asegurando que la información llegue más fácilmente a los jóvenes emprendedores de todos los países con los cuales Santander tiene alianzas.

De igual manera, la participación del Instituto Nacional del Emprendedor en el proyecto era también de suma importancia; dado que constituía el organismo gubernamental responsable de fomentar e impulsar el emprendimiento en el país, por medio del diseño y la instrumentación de políticas de apoyo para las micro, pequeñas y medianas empresas.

El planteamiento inicial de la propuesta respondía a la necesidad de diagnosticar, de abonar a la discusión académica sobre el emprendimiento al incluir la variable cultural y personal en el debate vigente; finalmente también respondió a la necesidad de proveer herramientas para emprendedores y hacedores de políticas públicas, identificando áreas de oportunidad y haciendo accesible la información para quienes quieren emprender en el país. Su aporte más importante consiste en que retoma las variables culturales y psico sociales de los individuos como factores clave a tener en cuenta para la promoción del emprendimiento en México.

El documento que se presenta a continuación, que sistematiza la experiencia del estudio, está dirigido al público general, académicos y hacedores de política pública.

## INTRODUCCIÓN

Emprendimiento es una palabra cada vez más común en México. Los esfuerzos institucionales, empresariales y personales han hecho que el término cobre gran importancia en el debate de la política de desarrollo económico del país.

Los casos de éxito de Estados Unidos, China, India, Israel, entre otros países, han demostrado que fomentar y hacer realidad las ideas, es un arma poderosa para impulsar la riqueza y prosperidad de las naciones. Los dirigentes de prácticamente todos los países se preguntan cómo impulsar una sociedad emprendedora y cómo convertir el emprendimiento en uno de los motores del desarrollo económico.

Al respecto el presente estudio se enfoca en un aspecto del emprendimiento al que llamamos en este estudio “cultura de emprendimiento” que, desde el enfoque propuesto, es considerado como un elemento fundamental para impulsar el desarrollo económico de México y representa uno de los componentes a los que menos se ha prestado atención al diseñar e instrumentar las políticas públicas en materia de emprendimiento en el país.

Tal como lo han mostrado diversos teóricos alrededor del mundo, dentro de los que destacan Huntington (2005), Amartya Sen (1998), Gabriel Almond (1994), entre otros, la cultura influye en todos los aspectos de la vida humana. Por lo cual es de nuestro interés entender en qué medida influye y cómo puede ser aprovechada para promover el desarrollo del emprendimiento en el país. Al respecto, David Landes (1999) - uno de los profesores de historia económica más reconocidos de Harvard - dijo una vez: “si alguna lección puede sacarse de la historia del desarrollo económico, es que la cultura es el factor determinante por excelencia” (p.471).

Con base en este reconocimiento, la investigación sobre “La Cultura de Emprendimiento en México” se planteó tres objetivos: En primer lugar, el reconocer la importancia que tiene la cultura en el emprendimiento, lo que permitirá generar un análisis sobre el estado del emprendimiento desde una perspectiva diferente a la que se ha empleado hasta ahora. En segundo lugar, proponer un concepto que permita situar a la cultura como factor clave para la comprensión del ecosistema emprendedor, con el mismo nivel de importancia de otros elementos relevantes como la innovación, las instituciones, el financiamiento, las barreras de entrada, etcétera. Y, en tercer lugar, hacer el primer diagnóstico sobre la “cultura de emprendimiento en México”, una propuesta ambiciosa y de calidad que pueda ofrecer información para diseñar políticas públicas que puedan complementar las políticas existentes, para lograr impulsar con mayor efectividad el emprendimiento en el país.

A partir de los resultados del estudio se hace evidente el gran trabajo que tienen por delante las escuelas, el gobierno y las familias, con miras a impulsar los valores y actitudes que fomenten el emprendimiento en las diferentes etapas de la vida; con miras a cambiar las percepciones negativas que existen sobre el tema y a aprender de las experiencias exitosas de otros países, para hacer de la sociedad mexicana una sociedad emprendedora. Por nuestra parte, tenemos el compromiso de hacer accesible este estudio a quienes desean ser emprendedores, a quienes investigan el emprendimiento y a quienes son responsables de generar las políticas públicas en la materia.

El contenido de este estudio se organiza en seis capítulos. En el primer capítulo se hace una revisión histórica y teórica sobre los dos conceptos más relevantes tenidos en cuenta en esta investigación - la cultura y el emprendimiento -, explicando la relación que existe entre ellos. El capítulo concluye con la propuesta de un nuevo término: “la cultura de emprendimiento”, como un factor clave a tener en cuenta para lograr comprender y analizar mejor las sociedades emprendedoras.

El segundo capítulo reúne los estudios más importantes relacionados con el emprendimiento alrededor del mundo. Expone los diferentes enfoques empleados para el estudio del fenómeno, destacando las variables que han predominado en su investigación hasta la actualidad. Además, hace énfasis en las investigaciones que han reconocido la importancia de las características del emprendedor, sus relaciones y su entorno; es decir, resalta aquellos estudios que han tenido en cuenta algunos aspectos culturales y/o de personalidad relacionados con el emprendimiento; corroborando que el enfoque en la cultura que propone esta investigación ha sido poco explorado hasta el momento.

El tercer capítulo presenta un diagnóstico de la situación actual del ecosistema emprendedor mexicano, que determina las condiciones del entorno en las que los emprendedores inician y desarrollan sus iniciativas de emprendimiento. Para su elaboración se realizó una amplia búsqueda en diferentes fuentes y bases de datos nacionales e internacionales, con el objetivo de generar un análisis lo más completo posible sobre el ecosistema emprendedor del país. Al igual que en el capítulo anterior, en el capítulo tres se comprueba que la personalidad y la cultura en relación con el emprendimiento han sido poco exploradas en México.

El capítulo cuatro consta de un análisis descriptivo de las diferentes variables e indicadores comprendidos en la investigación. Este análisis es resultado de una encuesta realizada cara a cara, con representatividad estadística, a nivel nacional, y con la participación de 1,600 encuestados. En este capítulo se analizan temas como el papel de las instituciones en el fomento del emprendimiento,

los principales obstáculos para iniciar y hacer crecer un negocio en México, los distintos perfiles de la población entorno al emprendimiento, la percepción de los mexicanos sobre el éxito y/o fracaso de los emprendimientos, los beneficios de la innovación, etc. También se mide la opinión entorno a la importancia de la personalidad, el conocimiento y el financiamiento para abrir un negocio en el país. Asimismo se analiza la cultura financiera de los mexicanos y se propone un índice que facilita abstracción y la representación gráfica del nivel de cultura de emprendimiento en el país.

El quinto capítulo parte de la pregunta ¿qué determina que una persona emprenda un negocio? en él se analiza de manera minuciosa en qué medida el emprendimiento es determinado por la personalidad, las habilidades cognitivas y las habilidades socioemocionales. A través de un modelo estadístico, se llega a conclusiones verdaderamente interesantes. Por ejemplo, el hecho de que existen relaciones significativas entre el emprendimiento, la personalidad y los valores, de manera que los individuos más proactivos y perseverantes son más propensos a emprender.

La personalidad es un elemento que debe tomarse en cuenta al hablar de cultura; en el caso de los emprendedores, los valores y características de la personalidad influyen directamente en su actuar y los resultados de la investigación demuestran que la personalidad distingue en gran medida a los individuos emprendedores de los individuos no emprendedores de la población.

Por último, en el sexto y último capítulo de esta publicación, que se titula “Una agenda para el Futuro” se retoman las conclusiones más importantes de la investigación y las sugerencias de los organismos internacionales para el impulso del emprendimiento en las naciones, con el fin de proponer una hoja de ruta que incluye recomendaciones y acciones específicas que pueden ser empleadas para fortalecer la cultura de emprendimiento en México y contribuir a la consolidación de un país de emprendedores.

Agradecemos el apoyo de Banco Santander, del Instituto Nacional del Emprendedor y de la Facultad de Ciencias Políticas y Sociales de la UNAM para la realización de esta investigación que representa el esfuerzo y compromiso de las tres instituciones con la generación de conocimientos que impulsen cada vez más - y de mejor manera - el desarrollo del ecosistema emprendedor mexicano y de la cultura de emprendimiento en México.

# CAPÍTULO 1

## ¿QUÉ ES LA CULTURA DE EMPRENDIMIENTO?



## CAPÍTULO 1

# ¿QUÉ ES LA CULTURA DE EMPRENDIMIENTO?

**Miguel Rodríguez Harris**

**Javier Masso Paredes**

### INTRODUCCIÓN

*El emprendimiento es un fenómeno cuyo estudio ha cobrado especial relevancia a nivel global últimamente. Esto ha detonado el desarrollo de múltiples investigaciones sobre el tema, con enfoques muy diversos.*

*En México, particularmente, los estudios sobre emprendimiento no habían retomado hasta el momento la dimensión cultural como un parámetro importante a tener en cuenta para impulsar el nacimiento y el desarrollo de una sociedad emprendedora. Esto a pesar de que en el contexto económico mexicano se viene observando un auge importante en la creación de nuevos negocios que regularmente enfrentan grandes dificultades para mantenerse y alcanzar el éxito.*

*Por este motivo, la presente investigación constituye una herramienta indispensable para la comprensión del fenómeno del emprendimiento en México; así como para el diseño de propuestas de intervención y de política pública que permitan atacar el problema y fomentar la creación de emprendimientos prósperos y sostenibles en el tiempo.*

*Para comenzar a analizar la forma como la cultura incide en el fenómeno del emprendimiento en México, en este primer capítulo se definen los conceptos más importantes para el desarrollo del estudio: Cultura, Emprendimiento y Cultura de Emprendimiento. El texto comienza indagando distintas corrientes, perspectivas teóricas y enfoques desde los cuales se han estudiado la Cultura y el Emprendimiento; y termina exponiendo una propuesta conceptual para la Cultura de Emprendimiento, en la cual el centro es el individuo y la manera como éste se relaciona con el mundo que lo rodea, dándole las características que, eventualmente, lo pueden llevar a tomar la decisión de emprender.*

## ¿Qué es la cultura?

El concepto de cultura se ha ido formando y transformando a través del tiempo. Se trata de un concepto complejo y sobre el cual no existe un consenso generalizado en cuanto a su significado. A partir de los años cincuenta del siglo pasado, debido al interés de los politólogos en temas relacionados con la cultura y su efecto en el comportamiento de la sociedad, y al nacimiento de la cultura política como campo de estudio, aparecieron estudios dedicados a observar a la cultura, su significado y su impacto en la dinámica social (Avruch, 1998).

De acuerdo con Apte (1994), “a pesar de un siglo de esfuerzos por definir a la cultura adecuadamente, a principios de los años noventa no había acuerdo [...] con respecto a su naturaleza”. Aún sin un consenso, diversos autores han realizado clasificaciones y análisis muy valiosos sobre la cultura y sus niveles de observación, interesados en identificar cómo afecta y cómo se interrelaciona con el comportamiento y desarrollo de los individuos (Spencer-Oatey, 2012).

Por ejemplo, de acuerdo con Schein (1990), el estudio de la cultura debe distinguir tres aspectos:

- 1. El entorno observable:** Son las características, las acciones y todo aquello que se puede observar a simple vista, como la manera de vestirse, las prácticas cotidianas, etcétera. Este nivel responde al “qué” elementos constituyen el sistema que representa cada cultura.
- 2. Los valores:** Son los principios que gobiernan el comportamiento de los individuos. Éstos no son observables a simple vista, sino que son evidentes al interactuar y preguntar a los miembros del grupo en cuestión la razón de su comportamiento. Con ello se puede entender el “por qué” de la configuración del sistema.
- 3. Suposiciones básicas implícitas:** Son las reglas inherentes a cada cultura, éstas son asumidas de forma inconsciente por los individuos y guían su comportamiento; constituyen la forma en la que los miembros de un grupo perciben, sienten y piensan su realidad; y en consecuencia determinan el “cómo” interactúan los individuos entre sí en una situación particular. Son aspectos programados de manera tan profunda que, si son cuestionados, el cuestionamiento puede percibirse como hostilidad, ignorancia, e incluso irracionalidad (Schein, 1984).

En este sentido, el contexto observable, los valores y las suposiciones básicas implícitas son tres niveles de observación que ayudan a comprender qué elementos caracterizan una cultura; cómo se diferencia una cultura de otra, y el por qué detrás de cada peculiaridad cultural.

Hofstede (1991) también reflexiona sobre los aspectos visibles e invisibles de la cultura; pero enfatiza además que los aspectos invisibles que explican el porqué de los comportamientos que deben realizarse de cierta manera, sólo tienen sentido en un determinado contexto cultural y no en otro.

Por ejemplo, para los mexicanos puede resultar normal referirse a su propia casa como “tu casa” cuando se habla con otra persona; mientras que para un alemán o un japonés siempre habrá una distinción clara entre “tu casa” y “mi casa”. Es decir, para el mexicano es una muestra de hospitalidad y apertura, pero si a la expresión “mi casa es tu casa” se interpreta fuera del contexto cultural mexicano, los individuos de otras culturas pueden interpretar la versión literal, creyendo que el interlocutor está haciendo referencia a su hogar.

Esto nos lleva a entender una de las características más estudiadas y reconocidas de la cultura: la incidencia que tiene en el comportamiento de los individuos.

Los aspectos visibles e invisibles de la cultura son transmitidos de una generación a otra por medio del aprendizaje, no se heredan genéticamente. Es decir, provienen del sistema en el que se desarrolla el individuo. La herencia genética que determina la naturaleza humana da origen a las características que comparten los individuos de la especie, a la habilidad de sentir emociones complejas, la necesidad de asociarse con otros, etcétera. Pero la manera en la que los individuos manejan dichas emociones y el significado que les dan, es resultado de la cultura.

Por su parte, la personalidad comprende los rasgos y características de cada persona, los cuales son tanto heredados genéticamente como aprendidos y/o modificados por la influencia de la cultura y por las experiencias personales de cada individuo (Hofstede, 1991).

*“La cultura se aprende de las personas con las que se interactúa mientras se está siendo socializado”* (Lustig y Koester, 1999). Es decir, la cultura es parte del proceso de socialización y desarrollo de los individuos. Mientras las personas van creciendo, los padres, la escuela, la sociedad, y el espacio de trabajo, entre otros; van enseñando conductas, actitudes y valores que impactan en la manera en que las personas se comportan e interactúan entre sí y con los objetos a su alrededor. Más adelante se abordarán los efectos y la importancia de la transmisión y aprendizaje de la cultura en la formación de los individuos.

Conforme pasa el tiempo, mediante la adopción de nuevos pensamientos y hábitos, e incluso debido a factores de índole externa al sujeto, como las leyes y el progreso tecnológico, por ejemplo, las culturas van evolucionando y modificándose para dar respuesta a los nuevos tiempos. Es decir, las transformaciones culturales son producto tanto de fuerzas internas como externas al propio sistema cultural (Ferraro, 1998).

Además del tiempo, el espacio es otro factor importante en el desarrollo de la cultura. Es decir, si bien los patrones culturales tienen lugar en un espacio concreto, son susceptibles de transmitirse y difundirse de un espacio a otro. Por ejemplo, las nuevas tendencias o patrones culturales prevalecientes en Estados Unidos pueden ser difundidos y adoptados por la sociedad mexicana.

*“Los antropólogos generalmente coinciden en que hasta un 90% de todas las cosas, ideas y patrones de comportamiento que podemos encontrar en cualquier cultura tuvieron su origen en otro lugar” (ibíd).*

Hasta aquí se ha enfatizado en el hecho de que la cultura es un aspecto importante para entender una sociedad; sin embargo, hay otros elementos relevantes como el contexto, el sistema de leyes formales, y el nivel de desarrollo, entre otros, que también inciden en su comportamiento.

Entendamos que una sociedad es un sistema en donde la cultura es un elemento y donde cada elemento que conforma el sistema está interrelacionado con los demás. Al tratarse de un sistema interrelacionado “[...] se deduce que un cambio en una parte del sistema produce cambios concomitantes en otras partes del sistema” (ibíd).

El argumento anterior es de suma importancia para comprender el hecho de que, aun cuando en una sociedad haya una cultura financiera, política y de emprendimiento muy arraigada, ésta podría verse alterada por cambios económicos, políticos, sociales, legales, o de política pública.

Por ejemplo, si un estudio sobre la cultura financiera de los mexicanos demostrara que la sociedad mexicana no posee conocimientos para administrar sus finanzas personales, aun cuando este fuera un hecho reconocido, esta realidad podría cambiar. Una manera de hacerlo sería incluir educación financiera desde la enseñanza primaria a través de una política pública en materia de educación.

Hasta aquí hemos retomado elementos o características importantes de la cultura, la forma en la que se construye y los impactos que tiene en los individuos. Todo esto nos lleva a pensar la cultura como el conjunto de creencias, conocimientos, ideas, valores y tradiciones compartidas, que determinan la vida en sociedad, que caracterizan y guían la manera de actuar y reaccionar de cualquier persona o grupo social en un contexto determinado, independientemente de su naturaleza (sea un pueblo, nación, empresa, u organización, por ejemplo) (Eufracio, 2017; Zalpa, 2002 y Arias, 2004).

La cultura, por tanto, es un fenómeno social, producto de las interacciones que se desarrollan entre los individuos y aun cuando puede ser difundida en distintos tiempos y espacios, siempre debe ser analizada y comprendida a partir del espacio y tiempo en donde se originó.

### **Transmisión cultural: desarrollo y cambios culturales**

La cultura se construye a través del tiempo. Se transmite y reproduce a través de los individuos de un grupo social, mediante la enseñanza y la convivencia. Va adoptando nuevas características y se va adaptando conforme la sociedad evoluciona.

A nivel de los individuos es posible identificar etapas o momentos en los cuales se lleva a cabo este proceso de formación y transmisión cultural. Uno de estos primeros momentos es la infancia, en donde se inculcan los sistemas de valores y tradiciones propios del grupo social inmediato al que pertenece el individuo (familia, religión, grupo étnico, etcétera); siendo la familia el primer

transmisor cultural por excelencia. Durante la infancia se lleva a cabo la primera introducción y aproximación a lo que el individuo debiera considerar como deseable para él mismo, dentro de su contexto social, y para su futuro (Chakraborty, Thompson y Yehouec, 2016).

Sin embargo, aunque la infancia es la primera etapa de formación cultural, y la familia juega un papel central en ella, puede no ser siempre determinante para la formación cultural del individuo a largo plazo (ibíd). Dado que para muchos individuos cobran especial relevancia las concepciones, los deseos propios, y también la creación de sistemas de valores propios, distintos a los del sistema familiar. De ahí la importancia de las otras etapas y actores presentes en el proceso de desarrollo, aprendizaje e inserción social de los individuos.

La siguiente gran etapa en el proceso de formación cultural del individuo está representada por los primeros años de formación escolar, por los formadores y las relaciones sociales que en ese espacio se construyen. Durante este período, el individuo es introducido a la cultura del grupo social general, en la mayoría de los casos, a la cultura del país en el que vive.

A través de la educación y mediante la enseñanza en el aula se le inculca la cultura general de la sociedad en la que se desarrolla. Sin embargo, es importante notar que esta etapa ha sufrido procesos de cambio y, hasta cierto punto, su capacidad formadora ha estado influenciada por herramientas y fenómenos como el crecimiento y la expansión del internet, las redes sociales, los medios de comunicación masivos, entre otros (Dussel, 2007).

Posteriormente, el individuo se enfrenta a otras etapas de formación cultural, como lo son la universidad y el trabajo; en dónde se aprenden las formas de aplicar sus conocimientos y sistemas de valores en la sociedad. Aunque la cultura sigue en constante transformación hasta el final de la vida de las personas, las etapas mencionadas son en las que el individuo identifica modelos a seguir, a partir de lo heredado, de lo aprendido y de la formación de sus rasgos de personalidad y sus propias características individuales.

De estas etapas, es en la etapa de juventud cuando la cultura influye de una manera más profunda en la creación de valores y en la formación de la personalidad.

Por otra parte, trascendiendo al individuo, la relevancia del factor cultural es tal que contribuye a explicar las diferencias que existen entre una región y otra, entre países o incluso entre continentes. La cultura es capaz de explicar el sistema político, la prosperidad, la educación, entre otros temas relevantes en una determinada sociedad.

Esta perspectiva permite explicar cómo más allá de las razones económicas o estructurales, fenómenos como la cultura están influyendo en el emprendimiento con mayor importancia de la que se le ha atribuido hasta el momento (Freytag y Thurik, 2010). De acuerdo con Mason y Brown (2014), *“la cultura, y en concreto, las normas y actitudes sociales positivas hacia el espíritu empresarial, han sido reconocidos como un componente clave de los ecosistemas emprendedores. Las aspiraciones emprendedoras se inhibirán en sociedades donde no se valora la contribución social de los empresarios y emprendedores”*. De aquí la importancia de estudiar y entender el impacto de la cultura en el ecosistema emprendedor mexicano.

## ¿Qué es el emprendimiento?

El concepto de emprendimiento ha pasado por años de transformaciones y usos en diversos contextos. A pesar del interés mundial de investigadores y especialistas en estudiar su origen, significado, características y dimensiones, en México no se le ha prestado la atención académica que requiere, lo que ha dado como resultado el uso de un concepto difuso y cuyos alcances han sido subestimados.

El origen etimológico de la palabra emprender se encuentra en el vocablo latín *inprehendo*, que significa tomar o agarrar (Villaseñor, 2004). Sin embargo, su significado actual está más ligado a la palabra francesa *interprendre*, que significa llevar a cabo, y de dónde se desprende el concepto muy conocido de *entrepreneur* (Le Breton, 1751), vocablo francés se utilizó en un primer momento “*para referirse a aventureros como Cristobal Colón que venían al Nuevo Mundo sin saber con certeza qué esperar*” (Castillo, 1999).

El primer registro escrito del concepto data del año 1732, publicado en la tercera edición del Diccionario de Autoridades por la Real Academia la Lengua Española, en dónde se le define como “*determinarse a tratar y hacer alguna cosa ardua y dificultosa: como una acción militar, una conquista, etcétera*” (RAE, 1732).

Ahora bien, la introducción del concepto de emprendedor a la teoría económica se le atribuye a Richard Cantillon, un economista franco-irlandés que alrededor del año 1730 afirmaba que el emprendedor era un especialista en asumir riesgos y que su principal ingreso provenía de comprar a los trabajadores su producto o servicio antes de saber el precio que el consumidor estaba dispuesto a pagar, absorbiendo las fluctuaciones de precio en el mercado (Casson, 1993).

Sin embargo, la divulgación amplia del concepto ocurrió en los primeros años del siglo XIX al ser utilizado por los economistas Jean-Baptiste Say y John Stuart Mill, principalmente debido a que éste último lo incluyó en su libro “*Principios de Política Económica*”, publicado en 1848. Tanto Say como Mill resaltaban el rol del emprendedor como creador de valor, al mover recursos desde áreas poco productivas hasta otras más lucrativas (Casson, 1993).

La idea del emprendedor como tomador de riesgos fue retomada y refinada a principios del siglo XX por el economista estadounidense Frank H. Knight, quien marcó la diferencia entre riesgo (eventos recurrentes cuya frecuencia relativa se conoce por eventos del pasado) e incertidumbre (eventos únicos cuya probabilidad es estimada subjetivamente) (ibíd).

## El punto de inflexión: el individuo, la innovación y el riesgo de Schumpeter

En el siglo XX se vivió un punto de inflexión en el desarrollo teórico y conceptual del emprendimiento. Joseph A. Schumpeter le dio una nueva perspectiva a la definición y utilización del concepto al enfatizar en el rol de la innovación para emprender. Schumpeter presenta al emprendedor como el personaje que, impulsado por un enorme deseo de crecer, se abre camino a través de las industrias obsoletas, buscando innovar no sólo en la creación de productos, sino también en su proceso, exportación, recursos y formas de organización dentro del negocio (Casson, 1993).

Schumpeter pone en el centro de la discusión al individuo y lo que éste, con sus características, aptitudes y capacidades, es capaz de alcanzar con factores como la innovación y el riesgo. De acuerdo con él *“la función de los emprendedores es reformar o revolucionar el patrón de producción al explotar una invención, o más comúnmente, una posibilidad técnica no probada, para construir un nuevo producto o uno viejo de una nueva manera; o proveer de una nueva fuente de insumos o un material nuevo; o reorganizar una industria”* (Schumpeter, 1950).

En general, Schumpeter expone que los emprendedores son aquellas personas que se introducen en la economía y el mercado con nuevas ideas, empresas innovadoras y características disruptivas. Llegan para plantear cambios sustanciales que desestabilizan el mercado y lo obligan a cambiar y a evolucionar. Éstos emprendedores enfrentan cierta resistencia por parte del mercado y de las empresas existentes, lo que los obliga a aceptar y tomar riesgos en la creación de su empresa o producto. Todo lo anterior se traduce en un proceso general de transformación del entorno en el que se desarrollan.

La innovación de la que hablaba Schumpeter es radical, capaz de revolucionar el mercado, incluso, de introducir nuevos métodos de producción. Sin embargo, para fines de esta investigación, a partir de las aportaciones de Schumpeter, se hace la diferenciación de dos tipos de emprendimiento:

**1)** Se reconoce como emprendedor de alto impacto al individuo disruptivo del que habla Schumpeter y **2)** se reconoce como emprendedor tradicional a los individuos que toman la decisión de invertir en una idea de negocio, por pequeña que sea, pero que nace de la identificación de una ventana de oportunidad que les permite satisfacer por sí mismos una necesidad.

Por otro lado, aunque la propuesta de Schumpeter es una de las más aceptadas para entender el emprendimiento, existen otras tendencias y enfoques que difieren de sus planteamientos. Mientras Schumpeter plantea que el emprendimiento genera inestabilidades en el mercado que más tarde dan paso a su evolución; otros enfoques aseguran que el emprendimiento corrige las inestabilidades del mercado al introducir nuevas formas de hacer las cosas, o nuevos productos que solucionan las deficiencias presentes. Algunos de los autores más importantes que concuerdan con este segundo enfoque son Ludwig Von Mises e Israel Kirzner, autores de la escuela austriaca del estudio del emprendimiento (Sobel, 2008).

Mientras que para Schumpeter el emprendimiento es de naturaleza disruptiva y revolucionaria, para la escuela austriaca es de naturaleza estabilizadora. Desde esta perspectiva, el emprendedor no es un innovador sino un descubridor de oportunidades de ganancia hasta entonces inadvertidas (ibíd).

### Enfoques para el estudio del emprendimiento

En tiempos recientes, cada vez más gobiernos, universidades e instituciones han fomentado nuevos estudios y formas de entender el ecosistema emprendedor y al emprendedor mismo. Esto se debe a la importancia que ha cobrado el emprendimiento para el desarrollo económico de las naciones; y a la importancia que los procesos de innovación tienen para un mejor funcionamiento de la sociedad y del mercado en el que surgen (estos procesos de innovación normalmente se detonan a partir de emprendimientos de alto impacto).

Los enfoques a través de los cuales se ha estudiado al emprendimiento son tan numerosos como los autores que han escrito sobre el tema. Cuando se habla de distintos enfoques, se hace referencia a formas diferentes de analizar un determinado fenómeno. De acuerdo con Stuetzer et al. (2017), para el caso del emprendimiento, dentro de los enfoques de estudio más destacados se encuentran los siguientes:

1. El económico/organizacional
2. El de procesos/rendimiento
3. El de personalidad (psicológico/comportamiento)

Teniendo en cuenta estos enfoques, gran parte de los estudios realizados hasta el momento se han orientado a analizar los factores estructurales, externos al individuo; las razones económicas /organizacionales del emprendimiento, así como los procesos y el rendimiento del mismo; todos estos factores que son susceptibles de ser medidos. En contraste, muy pocas investigaciones se han enfocado al estudio de las capacidades y, particularmente, al estudio de las cualidades de los emprendedores.

Sin embargo, hace algunas décadas, distintas aportaciones provenientes de la economía, de estudios gerenciales y de la psicología empresarial, comenzaron a difundir la idea de que un buen emprendedor debe contar entre sus cualidades: el ser una persona con capacidad para el pensamiento creativo e innovador, con habilidades gerenciales y de orientación al logro, y el ser moderadamente capaz de tolerar el riesgo; entre otras.

Este hincapié en los aspectos internos de los individuos hizo evidente la necesidad de fortalecer el tercer enfoque, el enfoque del estudio de la personalidad, como una orientación clave para

el estudio del emprendimiento. Actualmente, especialistas a nivel mundial han reconocido que *“el entendimiento de las características personales del emprendedor que conllevan la creación de nuevas empresas exitosas puede generar importantes ganancias sociales y económicas”* (Baum y Bird, 2010).

Todo esto ha traído como resultado un mayor número de esfuerzos a nivel internacional por incorporar métodos y programas de enseñanza en las distintas etapas del desarrollo, particularmente en la etapa de formación temprana, buscando que el emprendimiento sea un estilo de vida que cualquier persona pueda aprovechar para mejorar no sólo sus condiciones económicas y sociales, sino las de toda su comunidad.

A continuación, se expone de manera breve los tres enfoques mencionados anteriormente y las contribuciones que se han generado a partir de cada uno de ellos.

### **Enfoque económico/organizacional**

El enfoque económico / organizacional *“concibe al emprendedor como el dinamizador del desarrollo económico”* (Rodríguez, 2009). Es quizá el enfoque más popular entre los estudiosos del emprendimiento y representa la visión más tradicional para su entendimiento. De acuerdo con éste, el emprendedor es un homo economicus, que busca maximizar su utilidad y bienestar, influyendo al mismo tiempo en el proceso de desarrollo económico de una sociedad.

La perspectiva económica analiza las habilidades y capacidades del emprendedor como empresario y líder de proyectos de mercado y económicos, observando cuáles son las características individuales que lo llevan a identificar las oportunidades del mercado y a poner en práctica sus proyectos como homo economicus. También analiza el funcionamiento de las organizaciones (empresas) y desarrolla teorías sobre el éxito o fracaso de las mismas.

Es la corriente más utilizada por instituciones públicas y privadas para explicar las razones que permiten la existencia y el éxito del emprendimiento, así como para promoverlo y potenciarlo con base en la educación empresarial, la planeación y las finanzas. Como ejemplo de lo anterior, se puede observar a la mayoría de los gobiernos e instituciones públicas vinculadas con el emprendimiento, quienes emiten cifras, estadísticas e indicadores basados en la antigüedad de las empresas, el número de empresas creadas en cierto periodo de tiempo. Mientras que el éxito de los emprendimientos lo miden de acuerdo con el número de empleados, las ganancias económicas generadas, etcétera.

Sin embargo, es evidente que medir la contribución del emprendimiento basado en estadísticas como las anteriores, podría no hacer honor y representar los alcances, contribuciones y éxitos que genera este fenómeno en el desarrollo de una nación. Ya que deja fuera aportaciones como la innovación, la detonación de sociedades creativas, con líderes y empoderada, las contribuciones sociales, el desarrollo de nuevas tecnologías, etcétera.

### Enfoque de procesos/rendimiento

El enfoque de Procesos / Rendimiento pone en el centro de la discusión la manera en la que los proyectos se van desarrollando a través del trabajo del emprendedor, así como el logro de los objetivos que una empresa se propone y alcanza durante un tiempo determinado. “Se caracteriza por la definición de procesos de emprendimiento, incluye de todas las acciones, actividades y funciones relacionadas con la percepción de oportunidades y la creación de empresas, para su desarrollo” (Rodríguez, 2009).

Dentro de los procesos más estudiados destacan la planeación y la aplicación de estrategias, así como el proceso de toma de decisiones, dado que ayuda a entender la manera en la que los emprendedores logran ser exitosos. Para su estudio se utiliza la lógica económica y se definen variables como los recursos, capacidades de los individuos y de las empresas, las limitaciones y las oportunidades en el mercado. Como ejemplos de actores que utilizan ampliamente este enfoque se puede identificar a las incubadoras y la industria de capital privado.

### Enfoque de personalidad (psicológica/comportamiento)

El enfoque de la personalidad pone en el centro al individuo, la forma en la que estructura sus pensamientos para lograr sus objetivos, la forma como actúa, como se desarrolla y desenvuelve en todos los aspectos relacionados con el emprendimiento. Recientemente se ha hecho énfasis en él para comprender al emprendedor no solamente en un contexto empresarial o de negocios, sino de manera integral, tomando en cuenta todos los aspectos de su vida.

Ofrece una perspectiva multidisciplinaria que incorpora a especialistas de la psicología, pedagogía, relaciones públicas e institucionales, negocios, finanzas, etcétera. “Es una tendencia relacionada con las representaciones o esquemas que el individuo desarrolla en su comportamiento; es más cognitiva, debido al conocimiento que se genera” (Rodríguez, 2009).

De esta corriente emanan las siguientes dos subcorrientes:

- a) La personal:** analiza la manera en la que piensa y estructura su pensamiento el emprendedor, así como las características psicológicas presentes en los individuos emprendedores, sus deseos de independencia, aversión al riesgo, etcétera.
- b) La de interacción con el entorno:** analiza los contextos específicos que llevan al emprendedor a actuar y reaccionar de una manera u otra, así como el significado y el valor que le da a situaciones como el éxito o el fracaso, la obtención de los resultados deseados, su perseverancia y la manera en que maneja la información para la toma de decisiones.

Es el enfoque de personalidad el que ha resaltado la necesidad de promover el emprendimiento desde la educación, señalando la necesidad de potenciar habilidades como “el aprendizaje autónomo, el pensamiento crítico, la creatividad, la identificación y resolución de problemas, la toma de decisiones y el fomento de trabajo en equipo” (Durán, Parra y Márceles, 2015).

De acuerdo con este enfoque, las características y rasgos de personalidad son elementos clave a partir de los cuales se puede enseñar y potenciar las habilidades asociadas con el emprendimiento; e identificar a emprendedores potenciales en etapas tempranas de su formación. Esto generaría nichos de oportunidad gigantescos para las naciones en el tema de formación de más y mejores emprendedores, como estrategia de fomento del desarrollo económico y social (ibíd).

### El enfoque de esta investigación

Para efectos de esta investigación, se entiende al emprendimiento como el esfuerzo de creación de una empresa, por parte de un individuo o grupo de individuos capaces de identificar las oportunidades en el mercado, que explotan o crean alguna innovación que les permite generar ganancias, al mismo tiempo que se rigen por principios como el respeto a las leyes y la creación de trabajos dignos, para mejorar el nivel de vida de sus empleados (Castillo, 1999; Rodríguez, 2009; Vázquez y Suárez, 2015).

El emprendimiento es el detonante de innovaciones que buscan mejorar o facilitar la vida, al mismo tiempo que generan valor económico. En el centro de la relación entre emprendimiento y la innovación se encuentra el individuo interactuando con su entorno por medio de su capacidad de crear nuevas combinaciones de recursos; de tal manera que los dos elementos importantes para el éxito de los emprendimientos son el individuo y el entorno o ecosistema emprendedor.

El emprendimiento se basa en la identificación de una necesidad en el mercado, el planteamiento de una idea que resuelva esa necesidad, la identificación de los recursos para implementarla y la creación de un equipo organizado (empresa) capaz de desarrollar, producir y comercializar esa idea (producto o servicio). La creación de un emprendimiento exitoso es el resultado del sujeto mismo (cualidades, capacidades y rasgos de la personalidad) y del contexto en el que emprende (infraestructura, leyes, etcétera).

### La cultura de emprendimiento

Hasta aquí se han analizado los conceptos de cultura y emprendimiento, pero ¿qué es la cultura de emprendimiento? La realidad es que la literatura sobre cultura de emprendimiento no es tan amplia como la del emprendimiento mismo, pero los esfuerzos existentes se han enfocado a analizar, a nivel del individuo, las motivaciones que llevan a los emprendedores a tomar la decisión de emprender y el vínculo existente entre esta decisión y sus valores, creencias y comportamiento.

Una forma de entender la cultura de emprendimiento es definirla como una programación colectiva de la mente hacia valores y normas emprendedoras como la proactividad, la asunción de riesgos, la aceptación del fracaso, la apertura a nuevas ideas, el individualismo, la independencia y el logro, por nombrar algunos. En una línea similar [...] la cultura del emprendimiento es un rasgo psicológico agregado de la población (Stuetzer, 2016).

## La influencia de la cultura en el emprendimiento

Diversos autores han estudiado las relaciones existentes entre la cultura y el emprendimiento (McGrath y MacMillan 1992; Lee y Peterson 2000; Mueller y Thomas 2000; Stephan y Uhlaner 2010; Autio, Pathak y Wennberg 2010). Incluso, hoy es reconocido el hecho de que las diferencias culturales a las que se encuentran expuestos los individuos pueden influir en el desarrollo de un amplio rango de nuevos comportamientos, incluida la decisión de convertirse en emprendedores, en lugar de trabajar para alguien más (Mueller y Thomas, 2000). De acuerdo con Thurik y Dejardin (2012), existe una clasificación de corrientes o escuelas de pensamiento que ofrecen diferentes visiones sobre la relación existente entre cultura y emprendimiento, además de ayudar a reflejar de manera clara las diferencias en el emprendimiento de distintas culturas. A continuación se presentan las escuelas de pensamiento señaladas:

### Escuelas de pensamiento que estudian la relación existente entre cultura y emprendimiento

#### Post-Materialismo y emprendimiento

Esta corriente está basada en el trabajo de Ronald Inglehart (Inglehart, 1990; 1997; 2003), quien expone el concepto del post-materialismo para explicar la manera en la que las sociedades cambian y modifican sus sistemas de valores y creencias a través del tiempo, en especial en sociedades modernas. Explica la manera en la que los miembros de la sociedad dan un giro a sus intereses y dejan de perseguir objetivos plenamente materiales, para dar paso a una sociedad motivada por objetivos no materiales como la realización personal y la mejora de la calidad de vida.

Este cambio cultural puede llegar a tener consecuencias amplias en el desarrollo del emprendimiento. Por ejemplo, Uhlaner y Thurik (2007) señalan que las ganancias y beneficios materiales representan un aspecto crucial para el emprendimiento y, en consecuencia, dado que a esas ganancias materiales se les asigna un valor mucho menor en sociedades post-materialistas, una sociedad con estas características tiene una menor probabilidad de elegir el camino del emprendimiento para mejorar su nivel de vida en términos materiales. Aunque puede elegir el camino del emprendimiento siguiendo otro tipo de motivaciones.

De acuerdo con Inglehart, el clima económico dirige el cambio social y no al revés. Es decir, si el emprendimiento se convirtiera en un motor de la economía, en una sociedad determinada, sería altamente probable que se generara un cambio en la percepción que esta sociedad tiene sobre el tema (Inglehart, 1990).

## Insatisfacción y emprendimiento

Esta corriente explica las elecciones ocupacionales que hacen los individuos, de manera particular distingue entre los individuos que eligen volverse trabajadores por cuenta propia y aquellos individuos clasificados como empleados.

Autores como Brockhaus (1980), Shapero y Sokol (1982) y Dyer (1994) han observado que aquellos individuos identificados como trabajadores por cuenta propia, en la mayoría de los casos, son personas que se sentían frustrados, molestos y generalmente insatisfechos en sus trabajos. En general, afirman que las personas son mucho más propensas a iniciar sus propias empresas y proyectos cuando se encuentran con una falta de oportunidades de desarrollo e insatisfacción general en empresas existentes.

Noorderhaven, Thurik, Wennekers y Van Stel (2004) señalan que en países en donde prevalecen altos niveles de insatisfacción con las condiciones generales de vida se observan altos niveles de autoempleo. Mientras que, en países con altos niveles de prosperidad y satisfacción de la sociedad prevalecen niveles de autoempleo bajos.

## Evasión de la incertidumbre y emprendimiento

De acuerdo con esta corriente, los rasgos psicológicos individuales relacionados con el emprendimiento, de manera particular la aversión al riesgo y la incertidumbre, pueden contrastarse entre culturas distintas. De acuerdo con Hofstede (1991), *“las personas poseen programas mentales que son desarrollados en la familia durante la niñez temprana y reforzados en las escuelas y por las organizaciones; y estos programas mentales contienen un componente importante de la cultura nacional”*.

Esta corriente señala que *“un rasgo cultural relacionado profundamente con las actitudes individuales hacia el riesgo y la incertidumbre es la evasión de la incertidumbre”* (Thurik y DeJardin, 2012). Aquellas naciones en las que las personas se sienten incómodas y atacadas por situaciones desconocidas o inciertas están caracterizadas por una cultura altamente evasiva de la incertidumbre. Tales culturas *“buscan estructura en sus organizaciones, instituciones y relaciones, lo que vuelve los eventos claramente interpretables y predecibles”* (Hofstede 2001).

En consecuencia, es de esperarse que sean las sociedades en donde la tendencia cultural permite asimilar el riesgo y la incertidumbre más fácilmente, donde también se presente el terreno más fértil para el surgimiento y la formación de emprendedores.

## La cultura de emprendimiento - Una propuesta conceptual

Ahora que se han desarrollado los conceptos de cultura y de emprendimiento; y que se han detallado algunos enfoques desde los que la literatura existente aborda la relación e influencia de la cultura en el emprendimiento, es posible presentar una propuesta acerca de lo que significa el concepto de cultura de emprendimiento:

En esta investigación entendemos la Cultura de Emprendimiento como el “conjunto de actitudes, prácticas, valores, creencias, percepciones, conocimientos, y normas sociales, que una determinada sociedad, en un contexto particular, manifiesta en torno al emprendimiento” (Ver Figura 1).

En nuestra propuesta conceptual la dimensión cultural del emprendimiento - al igual que ocurre con los demás campos de la interacción social - se relaciona en doble vía con los elementos del contexto del emprendimiento (o ecosistema emprendedor); que está definido por elementos observables, que se expresan de manera explícita en la sociedad, como son la conformación de un ordenamiento jurídico, la creación de instancias gubernamentales, programas y políticas públicas relacionadas con el tema, entre otras. Ambas dimensiones van moldeándose mutuamente, de acuerdo con la forma como van evolucionando con el tiempo los elementos que las conforman (Ferraro, 1998).

Entendemos entonces que la Cultura de Emprendimiento, en los términos en la que la hemos definido, constituye un factor clave que puede impulsar o inhibir el desarrollo del emprendimiento en una sociedad determinada.

## Los elementos de la cultura de emprendimiento

Los elementos que definen la cultura de emprendimiento son los siguientes:

1. Las **normas** son las leyes, códigos y reglamentos vigentes que dan certeza sobre las acciones en torno al emprendimiento, por ejemplo, la normatividad para crear una empresa, para hacer que forme parte del sistema fiscal, para que pueda ofrecer un servicio, para obtener financiamiento, para proteger sus ideas, etcétera.
2. Los **conocimientos**, que hacen referencia a lo que se sabe a nivel colectivo, como grupo o sociedad sobre el emprendimiento. Al igual que muchos campos, el emprendimiento se aborda desde diferentes perspectivas. Hay sociedades que se encuentran en la vanguardia, en cuanto habilidades, técnicas y conocimientos que hacen que funcione mejor el emprendimiento. En estas sociedades, con este tipo de conocimientos arraigados, es más probable que se desarrollen emprendimientos exitosos.
3. Los **valores** asociados a la cultura de emprendimiento. Son construcciones colectivas, cualidades que explican por qué un grupo, sociedad o comunidad actúa de una manera particular en torno al emprendimiento.

La perseverancia, la apertura a nuevas experiencias, un locus interno de control, una mentalidad enfocada en el desarrollo, la competencia, la proactividad, entre otros, son valores que están asociados a la creación de empresas. Una sociedad en donde se cultiven este tipo de valores será más propensa a emprender.

4. Las **creencias y las percepciones**, que son consecuencia de las experiencias que han tenido los individuos en torno al emprendimiento. Estas experiencias son parte fundamental del proceso de formación cultural y, por lo tanto, de lo que las personas creen que es el emprendimiento, los emprendedores y todo lo relacionado con el ecosistema emprendedor. Un individuo que tiene amigos y conocidos que son empresarios, es probable que tenga una visión distinta del emprendimiento de un individuo que no está relacionado con los empresarios. Algo similar sucede si en su educación tuvieron o no algún acercamiento con el emprendimiento. Una sociedad donde haya creencias y percepciones positivas sobre el emprendimiento tenderá a impulsar la creación de empresas como una de sus prioridades.

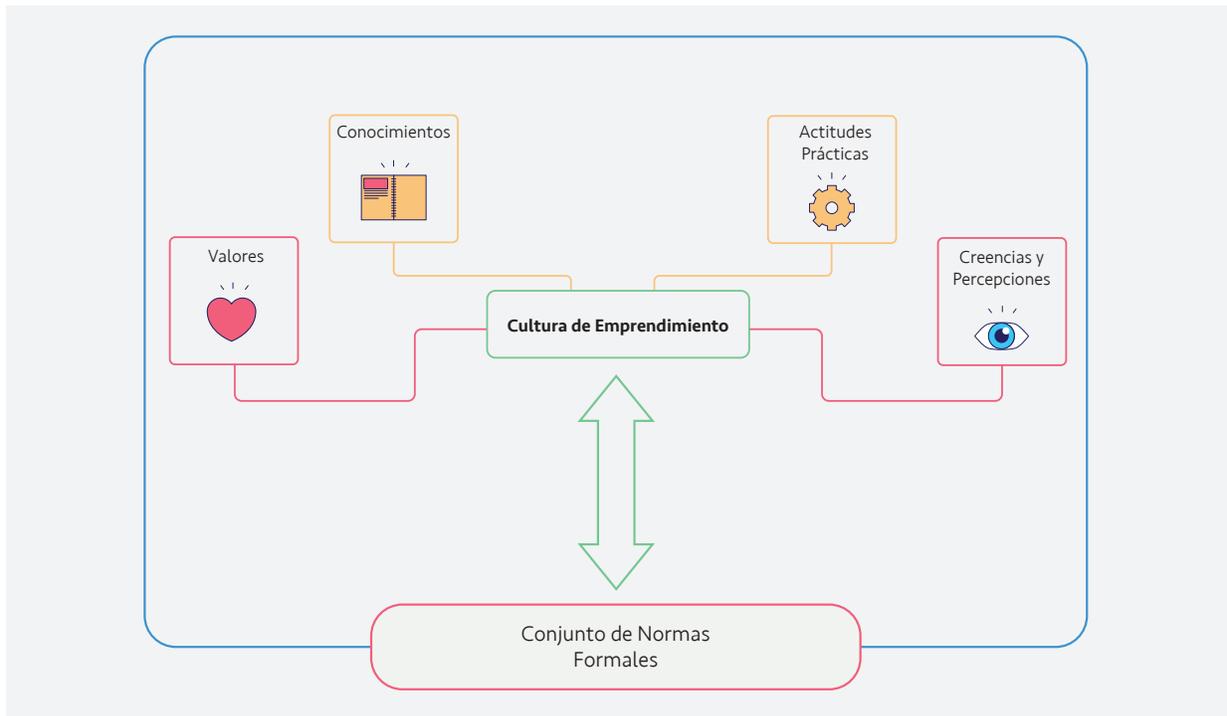
Los valores en conjunto con las creencias y las percepciones dan lugar a

5. Las **actitudes y prácticas** en torno al emprendimiento. Estos, en conjunto, impulsan a los individuos a actuar de manera particular. Un individuo que tenga apertura a las nuevas experiencias, que valore el riesgo como algo positivo, que acepte que los resultados de sus acciones dependen de él, será más probable que tome la decisión de emprender en comparación con un individuo introvertido, con aversión al riesgo y que piense que lo que sucede en su vida depende de factores externos.

El análisis de la cultura de emprendimiento y los esfuerzos subsecuentes dirigidos a incidir en ella de manera positiva deben considerar el hecho de que los esquemas culturales de cada sociedad responden a condiciones y contextos particulares; además de que, fomentar la cultura de emprendimiento no se trata de intentar trasladar un esquema que es funcional en un país a otro.

Impulsar la cultura de emprendimiento en una sociedad determinada requiere, en primer lugar, de un esfuerzo por comprender a profundidad los puntos fuertes y los puntos débiles en los que se quiere incidir. En segundo lugar, requiere de la generación de mecanismos para transformar los valores, conocimientos, creencias y percepciones asociados al emprendimiento, de tal manera que den como resultado la modificación de actitudes y prácticas; de manera que se puedan integrar a la programación colectiva de esa sociedad. Y, en tercer lugar, requiere de la modificación de los marcos jurídico y normativo para el fortalecimiento del ecosistema emprendedor.

La decisión de emprender, entonces, está determinada por dos elementos fundamentales: el individuo, quien es el responsable de generar un proyecto empresarial, y el contexto (o ecosistema emprendedor) en el que este individuo se encuentra inmerso. La cultura de emprendimiento es transversal a los individuos y al contexto. El contexto influye en los individuos y estos influyen en el contexto generando un ciclo donde la cultura de emprendimiento va transformándose y enriqueciéndose.



**Figura 1.1.** ¿Qué es la cultura de emprendimiento? Elaboración propia con base en las reflexiones de Arias (2004), Eufrazio (2017), Hofstede (1991), Ferraro (1998), Thurik y Dejardin (2012), Wennekers, et al., 2007 y Zalpa (2002).

## Referencias

- ▶ Apte, M. (1994). *Language in sociocultural context*. En: The Encyclopedia of Language and Linguistics, (4), pp.2000-2010. Pergamon Press, Oxford.
- ▶ Arias, P. (2004). Linaje y vicisitudes de la cultura empresarial en Jalisco. *Espiral*, X (30), pp.85-108. Recuperado de: <https://goo.gl/A6iS16>.
- ▶ Autio, E., Pathak, S., Wennberg, K. (2010). *Culture's consequences for entrepreneurial behaviours*. Presentado en GEM scientific conference. Imperial College, London. 30 September-2 October
- ▶ Avruch, K. (1998). *Culture and conflict resolution*. Washington DC: Institute of Peace Press.
- ▶ Baum, R., y Bird, B. (2010). The Successful Intelligence of High-Growth Entrepreneurs: Links to New Venture Growth. *Revista Organization Science*, (21), pp. 397-412.
- ▶ Brockhaus, R. (1980). The effect of job dissatisfaction on the decision to start a business. *Journal of Small Business Management*, pp.37-43.
- ▶ Casson, M. (1993). Entrepreneurship. Library of economics and liberty. Recuperado de: <http://www.econlib.org/library/Enc1/Entrepreneurship.html>
- ▶ Castillo, A. (1999). *Estado del arte en la enseñanza del emprendimiento*. Chile, Intec, Chile
- ▶ Chakraborty, S., Thompson, J. C., y Yehouec, E. (2016) *The culture of entrepreneurship*. Universidad de Oregon. Recuperado de: <https://goo.gl/TQrrVS>.
- ▶ Durán, S., Parra, M. y Márceles, V. (2015). Potenciación de habilidades para el desarrollo de emprendedores exitosos en el contexto universitario. *Revista Opción*, (31), pp. 200-215.
- ▶ Dussel, I. (2007). La transmisión cultural asediada: Los avatares de la cultura común en la escuela. *Revista Propuesta Educativa*, (2), pp.19-27.
- ▶ Dyer, W.G. (1995). Toward a theory of entrepreneurial careers. *Entrepreneurship Theory and Practice*, (19), pp. 7-21.
- ▶ Eufracio Jaramillo, J. (2017). La cultura y la política en la cultura política. *Nueva Antropología*, (86), pp. 101 – 119.
- ▶ Ferraro, G. (1998). *The cultural dimension of international business*. New Jersey: Prentice Hall.
- ▶ Freytag, A., y Thurik, R. (2010). *Entrepreneurship and culture*, Berlin: Heidelberg.
- ▶ Hofstede, G. (1991). *Cultures and organizations: software of the mind*. pp. 1–25. En: House, RJ, Hanges, PJ, Javidan, M., Dorfman, PW, y Gupta, V. (Eds. 2004), *Culture, leadership, and organizations: The GLOBE study of 62 societies*. Thousand Oaks: Sage Publications. London and New York.
- ▶ Inglehart, R. (1990). *Culture shift in advanced industrial society*. Princeton, N. Princeton University Press.
- ▶ Inglehart, R. (1997). *Modernization and post-modernization: cultural, economic and political change in 43 societies*. Princeton, NJ. Princeton University Press.

- ▶ Inglehart, R. (2003). *Human values and social change: findings from the values surveys*. Leiden, The Netherlands. Brill Publishers.
- ▶ Le Breton, A. (1751). Entrepreneur. En: *L'Encyclopédie ou Dictionnaire raisonné des sciences, des arts et des métiers*. (5), p. 732. André Le Breton, Fancia.
- ▶ Lee, S. y Peterson, S. (2000). Culture, entrepreneurial orientation, and global competitiveness. *Journal of World Business*, pp. 401-416.
- ▶ Lustig, M. y Koester, J. (1999). *Intercultural competence. Interpersonal communication across cultures*. New York: Longman.
- ▶ Mason, C. y Brown, R. (2014). *Entrepreneurial ecosystems and growth oriented entrepreneurship*. OCDE. Recuperado de: <https://goo.gl/fwoY4L>
- ▶ McGrath, R. y MacMillan, I. (1992). More like each other than anyone else? A cross cultural study of entrepreneurial perceptions. *Journal of Business Venturing*, pp. 419-429.
- ▶ Mueller, S. y Thomas, A. (2000). Culture and entrepreneurial potential: a nine-country study of locus of control and innovativeness. *Journal of Business Venturing*, pp. 51-75.
- ▶ Noorderhaven, N., Thurik, A., Wennekers, A. y Van Stel, A. (2004). The role of dissatisfaction and per capita income in explaining self-employment across 15 European countries. *Revista Entrepreneurship Theory and Practice*, (28), pp. 447-466.
- ▶ RAE (Real Academia de la Lengua Española). (1732). *Diccionario de autoridades*. Recuperado de: <https://bit.ly/2PzZqYx>
- ▶ Rodríguez, A. (2009). *Nuevas perspectivas para entender el emprendimiento empresarial*. Colombia: Universidad del Norte.
- ▶ Schein, E. (1984). Coming to a new awareness of organizational culture. *Sloan Management Review*, 25(2), pp. 3-16.
- ▶ Schein, E. (1990). Organizational culture. *Revista American Psychologist*, (45), pp. 109-119.
- ▶ Schumpeter, J. (1950). *Capitalism, socialism, and democracy*, E.E.U.U: Harper y Brothers.
- ▶ Shapero, A. y Sokol, L. (1982). *The social dimensions of entrepreneurship*, Englewood Cliffs, NJ. Prentice-Hall Inc.
- ▶ Spencer-Oatey, H. (2012). *What is culture? A compilation of quotations*. Recuperado de: <https://bit.ly/2wDd1t4>
- ▶ Sobel, R. (2008). *Entrepreneurship*. Library of economics and liberty. Recuperado de: <http://www.econlib.org/library/Enc/Entrepreneurship.html>
- ▶ Stephan, U. y Uhlaner, L. (2010). Performance-based vs socially supportive culture: A cross-national study of descriptive norms and entrepreneurship. *Journal of International Business Studies*, pp. 347-1364.
- ▶ Stuetzer, M., Audretsch, D. B., Obschonka, M., Rentfrow, P. J., Potter, J., y Gosling, S. D. (2017). Entrepreneurial culture, knowledge spillovers, and the growth of regions. Recuperado de: <https://bit.ly/2pT9HUj>

- ▶ Thurik, R. y Dejardin, M. (2012). Entrepreneurship and Culture. En Van Gelderen, M. y Masurel, E. (2012). *Entrepreneurship in Context*. Nueva York, E.E.U.U: Routledge.
- ▶ Uhlaner, L. y Thurik, A. (2007). Post-materialism: a cultural factor influencing total entrepreneurial activity across nations. *Journal of Evolutionary Economics*, pp. 161-185.
- ▶ Vásquez, C. y Suárez, L. (2015). *Evolución del Concepto de Emprendedor: De Cantillón a Freire*. Universidad Nacional Experimental Politécnica Antonio José de Sucre. Venezuela.
- ▶ Villaseñor, P. (2004). *El vocabulario latino fundamental*. México: UNAM.
- ▶ Wennekers, A., Thurik, A., Van Stel, A. y Noorderhaven, N. (2007). Uncertainty avoidance and the rate of business ownership across 21 OECD countries. *Journal of Evolutionary Economics*, pp. 133-160.
- ▶ Zalpa, G. (2002). *La cultura en las organizaciones empresariales. Estudios sobre las culturas contemporáneas*. Universidad de Colima. Recuperado de: <https://goo.gl/UjLD1W>.

## Otras lecturas recomendadas

- ▶ Austin, J., Stevenson, H., y Skillern, J. (2006). *Social and commercial entrepreneurship: Same, different, or both?* Harvard Business School. Recuperado de: <http://www.scielo.br/pdf/rausp/v47n3/03.pdf>
- ▶ Boren, E. (2010). *Emotional Intelligence: The Secret of Successful Entrepreneurship?* Faculty Publications: Agricultural Leadership, Education y Communication Department. Recuperado de: <https://goo.gl/6oxDmD>.
- ▶ Eisenmann, T. (2013). *Entrepreneurship: A Working Definition*. Harvard Business Review. Recuperado de: <https://hbr.org/2013/01/what-is-entrepreneurship>
- ▶ Jaramillo, E. (2017). *La cultura y la política*. Nueva Antropología. Recuperado de: <https://goo.gl/CzKqYX>.
- ▶ Guzmán, A., Trujillo, M. (2008). Emprendimiento Social. Revisión de la Literatura. *Revista Estudios Gerenciales*, (24), pp. 10-30.
- ▶ Henrekson, M., Sanandaji, T. (2014). *Small Business Does Not Measure Entrepreneurship*, de The National Academy of Sciences of the United States of América. Recuperado de: <https://goo.gl/GsXNQc>.
- ▶ López, C., et al (2014). *III Workshop de la Sección de Función Empresarial y Creación de Empresas de ACEDE: Nuevas fronteras en la investigación en emprendimiento y en la docencia del emprendimiento*. España: Editorial de la Universidad de Cantabria.
- ▶ Matsumoto, D. (1996) *Culture and Psychology*. Pacific Grove, CA. Brooks Cole.
- ▶ Pearce, D. (1992). *The MIT Dictionary of Modern Economics*. Massachusetts Institute of Technology. Massachusetts.
- ▶ Sánchez, C. (2010). Evaluación de la Personalidad Emprendedora: Validez Factorial del Cuestionario de Orientación Emprendedora (COE). *Revista Latinoamericana de Psicología*, (42), pp. 41-52.
- ▶ Timmons, J. (1985). *New Venture Creation: A Guide to Entrepreneurship*. Irwin. Nueva York.
- ▶ Zahra, S., Gedajlovic, E., Neubaum, D. y Shulman, J. (2009). A typology of social entrepreneurs: Motives, search processes and ethical challenges. *Journal of Business Venturing*. pp. 519-532.

## CAPÍTULO 2

# ¿CÓMO SE HA ESTUDIADO EL TEMA DEL EMPRENDIMIENTO?



## CAPÍTULO 2

# ¿CÓMO SE HA ESTUDIADO EL TEMA DEL EMPREDIMIENTO?

**Javier Masso Paredes**

### INTRODUCCIÓN

*En este segundo capítulo se expone una introducción general a las distintas áreas de conocimiento a partir de las cuales se ha estudiado el tema del emprendimiento; así como a las distintas perspectivas de observación y evaluación del fenómeno propuestas por cada una de ellas. Estas áreas incluyen: a) la competitividad b) la innovación; y c) el entorno emprendedor.*

*Para cada área se presenta una selección de los estudios con mayor impacto; y para cada estudio se expone una síntesis en la que se remarcan los objetivos, la metodología que emplea, así como la propuesta de índices e indicadores que desarrolla para entender el fenómeno.*

*Los estudios seleccionados son reconocidos, en términos generales, como las principales investigaciones sobre el emprendimiento en el mundo. Su elección se llevó a cabo teniendo en cuenta la naturaleza inductiva de la investigación - que parte de la observación y la experimentación-, su nivel de reconocimiento a nivel nacional e internacional - tanto en el ámbito público como en el privado-, su amplia cobertura y/o trayectoria, la calidad de la propuesta de índices e indicadores para la observación y/o medición del fenómeno del emprendimiento - aplicable a distintas escalas de análisis-; la intensidad del esfuerzo de recabación de datos en el que se fundamenta cada uno, y la calidad de las fuentes de información que consideran para su análisis.*

*Esta exploración permitió posicionar el presente estudio en el área de conocimiento que analiza las características del emprendedor y su entorno - en la cual se retoman los aspectos culturales relacionados con el emprendimiento -. Y también permitió identificar que la perspectiva cultural, en la que se fundamenta nuestra investigación, ha sido poco estudiada hasta el momento.*

*A continuación se exponen las áreas de conocimiento en mención y se desarrollan los contenidos correspondientes:*

### La competitividad

La competitividad es la primera de las tres áreas de conocimiento a partir de las cuales se ha estudiado el tema del emprendimiento. Y en ella, particularmente el estudio de la competitividad de las naciones es uno de los enfoques más relevantes. Este enfoque ha sido adoptado como una de las medidas macroeconómicas más representativas de la economía global.

Mediante la medición de indicadores relacionados con la competitividad y los resultados comparados entre distintas naciones, es posible identificar rasgos e indicadores agregados del emprendimiento. A continuación, se revisan las investigaciones más reconocidas sobre el tema.

### The global competitiveness report 2017–2018 (World economic forum, 2017)

The Global Competitiveness Report 2017–2018, o Informe Global de Competitividad, del Foro Económico Mundial, en su informe anual define el término de competitividad como el conjunto de instituciones, políticas y factores que determinan el nivel de productividad de una economía; lo cual, a su vez, determina el nivel de prosperidad que esta economía podría alcanzar (World Economic Forum, 2017). Este concepto permite aproximarse a una delimitación bastante acertada del marco institucional general de las naciones en materia económica, por lo que puede ser un gran punto de referencia para su evaluación; y en consecuencia también para la evaluación del ecosistema emprendedor de los países.

El Informe Global de Competitividad permite analizar el conjunto de instituciones, políticas y factores que determinan el crecimiento económico sostenible; y ayudan a explicar por qué algunos países son más exitosos que otros en elevar, de manera sostenible, su productividad, niveles de ingreso y oportunidades para la población.

Este informe compara 137 de las economías del mundo, que en conjunto representan el 98% del Producto Interno Bruto mundial. Su análisis se lleva a cabo tomando como referencia 114 indicadores que se nutren de cifras oficiales provenientes de diversas fuentes nacionales e internacionales, y que a su vez se agrupan en 12 grandes temas (o pilares). También incluye el análisis de indicadores derivados de la información proveniente de la Encuesta de Opinión Ejecutiva del Foro Económico Mundial, que refleja aspectos cualitativos de la competitividad para los cuales no se dispone de datos estadísticos completos y comparables en un gran número de economías.

Los pilares en los que se agrupan los indicadores se agrupan a su vez en tres subíndices:

**a)** requerimientos básicos, **b)** potenciadores de eficiencia y **c)** factores de innovación y sofisticación. Estos subíndices, dependiendo del grado de desarrollo de cada economía, tienen diferentes ponderaciones en el cálculo del índice general. Para asignar el grado de desarrollo de las economías se consideran su PIB per cápita y su porcentaje de participación en exportaciones representadas por materias primas.

Los subíndices con sus correspondientes pilares agrupados se presentan a continuación:

- **Subíndice de requerimientos básicos.**  
Clave para las economías impulsadas por factores.
  1. Instituciones.
  2. Infraestructura
  3. Medio ambiente macroeconómico
  4. Salud y educación primaria
- **Subíndice de Potenciadores de eficiencia.**  
Clave para las economías impulsadas por la eficiencia.
  5. Educación y formación superior
  6. Eficiencia del mercado de bienes
  7. Eficiencia del mercado laboral
  8. Desarrollo del mercado financiero
  9. Preparación tecnológica
  10. Tamaño del mercado
- **Subíndice de factores de innovación y sofisticación.**  
Clave para las economías impulsadas por la innovación.
  11. Sofisticación de los negocios
  12. Innovación

### **IMD world competitiveness yearbook (IMD world competitiveness center, 2017)**

El IMD World Competitiveness Yearbook, o Anuario Mundial de Competitividad, del International Institute for Management Development (IMD), por su traducción en español, es una de las investigaciones sobre competitividad más importantes y difundidas en el mundo, pues analiza las naciones y las clasifica en un ranking de acuerdo con el manejo y la administración de competencias para la creación de valor a largo plazo.

Este estudio es un referente mundial sobre la competitividad de los países dado que proporciona evaluaciones comparativas - a lo largo del tiempo y basadas en resultados anteriores -, que reportan el movimiento anual de los países en un ranking de competitividad, identifican tendencias y generan estadísticas sobre las necesidades inmediatas, de mediano y largo plazo, de las economías comparadas.

El estudio analiza las dimensiones políticas, sociales y culturales de las economías en cuestión; así como el entorno de infraestructura, instituciones y políticas eficientes que el gobierno debe proporcionar para que las empresas puedan crear valor y que éste se mantenga en el largo plazo.

El objetivo principal del Anuario Mundial de Competitividad es proveer a los tomadores de decisiones de información útil, certera y de calidad sobre la situación actual de la economía

global. Provee herramientas para comparar la economía de las naciones unas con otras, permite identificar los puntos más débiles de las mismas y generar condiciones para mejorar la calidad de vida y la prosperidad de la población. El Anuario Mundial de Competitividad se vale de indicadores e información tanto cualitativa como cuantitativa para generar su índice. Los indicadores estadísticos se obtienen de las instituciones e institutos aliados del IMD, instituciones internacionales, nacionales, regionales, locales, privadas y públicas para garantizar que la información esté lo más actualizada y acorde a la realidad posible.

Esta investigación retoma anualmente más de 250 indicadores de competitividad agrupados en cuatro grandes factores: desempeño económico, eficiencia gubernamental, eficiencia en los negocios e infraestructura. Para conformar los indicadores de cada factor, se utilizan 340 criterios de competitividad específicos, los cuales son agrupados en sub-factores.

Además del análisis cuantitativo, que representa dos terceras partes del peso analítico del ranking, criterios adicionales son extraídos de la Encuesta de Opinión Ejecutiva anual y estos representan la otra tercera parte del análisis. Esta encuesta es un instrumento de valuación cualitativo adicional - elaborado también por el IMD - que se envía a gerentes de niveles medios y superiores en las economías que abarca el estudio. El objetivo de los datos de la encuesta es conocer la percepción de competitividad de los integrantes de las distintas economías. La encuesta se modela para cuantificar fenómenos que no son fáciles de medir, como lo son prácticas gerenciales, corrupción, actitudes de adaptación y agilidad de las empresas.

### **Doing business (world bank group, 2018)**

*“Doing Business”*, o *“Haciendo Negocios”*, por su traducción en español, es un reporte anual del Banco Mundial que mide las regulaciones que mejoran la actividad económica y empresarial de las naciones y aquellas que la restringen. Este reportepresenta indicadores cuantitativos de las regulaciones económicas y empresariales, y de la protección de los derechos de propiedad, los cuales pueden ser comparados a través del tiempo en 190 economías.

El objetivo principal del informe es brindar una base de datos cuantitativos para esclarecer el rendimiento general del entramado institucional y de la regulación económica y empresarial de las naciones; para así ofrecer una visión completa del desempeño del marco institucional que regula la vida empresarial de los países, y determina la facilidad para hacer negocios en ellos.

Este reporte está conformado por los resultados ponderados de encuestas de opinión dirigidas a personas relacionadas con cada uno de los temas del estudio. Los indicadores están divididos en 11 grandes temas: **1)** Facilidad para iniciar un negocio, **2)** Manejo de permisos de construcción, **3)** Obtención de electricidad, **4)** Registro de propiedad, **5)** Obtención de crédito, **6)** Protección de inversionistas minoritarios, **7)** Pago de impuestos, **8)** Comercio transfronterizo, **9)** Cumplimiento de contratos, **10)** Resolución de insolvencia, **11)** Regulación del mercado laboral.

Doing Business se basa en cuatro fuentes principales de información: las leyes y regulaciones relevantes, los encuestados (emprendedores en más de 131 mil empresas, funcionarios públicos y expertos en el tema, tanto del ámbito privado como público); los gobiernos de las economías cubiertas y el personal regional del Grupo del Banco Mundial.

### **Entrepreneurship at a glance 2016 (OCDE, 2017)**

Entrepreneurship at a Glance 2016, o El Panorama del Emprendimiento 2016, por su traducción en español, es un estudio de la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico. Esta investigación no trata la competitividad como tema central de su análisis, pero analiza medidas económicas de gran importancia para comprender el ecosistema emprendedor de las naciones. El fundamento en el que se basa el estudio son los indicadores económicos de importancia publicados por las mismas naciones incluidas en el análisis.

Este estudio ofrece un repaso de los indicadores clave sobre la actividad empresarial y emprendedora en las naciones que son parte de la OCDE. La colección de indicadores en esta publicación toma como referencia el Programa de Indicadores sobre Emprendimiento (EIP por sus siglas en inglés) de la Eurostat y la OCDE. Este programa fue iniciado en el 2006 y fue el primer intento de compilar y publicar datos internacionales sobre emprendimiento provenientes de fuentes estadísticas oficiales gubernamentales. Una característica clave en el desarrollo de estos indicadores ha sido minimizar los costos del proceso de compilación de la información para las oficinas nacionales; por lo que centra su atención en la explotación de las fuentes de datos existentes en lugar de desarrollar nuevas encuestas.

Uno de los aspectos más importantes de esta publicación es el entendimiento del rol multifacético del emprendimiento; y el entendimiento de que funciona y se comporta de maneras distintas en cada economía.

El objetivo fundamental del estudio es proveer una batería de indicadores clave (ya existentes) para comprender el emprendimiento, las condiciones de supervivencia y mortalidad de empresas y las tasas de generación de empleo; para así generar un conjunto de estadísticas oficiales sobre el tema.

Entrepreneurship at a Glance contiene una amplia gama de medidas de la capacidad empresarial para contribuir a la innovación, el empleo y el crecimiento; que son comparables a nivel internacional, y están diseñadas para el análisis y el diseño de las políticas relacionadas con el espíritu empresarial.

Los indicadores que forman parte del informe no han alcanzado todo el mismo grado de desarrollo. Algunos de ellos son componentes bien establecidos de datos periódicos o colecciones de datos, generados con regularidad en todas las naciones; mientras que otros sólo se desarrollan en un número limitado de países y su definición armonizada es aún objeto de discusión.

Los indicadores en los que se fundamenta el estudio son los siguientes:

- |   |   |
|---|---|
| <b>a)</b> Creación de nuevas empresas                     | <b>n)</b> Creación y destrucción de empleos por nacimientos y muertes en empresas |
| <b>b)</b> Quiebras de las empresas                        | <b>o)</b> Tasa de empresas de alto crecimiento                                    |
| <b>c)</b> Auto-empleo                                     | <b>p)</b> Concentración del comercio  |
| <b>d)</b> Prospectivas de creación de empleos             | <b>q)</b> Exportaciones e importaciones por tamaño de empresa                     |
| <b>e)</b> Tamaño de las empresas                          | <b>r)</b> Proximidad del mercado  |
| <b>f)</b> Empleo por tamaño de las empresas               | <b>s)</b> Exportaciones e importaciones por propiedad de la empresa               |
| <b>g)</b> Valor agregado por tamaño de empresa            | <b>t)</b> Auto-empleo por género  |
| <b>h)</b> Volumen de negocios por tamaño de empresa       | <b>u)</b> Auto-empleo en la juventud  |
| <b>i)</b> Compensación de empleados por tamaño de empresa | <b>v)</b> Ganancias en el auto-empleo   |
| <b>j)</b> Productividad laboral por tamaño de empresa     | <b>w)</b> Actitud emprendedora  |
| <b>k)</b> Tasa de natalidad empresarial                   | <b>x)</b> Inversiones de capital de riesgo  |
| <b>l)</b> Tasa de mortalidad empresarial                  |   |
| <b>m)</b> Supervivencia de las empresas                   |   |

Estos indicadores se obtienen cada uno de distintas fuentes de información y bases de datos de la OCDE, entre ellas, la base de indicadores oportunos del emprendimiento (TIE, por sus siglas en inglés), la base de los principales indicadores económicos (MEI), la base de datos de estadísticas comerciales y demográficas (SDBS), la base de datos de comercio por características de la empresa (TEC), la base de datos de financiamiento empresarial, los resultados de la Encuesta de Futuro de Negocios; así como de las estadísticas empresariales estructurales, las estadísticas de demografía empresarial, las encuestas de población activa, los datos de población de los censos y las encuestas sobre la renta (OCDE, 2017).

### **Kauffman Index of startup activity (Kauffman foundation, 2017)**

Al igual que en el caso de “*Entrepreneurship at a Glance*”, el Índice Kauffman de Emprendimiento no trata la competitividad como tema central del estudio, pero desarrolla una extensa investigación empresarial y presenta una visión equilibrada sobre cómo medir el emprendimiento desde la perspectiva del mercado; teniendo en cuenta indicadores de oferta, establecimiento, crecimiento y supervivencia de los emprendimientos.

Por otra parte, el Índice Kauffman ofrece una perspectiva de escala de análisis diferente a los demás estudios expuestos hasta el momento en el presente capítulo, dado que la investigación que lo respalda se lleva a cabo solamente a nivel país - específicamente en Estados Unidos -, con base en mediciones mensuales nacionales.

El objetivo de esta publicación es proveer mediciones mensuales nacionales sobre la creación de empresas, segmentadas por grupo demográfico específico, calculando el porcentaje de los adultos - no dueños de negocios-, que emprenden un nuevo proyecto empresarial cada mes. Los resultados

se presentan como series de tiempo anuales comparables con las de los años anteriores. Los datos son empleados para el diseño y la evaluación de políticas públicas dirigidas a grupos demográficos y segmentos de interés.

Esta investigación estudia la actividad emprendedora registrada en Estados Unidos en tres niveles de análisis: nacional, estatal y en ciudades específicas. El índice está conformado por tres grandes subíndices; cada uno de ellos está compuesto por los siguientes indicadores:

- 1. Tasa de nuevos emprendimientos:** Determinada por medio del análisis de la tasa de nuevos empresarios, la tasa de oportunidad de los nuevos emprendedores, y la densidad de nuevos emprendimientos.
- 2. Emprendimiento de Avenidas Principales:** Determinada por medio del análisis de la tasa de propietarios de negocios, tasa de supervivencia de las empresas, y la densidad de pequeñas empresas establecidas.
- 3. Crecimiento de los Emprendimientos:** Determinada por medio del análisis de la tasa de crecimiento de los emprendedores, tasa de scale ups, y la densidad de empresas de alto crecimiento.

Los datos necesarios para la creación del Índice se obtienen mediante la integración de varias fuentes de información de alta calidad. El Índice captura la actividad de negocios en todas las industrias y se fundamenta tanto en una muestra nacional representativa, como en el análisis del universo de todos los negocios del país. Sus fuentes principales de información son la Encuesta de Población Actual del Buró de Censos y de la Oficina de Estadísticas Laborales de Estados Unidos.

## Índice de competitividad internacional 2015.

### La corrupción en México: transamos y no avanzamos (IMCO, 2015)

El Índice de Competitividad Internacional del IMCO (Instituto Mexicano para la Competitividad) es un estudio realizado en México por el despacho de consultoría más importante en temas de competitividad en el país. Al igual que el Índice Kauffman hace un análisis de la problemática a escala nacional. Cada dos años el IMCO publica un índice en el que identifica los problemas estructurales del país en temas de competitividad y lo compara con la competitividad de otras naciones.

Uno de los objetivos principales de este estudio es generar diagnósticos e identificar problemáticas específicas que obstaculizan el desarrollo económico del país en temas particulares relacionados con el emprendimiento; y a través de ello, construir propuestas viables y constructivas que contribuyan a que México salga del estancamiento. Para la edición 2015 se abordó el tema de

la corrupción como uno de los principales problemas para el país en términos económicos, de competitividad y de emprendimiento.

Para generar el Índice de Competitividad Internacional, el IMCO utiliza 131 indicadores agrupados en 10 subíndices de competitividad, los cuales cumplen con ciertas condiciones metodológicas. Algunas de ellas incluyen que los indicadores empleados sean públicos, de fácil acceso, que sean publicados por organismos internacionales de alto prestigio, que sean publicados regularmente y que no sean redundantes entre sí.

## La innovación

La segunda de las tres grandes áreas de conocimiento a partir de las cuales se ha estudiado el tema del emprendimiento es la innovación, que constituye uno de sus componentes estructurales.

En esta área los aportes más importantes han permitido desarrollar diversas pro- puestas de índices que permiten identificar y comparar la innovación entre las naciones. Estos índices permiten analizar la situación de los países en términos de la innovación de las empresas y de los emprendedores al introducir nuevas características en sus emprendimientos a nivel nacional e internacional – ya sea en cuanto al modelo de negocios, en el producto o servicio final, o en la manera en la que comprenden las necesidades actuales de los mercados -.

En la actualidad la innovación es un tema de estudio relativamente nuevo. Al respecto sólo existe un número limitado de estudios cuyo enfoque se centra en generar o evaluar los índices de innovación a nivel internacional y de manera comparativa.

## Global innovation index (Cornell University et al., 2018)

Global Innovation Index, de la World Intellectual Property Organization (WIPO), ó, Índice Mundial de Innovación, de la Organización Mundial de la Propiedad Intelectual (OMPI), por su traducción en español, se lanzó por primera vez, en el año 2007 con el objetivo de generar un modelo de innovación que capturase la complejidad de este fenómeno tanto en las economías desarrolladas como en las economías emergentes. A lo largo de sus 11 años de existencia se ha convertido en la referencia absoluta en el tema de la innovación en el mundo. En la actualidad es una herramienta decisiva e imprescindible para tomadores de decisiones y académicos relacionados con el tema. Cada año el estudio aborda temas claves para el contexto y las coyunturas del momento. Para la edición de 2018, el tema central fue la innovación en los sistemas de generación de energía, obtención y explotación de recursos energéticos a lo largo del mundo, de frente a los nuevos retos impuestos por el incremento de la demanda global y de la competencia por el acceso a los recursos naturales, cada vez más limitados.

El Índice es una herramienta clave, que se fundamenta en una base de datos extensa y detallada de métricas e indicadores para las naciones; la cual en el 2018 incorporó 126 economías, que representan actualmente el 90.8% de la población mundial y el 96.3% del Producto Interno Bruto Global.

La elaboración del Índice Global de Innovación se basa en el uso de dos fuentes de información: los reportes e indicadores oficiales de las naciones y la información que proviene de las ediciones pasadas del mismo. Esto permite al Índice mapear la mejora y el crecimiento de la innovación de las naciones a través del tiempo.

En el Índice se está conformado por 2 subíndices:

- 1. Subíndice de entrada o ingresos en innovación:** Contiene cinco pilares de ingreso que capturan los elementos de las economías nacionales que permiten el desarrollo de actividades innovadoras. Los pilares son: **(1)** Instituciones, **(2)** Capital humano e investigación, **(3)** Infraestructura, **(4)** Sofisticación del mercado y **(5)** Sofisticación empresarial.
- 2. Subíndice de resultados de innovación:** Son los resultados de las actividades innovadoras al interior de las economías. Sólo incluye dos pilares; sin embargo, se le asigna el mismo peso que al subíndice de entrada al momento de calcular los valores generales del Índice que al subíndice de entrada. Sus pilares son: **(6)** Productos de conocimiento y tecnología y **(7)** Resultados creativos.

Cada pilar se divide en sub-pilares y cada uno de ellos se compone de indicadores individuales (80 en total). Los puntajes de cada sub-pilar se calculan como el promedio ponderado de los indicadores individuales; y los puntajes del pilar se calculan como el promedio ponderado de los puntajes de los sub-pilares correspondientes.

## Encuesta sobre investigación y desarrollo tecnológico (INEGI, 2014)

El origen de la Encuesta Sobre Investigación y Desarrollo Tecnológico (ESIDET) del Instituto Nacional de Geografía y Estadística (INEGI) se remonta a 1994. A pesar de que esta encuesta ha experimentado varios cambios a través de los años, su objetivo principal aún se conserva. Este consiste en conocer la situación general de México en cuanto a innovación y desarrollo científico y tecnológico; y también por entidad federativa. La ESIDET es una herramienta fundamental para el estudio de la innovación en el país, dado el nivel de precisión de los datos que maneja para el entendimiento del fenómeno en México.

En cada edición, la encuesta ha presentado módulos sobre temáticas específicas relacionadas con la innovación y el desarrollo científico y tecnológico del país. Para la edición de 2014, por ejemplo, incluyó módulos relacionados con biotecnología y nanotecnología.

Particularmente, la ESIDET capta información relacionada con los recursos humanos y financieros que se destinan a las actividades de investigación y desarrollo tecnológico (IDT) en los

sectores: productivo, privado no lucrativo, de educación superior y gobierno (INEGI, 2014). Tiene una periodicidad bienal, siendo los últimos resultados disponibles los del ejercicio del año 2014. De acuerdo con el mismo INEGI, la metodología utilizada - incluyendo su diseño estadístico-, está descrita en los Manuales de Frascati, de Canberra y de Oslo de la Organización para la Cooperación y Desarrollo Económicos (OCDE, CE y EUROSTAT, 1995 y 1997; y OCDE, 2002).

La cobertura temática que abarca la encuesta es la siguiente:

- Datos generales de la empresa
- Investigación y desarrollo tecnológico (IDT) extramuros
- Investigación y desarrollo tecnológico (IDT) intramuros
- Recursos humanos en investigación y desarrollo tecnológico (IDT) intramuros
- Infraestructura para realizar investigación y desarrollo tecnológico (IDT) intramuros
- Expectativas en IDT intramuros
- Biotecnología
- Nanotecnología
- Educación en ciencia y tecnología
- Gastos en servicios científicos y tecnológicos
- Transferencia de tecnología
- Apoyos gubernamentales
- Madurez tecnológica de la empresa
- Innovación
- Factores que favorecen y obstaculizan la innovación

### **El entorno emprendedor y las características del emprendedor como individuo**

La última de las tres áreas de conocimiento a partir de las cuales se ha estudiado el tema del emprendimiento es el área de estudio del entorno emprendedor, que es en donde se enmarca el estudio de la cultura de emprendimiento y de las características del emprendedor como individuo.

En la siguiente sección se analizan los estudios más importantes desarrollados desde esta perspectiva. Estos estudios fueron seleccionados ya sea por la manera innovadora en la que abordan el tema, por el tamaño y objetividad de sus bases de datos, por el tamaño de sus muestras, o bien por el número de indicadores y naciones que contemplan.

Estos estudios reconocen la importancia de las características del emprendedor como individuo, sus relaciones y su entorno; es decir, retoman aspectos individuales y culturales, que son de la mayor importancia para la presente investigación. Estas investigaciones pueden ser consideradas como las investigaciones más recientes en torno al emprendimiento, es

importante notar que desarrollan perspectivas relativamente nuevas, no demasiado exploradas y que representan la vanguardia en la manera en la que se explica y entiende el emprendimiento en la actualidad.

### Global report 2017/2018 (GEM, 2018)

El Global Report del Global Entrepreneurship Monitor (GEM), o Reporte del Monitor Global de Emprendimiento, por su traducción en español, es el estudio más importante sobre el tema del emprendimiento en el mundo; por su cobertura y alcance. La población de las naciones consideradas en el estudio constituye el 68% de la población mundial y representan el 86% del Producto Interno Bruto Global. Este reporte se construye a partir de un esfuerzo coordinado a nivel central de recopilación de datos, ejecutado a nivel internacional, capaz de proporcionar información de alta calidad e informes completos para las naciones, integrando aspectos diversos; lo que facilita en gran medida la comprensión del fenómeno del emprendimiento en el mundo.

Desde su lanzamiento en 1999 y hasta el día de hoy ha logrado convertirse en la fuente más importante de información acerca del emprendimiento y es la primera referencia en este tema para las organizaciones internacionales como la ONU, el Foro Económico Mundial, la OCDE y el Banco Mundial.

El Global Report del GEM tiene como objetivos:

- 1.** Medir las diferencias que existen en la actitud, actividad y aspiraciones emprendedoras entre los individuos de los países participantes (en caso de los reportes nacionales se analizan los cambios en dichos indicadores cada año consecutivo).
- 2.** Descubrir los factores determinantes del ecosistema emprendedor y el nivel de la actividad emprendedora nacional.
- 3.** Identificar y ayudar a la creación de políticas que puedan mejorar los niveles de emprendimiento en la economía de los países.

Para la elaboración de su informe, el GEM lleva a cabo alrededor de 200,000 entrevistas (personales, vía telefónica y a través de internet) en el transcurso de un año. En la actualidad, en su elaboración, ejecución y análisis posterior, se ven involucrados

más de 500 especialistas en emprendimiento; 300 instituciones académicas y de investigación; y más de 200 instituciones de financiamiento.

El proceso de recolección de datos se alimenta de dos herramientas complementarias: la Encuesta de la Población Adulta (APS)(conformada por individuos entre 18 y 64 años) y la Encuesta Nacional de Expertos (NES).

La Encuesta Nacional de Expertos aporta información sobre el estado del Ecosistema Emprendedor de las naciones, que está caracterizado por los siguientes indicadores:

- a)** Financiamiento al emprendimiento
- b)** Políticas públicas: apoyos, relevancia, impuestos y burocracia
- c)** Programas sobre emprendimiento gubernamentales
- d)** Educación sobre emprendimiento en las escuelas, después de etapas escolares y entrenamiento en emprendimiento
- e)** Transferencia de investigación y desarrollo
- f)** Infraestructura legal y comercial
- g)** Dinámicas del mercado interno, cargas del mercado interno o regulaciones de entrada
- h)** Infraestructura física
- i)** Normas culturales y sociales

Por otro lado, la Encuesta a la Población Adulta aporta información sobre los valores sociales y las percepciones de la población general sobre el emprendimiento - que se relaciona con los aspectos culturales que nuestra investigación aborda -; y para esto evalúa: a) La percepción del emprendimiento como opción de carrera, b) la percepción del estatus de los emprendedores exitosos; c) la atención de los medios al emprendimiento.

El reporte del GEM permite identificar la relevancia de los indicadores no macroeconómicos en el fenómeno del emprendimiento. Este, más que ningún otro estudio publicado a la fecha, reconoce la importancia de la cultura y del entendimiento del individuo situado en su entorno específico como fenómenos clave para comprender el emprendimiento. Sin embargo, este estudio no analiza el tema del emprendimiento desde el punto de vista de las características del emprendedor, sino que pone especial énfasis en comprender la actitud, las prácticas y las aspiraciones de los emprendedores, como características relacionadas con la cultura colectiva.

No obstante, es importante notar que, si bien el reporte analiza los aspectos individuales agregados que impactan en el desarrollo del emprendimiento y caracterizan el ecosistema emprendedor, en realidad no aborda el tema de la cultura emprendedora. Muchos de los indicadores que utiliza han sido utilizados como indicadores de la cultura de las naciones en relación con el emprendimiento, pero se presentan más como la razón por la cual el emprendimiento se desarrolla de cierta manera, en lugar de presentarse como la expresión visible de la cultura emprendedora en las naciones analizadas.

## The global entrepreneurship index 2018 (GEDI, 2017)

El The Global Entrepreneurship Index (GEI) del GEDI (The Global Entrepreneurship and Development Institute), o Índice Global de Emprendimiento del Instituto Global de Emprendimiento y Desarrollo, por su traducción en español, es un índice anual que mide la eficiencia de los ecosistemas emprendedores en cada uno de los 137 países en los que trabaja, para luego compararlos entre ellos; lo que arroja una visión de cómo se desarrolla en cuestiones de emprendimiento cada una de las naciones, tanto a nivel doméstico como a nivel internacional.

El Índice Global de Emprendimiento recoge datos de los individuos de cada país para conocer sus capacidades emprendedoras, actitudes, habilidades y aspiraciones y las compara contra la infraestructura local y el ecosistema emprendedor de cada nación para evaluar el desempeño y eficiencia de dicho ecosistema.

En mercados emergentes el GEI transforma la asistencia internacional tradicional y programas de donativos corporativos en iniciativas estratégicas que se alinean con los objetivos de desarrollo económico de los Estados huéspedes. Provee las percepciones únicas y los datos necesarios para desbloquear el potencial de estos mercados para el desarrollo de emprendimientos productivos y de alto impacto.

El GEI aprovecha la información proveniente de las mediciones del Global Entrepreneurship Monitor para crear una medición más amplia del emprendimiento productivo en general en una nación. El GEI combina mediciones de actividades, aspiraciones y actitudes con mediciones relevantes de la favorabilidad del entorno para emprender.

Identifica y evalúa 14 pilares: **1)** Percepción de oportunidades, **2)** Habilidades emprendedoras, **3)** Aceptación del riesgo, **4)** Relaciones, **5)** Apoyo cultural, **6)** Motivación de los emprendedores, **7)** Adopción de tecnología, **8)** Capital humano, **9)** Competencia, **10)** Innovación de productos, **11)** Innovación de procesos, **12)** Alto crecimiento, **13)** Internacionalización, **14)** Capital de riesgo.

De estos indicadores, las habilidades emprendedoras, la aceptación del riesgo, y el apoyo cultural, se encuentran directamente relacionados con el enfoque cultural al que la presente investigación hace referencia. Las habilidades emprendedoras están directamente relacionadas con la educación, la cual, está permeada definitivamente por la cultura y lo que la sociedad juzga como necesario aprender por parte de las nuevas generaciones. La aceptación del riesgo determina qué tan dispuestas están las personas a aceptar el riesgo de comenzar un nuevo negocio, lo cual está directamente relacionado con la cultura de la sociedad que se esté observando y la tolerancia al riesgo existente en la misma. Y el apoyo cultural analiza la manera en que la sociedad juzga al mismo emprendimiento, es decir, los valores, percepciones y conocimientos que cierta sociedad tiene sobre el emprendimiento. El índice entonces analiza, en general, la manera en la que la sociedad percibe el emprendimiento.

El GEINDEX se correlaciona fuertemente con el desarrollo económico de las naciones, y por lo mismo se puede utilizar para poner en relieve los aspectos fuertes y débiles de su ecosistema

emprendedor, al mostrar el lugar que ocupa dicha nación en el índice general y en sus tres subíndices (actitudes, de actividad y de aspiración).

Dado que parte de la base de datos del GEM y está basado en los mismos indicadores, el GEINDEX proporciona de igual manera un acercamiento y entendimiento del emprendimiento desde una perspectiva que puede ser identificada como cultural agregada, partiendo del individuo y la manera en la que éste se desarrolla e interactúa con el ecosistema a su alrededor; sin embargo, también plantea una visión acerca del funcionamiento de las instituciones del país analizado y plantea lineamientos generales que las políticas públicas de los países debieran aplicar para mejorar su situación dentro del propio índice.

### **Amway Global Entrepreneurship Report (AGER) (AMWAY, 2018)**

El Amway Global Entrepreneurship Report (AGER), o Reporte Global de Emprendimiento de AMWAY, por su traducción en español, proporciona resultados representativos de 44 países de todos los continentes, para los cuales analiza temáticas distintas cada año. El tema del reporte 2018 fue la medición de aspectos intrínsecos y extrínsecos del emprendimiento.

El objetivo específico del Reporte Global de Emprendimiento de AMWAY es profundizar en la comprensión de los motivos que impulsan a los emprendedores; y obtener datos específicos sobre el ecosistema en el cual se desarrollan. Todo lo anterior basado en la idea de que el emprendimiento se puede enseñar y que los emprendedores no solo nacen, sino que se pueden entrenar y hacer.

La metodología de este reporte es sencilla, se basa en entrevistas, ya sea cara cara o telefónicas, con un cuestionario guía. A partir de la base de datos resultante se generan promedios mundiales, regionales y por país para obtener las comparaciones pertinentes y ofrecer información oportuna sobre las percepciones relacionadas con el emprendimiento de la población de los países considerados en el estudio.

En el reporte 2018 se tuvieron en cuenta algunos de los siguientes indicadores: **a)** Percepciones acerca de la facilidad de iniciar una empresa en cada país, **b)** Percepciones acerca del emprendimiento como una opción de carrera deseable, **c)** Habilidades emprendedoras, **d)** Áreas de oportunidad para el mejoramiento del ecosistema emprendedor.

Con relación al tema de la cultura del emprendimiento, esta investigación permite identificar los motivos que impulsan de manera individual a los emprendedores, lo cual se puede analizar de manera agregada para observar rasgos y aspectos culturales que impactan en el emprendimiento. Quizá aún más importante, resalta el hecho de que, al igual que con los aspectos culturales, valores y visiones y motivaciones relacionadas con el emprendimiento pueden ser enseñados a la población objetivo, de manera que se impulsen y potencien los rasgos y características específicas que impactan de manera positiva en el emprendimiento.

### Special report: women's entrepreneurship (GEM, 2015)

El Special Report: Women's Entrepreneurship (GEM, 2015), o Reporte Especial sobre el Emprendimiento de las Mujeres, por su traducción en español, ofrece un análisis detallado de las mujeres que inician y dirigen empresas en todo el mundo. Es un estudio temáticamente amplio y de cobertura global. Constituye un documento guía para futuras investigaciones y para el diseño de políticas de toma de decisiones; así como para las iniciativas y programas que tengan como objetivo mejorar la conciencia y la participación de las mujeres en el emprendimiento.

El objetivo final de este estudio es fomentar un ambiente que anime a las mujeres para ver el emprendimiento como una opción viable; y brinde las herramientas necesarias para crear los negocios que cada una desea construir. Para esto se analiza la información correspondiente a cada una de las siguientes áreas: **a)** participación en múltiples fases del emprendimiento, **b)** características y motivaciones de las mujeres emprendedoras, **c)** las actitudes sociales sobre el emprendimiento, **d)** los indicadores de impacto entre los emprendedores.

Para la elaboración del informe la muestra se clasifica en las multi-fases, que se presentan a continuación: **a)** Emprendedores potenciales. **b)** Emprendedores intencionales. **c)** Los nuevos emprendedores. **d)** Los nuevos emprendedores propietarios de negocios establecidos. **e)** Emprendedores interrumpidos. La fuente principal de los datos analizados es la Encuesta de Población de Adultos (APS) del GEM.

Si bien el objetivo central de la investigación no es el estudio de los aspectos culturales del emprendimiento, a través de la comprensión de los indicadores abordados, por género, es posible identificar aspectos culturales del emprendimiento relacionados específicamente las diferencias existentes entre hombres y mujeres en la sociedad.

Dado que analiza aspectos clave como características y motivaciones de las mujeres emprendedoras, así como las actitudes sociales en torno al emprendimiento, se convierte en una herramienta y colección de indicadores indispensable en relación con el estudio de la cultura del emprendimiento, aun cuando el objetivo específico de la investigación no sea el estudio de cultura en sí misma.

## Conclusiones

Como se puede observar, a través de la revisión de los estudios más importantes - y de gran escala -, relacionados con el tema del emprendimiento en el mundo, existen varias investigaciones que analizan aspectos del emprendimiento relacionados y moldeados por la cultura; pero ninguna tiene en cuenta la cultura como un objeto de investigación a partir del cual se puede explicar el fenómeno del emprendimiento a nivel mundial.

La revisión documental del presente capítulo permitió identificar que no existen estudios que dimensionen la cultura como un factor que detone - o que obstaculice - el desarrollo del emprendimiento en los países. Esto a pesar de que en la actualidad gran parte de los estudiosos del emprendimiento comienzan a reconocer la importancia de analizar y entender la cultura de los emprendedores como un elemento clave para lograr una mejor comprensión del fenómeno (Autio, et al., 2010; Brockhaus, 1990; Dyer, 1994; Hofstede, 2001; Inglehart, 1990; 1997; 2003; Lee y Peterson, 2000; Mason y Brown, 2014; McGrath y MacMillan, 1992; Mueller y Thomas, 2000; Shapero y Sokol, 1982; Stephan y Uhlaner, 2010; Stuetzer, et al., 2017; Thurik y Dejardin, 2012; Uhlaner y Thurik, 2007; y Wennekers et al., 2007).

Por esta razón resulta más importante que nunca empezar a desarrollar más y mejores investigaciones en emprendimiento que tomen como punto de partida los factores culturales relacionados con el tema. De igual manera que es importante comenzar a generar indicadores individuales agregados e indicadores culturales para el entendimiento del fenómeno, que permitan analizar este enfoque a gran escala, facilitando su estudio y comparación entre las naciones.

Aunque en la actualidad no existan estudios sobre el emprendimiento desde la perspectiva del estudio de la cultura que se desarrollen en varias naciones de manera simultánea y comparada; a través de la difusión y el reconocimiento del valor del análisis de las variables culturales, poco a poco se irán desarrollando estudios que nos acerquen más a la comprensión de los temas individuales agregados y a los temas culturales que impactan en el emprendimiento.

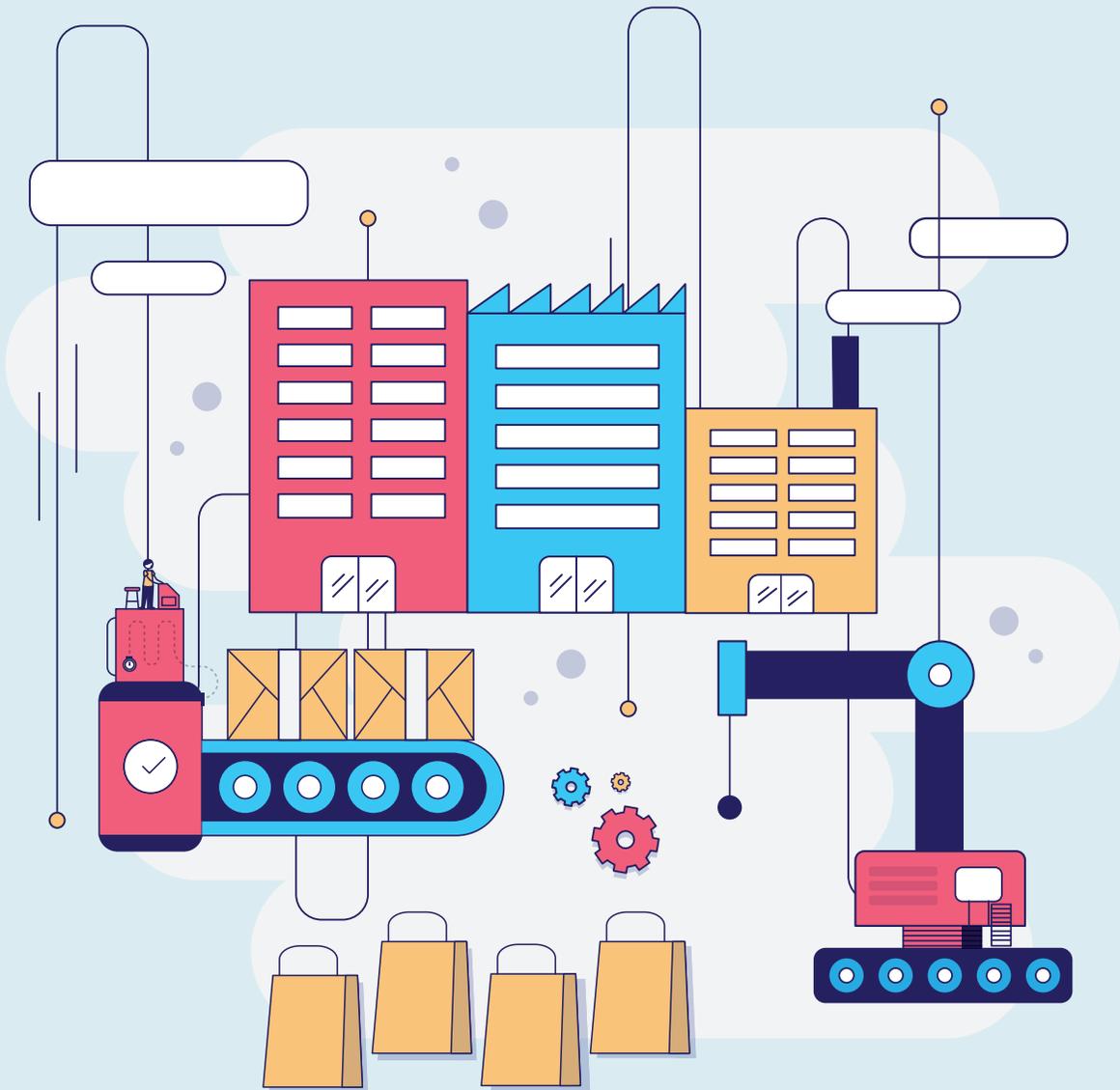
## Referencias

- ▶ AMWAY. (2018). Amway Global Entrepreneurship Report 2018. Amway.
- ▶ Autio, E., Pathak, S., Wennberg, K. (2010). Culture's consequences for entrepreneurial behaviours. Presentado en GEM scientific conference. Imperial College, London. 30 September-2 October
- ▶ Brockhaus, R. (1980). The effect of job dissatisfaction on the decision to start a business. *Journal of Small Business Management*, pp.37-43.
- ▶ CONACyT. (2016). Informe General del Estado de la Ciencia, la Tecnología y la Innovación, México 2015. Consejo Nacional de Ciencia y Tecnología. México
- ▶ Cornell University, INSEAD, y WIPO. (2018). The Global Innovation Index 2018: Energizing the World with Innovation. Ithaca, Fontainebleau, y Geneva.
- ▶ Dyer, W.G. (1995). Toward a theory of entrepreneurial careers. *Entrepreneurship Theory and Practice*, (19), pp. 7-21.
- ▶ GEM. (2015). Special Report. Women's Entrepreneurship. *Global Entrepreneurship Monitor*.
- ▶ GEM. (2018). Global Report 2017/2018. *Global Entrepreneurship Monitor*.
- ▶ GEDI. (2017). The Global Entrepreneurship Index 2018. The Global Entrepreneurship and Development Institute. Washington, D.C., USA
- ▶ Hofstede, G. (1991). Cultures and organizations: software of the mind. pp. 1-25. En: House, R.J., Hanges, P.J., Javidan, M., Dorfman, P.W., y Gupta, V. (Eds. 2004). *Culture, leadership, and organizations: The GLOBE study of 62 societies*. Thousand Oaks: Sage Publications. London and New York.
- ▶ IMD World Competitiveness Center. (2017). *Methodology and Principles of Analysis*. IMD World Competitiveness Yearbook. Switzerland y Singapore
- ▶ IMCO (2015). Índice de Competitividad Internacional 2015. *La Corrupción en México: Transamos y No Avanzamos*. Instituto Mexicano para la Competitividad, A.C. México
- ▶ INEGI. (2014). Encuesta sobre Investigación y Desarrollo Tecnológico. Instituto Nacional de Geografía y Estadística. México.
- ▶ Inglehart, R. (1990). *Culture shift in advanced industrial society*. Princeton, N. Princeton University Press.
- ▶ Inglehart, R. (1997). *Modernization and post-modernization: Cultural, economic and political change in 43 societies*. Princeton, NJ. Princeton University Press.
- ▶ Inglehart, R. (2003). *Human values and social change: findings from the values surveys*. Leiden, The Netherlands. Brill Publishers.
- ▶ Kauffman Foundation. (2017). *Kauffman Index of Startup Activity*. Ewing Marion Kauffman Foundation.
- ▶ Krugman, P. (1994). *Competitiveness: A Dangerous Obsession*. *Foreign Affairs*, pp. 28-44.
- ▶ Lee, S. y Peterson, S. (2000). Culture, entrepreneurial orientation, and global competitiveness. *Journal of World Business*, pp. 401-416.

- ▶ Mason, C. y Brown, R. (2014). Entrepreneurial ecosystems and growth oriented entrepreneurship. OCDE. Recuperado de: <https://goo.gl/fwoY4L>
- ▶ McGrath, R. y MacMillan, I. (1992). More like each other than anyone else? A cross cultural study of entrepreneurial perceptions. *Journal of Business Venturing*, pp. 419-429.
- ▶ Mueller, S. y Thomas, A. (2000). Culture and entrepreneurial potential: a nine-country study of locus of control and innovativeness. *Journal of Business Venturing*, pp. 51-75.
- ▶ OCDE, CE y EUROSTAT (1995). Manual de Canberra. La medición de recursos humanos dedicados a ciencia y tecnología. OCDE
- ▶ OCDE, CE y EUROSTAT (1997). Manual de Oslo. Principios básicos para la recopilación e interpretación de los datos sobre innovación tecnológica. OCDE
- ▶ OCDE. (2002). Manual de Frascati. Medición de las actividades científicas y tecnológicas. Propuesta de norma práctica para encuestas de investigación y desarrollo experimental. OCDE y FECYT. Madrid
- ▶ OCDE. (2016). Entrepreneurship at a Glance 2016. OCDE. Paris
- ▶ Sanjaya, L. (1992). Índices de Competitividad y Países en Desarrollo: Una Evaluación Económica del Reporte Global de Competitividad. *World Development*, 29(2), pp. 1501-1525.
- ▶ Shapero, A. y Sokol, L. (1982). *The social dimensions of entrepreneurship*. Englewood Cliffs, NJ. Prentice-Hall Inc.
- ▶ Stephan, U. y Uhlaner, L. (2010). Performance-based vs socially supportive culture: A cross-national study of descriptive norms and entrepreneurship. *Journal of International Business Studies*, pp. 347-1364.
- ▶ Stuetzer, M., Audretsch, D. B., Obschonka, M., Rentfrow, P. J., Potter, J., y Gosling, S. D. (2017). Entrepreneurial culture, knowledge spillovers, and the growth of regions. Recuperado de: <https://bit.ly/2pT9HUj>
- ▶ Thurik, R. y Dejardin, M. (2012). *Entrepreneurship and Culture*. En Van Gelderen, M. y Masurel, E. (2012). *Entrepreneurship in Context*. Nueva York, E.E.U.U: Routledge.
- ▶ Uhlaner, L. y Thurik, A. (2007). Post-materialism: a cultural factor influencing total entrepreneurial activity across nations. *Journal of Evolutionary Economics*, pp. 161-185.
- ▶ Wennekers, A., Thurik, A., Van Stel, A. y Noorderhaven, N. (2007). Uncertainty avoidance and the rate of business ownership across 21 OECD countries. *Journal of Evolutionary Economics*, pp. 133-160.
- ▶ World Bank Group (2018). *Doing Business 2018 - Reforming to Create Jobs*. 15<sup>th</sup> Edition. International Bank for Reconstruction and Development / The World Bank. Washington
- ▶ World Economic Forum. (2017). *The Global Competitiveness Report 2017-2018*. Ginebra.

# CAPÍTULO 3

## SITUACIÓN ACTUAL DEL ECOSISTEMA EMPRENDEDOR MEXICANO



## CAPÍTULO 3

# SITUACIÓN ACTUAL DEL ECOSISTEMA EMPRENDEDOR MEXICANO

**Luz Aliette Hernández Prieto**

### INTRODUCCIÓN

*Con el objetivo de identificar y caracterizar una línea de base sobre la forma como se ha llevado a cabo el estudio del emprendimiento en México hasta el momento y a partir de allí poder visibilizar y valorar los nuevos aportes conceptuales y metodológicos que constituyen la propuesta del presente trabajo, en este capítulo se presenta un panorama general del ecosistema emprendedor mexicano elaborado con base en el análisis de los principales indicadores económicos usados tradicionalmente para la medición del emprendimiento; y también con base en el análisis de los indicadores propuestos por el GEM (Global Entrepreneurship Monitor) para la caracterización del ecosistema emprendedor de los países.*

*La propuesta del GEM se retoma en este apartado porque constituye una de las primeras aproximaciones que incorpora factores culturales al análisis del fenómeno del emprendimiento; aunque los resultados de la línea de base que se expone a continuación demuestran que resulta aún insuficiente para explicar ampliamente la forma como la cultura y los factores de personalidad inciden en las iniciativas de emprendimiento en el contexto cultural mexicano.*

## El ecosistema emprendedor como concepto

En la actualidad la utilidad del concepto de Ecosistema Emprendedor consiste en que permite la identificación - y facilita la caracterización - de los siguientes factores y su incidencia en el fenómeno del emprendimiento a nivel de las naciones: capital humano, educación, existencia del financiamiento de riesgo (público y privado), disponibilidad de clientes, existencia de un amplio rango de organizaciones de soporte, efecto de los marcos regulatorios (como leyes e incentivos), existencia de una cultura que promueve la actividad emprendedora (como la alta tolerancia al riesgo y al fracaso, la actitud abierta hacia la experimentación y la imagen positiva de los emprendedores); entre otros (Alvedalen y Boschmann, 2017).

La discusión vigente sobre la definición del concepto de Ecosistema Emprendedor plantea que éste es un concepto en construcción (Simatupang et al., 2015), que más allá de la identificación de los componentes clave de los sistemas que explican el emprendimiento, aún necesita incluir como parte de su estudio una perspectiva comparativa y multiescalar que trascienda del análisis estático del fenómeno del emprendimiento hacia el entendimiento de su proceso evolutivo -incluyendo el entendimiento de los procesos que permiten el establecimiento y la sostenibilidad de los ecosistemas emprendedores a largo plazo - (Alvedalen y Boschman, 2017).

Como parte de su proceso de construcción, el concepto requiere mejorar también la claridad analítica con respecto a las relaciones causales que existen entre los elementos que caracterizan los ecosistemas emprendedores; y para esto debe incluir la exploración suficiente el análisis del contexto político e institucional de las interacciones del sistema; así como la identificación de las instituciones formales e informales que importan para el desarrollo del ecosistema en diferentes escalas- como es el caso del análisis de los factores culturales y de personalidad incluidos en nuestra propuesta - (Auerswald y Dani, 2017).

## El ecosistema emprendedor mexicano desde la perspectiva del entorno empresarial a escala nacional

A pesar de estas imprecisiones conceptuales, el análisis del Ecosistema Emprendedor mexicano -desarrollado a partir de los indicadores que se han empleado tradicionalmente para su estudio- permitió dimensionar, desde la perspectiva del análisis del sector empresarial, la importancia de atender de manera suficiente el fenómeno del emprendimiento en el que se fundamenta parte importante de la economía del país. Dado que en México las micro, pequeñas y medianas empresas (MiPyMes) representan el 98.0% de las unidades económicas de la nación y emplean el 71.2% del personal ocupado en todo el sector empresarial; sin contar que pagan el 41.3% de las remuneraciones y aportan el 35.9% de la producción bruta total y el 30.6% de los activos fijos de la economía nacional (INEGI, 2014).

Entre las MiPyMes destaca el papel de las microempresas, que representan el 95.4% de las unidades económicas del sector empresarial y emplean el 39.8% del personal ocupado; siendo las mayores generadoras de empleo en el país desde 2003 a la fecha (INEGI, 2014) **(Ver Tabla 3.1).**

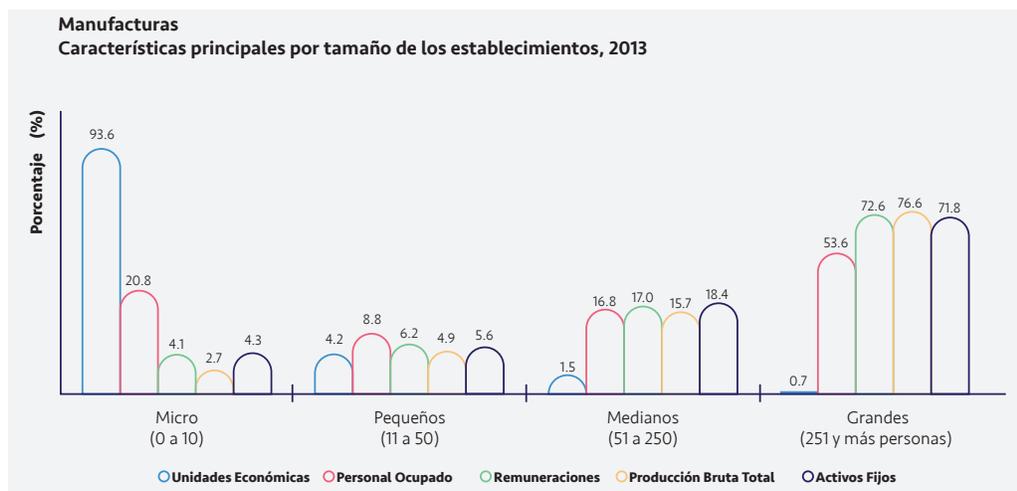
**Tabla 3.1.** Participación de las MiPyMes en el sector empresarial mexicano, de acuerdo con los datos de los Censos Económicos 2014 (Tomado de INEGI, 2014).

Sector privado y paraestatal					
Participación de los establecimientos por estratos en variables seleccionadas, 2013					
Estrato/Variable (%)	Unidades Económicas	Personal Ocupado Total	Remuneraciones	Producción Bruta Total	Activos Fijos
<b>Total Nacional</b>	<b>100.0</b>	<b>100.0</b>	<b>100.0</b>	<b>100.0</b>	<b>100.0</b>
Micro	95.4	39.8	10.1	9.8	9.1
Pequeños	3.6	15.1	12.7	9.5	7.9
Medianos	0.8	16.3	18.6	16.6	13.6
Grandes	0.2	28.8	58.7	64.1	69.4

Con respecto a la participación de las MiPyMes en los diferentes sectores económicos, el diagnóstico permitió identificar que todos los sectores analizados presentaron tendencias de crecimiento en un rango que oscila entre el 9.9% y el 19.8%, en el periodo comprendido de 2003 a 2014, debido principalmente al incremento de la presencia de las microempresas en los sectores de Manufacturas, Comercio y Servicios (INEGI, 2014). Solamente el sector de Otras Actividades Económicas decreció en términos generales a nivel nacional en el periodo estudiado, pero a nivel de microempresa también aumentó con respecto a la representatividad del número de unidades económicas y al porcentaje de personal ocupado (INEGI, 2014).

El análisis sector por sector ratificó de nuevo la importancia de la MiPyMes para la economía de México. En el sector Manufacturas el diagnóstico permitió identificar que 9 de cada 10 microempresas pertenecen a este sector; y que éstas se concentran principalmente en el Estado de México, Jalisco, Puebla y el Distrito Federal; ocupando 33.5% del personal empleado por las empresas manufactureras.

También las pequeñas empresas destacaron en el sector Manufacturas pues emplearon un 54.0% adicional del personal ocupado del sector, concentrándose en las mismas entidades federativas que las microempresas, además de Guanajuato y Nuevo León **(Ver Figura 3.1).**



**Figura 3.1.** Aporte de las MiPyMes al sector Manufacturas en México en el año 2013. (Tomado de INEGI (2014)).

Con respecto al sector Comercio, fue importante identificar que 3 de cada 10 personas ocupadas en México se encuentran empleadas en este sector; y de éstas el 68.2% es empleada por una MiPyMe. De nuevo, la participación de las microempresas destaca de manera considerable en este sector (96.6% de las unidades económicas; 60.5% del personal ocupado total; 28.7% de las remuneraciones; 35.2% de los activos fijos). Estas microempresas del sector comercio se concentran en el Estado de México, el Distrito Federal y Jalisco **(Ver Figura 3.2)**.

Con respecto al sector Servicios, este es el segundo sector en importancia para la economía nacional después del sector Comercio; su crecimiento acelerado entre 2003 y 2013 llama la atención en el panorama del sector empresarial (19.8%). Este sector constituye la actividad económica con mayor número de personas ocupadas a nivel nacional - 38.0%; aunque la mayoría es empleada por las grandes empresas -. En este sector las MiPyMes aportaron 99.6% de las unidades económicas; emplearon 64.6% del personal empleado; pagaron el 31.3% de las remuneraciones y participaron con 21.4% de la producción bruta y 24.3% de los activos fijos del sector. De las MiPyMes que participan en el sector 95.3% son microempresas que se encuentran concentradas en el Distrito Federal y el Estado de México **(Ver Figura 3.3)**.

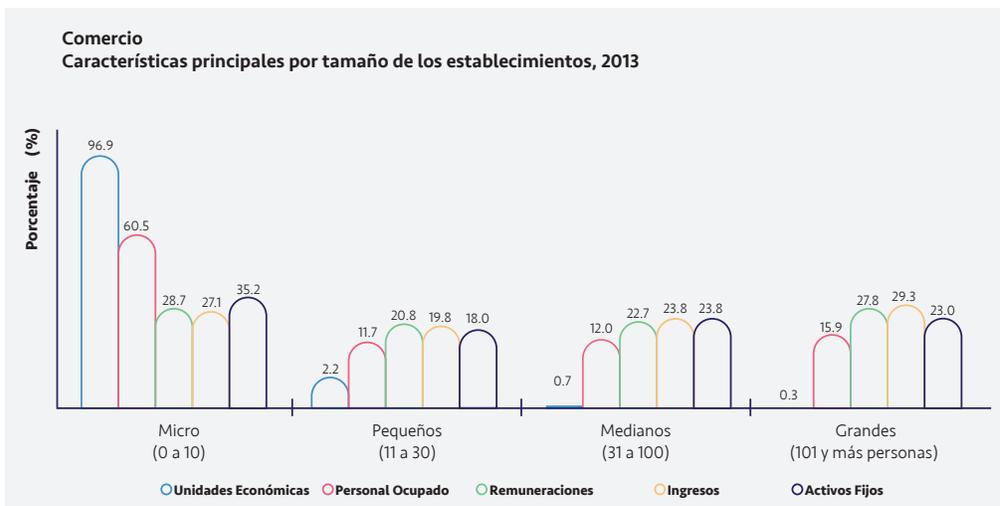


Figura 3.2. Aporte de las MiPyMes al sector Comercio en México en el año 2013. (Tomado de INEGI (2014)).

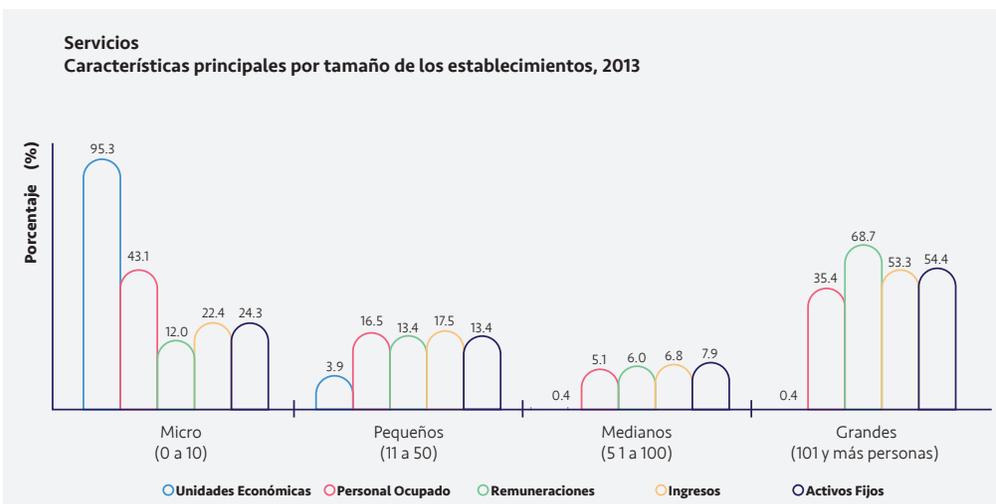
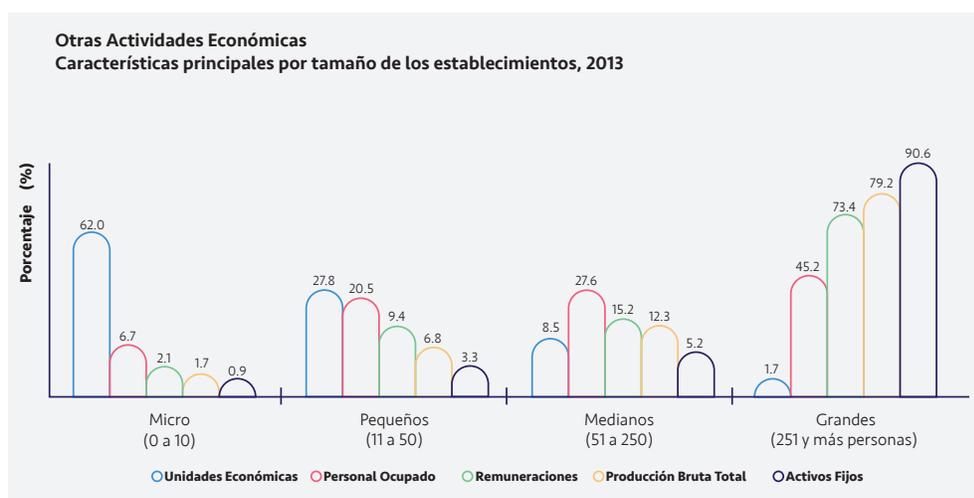


Figura 3.3. Aporte de las MiPyMes al sector Servicios en México en el año 2013. (Tomado de INEGI (2014)).

Con respecto al sector de Otras Actividades Económicas (que incluye las actividades agropecuarias, la minería y el aprovechamiento forestal, entre otras); este es un sector pequeño, que representa el 1.4% de las unidades económicas del país y emplea el 8.9% del personal ocupado total a nivel nacional; pero aun así la participación de las MiPyMes destaca en el sector, pues representan el 98.3% de las unidades económicas y ocupan el 54.8% del personal ocupado total del sector (Ver **Figura 3.4**). En contraste con las tendencias de centralización observadas en los demás sectores económicos, la presencia de las MiPyMes del sector de Otras Actividades Económicas se concentra en la Región Sursureste, especialmente en las entidades federativas de Oaxaca y Veracruz.

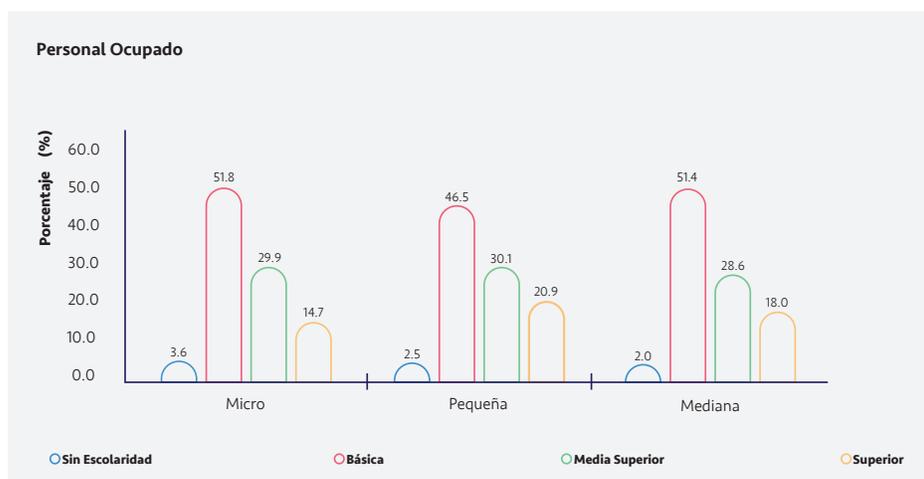


**Figura 3.4.** Aporte de las MiPyMes al sector de otras Actividades Económicas en México en el año 2013 (Tomado de INEGI (2014)).

Una vez identificado este panorama general - y a pesar de ser evidente la importancia de la contribución de las MiPyMes a la economía nacional -, el análisis del comportamiento de las variables que inciden en las posibilidades de creación y expansión de las MiPyMes en México permitió identificar que aún hacen falta condiciones que promuevan y faciliten el crecimiento de este tipo de empresas en el país. En la actualidad sólo el 12.5% de las micro, el 16.8% de las pequeñas, y el 20% de las medianas empresas tienen planes de expansión (INEGI, 2015).

Entre los factores que limitan la creación y el crecimiento de la MiPyMes en México se identificó en primera instancia la falta de crédito y la competencia desleal con las empresas del sector informal; así como el bajo grado de escolaridad del personal empleado y la poca capacitación provista por estas empresas a sus empleados - a excepción del caso de las medianas empresas, que capacitan a sus empleados en un 73.7% de los casos - (INEGI, 2015) (Ver **Figura 3.5** y **Tabla 3.2**)

Para el caso particular de las microempresas se identificó también la baja demanda de sus productos y/o servicios como un factor limitante para el crecimiento; y para la pequeña y la mediana empresa el exceso de trámites e impuestos, como factores que restringen los planes de expansión. **(Ver Tabla 3.2).**



**Figura 3.5.** Grado de escolaridad del personal ocupado por las MiPyMes en México en el año 2015. (Elaboración propia con base en los datos de ENAPROCE 2015 (INEGI, 2015)).

**Tabla 3.2.** Razones por las cuales las MiPyMes en México no se sienten impulsadas a crecer (%). (Elaboración propia con base en los datos de INEGI (2015)).

Estrato / Variable (%)	Falta de crédito	Baja demanda de sus productos y/o servicios	Exceso de trámites e impuestos	Inseguridad	Competencia de informales	No tiene problemas	Otros
Micro	22,7	16,7	12,2	6,8	19,3	12,5	9,8
Pequeña	9,2	11,7	24,4	7,5	14,9	16,8	15,5
Mediana	6,0	12,9	24,0	5,3	14,6	20,0	17,2

De estas razones, particularmente la competencia desleal con las empresas que hacen parte de la economía informal llama la atención, debido a que la informalidad mantiene en el país una tendencia estable de 2003 a la fecha, aportando al PIB porcentajes que oscilan en un rango sostenido entre el 22.6% y el 24.4% año tras año (INEGI, 2014). Esta situación de informalidad limita la productividad de las empresas formales pues no pueden competir en precios con las empresas

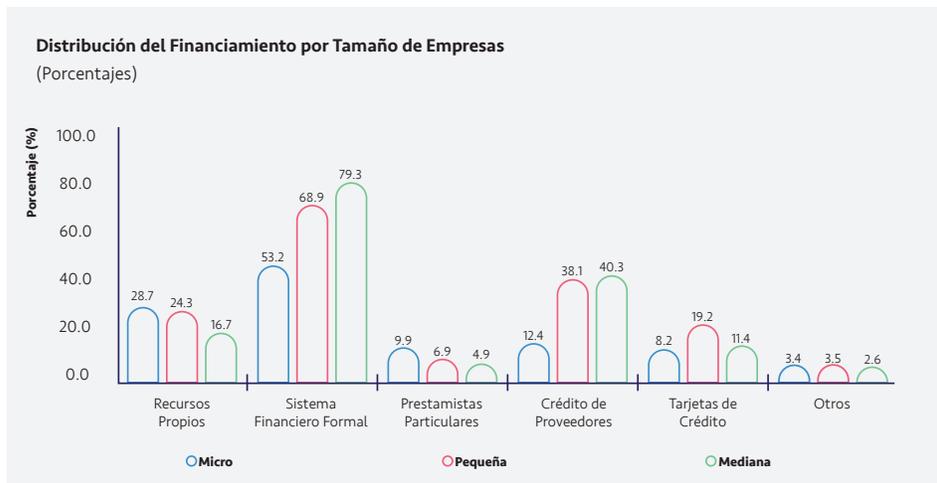
que no están sujetas a los mismos compromisos y restricciones legales. Además de que hace que la carga de recaudación fiscal recaiga solamente en las empresas formales; y esto desestabiliza las finanzas públicas.

Otro de los factores importantes que limitan el crecimiento de las MiPyMes en México es la falta de financiamiento y el acceso limitado a los recursos que estas empresas requieren. La mayoría de las MiPyMes no cuenta con financiamiento en el país - 89.4% de las micro, 72.7% de las pequeñas; y 60.2% de las medianas empresas se encuentra en esta situación – (INEGI, 2015). Entre las causas de rechazo a las solicitudes de financiamiento de estas empresas se encuentra la falta de aval, la incapacidad de comprobar ingresos, el mal historial crediticio y las deudas ya existentes (**Ver Tabla 3.3**).

**Tabla 3.3.** Estatus del financiamiento de las MiPyMes en México y causas de rechazo de las solicitudes de financiación por tamaño de empresa (%). Elaboración propia con datos de INEGI (2015).

Variable (%)	Micro	Pequeña	Mediana
Con financiamiento	10,6	27,8	39,8
Sin financiamiento	89,4	72,2	60,2
No garantía/colateral/aval	25,2	22,7	21,7
No historial crediticio	13,7	15,2	7,3
No pudo comprobar ingresos	20,7	2,8	1,2
Deudas anteriores	5,3	16,5	23,6
Mal historial crediticio	13,9	14,4	13,7
Otras razones	7,8	13,3	13,5
No señalaron la causa	13,4	15,1	19

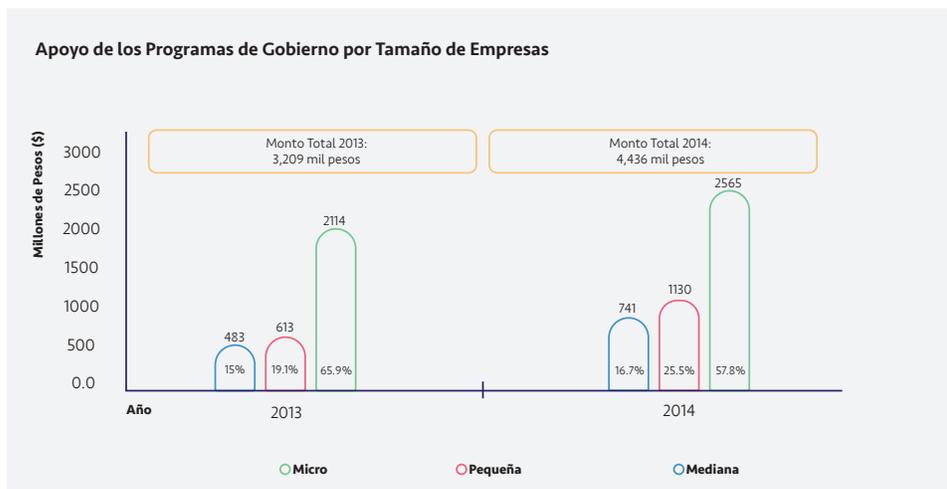
Entre las MiPyMes que sí tienen acceso al crédito las estrategias de financiación son diversas. La mayoría recibe financiamiento de los bancos –principalmente por medio de créditos al consumo–; también reciben financiamiento de parte de sus proveedores y acceden a recursos propios (**Ver Figura 3.6**).



**Figura 3.6.** Distribución del financiamiento por tamaño de empresas (%). (Elaboración propia con base en los datos de INEGI (2015)).

En cuanto al apoyo de los programas de gobierno, las microempresas recibieron en 2015 el 57.8% del monto de los subsidios gubernamentales otorgados a las empresas, las pequeñas el 25.5% y las medianas el 16.7%; pero en ninguno de los casos los apoyos de gobierno fueron significativos con respecto a las demás opciones de financiamiento disponibles (**Ver Figura 3.7**).

En general, a pesar de su importancia para la economía del país, las MiPyMes cuentan con limitantes que inciden de forma significativa en su proceso de expansión y crecimiento en México; los factores analizados deben ser tenidos en cuenta para el diseño de las políticas orientadas a fortalecer el emprendimiento en el país.



**Figura 3.7.** Apoyo de los programas de gobierno por tamaño de empresas (Millones de pesos). (Elaboración propia con base en los datos de ENAPROCE (INEGI, 2015)).

## El ecosistema emprendedor mexicano desde la perspectiva del global entrepreneurship monitor (GEM)

Otra perspectiva desde la cual se evaluó el diagnóstico del entorno emprendedor mexicano fue la perspectiva de las condiciones marco para el emprendimiento (EFC ó Entrepreneurial Framework Conditions) que hacen parte de la propuesta del GEM que incluye los siguientes 12 factores de análisis (Ver Anexo A de este capítulo para consultar las definiciones de cada uno de ellos): **1)** Financiamiento para emprendedores, **2)** Apoyo y políticas gubernamentales, **3)** Impuestos y burocracia, **4)** Programas gubernamentales, **5)** Educación y formación empresarial en la escuela básica, **6)** Educación y formación empresarial post-escuela, **7)** Transferencia de ciencia y tecnología (Innovación y Desarrollo)(I&D), **8)** Infraestructura comercial y profesional, **9)** Dinámica del mercado interior, **10)** Apertura del mercado interior, **11)** Infraestructura física y de servicios, **12)** Normas culturales y sociales (Bosman et al., 2008 y GEM (s.f. a y b)).

Para México, en el año 2015, estos factores se comportaron de la siguiente forma (GEM y Tecnológico de Monterrey, 2016):

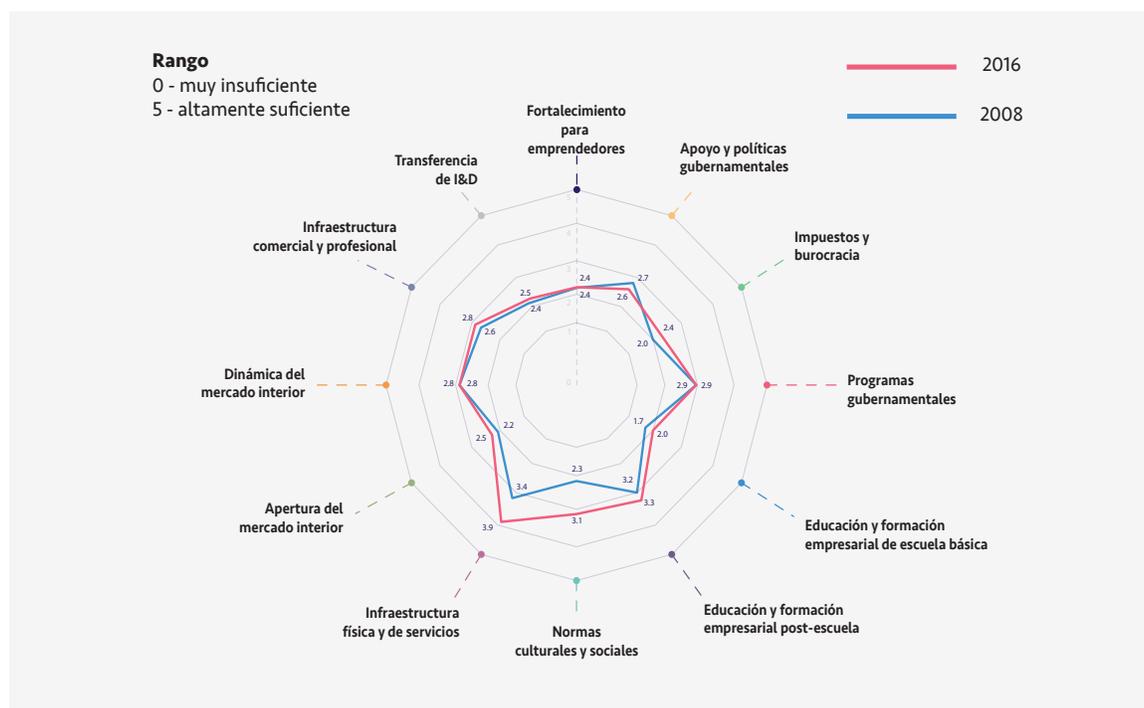
Desde la perspectiva de las condiciones marco (EFC), y de acuerdo con la opinión de los expertos, en el periodo comprendido entre 2008 y 2016 no se observó en el ecosistema emprendedor mexicano cambio alguno con respecto a las condiciones de financiamiento, en los programas gubernamentales, ni en la dinámica del mercado interior. Mientras que el apoyo y las políticas gubernamentales relacionadas con el emprendimiento presentaron un leve retroceso con respecto a la situación de 2008. Esta situación, de la mano del incremento observado en la situación de impuestos y burocracia en el país en este mismo periodo, marcó una tendencia de avance negativo en el proceso de fortalecimiento del ecosistema emprendedor mexicano.

A pesar de esto, los otros siete indicadores del estado de avance del ecosistema emprendedor evolucionaron positivamente, aunque con cambios muy pequeños, entre 2008 y 2016. Esto excepto por las condiciones de infraestructura física y de servicios; y por las condiciones de las normas sociales y culturales, que mostraron una situación de mejora significativa durante el periodo estudiado. Estos dos factores, a la par de la situación de educación y formación empresarial post-escuela, son los únicos factores posicionados actualmente en un rango de suficiencia satisfactorio para el fortalecimiento del ecosistema emprendedor del país.

Los demás aspectos que caracterizan el ecosistema emprendedor mexicano, de acuerdo con el rango de evaluación del GEM, se encuentran en un rango de suficiencia bajo, indicando que a pesar de que se está avanzando lentamente en la materia, todavía hay mucho trabajo que realizar para crear un entorno con condiciones que favorezcan realmente las iniciativas de emprendimiento en México **(Ver Figura 3.8)**:

La evaluación del GEM también permitió evaluar la percepción de la sociedad con respecto a la actitud del emprendimiento en México, con base en el análisis de las variables siguientes: **1)** La tasa de percepción de oportunidades, **2)** La tasa de percepción de capacidades, **3)** La

tasa de miedo al fracaso, **4)** Las intenciones de emprendimiento, **4)** La TEA (Total Early-Stage Entrepreneurial Activity) (Tasa de Emprendimiento Temprano, por su traducción en español); **5)** La tasa de negocios establecidos, **6)** La tasa de implicación de los empleados, **7)** El índice motivacional, **8)** El radio de hombres / mujeres que participan en la TEA, **9)** La tasa de negocios impulsados por mujeres, **10)** Las expectativas de creación de empleos, **11)** El porcentaje de innovación, **12)** El crecimiento del sector de los servicios empresariales, **13)** El porcentaje de empresarios exitosos percibidos como empresarios de alto estatus; y **14)** La percepción del emprendimiento como una buena opción de carrera **(Ver las definiciones para cada una de ellas en el Anexo B)**



**Figura 3.8.** Ecosistema Emprendedor de México (2008 – 2016) de acuerdo a la Encuesta de Opinión de los Expertos. Estado de suficiencia de cada condición marco medida en un rango que oscila entre 0 y 5 (Rango: 0: Muy Insuficiente – 5: Muy suficiente) (GEM 2015) (Elaboración propia con base en los datos del GEM para México 2015 – 2016 (GEM y Tecnológico de Monterrey, 2016 y la Serie de tiempo obtenida de <https://www.gemconsortium.org/data>).

En términos generales los resultados de la percepción social del emprendimiento reportados por el GEM (que se pueden observar en las figuras 3.9, 3.10, 3.11 y 3.12) permitieron identificar que de 2010 a 2015 la sociedad mexicana percibió cada vez menos oportunidades para emprender y también que cada vez tenía menos capacidades para hacerlo; de igual manera manifestó tener menos intenciones de tomar este tipo de iniciativas y tener mayor miedo al fracaso.

También las expectativas de creación de empleo, la tasa de innovación, la percepción del estatus social de los emprendedores y la valoración del emprendimiento como una opción de carrera deseable mostraron una tendencia negativa en la percepción de la sociedad en el periodo analizado.

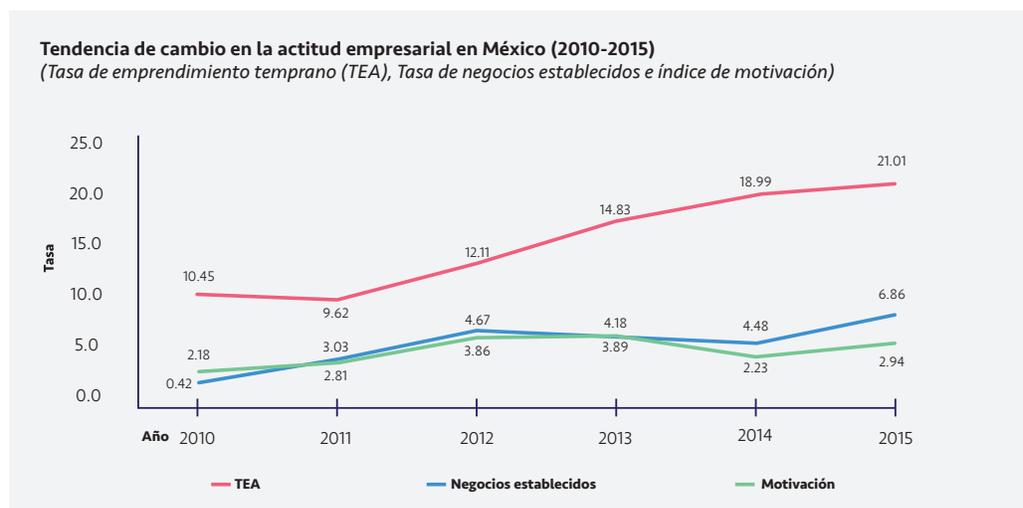
En contraste, en este mismo periodo se observó una tendencia positiva y significativa en la percepción de la cantidad de población que estableció un nuevo negocio; así como de la cantidad de negocios ya establecidos (con más de 42 meses de operación).

También se observó una tendencia positiva en las iniciativas motivadas por la identificación de nuevas oportunidades - más que por la falta de opciones para encontrar otra opción de ingreso -; así como en los indicadores de equidad de género y en la percepción de la evolución de los servicios empresariales.

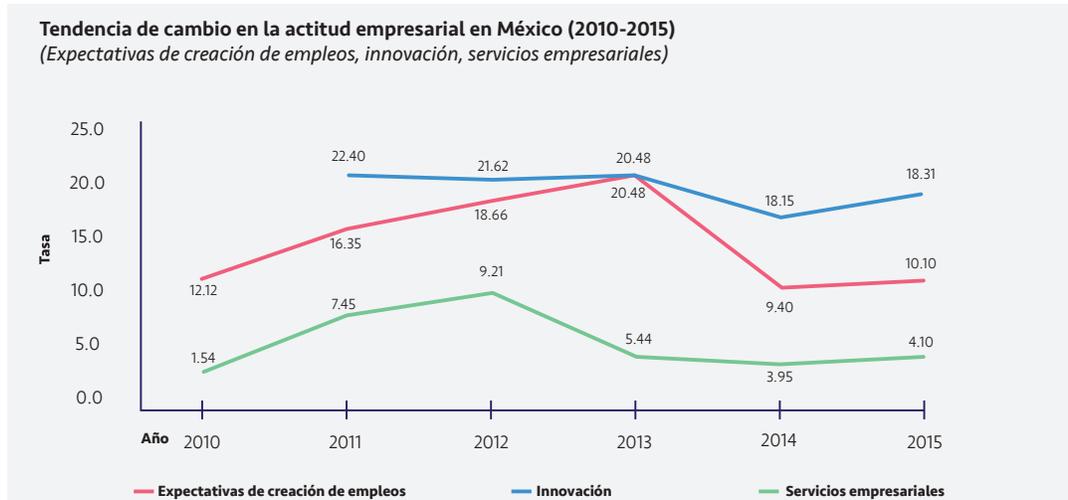
Estas tendencias de percepción positiva, en conjunto, evidencian la existencia de un panorama favorable para la creación y la expansión de los nuevos negocios en el país. Por su parte, la falta de coherencia entre la percepción de unos factores y otros hace evidente la necesidad de impulsar políticas y programas dirigidos a hacer tangibles para la sociedad mexicana las mejoras que se van presentando en el ecosistema emprendedor, de tal manera que se pueda generar un cambio en la aceptación y la valoración del emprendimiento como una opción de carrera deseable, que cuente cada vez con mejores condiciones para su desarrollo en el país **(Ver Figuras 3.9, 3.10, 3.11 y 3.12):**



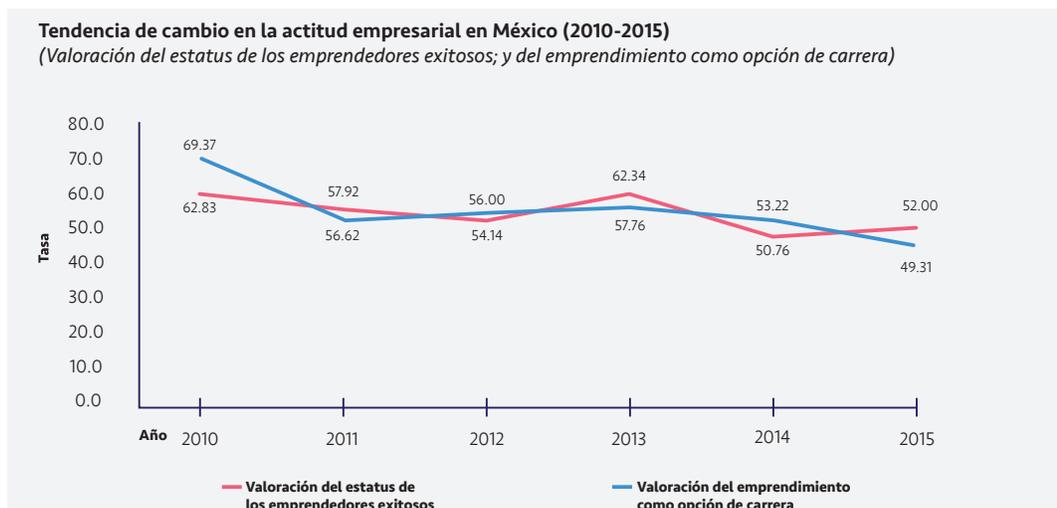
**Figura 3.9.** Tendencia de cambio en la actitud empresarial en México en el periodo comprendido entre 2010 y 2015 (tasa de percepción de oportunidades, tasa de percepción de capacidades, tasa de miedo al fracaso e intenciones de emprendimiento). Elaboración propia con base en los datos de la Encuesta a Población Adulta del GEM México 2015. (GEM y Tecnológico de Monterrey, 2016 y la serie de tiempo obtenida de <https://www.gemconsortium.org/data>).



**Figura 3.10.** Tendencia de cambio en la actitud empresarial en México en el periodo comprendido entre 2010 y 2015 (TEA, tasa de negocios establecidos e índice motivacional). Elaboración propia con base en los datos de la Encuesta a Población Adulta del GEM México 2015. (GEM y Tecnológico de Monterrey, 2016; y la Serie de tiempo obtenida de <https://www.gemconsortium.org/data>).



**Figura 3.11.** Tendencia de cambio en la actitud empresarial en México en el periodo comprendido entre 2010 y 2015 (Expectativa de creación de empleos, innovación y evolución del sector de servicios empresariales). Elaboración propia con base en los datos de la Encuesta a Población Adulta del GEM México 2015 (GEM y Tecnológico de Monterrey, 2016 y la Serie de tiempo obtenida de <https://www.gemconsortium.org/data>).



**Figura 3.12.** Tendencia de cambio en la actitud empresarial en México en el periodo comprendido entre 2010 y 2015 (Valoración del estatus de los emprendedores exitosos en la sociedad y valoración del emprendimiento como opción de carrera). Elaboración propia con base en los datos de la Encuesta a Población Adulta del GEM México 2015. (GEM y Tecnológico de Monterrey, 2016 y la Serie de tiempo obtenida de <https://www.gemconsortium.org/data>).

## Conclusiones

El concepto de Ecosistema Emprendedor es un concepto en construcción. La propuesta del presente trabajo aporta a la ampliación de su visión, dado que provee elementos para atender la inclusión de las perspectivas comparativa y multiescalar sugeridas por Alvendalen y Boshman (2017); y la identificación de las instituciones formales e informales que inciden en el desarrollo del ecosistema sugerida por Auerwald y Dani (2017), así como al fortalecimiento de su definición y la ampliación de sus posibilidades de aplicación.

A pesar de la imprecisión conceptual que se debate actualmente, el uso del concepto de Ecosistema Emprendedor y de los indicadores usados tradicionalmente para su análisis permitieron identificar una línea de base a partir de la cual fue posible caracterizar el Ecosistema Emprendedor mexicano, evidenciando la importancia del fenómeno del emprendimiento para la economía del país.

Los resultados de esta línea de base llaman la atención sobre el grado de prioridad que los procesos de creación, crecimiento y expansión de las micro, pequeñas y medianas empresas (MiPyMes) deben tener en México; como consecuencia de la altísima representatividad que las unidades económicas de este tipo de empresas tienen en el sector empresarial mexicano; y también porque estas empresas son los mayores generadores de empleo en todos los sectores de la economía nacional (Manufacturas, Comercio, Servicios y Otros).

La línea de base también permitió identificar la necesidad del diseño de políticas públicas dirigidas a superar los limitantes principales para el crecimiento de las MiPyMes en el país. En orden de prioridad, estas políticas deben orientarse a atender: la falta de financiación, la formalización del sector informal, la reducción de trámites e impuestos; y la falta de capacitación del personal de las empresas, principalmente. Aunque, adicionalmente, y de forma indirecta, los resultados de la línea de base también indican que el fortalecimiento de las políticas educativas es otro de los factores importantes a tener en cuenta para el fortalecimiento del ecosistema emprendedor mexicano.

Estos resultados fueron corroborados también a partir del estudio de las condiciones marco para el emprendimiento en México; que por una parte permitió reconocer los pequeños avances en la construcción del entorno institucional que requiere el emprendimiento en el país; y por otra reafirmó la necesidad de atender de forma prioritaria la falta de políticas públicas suficientes para el impulso de la creación, el crecimiento y la expansión de las MiPyMes en México.

Los resultados del análisis del ecosistema emprendedor mexicano muestran como el entorno institucional para el emprendimiento en México se encuentra aún en un rango de suficiencia bajo; excepto por las condiciones de infraestructura física y de servicios, por la evolución de las normas sociales y culturales relacionadas con el emprendimiento; y por la oferta existente de posibilidades de educación y formación post-escuela en la materia.

En general, los resultados de las condiciones marco del GEM muestran que México está avanzando, aunque lentamente, en el proceso de crear un entorno favorable para el emprendimiento en el país.

Por otra parte, los resultados de la evaluación de la percepción de la sociedad mexicana con respecto al emprendimiento como opción de carrera - analizada también a partir de la propuesta del GEM - muestran actualmente una tendencia negativa que indica que los mexicanos no identifican aún la existencia condiciones favorables para el emprendimiento en el país; y en consecuencia no se sienten dispuestos a tomar el emprendimiento como opción de carrera. Aunque esta población reconoce también que cada vez hay más personas comenzando nuevos negocios y más negocios ya establecidos en México.

Estos resultados sugieren la necesidad de impulsar políticas y programas que hagan tangibles para la sociedad mexicana los pequeños avances que se van logrando en la materia; de tal manera que además de mejorar el entorno institucional para el emprendimiento en México, también se logre promover la valoración y la aceptación del emprendimiento como opción de carrera deseable entre la población.

En términos generales, el diseño de políticas y programas gubernamentales dirigidos al fortalecimiento del ecosistema emprendedor mexicano debe contemplar como meta el logro de la autosuficiencia del ecosistema; de tal manera que éste se sostenga en el tiempo por sí mismo; con la menor participación del gobierno posible.

## Referencias

- ▶ Alvedalen, J. y Boschmann, R. (2017). A critical review of entrepreneurial ecosystems research: towards a future research agenda. *European Planning Studies*, 25(6), pp. 887–903.
- ▶ Auerswald, P. y Dani, L. (2017). The adaptive lifecycle of entrepreneurial ecosystems: the biotechnology cluster, *Small Business Economics* (this issue). DOI 10.1007/s11187-017-9864-8
- ▶ Bosman, N.S.; Acs Z.J., Autio, E.; Coduras, A.; Levie, J. y and Global Entrepreneurship Research Consortium (2008). Global Entrepreneurship monitor. 2008 Executive Report. GEM
- ▶ GEM. (s.f.a). *Entrepreneurial Framework Conditions*. Recuperado de: <https://bit.ly/2qHwPWb>
- ▶ GEM. (s.f.b.). *What is GEM?* Recuperado de: <https://bit.ly/2FJGs0S>
- ▶ GEM y Tecnológico de Monterrey (2016). Global Entrepreneurship Monitor: Reporte Nacional 2015–2016 México.
- ▶ INEGI (2014). Censos Económicos 2014. Micro, pequeña, mediana y gran empresa. Estratificación de los establecimientos. Instituto Nacional de Estadística y Geografía, México. Recuperado de: <https://bit.ly/2cyHAGJ>
- ▶ INEGI (2015). ENAPROCE. Encuesta Nacional sobre Productividad y Competitividad de las Micro, Pequeñas y Medianas Empresas 2015. INEGI, NADEM Y BANCOMEXT. <https://bit.ly/2aaqIAC>
- ▶ Simatupang, T. M., Schwab, A., y Lantu, D. C. (2015). Introduction [special issue on building sustainable entrepreneurship ecosystems]. *International Journal of Entrepreneurship and Small Business*, 26, pp: 389–398.

## Referencias adicionales para consulta

- ▶ Ahmad, N. y Hoffmann, A. (2008). A Framework for Addressing and Measuring Entrepreneurship (January 2008). *OECD Statistics Working Paper No. 2*. Recuperado de: <https://ssrn.com/abstract=1090374>. or <http://dx.doi.org/10.2139/ssrn.1090374>
- ▶ Alsos, G.A. y Kolvereid, L. (1998). The Business Gestation Process of Novice, Serial, and Parallel Business Founders. *Entrepreneurship: Theory & Practice*, pp: 101-114.
- ▶ Aspen Network of Development Entrepreneurs. (2013). Entrepreneurial Ecosystem Diagnostic Toolkit. UK aid from the British People.
- ▶ Babson College (s.f.). Babson Entrepreneurship Ecosystem Platform. Disponible en: <https://bit.ly/2Asj9Ts>
- ▶ INADEM; Asociación Mexicana de Capital Privado; EY México y el Centro de Investigación en Iniciativa Empresarial (IPADE). (2015). Estudio sobre la industria de capital emprendedor en México.
- ▶ International Labor Organization. (2014). Género y Emprendimiento Guía de formación para mujeres empresarias. ILO. Bangkok
- ▶ Isenberg, D. J. (2010). How to start an entrepreneurial revolution. *Harvard Business Review*, 88(6), pp: 41-50.
- ▶ Isenberg, D. J. (2011). The entrepreneurship ecosystem strategy as a new paradigm for economic policy: Principles for cultivating entrepreneurship, the Babson entrepreneurship ecosystem project. Wellesley, MA: Babson College.
- ▶ Levie, J. y Autio, E. (2008). A theoretical grounding and test of the GEM model. *Small Business Economics*. 31, 3, pp: 235-263
- ▶ Malecki, E. (2018). Entrepreneurship and entrepreneurial ecosystems. *Geography Compass*. Recuperado de: <https://doi.org/10.1111/gec3.12359>
- ▶ OCDE (2013). *Temas y políticas clave sobre PYMEs y emprendimiento en México*. OECD Publishing. Recuperado de: <http://dx.doi.org/10.1787/9789264204591-es>
- ▶ Mason, C., y Brown, R. (2014). Entrepreneurial ecosystems and growth oriented entrepreneurship. Background paper prepared for the workshop organised by the OECD LEED Programme and the Dutch Ministry of Economic Affairs on Entrepreneurial Ecosystems and Growth Oriented Entrepreneurship, The Hague. Netherlands.
- ▶ Secretaría de Economía (s.f.). México. <https://www.gob.mx/se/>
- ▶ Secretaría de Economía. (2016). Reglas de Operación del Fondo Nacional Emprendedor para el ejercicio fiscal 2017. Diario Oficial. 30 de diciembre de 2016. Recuperado de: <https://bit.ly/2PUEEqy>
- ▶ Stam, E. (2015). Entrepreneurial ecosystems and regional policy: A sympathetic critique. *European Planning Studies*, 23(9), 1759-1769. Recuperado de: [doi:10.1080/09654313.2015.1061484](https://doi.org/10.1080/09654313.2015.1061484)
- ▶ Women's World Banking (2014). Crédito Individual para Microempresas en México: Un Estudio sobre las Limitaciones y las Oportunidades. Women's World Banking. Washington.

**Tabla 3.4 Anexo 3A**

*Caracterización del ecosistema emprendedor mexicano en el periodo comprendido de 2008 a 2016*

*(Fuente: Serie de tiempo obtenida de <https://www.gemconsortium.org/data>)*

Año	2008	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016
Financiamiento para emprendedores	2.40	2.76	2.26	2.04	2.38	2.20	2.47	2.44
Apoyo y políticas gubernamentales	2.72	3.19	2.68	2.50	3.03	2,27	2.83	2.57
Impuestos y burocracia	1.97	2.25	2.39	1.93	2.24	1.87	2.29	2.35
Programas Gubernamentales	2.93	3.11	2.87	2.89	3.06	2.69	3.02	2.94
Educación y formación empresarial de la escuela básica	1.67	2.15	1.86	1.72	1.96	2.00	1.61	1.97
Educación y formación empresarial post-escuela	3.02	3.58	3.13	2.96	3.25	3.12	3.33	3.20
Transferencia de tecnología (Innovación y desarrollo)	2.37	2.60	2.33	2.27	2.60	2.44	2.46	2.50
Infraestructura comercial y profesional	2.64	2.96	2.54	2.77	2.72	2.64	2.83	2.83
Dinámica del mercado interior	2.77	2.78	2.69	2.54	2.51	2.81	3.25	2.80
Apertura del mercado interior	2.23	2.52	2.22	2.14	2.39	2.21	2.18	2.51
Infraestructura física y de servicios	3.34	3.70	3.47	3.58	3.87	3.29	3.76	3.88
Normas Culturales y Sociales	2.32	3.31	3.01	2.96	3.085	12.99	3.03	3.12

...Continúa de la Tabla 3.4

---

**Nota técnica:**

**Definición de las Condiciones Marco de un Ecosistema Emprendedor**

1. Financiamiento para emprendedores: La disponibilidad de recursos financieros y de capital y deuda para las MiPymes (incluidas las subvenciones y subvenciones)
  2. Apoyo y políticas gubernamentales: La medida en que las políticas públicas apoyan el espíritu empresarial
  3. Impuestos y burocracia: El grado en que las políticas públicas apoyan el espíritu emprendedor (los impuestos o las regulaciones son de tamaño neutro o alientan a las empresas emergentes y las MiPymes)
  4. Educación y formación empresarial en la escuela básica: La medida en que se incorpora la formación en la creación o la gestión de MiPymes en el sistema de educación y formación a nivel primario y secundario
  5. Educación y formación empresarial post-escuela: La medida en que la formación en la creación o gestión de MiPymes se incorpora al sistema de educación y formación en la enseñanza superior, como la formación profesional, la universidad, las escuelas de negocios, etc.
  6. Transferencia de tecnología (Innovación & Desarrollo): La medida en que la investigación y el desarrollo nacionales darán lugar a nuevas oportunidades comerciales y estará a disposición de las MiPymes
  7. Infraestructura comercial y profesional: La existencia de derechos de propiedad, servicios comerciales, contables y otros servicios jurídicos y de evaluación e instituciones que apoyan o promueven las MiPymes
  8. Dinámica del mercado interior: El nivel de cambio en los mercados de un año a otro
  9. Apertura del mercado interior: La medida en que las nuevas empresas pueden entrar libremente en los mercados existentes
  10. Infraestructura física y de servicios: Facilidad de acceso a recursos físicos, comunicaciones, servicios públicos, transporte, tierra o espacio a un precio que no discrimine a las MiPymes
  11. Normas culturales y sociales: La medida en que las normas sociales y culturales fomentan o permiten acciones conducentes a nuevos métodos o actividades comerciales que potencialmente pueden aumentar la riqueza y la generación de ingresos.
-

**Tabla 3.5 Anexo 3B**

**Percepción de la Actitud empresarial en México en el periodo comprendido de 2010 a 2015**

(Fuente: Serie de tiempo obtenida de <https://www.gemconsortium.org/data>)

Año	2010	2011	2012	2013	2014	2015
Tasa de percepción de oportunidades	55.56	43.46	44.99	53.60	48.87	44.73
Tasa de percepción de capacidades	64.65	60.64	62.34	58.52	53.48	45.81
Tasa de miedo al fracaso	33.36	26.57	25.66	31.65	29.61	36.44
Intenciones de emprendimiento	22.33	24.2	18.39	16.93	17.40	13.69
Actividad emprendedora total en etapas iniciales (TEA)	10.45	9.62	12.11	14.83	18.99	21.01
Tasa de negocios establecidos	0.42	3.03	4.67	4.18	4.48	6.86
Tasa de implicación de los empleados	ND	0.94	1.23	ND	0.72	1.17
Índice motivacional	2.18	2.81	3.86	3.89	2.23	2.94
Mujer / Hombre TEA	0.95	0.78	0.99	0.77	0.93	0.83
Tasa de negocios impulsados por mujeres	ND	ND	ND	1.00	0.94	0.91
Expectativas de creación de empleos	12.12	16.35	18.66	20.48	9.40	10.10
Innovación	ND	22.4	21.62	20.48	18.15	18.31
Sector de servicios empresariales	1.54	7.45	9.21	5.44	3.95	4.10
Empresarios exitosos de estatus alto	62.83	57.92	54.14	62.34	50.76	52.02
Espíritu empresarial como opción de carrera	69.37	56.62	56.00	57.76	53.22	49.31

...Continúa de la Tabla 3.5

---

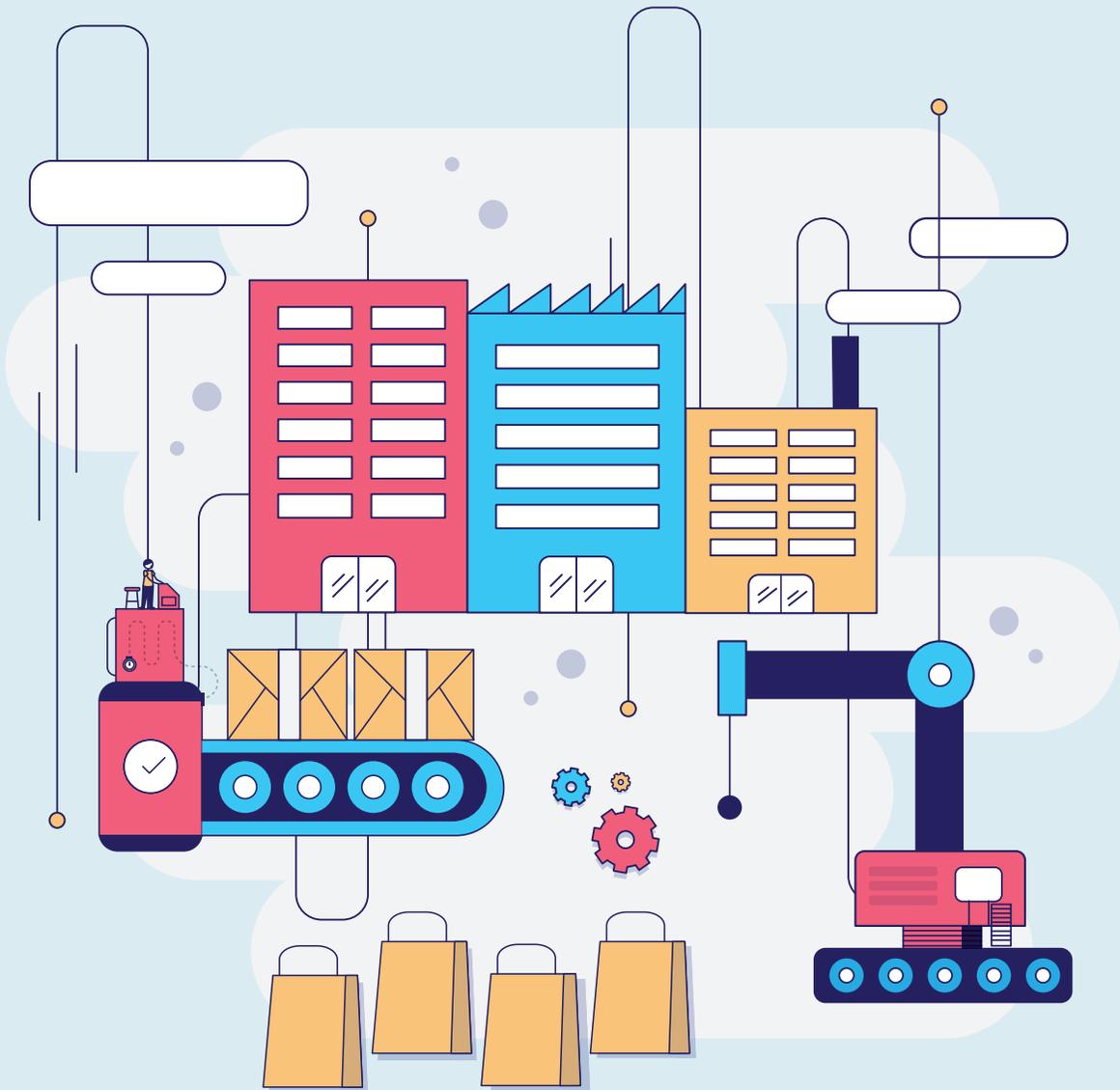
### Nota técnica:

1. Tasa de percepción de oportunidades: Porcentaje de la población de 18 a 64 años que ve buenas oportunidades para iniciar una empresa en el área donde vive
2. Tasa de percepción de capacidades: Porcentaje de personas entre 18 y 64 años que creen tener las habilidades y conocimientos necesarios para iniciar un negocio
3. Tasa de miedo al fracaso: Porcentaje de personas entre 18 y 64 años que perciben buenas oportunidades para iniciar un negocio, pero que indican que el miedo al fracaso les impediría establecerlo
4. Intenciones de emprendimiento: Porcentaje de población entre 18 y 64 años que son empresarios latentes y tienen la intención de iniciar un negocio dentro en un periodo de los tres años
5. TEA (Total Early – Stage Entrepreneurial Activity) (Tasa de Actividad Emprendedora Temprana): Porcentaje de la población de 18 a 64 años que son empresarios nacientes o propietarios-gerentes de un nuevo negocio
6. Tasa de negocios establecidos: Porcentaje de la población de 18 a 64 años que actualmente es propietario-gerente de una empresa establecida, es decir, posee y administra una empresa en ejecución que ha pagado sueldos, salarios o cualquier otro pago a los propietarios por más de 42 meses
7. Tasa de implicación de los empleados: Tasa de implicación de los empleados en las actividades empresariales, como el desarrollo o el lanzamiento de nuevos bienes o servicios, o la creación de una nueva unidad de negocio, un nuevo establecimiento o filial
8. Índice motivacional: Porcentaje de los que participan en la TEA que inició su negocio motivado por la identificación de oportunidades, dividido por el porcentaje de TEA que inició su negocio motivado por no haber encontrado otra opción de generación de ingresos
9. Mujer / Hombre TEA: Porcentaje de mujeres de 18 a 64 años que son empresarias nacientes o propietarias-administradoras de un nuevo negocio, dividido por el porcentaje equivalente de sus homólogos masculinos
10. Tasa de negocios impulsados por mujeres: Porcentaje de las mujeres que participan en TEA que (i) afirman estar impulsadas por la identificación de oportunidades y no por la falta de otras opciones para la generación de ingresos; y (ii) que indican que el principal motor para iniciar su negocio es ser independiente o aumentar sus ingresos.
11. Expectativas de creación de empleos: Porcentaje de personas involucradas en TEA que esperan crear seis o más empleos en un periodo de cinco años

- 12.** Innovación: Porcentaje de personas involucradas en TEA que indican que su producto o servicio es nuevo para al menos algunos clientes y que pocas empresas ofrecen el mismo producto
  - 13.** Sector de servicios empresariales: Porcentaje de personas involucradas en la TEA en el sector de servicios empresariales de Información y Comunicación, Intermediación Financiera y Bienes Raíces, Servicios Profesionales o Servicios Administrativos,
  - 14.** Empresarios exitosos de estatus alto: Porcentaje de población de 18 a 64 años que está de acuerdo con la afirmación de que, en su país, los empresarios exitosos tienen un estatus social alto
  - 15.** Espíritu empresarial como una buena opción de carrera: Porcentaje de población de 18 a 64 años que está de acuerdo con la afirmación de que, en su país, la mayoría de la gente considera iniciar un negocio como una opción de carrera deseable
-

## CAPÍTULO 4

### LA CULTURA DE EMPRENDIMIENTO EN MÉXICO - ÍNDICE ICEM -



## CAPÍTULO 4

# LA CULTURA DE EMPRENDIMIENTO EN MÉXICO - ÍNDICE ICEM -

**Miguel Rodríguez Harris**  
**Oscar Emerid Cabello Serralde**

### INTRODUCCIÓN

*En este capítulo se presentan los principales hallazgos de la primera encuesta de caracterización de la cultura de emprendimiento en México. Esta encuesta es parte de la investigación más ambiciosa desarrollada en el país sobre la relación existente entre cultura y emprendimiento; un tema que - como se mencionó anteriormente - no se ha tratado con la debida importancia, ni en las discusiones académicas ni en el diseño de las agendas de gobierno orientadas a contribuir a la consolidación y la sostenibilidad del ecosistema emprendedor mexicano.*

*Los resultados de esta investigación permitieron conocer el estado actual de la cultura de emprendimiento en México a nivel de los individuos y permitieron hacer evidente que la comprensión de este fenómeno es fundamental para lograr impulsar y atender el emprendimiento por medio de estrategias de política pública que podrían complementar exitosamente las estrategias empleadas hasta el momento para promover el emprendimiento en el país.*

*En el primer apartado de la presentación de la encuesta se expone un análisis descriptivo de los resultados, enfatizando en la percepción de los individuos sobre el estado actual del ecosistema emprendedor mexicano y sobre los incentivos que motivan la decisión de emprender, o no, en México.*

*Posteriormente, se presenta la propuesta del Índice de Cultura de Emprendimiento en México (índice ICEM), que es una forma de representación gráfica del estado actual de la cultura de emprendimiento en México, útil para comprender la realidad y para la toma de decisiones en la materia. Este índice puede ser empleado para evaluar el estado de la cultura del emprendimiento en otros espacios geográficos y/o en otros momentos históricos, con sus debidas adecuaciones.*

## Encuesta sobre la cultura del emprendimiento en México: Una propuesta innovadora

La encuesta que se expone a continuación constituye un aporte innovador en el campo de los estudios en emprendimiento dado que:

1. Analiza variables poco estudiadas hasta el momento para explicar el fenómeno del emprendimiento, tales como: los valores, las actitudes y la personalidad de los individuos con respecto a la decisión de emprender.

Diversos análisis de variables como el conocimiento en mercadotecnia y negocios, el acceso a capital, incluso la intención de emprender (pero sin tener en cuenta el origen y las motivaciones de esa intención), se han llevado a cabo teniendo en cuenta la escala de análisis a nivel de los individuos. Sin embargo, con respecto a estas aproximaciones, la propuesta de la Cultura de Emprendimiento representa un esfuerzo de análisis más profundo que los desarrollados hasta el momento (González – Saucedo, 2012 y Romero – Sarasty y Molina, 2008).

2. Desarrolla el Índice de Cultura de Emprendimiento en México (índice ICEM), que permite analizar el fenómeno del emprendimiento a partir de la evaluación de la cultura de emprendimiento de los individuos, como un factor clave para comprender la existencia, la formación y el desarrollo de los individuos emprendedores del país.

El índice surge del planteamiento de que el desarrollo de una cultura en torno al emprendimiento es un elemento esencial en la formación de los individuos, y permite visibilizar que es el primer paso para impulsar la valoración del emprendimiento en México.

## Características del muestreo

Tabla 4.1. Características del muestreo

<b>Tipo de Estudio</b>	Estudio cuantitativo, con diseño muestral polietápico y probabilístico, dirigido a población mexicana adulta de 18 años y más, en unidades habitacionales; con representatividad regional y nacional.
<b>Técnica</b>	Entrevista cara a cara con cuestionario estructurado aplicado en terreno por un encuestador, a través del uso de cuestionarios impresos
<b>Universo/Población Objetivo</b>	Población adulta en México (con 18 años y más, cumplidos al momento del levantamiento) presente en las unidades habitacionales seleccionadas en todas las regiones del territorio nacional, estratificadas por tamaño de población.
<b>Diseño Muestral</b>	Polietápico, probabilístico y estratificado.
<b>Procedimiento de Selección</b>	<p>Las unidades de la primera etapa de selección corresponden a las AGEBS (Área Geoestadística Básica) consideradas teniendo en cuenta el tamaño de la población de 18 años y más, y la probabilidad proporcional al tamaño (PPT); en localidades rurales y urbanas (incluyendo en esta última categoría localidades de más de 2,500 habitantes y cabeceras municipales).</p> <p>En la segunda etapa, en las localidades urbanas de cada AGEB se seleccionaron dos manzanas de manera sistemática con arranque aleatorio (MSA). En las localidades rurales se llevó a cabo un amezanamiento in situ y se seleccionarán cuatro manzanas dentro de la localidad de manera directa.</p> <p>En la tercera etapa se seleccionaron cuatro viviendas por cada manzana y dicha selección se realizó de manera sistemática con arranque aleatorio.</p> <p>En la cuarta etapa se seleccionó, de manera aleatoria, un individuo de 18 años o más en cada una de las viviendas seleccionadas en las etapas anteriores.</p>
<b>Marco Muestral</b>	<p>El marco muestral se obtuvo a través del programa Mapa Digital de México versión 6.1.0 (INEGI, 2013) y del Sistema para Consulta de Información Censal (SCINCE 2010) versión 05/2012 (INEGI, 2013).</p> <p>Dicha información refiere a datos poblacionales, tanto de las localidades rurales como de las AGEBS urbanas, a nivel país.</p>
<b>Periodo de Levantamiento de Datos</b>	Febrero de 2017
<b>Tamaño de la Muestra</b>	1600 casos con representatividad regional y nacional.
<b>Margen de Error Muestral</b>	+/-3.7 puntos porcentuales y nivel de confianza del 95%

## Resultados por categoría de análisis

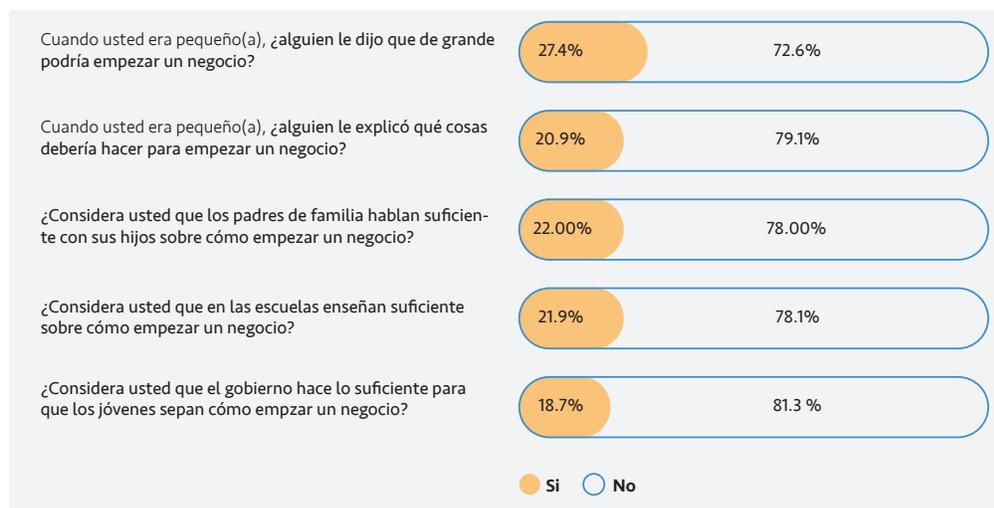
La información detallada sobre el tratamiento de los datos de la encuesta y el análisis estadístico empleado pueden ser consultados en los **Anexo 1, 2 y 3** de este documento. A continuación se exponen los resultados más importantes obtenidos del análisis:

### 1. Promoción de la cultura de emprendimiento en edades tempranas:

La mayoría de los entrevistados opina que los padres, las escuelas y el gobierno no hacen lo suficiente para enseñar a las personas - desde niños - cómo empezar un negocio en el país (en ninguno de los tres casos los entrevistados que opinan lo contrario superan el 27.4% de las respuestas).

En coherencia, más del 70.0% de los entrevistados opina que en su niñez nadie le habló de la posibilidad de empezar un negocio en la edad adulta; y 79.1% expresa no contar aún con la información requerida para iniciar un negocio.

Siguiendo esta tendencia, 78.0% de los entrevistados reporta que el emprendimiento es un tema poco enseñado en las escuelas; mientras que el 81.3% considera que la iniciativa pública no hace lo suficiente para promover el emprendimiento entre la juventud (**Ver Figura 4.1**).



**Figura 4.1.** Promoción de la cultura de emprendimiento en edades tempranas en México. Elaboración propia con base en el análisis de los resultados de la encuesta “La Cultura de Emprendimiento en México” (CEOP / FCPyS / UNAM; Secretaría de Economía y Banco Santander, 2017).

Estas respuestas hacen evidente que el emprendimiento es un tema aún no tenido en cuenta en la formación de los individuos en edades tempranas en México. En este contexto es muy baja la posibilidad de que los jóvenes mexicanos desarrollen de forma oportuna las habilidades, actitudes y herramientas necesarias para desempeñarse como emprendedores en la edad adulta.

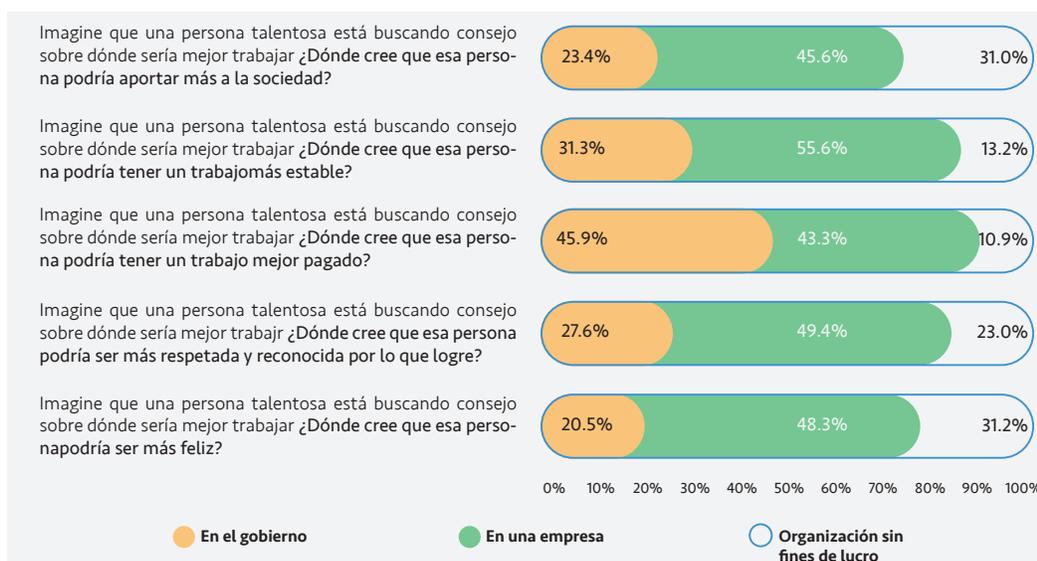
## **2. Ventajas de los diferentes nichos de trabajo para una persona talentosa en México**

El segundo hallazgo de la encuesta remite a la percepción de los mexicanos sobre cuál es actualmente el mejor lugar de trabajo para una persona talentosa en México. En este punto se evaluaron los siguientes espacios laborales: gobierno, empresa y organizaciones de la sociedad civil; con base en los siguientes criterios:

- Felicidad
- Reconocimiento
- Paga
- Estabilidad laboral
- Aporte a la sociedad

Las repuestas de los entrevistados expresan que, excepto por el criterio del pago, el mejor lugar en el que una persona talentosa puede trabajar en México es una empresa. Aunque estos mismos entrevistados perciben que el trabajo en el sector gobierno representa un mejor nivel de remuneración económica.

En contraste con esta percepción, en los hechos, una persona que labora en una empresa en México puede llegar a ganar más que un funcionario público (Redacción, 2016; Forbes Staff, 2018 y Carreto, 2018). De tal manera que esta opinión de los mexicanos sobre las remuneraciones del sector público podría estar ligada a la percepción sobre la cultura política del país con respecto a los beneficios económicos adicionales que se podrían obtener al trabajar en el gobierno. Por lo que un buen incentivo para el emprendimiento podría enfocarse en mejorar la percepción de que la paga en una empresa puede ser igual - o incluso más atractiva - que la remuneración recibida por trabajar en el gobierno **(Ver Figura 4.2)**.



**Figura 4.2.** Ventajas de los diferentes nichos de trabajo para una persona talentosa en México. Elaboración propia con base en el análisis de los resultados de la encuesta “La Cultura de Emprendimiento en México” (CEOP / FCPyS / UNAM; Secretaría de Economía y Banco Santander, 2017).

### 3. Percepción de los mexicanos sobre el esfuerzo individual, la competencia, el fracaso y la innovación

El tercer hallazgo de la encuesta se relaciona con la percepción de los mexicanos sobre el esfuerzo individual, la competencia, el fracaso y la innovación. Al respecto la teoría indica que existen elementos clave asociados al emprendimiento de un negocio, como la competencia, el fracaso, la innovación y el esfuerzo individual (Cassis y Pepelasis – Minoglou, 2005; Romero – Sarasty y Molina, 2008 y González – Saucedo, 2012).

Las actitudes y percepciones que los mexicanos tienen con respecto a estos elementos permiten observar, de manera general, su relación con el emprendimiento (Ver Figura 4.3).

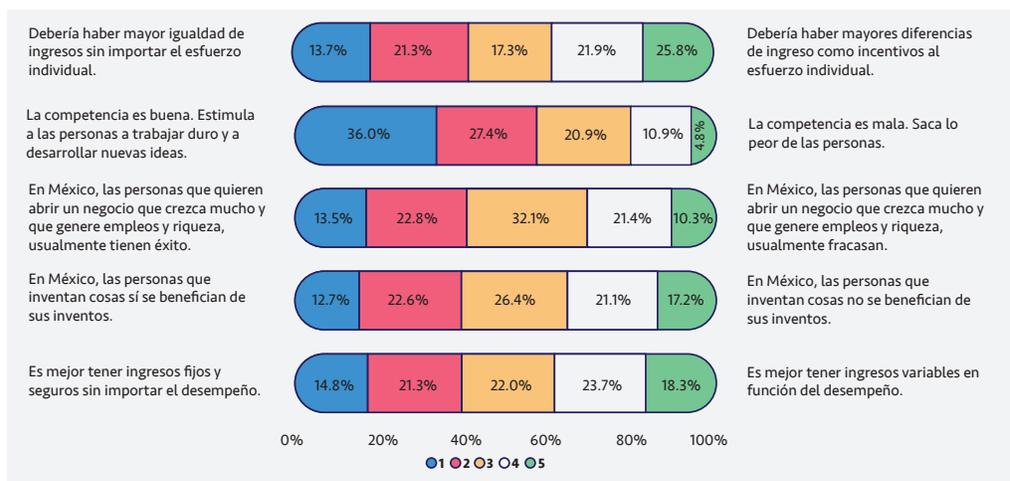
Entre estos aspectos, con respecto a la remuneración al esfuerzo individual, el 60.2% de los entrevistados está de acuerdo, en mayor o menor grado, con que debería existir una mayor diferencia de ingresos como incentivo al esfuerzo individual; y el 47.7% está de acuerdo con tener ingresos variables en función del desempeño.

Entre estos aspectos, con respecto a la remuneración al esfuerzo individual, el 60.2% de los entrevistados está de acuerdo, en mayor o menor grado, con que debería existir diferencia de ingresos como incentivo al esfuerzo individual; y el 47.7% está de acuerdo con tener ingresos variables en función del desempeño.

Con respecto a la valoración de la competencia, es relevante que más del 30% de los entrevistados (38.3%) está de acuerdo con que la competencia es mala y saca lo peor de las personas. Este porcentaje es similar, aunque mayor, a la percepción contraria que expone que la competencia es buena y estimula a las personas a trabajar duro (35.3%).

Con relación a la percepción sobre el éxito y el fracaso de los emprendimientos en México, la opinión también se encuentra dividida: el 36.2% opina que usualmente los emprendimientos en México tienen éxito; mientras que el 31.7% opina que usualmente fracasan.

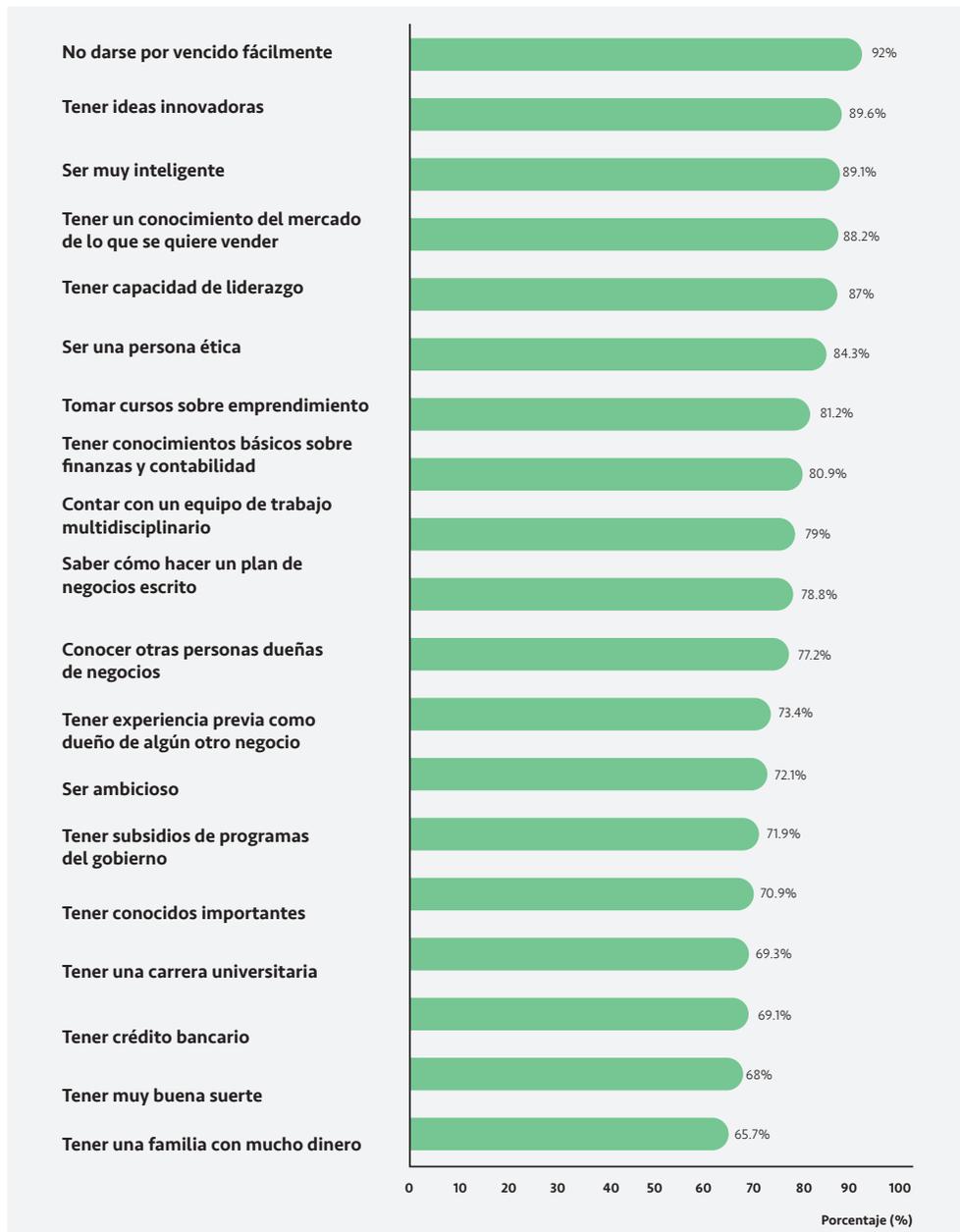
Respecto a los inventos o innovaciones, la mayoría de la población entrevistada (63.4%) está de acuerdo con que las personas que crean e inventan cosas en México obtienen beneficios de ello, lo que representa un gran incentivo para el emprendimiento y una buena actitud respecto a la innovación y creación de nuevos bienes y/o servicios.



**Figura 4.3.** Percepción de los mexicanos sobre el esfuerzo individual, la competencia, el fracaso y la innovación. Donde 1 significa que las personas están de acuerdo con la frase de la izquierda; 2 medianamente de acuerdo con la frase de la izquierda; 3 que no tiene ninguna opinión al respecto, 4 que está medianamente de acuerdo con la frase de la derecha y 5 que está muy de acuerdo con la frase de la derecha. Elaboración propia con base en el análisis de los resultados de la encuesta “La Cultura de Emprendimiento en México” (CEOP / FCPyS / UNAM; Secretaría de Economía y Banco Santander, 2017).

#### 4. Factores que determinan el éxito de un emprendedor en el país

El cuarto hallazgo de la encuesta consistió en identificar los factores que los mexicanos consideran determinantes para llegar a ser un emprendedor exitoso en el país (Ver Figura 4.4).



**Figura 4.4.** Factores que determinan el éxito de un emprendedor en el país. Elaboración propia con base en el análisis de los resultados de la encuesta “La Cultura de Emprendimiento en México” (CEOP / FCPyS / UNAM; Secretaría de Economía y Banco Santander, 2017).

En general, todos los enunciados propuestos fueron considerados importantes por parte de los entrevistados, ya que fueron seleccionados en más del 50% de las respuestas.

Sin embargo, “no darse por vencido fácilmente” (92.0%), “tener ideas innovadoras” (89.6%), “ser muy inteligente” (89.1%), “tener conocimiento del mercado de lo que se quiere vender” (88.2%), “tener capacidad de liderazgo” (87.0%); y “ser una persona ética” (84.3%) fueron los factores considerados como determinantes para garantizar el éxito de un emprendedor en el país.

Todos estos factores son considerados como elementos de los cuales los individuos pueden tener algún margen de control. Entre ellos destacan aquellos relacionados con la personalidad -tema central de esta investigación- con factores como el liderazgo, la perseverancia y la ética.

En contraste, factores como “*tener una familia con mucho dinero*” (65.7%), “*tener muy buena suerte*” (68.0%), “*tener un crédito bancario*” (69.1%), “*tener una carrera universitaria*” (69.3%) y “*tener conocidos importantes*” (70.9%) fueron los factores considerados también como importantes, pero menos importantes que los demás factores enunciados.

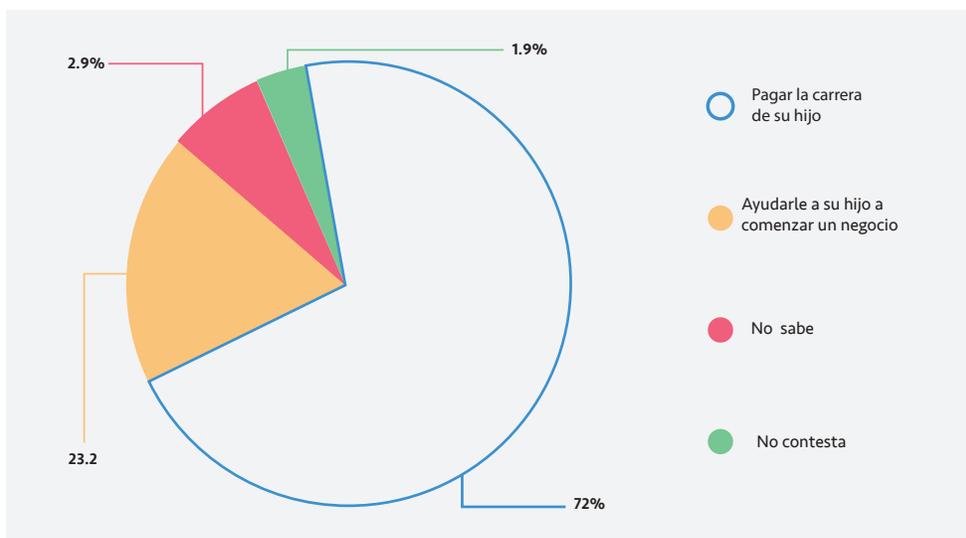
Este último grupo de factores está compuesto por factores externos que escapan a la posibilidad de ser controlados por los individuos.

## **5. Percepción del emprendimiento como opción de carrera**

El quinto hallazgo de la encuesta tiene que ver con la percepción que tienen los individuos con respecto al emprendimiento como opción de carrera. Este es un elemento clave en la decisión de emprender o no.

En ese sentido se preguntó a los entrevistados qué preferían: pagar una carrera universitaria a su hijo, o ayudarlo a comenzar un negocio con buenas posibilidades de crecer y tener éxito. La respuesta fue contundente e hizo evidente un rasgo particular de la cultura que existe en torno al emprendimiento en México: El 72.0% de los entrevistados optaron por pagar la carrera universitaria de sus hijos en lugar de impulsarlos a crear un negocio propio (**Ver Figura 4.5**).

Por otra parte, al preguntar sobre la percepción de los entrevistados sobre las ganancias mensuales de emprendedores, médicos y profesores, las respuestas obtenidas refuerzan la tendencia de la percepción desfavorable del emprendimiento como una opción de carrera exitosa en México, en este caso comparada con dos de las actividades profesionales más atractivas para los mexicanos: la profesión médica y la profesión docente (Becerril, 2015; Pixabay, 2018) -.



**Figura 4.5. Percepción del emprendimiento como opción de carrera en México.** Elaboración propia con base en el análisis de los resultados de la encuesta “La Cultura de Emprendimiento en México” (CEOP / FCPyS / UNAM; Secretaría de Economía y Banco Santander, 2017).

Como puede observarse en la **tabla 4.2**, se consideraron cinco medidas estadísticas para llevar a cabo la comparación de datos. En todas ellas ser médico representó la opción de remuneración económica con mejor percepción entre los entrevistados. Con respecto a las ganancias de los médicos, los mexicanos opinan que estos profesionales ganan en promedio más de \$22,000 mensuales, cantidad superior a la que estiman que ganan los maestros de preparatoria y las personas que tienen un negocio propio. La mediana y la moda de este análisis corroboraron también esta percepción.

**Tabla 4.2. Percepción de las remuneraciones mensuales recibidas por médicos, profesores y emprendedores en México.** . Elaboración propia con base en el análisis de los resultados de la encuesta “La Cultura de Emprendimiento en México” (CEOP / FCPyS / UNAM; Secretaría de Economía y Banco Santander, 2017).

	Media	Mediana	Moda	Máximo	Mínimo
Mestro de preparatoria	\$12,591.37	\$10,000.00	\$10,000.00	\$60,000.00	\$600.00
Médico	\$22,405.25	\$20,000.00	\$20,000.00	\$50,000.00	\$1,500.00
Persona con negocio propio	\$17,387.90	\$10,000.00	\$10,000.00	\$20,000.00	\$500.00

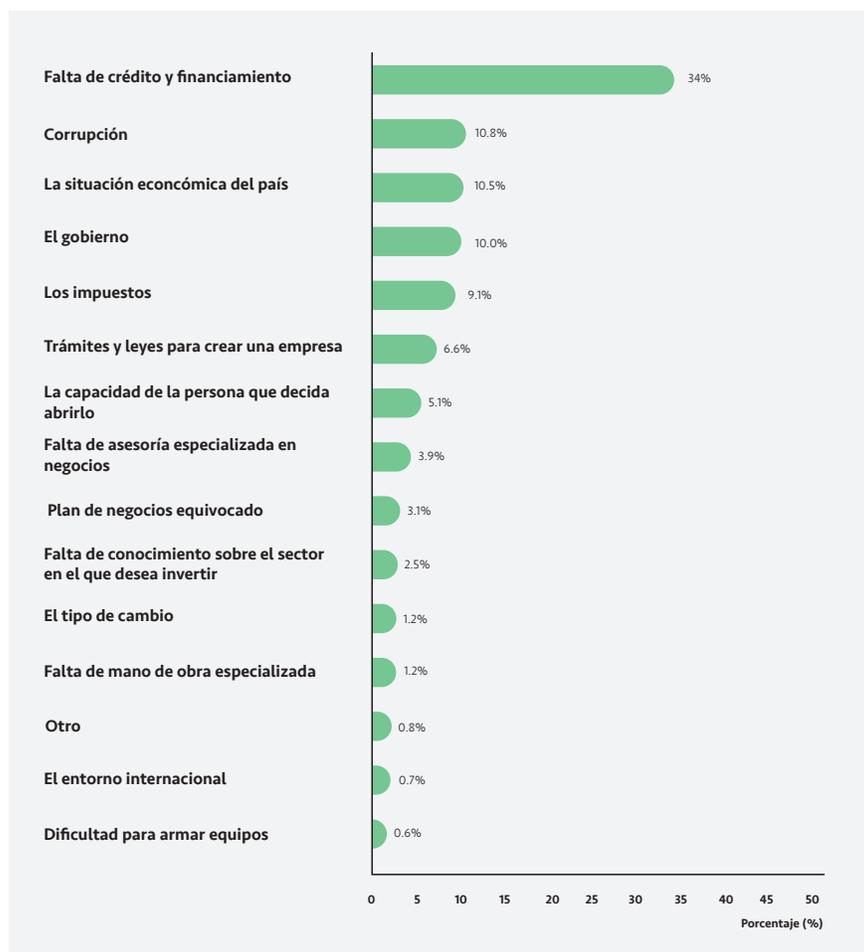
## **6. Percepción sobre las limitantes para comenzar y hacer crecer un negocio en el país**

El sexto hallazgo de la investigación hace evidente la percepción de los entrevistados con respecto a los limitantes que tienen los emprendedores en la actualidad para comenzar un negocio en México.

De acuerdo con las respuestas obtenidas, el principal obstáculo que enfrenta una persona para abrir un negocio en México es la falta de crédito y financiamiento (34.0%). En segundo lugar se encuentra la corrupción (10.7%) y en tercer lugar la situación económica del país (10.5%) **(Ver Figura 4.6).**

Es interesante que el cuarto obstáculo para abrir una empresa en México, de acuerdo con los encuestados, sea el gobierno, aunque reafirma la percepción expuesta en un principio sobre la falta de fomento al emprendimiento en México por parte de la iniciativa gubernamental (aunque no está claro a qué se refieren específicamente los entrevistados cuando hacen mención del gobierno como un obstáculo para el emprendimiento en el país). A este factor incluso se le considera un obstáculo más apremiante que los impuestos, los cuales se encuentran en el quinto lugar entre los limitantes con mayor incidencia.

Estos resultados indican que las personas asocian los obstáculos para convertirse en emprendedores con causas externas a ellos, generalmente relacionadas con el marco legal y político del ecosistema emprendedor mexicano. Sólo el 5.0% de los encuestados opina que las limitantes para comenzar un negocio en el país están relacionadas con las capacidades de la persona que desea abrir un negocio.



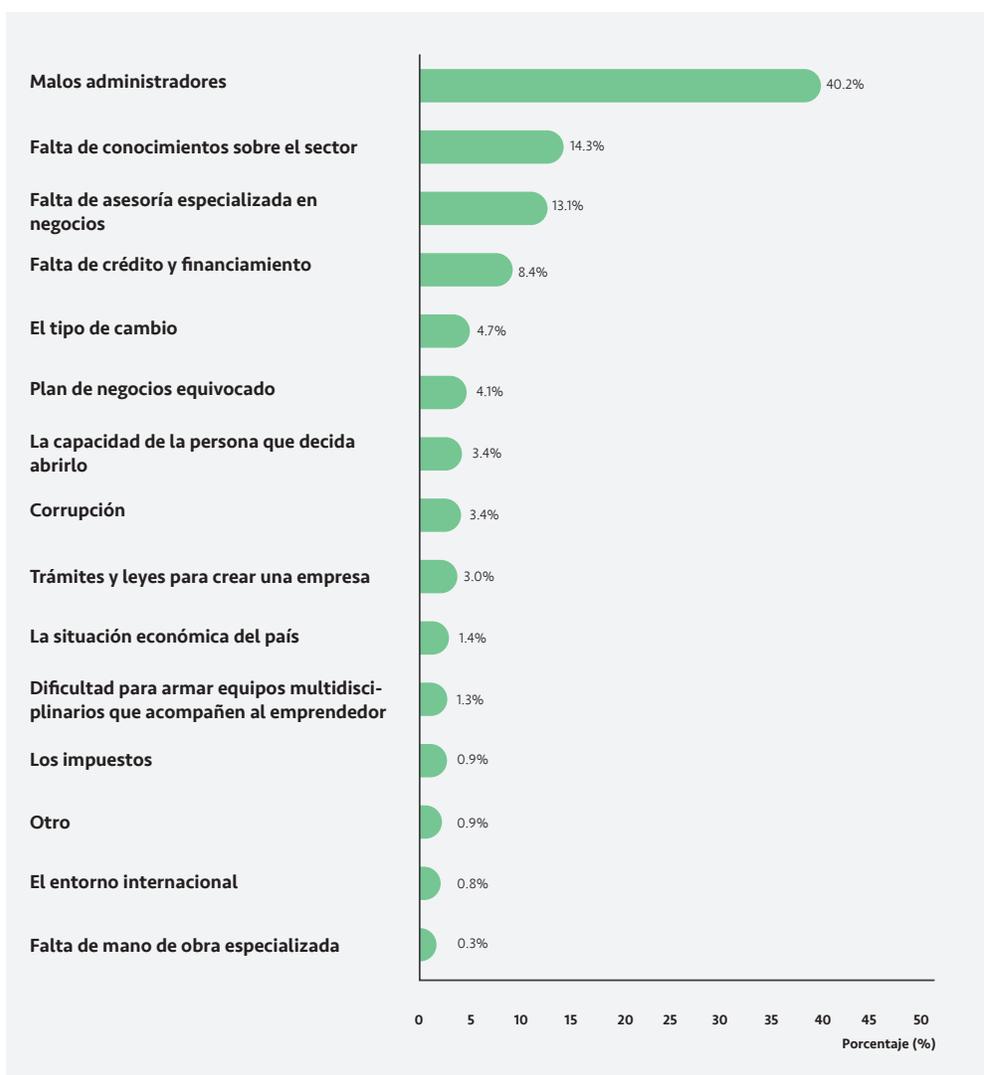
**Figura 4.6.** Percepción sobre las limitantes para comenzar un negocio en México. Elaboración propia con base en el análisis de los resultados de la encuesta “La Cultura de Emprendimiento en México” (CEOP / FCPyS / UNAM; Secretaría de Economía y Banco Santander, 2017)

Estos resultados también permiten visualizar que en la cultura mexicana relacionada con el emprendimiento se valoran las características y logros personales de los individuos en los casos de éxito; pero cuando los emprendimientos fracasan las razones de este fracaso son atribuidas a factores externos, fuera del control de los individuos.

Otro hallazgo importante de la encuesta se relaciona con los obstáculos que enfrentan los negocios ya establecidos para lograr crecer, generar empleos y riqueza; las respuestas más mencionadas en este caso fueron: la administración deficiente (40.2%), la falta de conocimiento sobre el sector en el que se está incursionando (14.2%) y la falta de asesoría en negocios (13.1%).

En este apartado se demuestra que los entrevistados perciben que los obstáculos para el crecimiento de una empresa son más de índole interno; lo que contrasta con la percepción de que los limitantes para la creación de un negocio son más de índole externo.

Estos dos resultados indican que cuando una empresa crece de forma exitosa en México este éxito se atribuye a los esfuerzos y logros del empresario o emprendedor, principalmente **(Ver Figuras 4.6 y 4.7).**

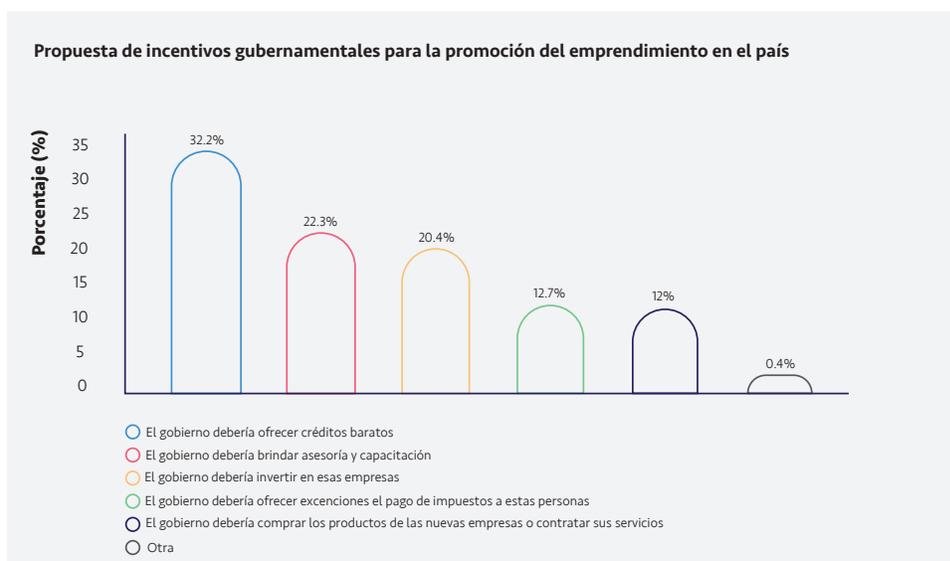


**Figura 4.7.** Percepción sobre las limitantes para hacer crecer un negocio en México. Elaboración propia con base en el análisis de los resultados de la encuesta “La Cultura de Emprendimiento en México” (CEOP / FCPyS / UNAM; Secretaría de Economía y Banco Santander, 2017)

## 7. Propuesta de incentivos gubernamentales para la promoción del emprendimiento en el país

El séptimo hallazgo de la encuesta se relaciona con los apoyos que los encuestados consideran deberían ser ofrecidos por el gobierno para impulsar el emprendimiento en el país. En este rubro la oferta de créditos baratos fue la respuesta más importante (32.2%), seguida por la asesoría y capacitación (22.3%), y por la inversión en empresas con potencial de crecimiento, que generen empleo y multipliquen la riqueza (20.4%) (Ver Figura 4.8).

Como se puede observar, de acuerdo con los mexicanos encuestados, el crédito es el aspecto más relevante en el que el gobierno podría contribuir para impulsar de una mejor manera a la creación y el desarrollo de las empresas en el país.



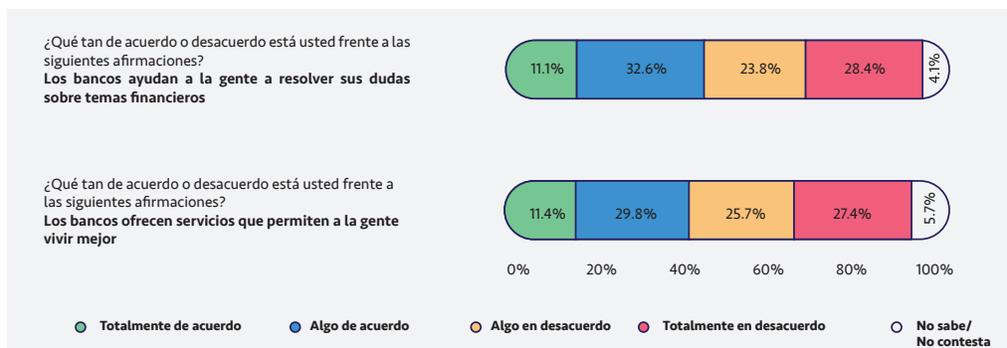
**Figura 4.8.** Propuesta de incentivos gubernamentales para la promoción del emprendimiento en el país. Elaboración propia con base en el análisis de los resultados de la encuesta “La Cultura de Emprendimiento en México” (CEOP / FCPyS / UNAM, Secretaría de Economía y Banco Santander, 2017).

## 8. Reconocimiento y valoración del papel de las instituciones financieras en la promoción del emprendimiento en el país

Con respecto al papel de las instituciones de financiamiento en la promoción del emprendimiento en el país, más del 50% de los entrevistados no consideran que los bancos estén ofreciendo servicios que permitan a la gente vivir mejor; y tampoco consideran que estas instituciones estén cumpliendo con el papel de ayudar a la gente a resolver sus dudas sobre temas financieros

(Ver Figura 4.9).

Este es un resultado interesante ya que los bancos han sido las instituciones por excelencia que ofrecen opciones de crédito y financiamiento a la población en México.

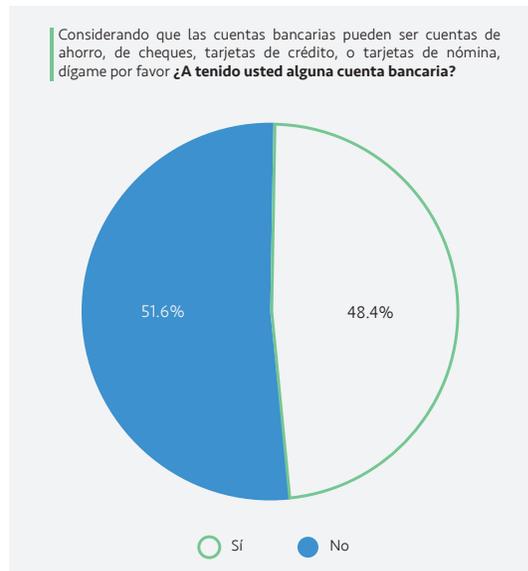


**Figura 4.9.** Percepción sobre el papel de los bancos como oferentes de opciones de crédito, financiamiento y asesoría financiera. Elaboración propia con base en el análisis de los resultados de la encuesta “La Cultura de Emprendimiento en México” (CEOP / FCPyS / UNAM; Secretaría de Economía y Banco Santander, 2017).

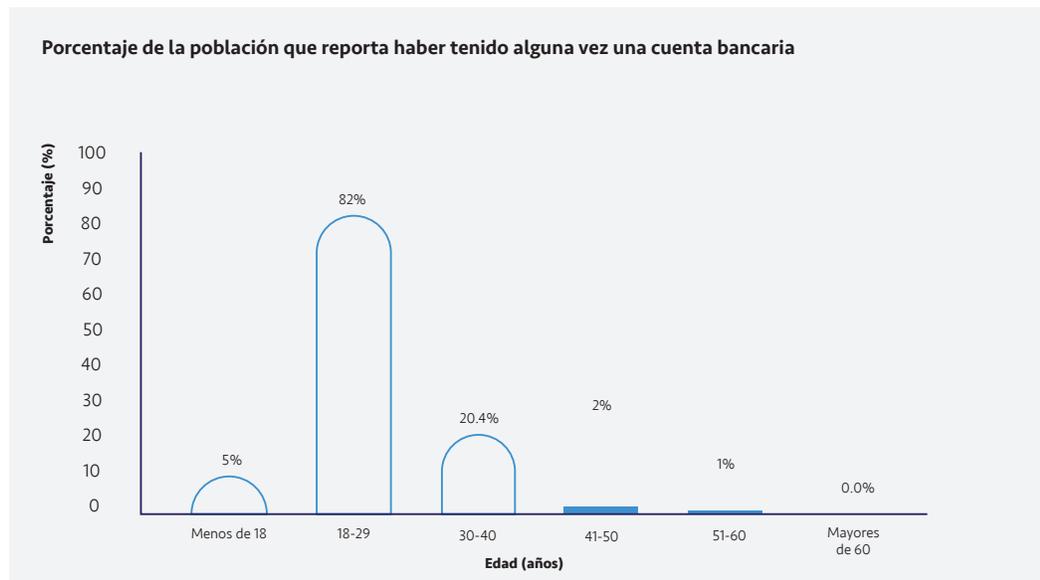
En coherencia con esta tendencia de desconocimiento - o desvaloración - de la participación de las instituciones financieras en el proceso de promoción de emprendimiento en el país, en la **Figura 4.10** se observa que 52.3% de los entrevistados reportan no haber tenido nunca una cuenta bancaria; y del 47.7% que reporta haber tenido una cuenta, más del 50% abrieron su primera cuenta después de los 21 años, es decir, se incorporaron al sistema financiero tres años después de haber tenido la posibilidad de tener un trabajo formal (**Ver Figura 4.11**).

Para profundizar más en este análisis, en la siguiente figura se pueden observar las razones por las que los entrevistados escogieron el banco donde abrieron su primera cuenta. Entre ellas destaca que la razón principal respondió más a una demanda de su entorno que a la motivación propia de incorporarse al sistema financiero (**Ver Figura 4.12**).

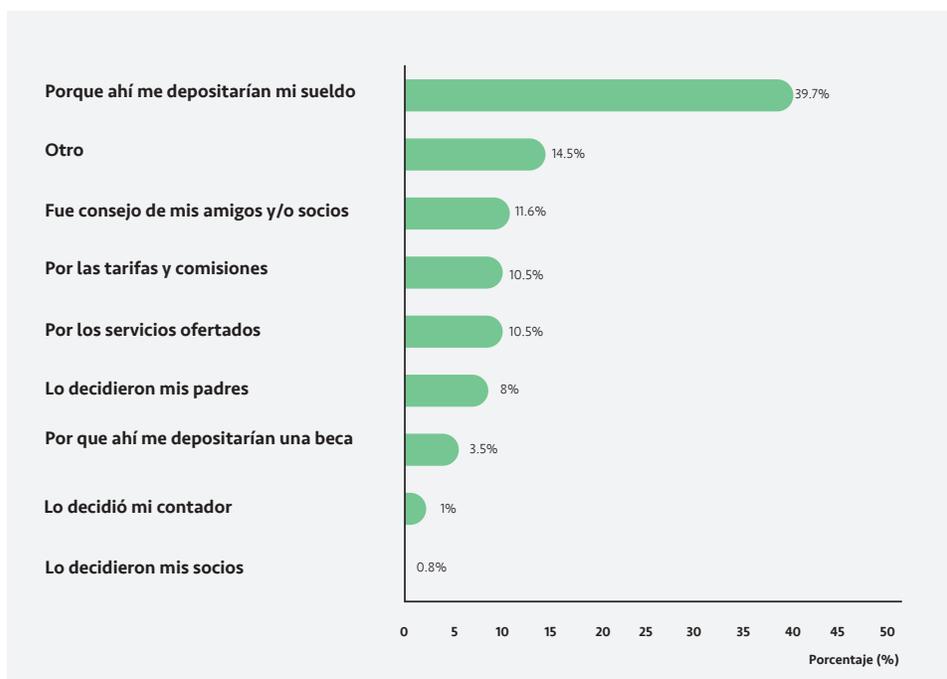
En el mismo sentido, al preguntar si antes de escoger su primer banco en los entrevistados conocían la oferta de otros bancos solo el 24.0% respondió de manera afirmativa.



**Figura 4.10.** Porcentaje de la población que reporta haber tenido alguna vez una cuenta bancaria. Elaboración propia con base en el análisis de los resultados de la encuesta “La Cultura de Emprendimiento en México” (CEOP / FCPyS / UNAM; Secretaría de Economía y Banco Santander, 2017).



**Figura 4.11.** Edad de apertura de la primera cuenta bancaria de la población incorporada al sistema financiero mexicano. Elaboración propia con base en el análisis de los resultados de la encuesta “La Cultura de Emprendimiento en México”



**Figura 4.12. Razones de incorporación de la población mexicana al sistema financiero.** Elaboración propia con base en el análisis de los resultados de la encuesta “La Cultura de Emprendimiento en México” (CEOP / FCPyS / UNAM; Secretaría de Economía y Banco Santander, 2017)

Es posible que este comportamiento esté relacionado con los usos y costumbres de la población mexicana con respecto a las estrategias comunes para el manejo del dinero.

Un porcentaje importante de esta población está poco familiarizado con los servicios bancarios. Este desconocimiento del funcionamiento del sistema financiero genera desconfianza. Todo ello hace que en México prevalezcan hábitos de financiamiento como los préstamos familiares - o entre conocidos -; el ahorro guardado debajo del colchón, prácticas que provocan un bajo aprovechamiento de los beneficios que la bancarización conlleva.

Esta situación genera además una desventaja importante para el país porque una sociedad con poco uso y apropiación de los servicios y productos ofertados por las instituciones bancarias se encuentra en una posición difícil para el crecimiento y desarrollo económico.

## 9. Inclusión y cultura financiera entre la población mexicana

La inclusión y la cultura financiera de los individuos son elementos que deben ser considerados al analizar la cultura de emprendimiento de un país. Estos dos elementos están altamente correlacionados entre sí, por lo que se presume que un alto nivel de cultura financiera en un emprendedor impactará de manera positiva el éxito de sus emprendimientos (Banco Nacional de México, 2014).

Por este motivo en la presente investigación se analizaron algunas variables que permitieron identificar tendencias generales sobre la cultura financiera de los mexicanos. Estas variables fueron correlacionadas por medio de una sumatoria que contempló la integración de los siguientes elementos:

- Planeación
- Presupuesto
- Comparación entre opciones
- Establecimiento de prioridades financieras
- Inversión
- Ahorro
- Manejo de finanzas
- Percepción sobre los bancos

Estos ocho aspectos fueron evaluados por medio de la valoración de los siguientes catorce ítems:

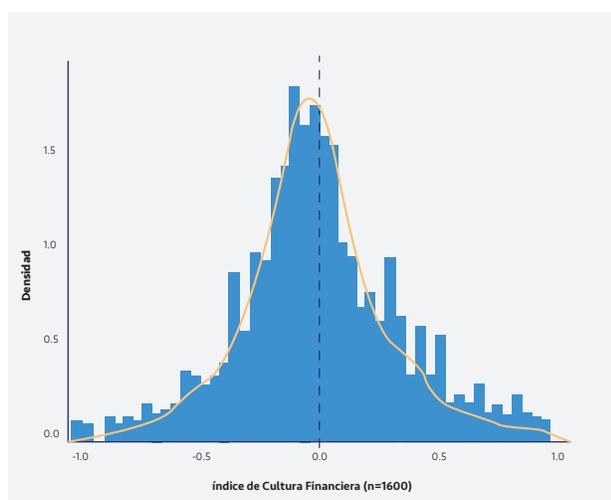
1. Desde hoy ya tiene planeados sus gastos para los siguientes seis meses
2. Lleva registros escritos de sus gastos y de sus ingresos
3. Antes de comprar algo, compara precios entre marcas y entre tiendas
4. Puede resistirse a comprar algo bonito y barato si NO lo necesita
5. Sabe esperar pacientemente a que las inversiones rindan frutos
6. Está bien preparado(a) para manejar su dinero y sus finanzas
7. Piensa frecuentemente en ahorrar para el futuro lejano, en 10 años o más
8. Nunca sabe cuánto dinero trae consigo ni cuánto tiene en su cuenta bancaria
9. Cuando encuentra algo que verdaderamente le gusta, lo compra sin perder tiempo buscándolo a un mejor precio
10. Nunca sabe cuánto dinero gastara el próximo mes
11. Prefiere tener algo en el presente, en lugar de la promesa de algo mejor, pero en el futuro
12. Frecuentemente se arrepiente de comprar cosas porque se da cuenta que no las necesita
13. No tiene un plan sobre cómo le hará para vivir en el futuro lejano, en 10 años o mas
14. Necesita ayuda para manejar sus finanzas

Cada uno de estos ítems fue evaluado con una escala de 1 a 5; en donde por medio de la calificación de “1” el encuestado manifestaba que el enunciado “no lo describía para nada” y por medio de la calificación de “5” el encuestado manifestaba que el enunciado “lo describía totalmente”. Con base en la sumatoria de los valores obtenidos se definió la propuesta del índice de cultura financiera que se presenta a continuación:

Para el cálculo del índice los incisos del 1 al 7 fueron sumados con valores positivos y los ítems del 8 al 14 fueron sumados con valores negativos. Posteriormente estos valores fueron estandarizados para que los valores del índice estuvieran comprendidos en un rango entre -1 y 1.

Como resultado de este tratamiento se obtuvo la distribución de frecuencias que se presenta en la **Figura 4.13**. En esta figura, las actitudes y comportamientos de los que depende una sana cultura financiera a nivel de los individuos se ubican del centro de la figura hacia el costado derecho; y las actitudes y comportamientos disruptivos de una sana cultura financiera se ubican del centro hacia el costado izquierdo de la figura. En los resultados obtenidos se observa que, de acuerdo con el índice propuesto, las actitudes y comportamientos que definen el nivel de cultura financiera de los encuestados se concentran principalmente en el sector medio de la figura, con una ligera tendencia hacia las actitudes y comportamientos disruptores de una sana cultura financiera (**Ver Figura 4.13**).

Esto significa que la cultura financiera de la población mexicana no se basa en las actitudes y prácticas más disruptivas de la cultura financiera, pero aún puede evolucionar para generar actitudes y prácticas que favorezcan el logro de un nivel de cultura financiera más sano entre la población.



**Figura 4.13. Distribución de frecuencias del índice de cultura financiera.** Elaboración propia con base en el análisis de los resultados de la encuesta “La Cultura de Emprendimiento en México” (CEOP / FCPyS / UNAM; Secretaría de Economía y Banco Santander, 2017).

Estos resultados, junto con los datos arrojados por la encuesta con respecto a la reducida incorporación de la población a los servicios financieros, llaman la atención con respecto a la necesidad de trabajar en esta área de oportunidad, con el fin de aumentar el uso y la apropiación de los servicios y productos ofertados por instituciones bancarias entre la población, como una vía para contribuir al crecimiento y desarrollo económico del país.

### **10. Propuesta e integración del Índice de Cultura de Emprendimiento en México (índice ICEM)**

El cuestionario utilizado para la investigación integró los siguientes cuatro constructos o variables latentes que se analizaron a través de 199 variables directas:

- Ecosistema
- Trayectoria
- Conocimiento
- Personalidad

Para construir el indicador se clasificaron los entrevistados en dos grupos:

- 1.** Personas que contaban con algún negocio.
- 2.** Personas que no contaban con ningún negocio.

Fue así como se construyó la variable “*identificación del emprendedor*” por medio de la cual fue posible observar que el conjunto de las personas emprendedoras (que contaban con algún negocio) estaba compuesto por un 20.9% de la población encuestada.

A partir de allí, con el objetivo de identificar aquellos elementos que caracterizan la cultura del emprendimiento en México, se realizaron diversos análisis estadísticos distinguiendo las respuestas obtenidas de emprendedores de las respuestas obtenidas de los encuestados no emprendedores. Los resultados de estos análisis se presentan a continuación:

#### **10.1 Diferencias significativas**

Como punto de partida se comparó el comportamiento de las respuestas obtenidas de la encuesta teniendo en cuenta, por una parte, la totalidad de las categorías de respuesta para la población total entrevistada; y por otra parte, la totalidad de las categorías de respuesta para la población entrevistada clasificada en dos muestras diferentes: emprendedores y no emprendedores; de acuerdo con la variable “*identificación del emprendedor*”.

Esta comparación se llevó a cabo por medio de una prueba estadística de diferencia de proporciones, cuyo resultado indicó que sí existen diferencias significativas en el comportamiento de las respuestas obtenidas al analizarlas en un escenario o en otro.

El resultado de este análisis permitió interpretar que sí existen diferencias significativas entre las respuestas obtenidas de la muestra de emprendedores con respecto a las respuestas obtenidas de

la muestra de los no emprendedores encuestados. Una vez confirmada esta diferencia, se procedió a analizar con detalle las diferencias entre las respuestas de emprendedores y no emprendedores para cada una de las variables analizadas. Como resultado se seleccionaron aquellas variables para las que se observaron diferencias significativas en el ejercicio de comparación de muestras (variables con p-valor menor a 0.05). Para las variables para las cuales no se observó esta diferencia se asumió que no influyen de forma significativa en la generación del modelo predictivo que se presenta a continuación.

La selección de variables dio como resultado la identificación de 50 variables con diferencias significativas, además de las siguientes variables de control:

- ¿Actualmente trabaja?
- Sexo
- Edad
- Nivel educativo
- Nivel socioeconómico (AMAI)

Las variables de control son las variables que se utilizaron para identificar y contrarrestar el posible efecto que pudieran tener sobre las variables dependientes analizadas. Estas variables de control también sirvieron para ayudar a mejorar el porcentaje de acierto en la clasificación de las categorías de respuesta en los distintos análisis.

## **10.2 Bosques de clasificación aleatoria**

Los Bosques de Clasificación Aleatoria son una técnica de análisis estadístico que se utiliza en los casos en los cuales, a partir de una gran cantidad de datos y de variables de origen, es necesario sintetizar información mediante la conformación y caracterización de diferentes grupos (o clases); buscando que los elementos dentro de cada grupo presenten la mayor homogeneidad posible; y que los elementos de los grupos diferentes presenten la mayor diferencia posible; pero para los cuales un solo árbol de clasificación no es suficiente, dada la complejidad de los datos y las variables de origen (Medina – Merino y Ñique – Chacón, 2017).

Esta técnica estadística cumple funciones de clasificación y de predicción (por medio de la regresión). Los bosques de clasificación aleatoria se utilizan cuando el análisis que se pretende desarrollar implica el uso de múltiples predictores que interactúan entre sí de forma compleja y no lineal. Este es el caso de la identificación de los elementos importantes para la medición de la cultura emprendedora de un país; y con base en los cuales se propone el índice ICEM (Índice de Cultura de Emprendimiento en México) que se presenta más adelante.

En casos como el de la generación del índice ICEM es complicado generar un modelo que sea capaz de reflejar la relación entre las variables y que al mismo tiempo tenga una interpretación sencilla; además de las complicaciones que implica el que la variable dependiente tenida en cuenta sea binaria (emprendedores / no emprendedores).

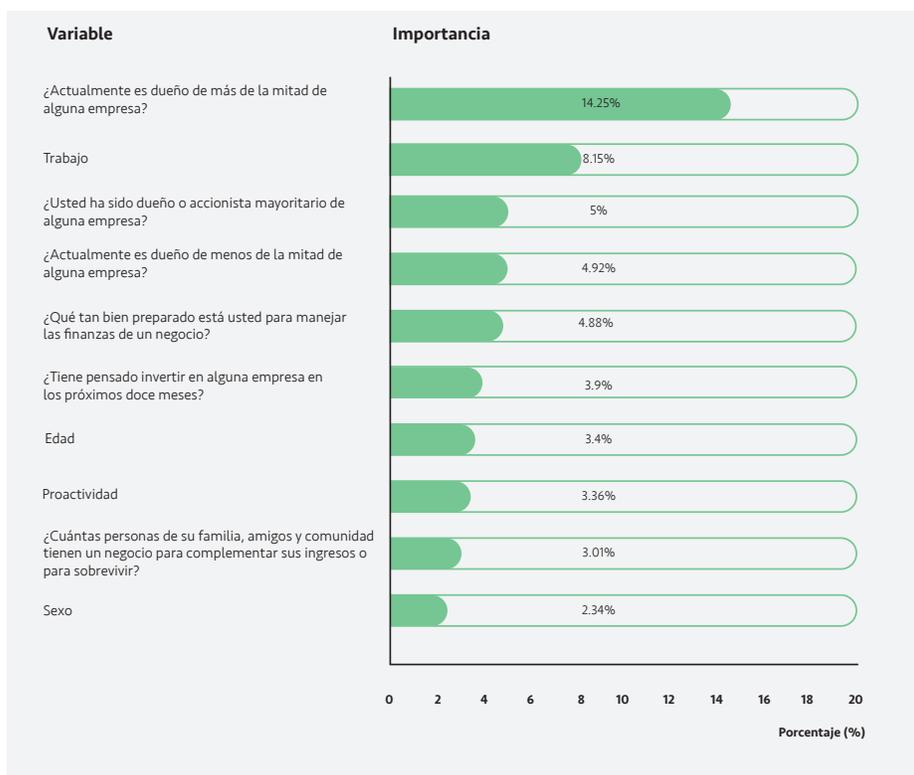
Los métodos estadísticos basados en árboles engloban a un conjunto de técnicas supervisadas no paramétricas que consiguen segmentar el espacio de los predictores en regiones simples, dentro de las cuales es más sencillo manejar las interacciones.

Los árboles de clasificación son el subtipo de árboles de clasificación que trabaja con variables de respuestas cualitativas y cuantitativas.

El análisis de los bosques de clasificación asigna un peso a las variables que aportan información para la clasificación de los individuos. Esto permite saber cuáles de las variables utilizadas son relevantes en la clasificación, o no.

Para la elaboración de la propuesta del ICEM se tuvieron en cuenta los porcentajes de importancia de las variables ponderados, haciendo que la suma de todos fuera de 100%. La **figura 4.14** permite observar la importancia que tuvieron las primeras diez variables seleccionadas para la construcción del modelo **(Ver Figura 4.14)**.

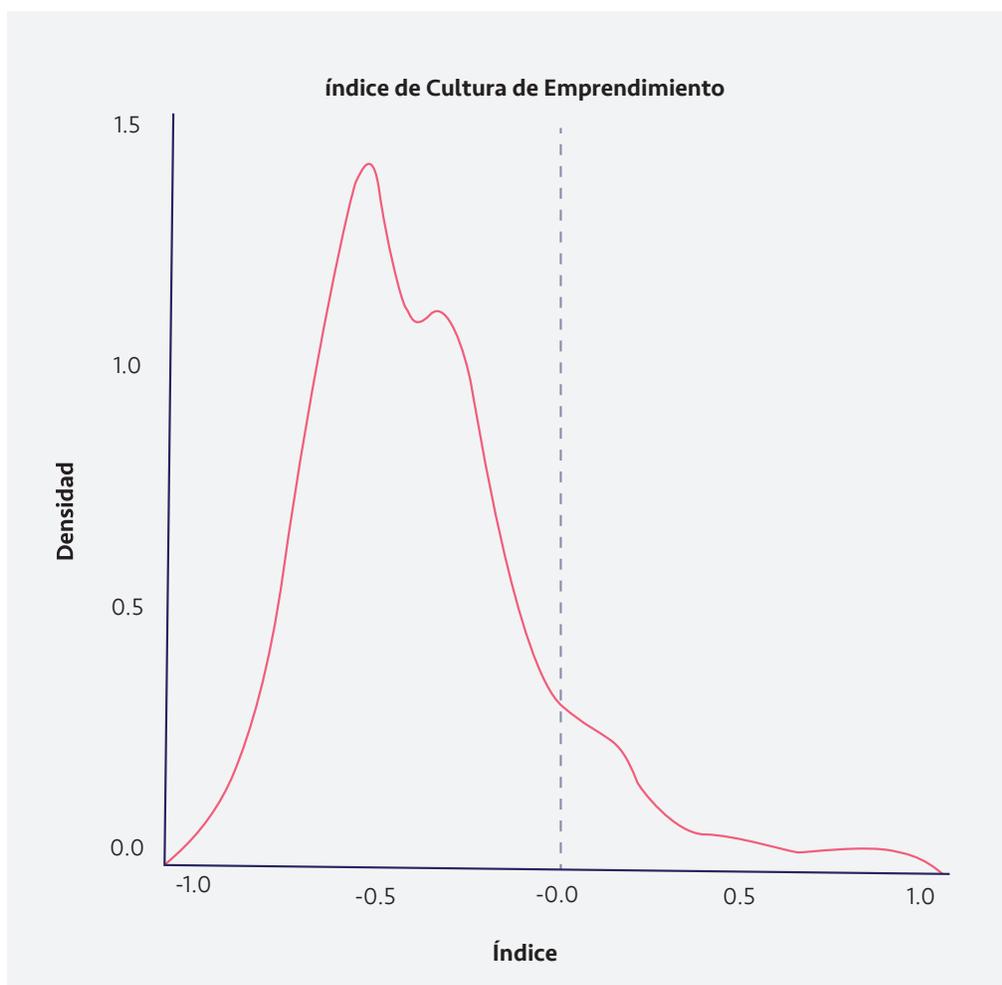
Estos nuevos valores ponderados se utilizaron para evaluar a cada uno de los individuos de la muestra. Lo anterior se realizó con una multiplicación de una matriz de  $1600 \times n$  y una de  $n \times 1$ , lo que dio como resultado un valor para cada uno de los individuos. Este valor se estandarizó para que el intervalo de resultados fuera de -1 a 1 y permitiera una interpretación más sencilla. Los valores obtenidos fueron graficados en la figura 15 **(Ver Figura 4.15)**.



**Figura 4.14. Importancia de las primeras diez variables seleccionadas para la construcción del modelo del índice ICEM propuesto.** Elaboración propia con base en el análisis de los resultados de la encuesta “La Cultura de Emprendimiento en México” (CEOP / FCPyS / UNAM; Secretaría de Economía y Banco Santander, 2017).

La **figura 4.15** permite observar, en términos generales, que el nivel de cultura de emprendimiento de la población en México está cargado a la izquierda de la figura, lo que indica que, de acuerdo a los parámetros evaluados por la encuesta, existe un bajo nivel de cultura de emprendimiento en el país.

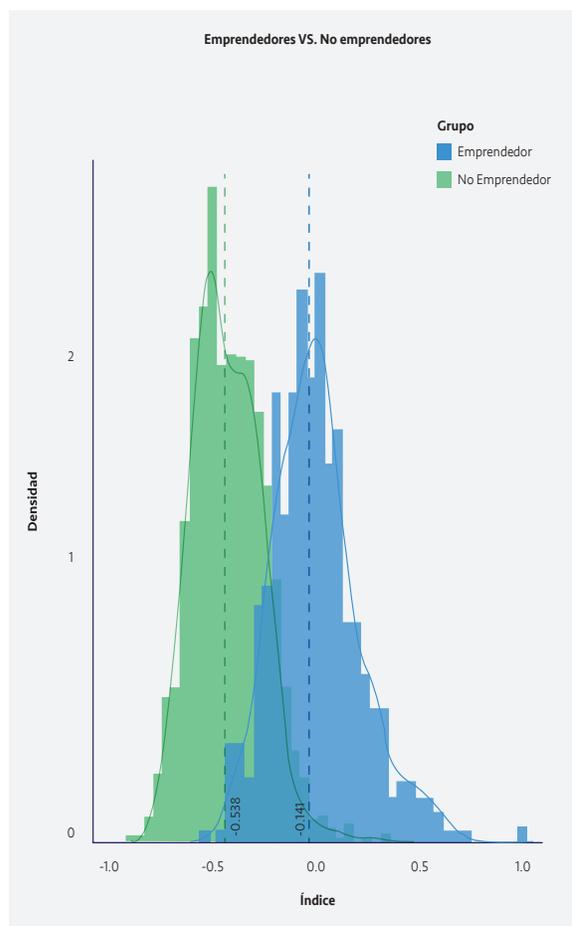
Sin embargo, al graficar los valores obtenidos clasificando la población encuestada en las dos muestras de interés para el estudio (emprendedores vs. no emprendedores) se observan diferencias importantes en los valores de respuesta que caracterizan la cultura de emprendimiento de una y otra muestra (**Ver Figura 4.16**).



**Figura 4.15. Comportamiento del índice de Cultura de Emprendimiento en México teniendo en cuenta el comportamiento de las categorías de respuesta de la población total encuestada.** . Elaboración propia con base en el análisis de los resultados de la encuesta “La Cultura de Emprendimiento en México” (CEOP / FCPyS / UNAM; Secretaría de Economía y Banco Santander, 2017).

En la **figura 4.16** se observa que los individuos emprendedores tienen un mayor nivel de cultura de emprendimiento que los individuos no emprendedores encuestados. Esta tendencia se hace evidente al comparar los valores promedio del índice: Los emprendedores tienen un valor promedio de cultura de emprendimiento de -0.141, mientras que los no emprendedores tienen un valor promedio de -0.538.

Un siguiente paso en el desarrollo de esta línea de investigación sería comparar los resultados del ICEM en esta encuesta con una muestra suficientemente robusta de emprendedores, que permitiera confirmar la premisa de que estos últimos tienen un nivel superior de cultura de emprendimiento con relación al resto de la población. Es importante destacar que de las 50 variables utilizadas para construir el índice ICEM, entre las primeras 20, sin incluir las variables de control, aparecen dos medidas de personalidad: conciencia y proactividad; además aparecen aspectos relacionados con la cultura financiera y aspectos relacionados con el ecosistema emprendedor del individuo. Es así como el ICEM permite confirmar, de manera empírica, la importancia que tienen las características de la personalidad, como se expuso en el primer capítulo, en la formación de la cultura de emprendimiento del país.



**Figura 4.16. Diferencias en el índice de Cultura de Emprendimiento en México entre la muestra de emprendedores y la muestra de no emprendedores encuestados.** Elaboración propia con base en el análisis de los resultados de la encuesta “La Cultura de Emprendimiento en México” (CEOP / FCPyS / UNAM; Secretaría de Economía y Banco Santander, 2017)

## Conclusiones

Este primer esfuerzo por estudiar el estado del emprendimiento en el país con una perspectiva innovadora que, además de considerar el ecosistema y los factores externos, pone énfasis en la persona y retoma la cultura como eje central, ha arrojado información muy relevante para la comprensión del fenómeno del emprendimiento.

En primer lugar, expone que, de acuerdo con los mexicanos, el gobierno no hace lo suficiente para promover el emprendimiento en las distintas etapas de la vida; incluso, en algunos casos se le considera un obstáculo para emprender un negocio. Esto no significa que desde la iniciativa pública no se implementen esfuerzos enfocados en formar una sociedad emprendedora en el país, sino que, quizá, los esfuerzos no han sido orientados, difundidos, enfocados e instrumentados, de la manera más efectiva.

Este dato es importante porque mientras en México el gobierno es calificado como un actor poco efectivo para impulsar y apoyar el emprendimiento, en países como Reino Unido, Estados Unidos, Canadá e Israel, actualmente existe el cargo de Chief Innovation and Entrepreneurship Officer, o su similar, con rango de Secretario de Estado, con comunicación directa con el representante del Poder Ejecutivo. A estos cargos gubernamentales se les atribuyen metas e indicadores específicos enfocados a aumentar el impacto del emprendimiento en el país y a acelerar la transición hacia una sociedad de emprendedores.

Otro resultado relevante de la encuesta es la identificación de la escuela como otro actor evaluado negativamente en su papel de fomentar el emprendimiento en México. En promedio, un mexicano que aspira a formarse como profesional dedica 20 años de su vida a estudiar, es decir, la escuela se vuelve un espacio cotidiano de desarrollo profesional, personal y humano. De ahí que sea muy relevante que los mexicanos consideren que las escuelas no están haciendo lo suficiente para que las personas se desarrollen como emprendedores, porque ello significa que un gran potencial para el desarrollo social y económico está siendo desaprovechado.

Por si fuera poco, la mayoría de los mexicanos asegura que, en sus núcleos sociales cotidianos como la familia, los amigos y los vecinos, se habla y se enseña poco acerca de cómo ser emprendedor.

En contraste, en Vanuatu, Italia y Grecia, desde 2012 se emprendió una estrategia en medios de comunicación enfocada en mejorar la percepción ciudadana sobre los empresarios y en posicionar al emprendimiento como un tema cotidiano entre las personas. De esta manera, para finales de ese mismo año, en estos países el emprendedor se volvió una persona admirada y el emprendimiento se posicionó entre la población como una profesión dentro de la escala de aspiración social.

Si consideramos a la cultura de emprendimiento como el conjunto de las actitudes, prácticas, opiniones, percepciones, valores y conocimiento que un grupo social tiene sobre temas relacionados con el emprendimiento, podemos deducir que actualmente en México hay un nivel de cultura de emprendimiento bajo. Lo ideal sería impulsar más el tema en todos los espacios y mejorar la percepción social que se tiene en el país sobre el emprendimiento y los negocios.

Por ejemplo, la mayoría de la población percibe que hay grandes beneficios al producir innovaciones o inventos; sin embargo, percibe también que el emprendimiento de un negocio está mayormente asociado con el fracaso que con el éxito. Asimismo, la mayoría de la población opina que debe existir mayor diferencia de ingresos como incentivo al esfuerzo individual y que es preferible un ingreso variable en función del desempeño, que un ingreso fijo y seguro sin premiar el desempeño; sin embargo, la mayoría rechaza la competencia y asegura que es perjudicial.

Uno de los grandes hallazgos de la encuesta es que casi todos los encuestados reconocen y enfatizan la importancia del liderazgo, el conocimiento del mercado, la resiliencia, la inteligencia y la generación de ideas innovadoras para emprender un negocio exitoso y multiplicador de riqueza. Es decir, los mexicanos dan mayor importancia a las características personales que a las condiciones del entorno o externas para explicar los logros de los emprendedores exitosos del país. Esto comprueba y sustenta la perspectiva propuesta en el estudio, es decir, la importancia e incidencia de la personalidad y la cultura para la formación e impulso de los emprendedores alrededor del mundo.

En contraste, mientras las cualidades, conocimientos, valores y actitudes se consideran los requisitos más importantes para emprender un negocio exitoso en México, el principal obstáculo percibido por la mayoría de los encuestados para lograrlo es la falta de financiamiento, que es un factor de índole externa.

En general, la mayoría de la población tiene una actitud positiva sobre la actividad emprendedora y empresarial. Incluso, la mayoría de los encuestados considera que el mejor lugar para que una persona talentosa se desarrolle profesionalmente en México es una empresa.

Por otra parte, en materia de cultura financiera se observó que los mexicanos se encuentran en el nivel intermedio de la medición del índice, aunque con una tendencia leve hacia las prácticas disruptivas la cultura financiera.

Entre los resultados del análisis de la cultura financiera destaca que a la mayoría de las personas encuestadas nunca les dijeron que podían iniciar su propio negocio, no tienen una cuenta bancaria ni experiencia con los servicios financieros y carecen de los conocimientos básicos sobre finanzas, inversión, desarrollo empresarial y oferta bancaria que son necesarios para impulsar el desarrollo de un negocio en México. Por otra parte, y de forma complementaria, el hecho de que un porcentaje considerable de los encuestados considere que tener una formación profesional no es relevante para emprender un negocio en el país, no hace más que evidenciar la necesidad de implementar medidas en el ámbito de la educación enfocadas a mejorar y fortalecer el desarrollo cognitivo y de habilidades en los temas anteriormente citados. Y también llama la atención con respecto a la necesidad de fomentar una cultura de emprendimiento en el ámbito familiar, escolar, público y privado, en todas las etapas de la vida.

Aun cuando en México hay talento y potencial, de la población total que comprende el estudio, sólo 0.75% son emprendedores que manifiestan tener un negocio próspero, creador de empleos y riqueza, que invierten y están pensando en emprender más negocios y/o escalar el que tienen.

Si partimos del reconocimiento de que las posibilidades actuales de desarrollo del país se encuentran en gran parte en las personas y en las posibilidades y capacidades de éstas para optar por una vida en la que puedan desarrollarse a plenitud, a través de la cultura del trabajo y el esfuerzo individual, podemos deducir que la clave del desarrollo económico y social de México se basa en:

- El impulso de una cultura de emprendimiento que detone el desarrollo del talento de los mexicanos, en las distintas etapas de la vida.
- La mejora del ecosistema emprendedor en México desde la iniciativa pública, privada y social.

Para terminar, es importante considerar que la cultura es un fenómeno que se construye, cambia y se desarrolla constantemente. Si bien en la actualidad el país no cuenta con una cultura del emprendimiento amplia y fértil, con esfuerzos enfocados y dirigidos al desarrollo de ésta, se puede lograr que la sociedad mexicana avance de forma significativa en el camino del emprendimiento como motor de desarrollo de la nación.

## Referencias

- ▶ Banco Nacional de México. (2014). Cultura financiera de los jóvenes en México. BANAMEX, México D.F., México. Disponible en: [https://www.banamex.com/es/conoce\\_banamex/quienes\\_somos/prensa/pdf/book\\_brujula\\_digital\\_2014.pdf](https://www.banamex.com/es/conoce_banamex/quienes_somos/prensa/pdf/book_brujula_digital_2014.pdf)
- ▶ Becerril, I. (19 de agosto de 2015). En México se eligen carreras poco redituables y con alto riesgo de desempleo: IMCO. El Financiero. Disponible en: <https://www.elfinanciero.com.mx/economia/en-mexico-se-eligen-carreras-poco-redituables-y-con-alto-riesgo-de-desempleo-imco>
- ▶ Carreto, B. (30 de diciembre de 2018). ¿Todos pierden? Estos son los ajustes salariales del gobierno para 2019. ADN Político. Disponible en: <https://adnpolitico.com/mexico/2018/12/30/todos-pierden-estos-son-los-ajustes-salariales-del-gobierno-para-2019>
- ▶ Cassis, Y. y Pepelasis – Minoglou, I. (2005). Entrepreneurship in Theory and History. Palgrave Macmillan.
- ▶ Forbes Staff (26 de marzo de 2018). ¿Qué sueldo puedes tener en las empresas que mejor pagan en México? Forbes México. Disponible en: <https://www.forbes.com.mx/cuanto-puedes-ganar-como-gerente-en-las-empresas-mas-grandes-de-mexico/>
- ▶ González – Saucedo, M. (2012). El estudio del emprendimiento en México. XVI Congreso Internacional de Investigación en Ciencias Administrativas: Retos de las ciencias administrativas desde las economías emergentes: Evolución de sociedades. Mesa 4. Emprendedurismo, creación e incubación de empresas. Academia de Ciencias Administrativas A.C. Disponible en: [http://acacia.org.mx/busqueda/pdf/04\\_PF667\\_Emprendimiento\\_en\\_M\\_\\_xico.pdf](http://acacia.org.mx/busqueda/pdf/04_PF667_Emprendimiento_en_M__xico.pdf)
- ▶ Medina – Merino, R. y Ñique – Chacón, C. (2017). Bosques aleatorios como extensión de los árboles de clasificación con los programas R y Python. En Interfases (Ed. 10). Pp 165 – 189.
- ▶ Pixabay (4 de junio de 2018). Las ocho profesiones con más demanda en México. Notimétrica. Disponible en: <https://www.notimerica.com/sociedad/noticia-ocho-profesiones-mas-demanda-mexico-20180603085156.html>
- ▶ Redacción (14 de diciembre de 2016). Los CEOs más importantes, ¿ganan lo que valen? El Financiero. Disponible en: <https://www.elfinanciero.com.mx/empresas/los-ceo-mas-importantes-ganan-lo-que-valen>
- ▶ Romero - Sarasty, O. y Molina, L. (2008). Sobre la investigación en emprendimiento. Informes Psicológicos, No. 10 p.29-39 Medellín – Colombia. Ene-Jun de 2008. Disponible en: <http://pepsic.bvsalud.org/pdf/ipsi/n10/n10a03.pdf>

## CAPÍTULO 5

# PERSONALIDAD, HABILIDADES COGNITIVAS Y SOCIOEMOCIONALES Y EMPRENDIMIENTO EN MÉXICO



## CAPÍTULO 5

# PERSONALIDAD, HABILIDADES COGNITIVAS Y SOCIOEMOCIONALES Y EMPRENDIMIENTO EN MÉXICO

**Pablo Arturo Peña Muñoz**

### INTRODUCCIÓN

*¿Qué determina que una persona emprenda un negocio? ¿La propensión al emprendimiento depende de atributos fijos como la personalidad de los individuos? ¿O depende de habilidades que pueden cultivarse? Esas preguntas son relevantes para el diseño de la política pública, para la provisión de financiamiento; y para el fomento del emprendimiento como una alternativa para superar la pobreza.*

*Para las instituciones interesadas en la promoción del emprendimiento - como los programas gubernamentales, el sector financiero y las organizaciones de la sociedad civil - es importante poder identificar si las personas deciden emprender un negocio como resultado de tener una personalidad particular - y entonces enfocar los esfuerzos en ubicar a las personas con los atributos para ser emprendedores y eliminar las barreras que les impiden serlo -; ó identificar si las personas deciden emprender un negocio como resultado de haber acumulado las habilidades necesarias para hacerlo - y entonces enfocar los esfuerzos hacia el desarrollo de esas habilidades -.*

*Es probable que la tendencia a emprender sea resultado tanto de factores prácticamente inmutables como la personalidad y la inteligencia (habilidades cognitivas); así como de factores que pueden cultivarse, como la autorregulación y las habilidades socioemocionales. El objetivo de este estudio es contribuir a identificar en qué medida el emprendimiento es determinado por cada uno de estos factores. Entre los estudios más notables sobre la idea de que el emprendimiento es re-*

*sultado de la personalidad y de las habilidades cognitivas y socioemocionales de los individuos se encuentran los meta-análisis de Zhao y Seibert (2006), Rauch y Frese (2007) y Zhao, Seibert y Lumpkin (2010); quienes analizan muestras pequeñas (de menos de 500 personas) de emprendedores, gerentes, estudiantes de negocios, etc.; que no son representativas de la población en general. Ninguno de los estudios existentes analiza el caso de México o de otros países en Latinoamérica.*

*En este estudio nos enfocamos en analizar la relación entre la personalidad y las habilidades cognitivas y socioemocionales usando una muestra representativa de 1600 adultos en México. Un elemento novedoso de nuestro estudio es que medimos*

varios aspectos del emprendimiento, incluyendo la intención de que un negocio genere empleos y riqueza, y no que solamente de que sea una fuente de ingresos para sobrevivir o un complemento a los ingresos de otras fuentes.

## Modelo

Para mostrar la relación entre el emprendimiento y la personalidad, las habilidades cognitivas y las habilidades socioemocionales, esta sección presenta un modelo teórico de la decisión a emprender. En el modelo, la supervivencia de un negocio depende del nivel de inversión del empresario y de un parámetro no observable que puede resumir las condiciones del mercado (elasticidad de la demanda, ferocidad de la competencia, restricciones regulatorias, etc.). La inversión puede pensarse como el tiempo, el esfuerzo o el capital que el emprendedor pone para comenzar un negocio - desde tener una idea y desarrollarla, hasta materializarla -. Por simplicidad, denominamos a ese insumo invertido como el capital y lo denotamos como  $k$ . El parámetro de interés en economía es denotado por  $\psi$ . Dada una inversión  $k$ , los ingresos del negocio están dados por  $k\psi$ . Sin embargo, los individuos no observan  $\psi$ . Solamente tiene una expectativa o una percepción de su valor. Para el individuo  $i$ , la percepción es que el parámetro es  $\psi_i$ . Nótese que los ingresos dependen del verdadero valor del parámetro  $\psi$  y no de la percepción  $\psi_i$ . El costo por unidad de  $k$  es  $r$ , y hay un costo fijo de emprender dado por  $c$ . Los valores de  $r$  y  $c$  son los mismos para todos los individuos.

Las utilidades obtenidas por un individuo que emprende, dada una inversión igual a  $k$ , están dadas por:

$$k^\psi - rk - c \quad (1)$$

Un negocio sobrevive solamente si las utilidades obtenidas son positivas. Como dijimos antes, los individuos no observan el valor de  $\psi$ . Ellos creen que el valor del parámetro es  $\psi_i$ , el cual puede ser distinto para cada individuo. La diferencia entre el valor percibido y el verdadero valor (es decir, el valor de  $\psi_i - \psi$ ) es una función de la personalidad, las habilidades cognitivas y las habilidades socioemocionales de los individuos. Por facilidad, podemos decir que si la diferencia es positiva (o negativa, respectivamente), el individuo es optimista (o pesimista), y entre mayor sea la magnitud de la diferencia, mayor es el grado de optimismo (o pesimismo). Si maximizamos las utilidades percibidas por el individuo  $i$ , podemos expresar el monto de inversión óptima, denotado por  $k_i$ , como una función del valor percibido  $\psi_i$ :

$$k_i = \left( \frac{r}{\psi_i} \right)^{\frac{1}{\psi_i-1}} \quad (2)$$

Si todos tuvieran un negocio, los individuos pesimistas ( $\psi_i - \psi < 0$ ) invertirían por debajo del nivel óptimo, mientras que los optimistas ( $\psi_i - \psi > 0$ ) invertirían por arriba del nivel óptimo. La decisión de emprender se toma con base en las utilidades que esperarían obtener cada individuo, según su percepción  $\psi_i$  y su inversión óptima  $k_i$ . El individuo  $i$  emprende si y solo si:

$$k_i^{\psi_i} - rk_i - c > 0 \quad (3)$$

Sin embargo, dado que un individuo emprende, su negocio sobrevive únicamente si es rentable, esto es, si y solo si:

$$k_i^{\psi} - rk_i - c > 0 \quad (4)$$

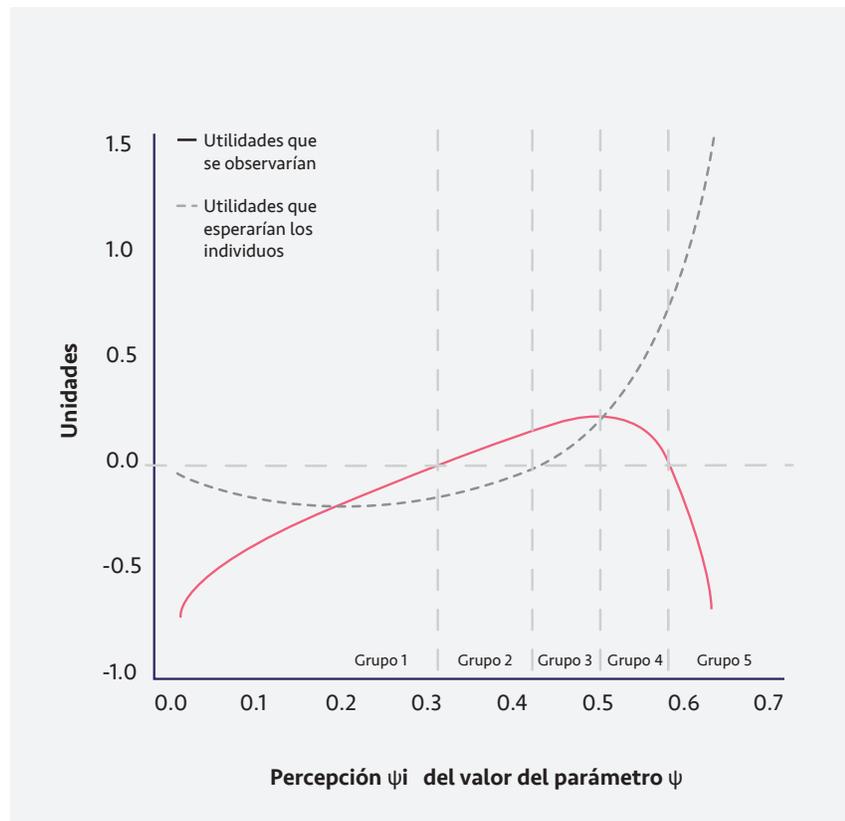
La diferencia entre las expresiones (3) y (4) es que en (3) usamos el valor percibido  $\psi_i$ , mientras que en (4) usamos el verdadero valor  $\psi$ . En otras palabras, la decisión de emprender tiene un componente subjetivo (se basa en  $\psi_i$ ), mientras que la supervivencia del negocio es objetiva (basada en  $\psi$ ).

Dada una distribución de  $\psi_i$ , podemos clasificar a la población en cinco grupos de acuerdo con las siguientes variables: 1) si deciden emprender, 2) si sus negocios sobreviven, y 3) si invierten más o invierten menos. La definición de cada grupo depende del cumplimiento de las desigualdades (3) y (4). La tabla 5.1 presenta las definiciones de esos cinco grupos. Si las utilidades esperadas por el individuo son positivas - si la expresión (3) se cumple - entonces el individuo emprende. Si las utilidades que se observarían son positivas - si la expresión (4) se cumple - entonces el negocio emprendido sobrevive. Adicionalmente, podemos determinar si el individuo invertirá más o menos que el nivel óptimo - el nivel de inversión de cada individuo está definido por la expresión (2) -.

Como lo ilustra la tabla 5.1, la población más pesimista (grupos 1 y 2) no emprende, mientras que la población más optimista (grupos 3, 4 y 5) sí lo hace. Entre quienes no emprenden, los menos pesimistas podrían tener negocios que sobrevivirían si los emprendieran (grupo 2). En contraste, entre quienes emprenden, los más optimistas emprenden negocios que no sobreviven (grupo 5). Entre quienes emprenden negocios que sobreviven, los que son relativamente pesimistas invierten por debajo del nivel óptimo (grupo 3), y los que son relativamente optimistas invierten por arriba del óptimo (grupo 4).

**Tabla 5.1.** Clasificación teórica de individuos según si emprenden, si su negocio sobrevive, y si su inversión es menor o mayor al nivel óptimo

Grupo	Utilidades que esperarían los individuos	El individuo emprende	Utilidades que se observarían	El negocio sobreviviría	Invertiría más o menos que el nivel óptimo
(más pesimista) 1	$k_i^{\psi_i} - rk_i - c < 0$	No	$k_i^{\psi_i} - rk_i - c < 0$	No	Menos
2	$k_i^{\psi_i} - rk_i - c < 0$	No	$k_i^{\psi_i} - rk_i - c < 0$	Sí	Menos
3	$k_i^{\psi_i} - rk_i - c < 0$	Sí	$k_i^{\psi_i} - rk_i - c < 0$ $k_i^{\psi_i} - rk_i - c > k_i^{\psi_i} - rk_i - c$	Sí	Menos
4	$k_i^{\psi_i} - rk_i - c < 0$	Sí	$k_i^{\psi_i} - rk_i - c < 0$ $k_i^{\psi_i} - rk_i - c > k_i^{\psi_i} - rk_i - c$	Sí	Más
5 (más optimista)	$k_i^{\psi_i} - rk_i - c < 0$	Sí	$k_i^{\psi_i} - rk_i - c < 0$	No	Más



**Figura 5.1.** Modelo teórico de emprendimiento e inversión y clasificación en cinco grupos

Para mostrar más claramente los cinco grupos descritos en la tabla 5.1, podemos asignar valores a los parámetros del modelo teórico. Supongamos que el parámetro de interés  $\psi$  tiene un valor de 0.5, es decir,  $\psi = 0.5$ . Supongamos también que  $r = 0.2$ ,  $c = 1$ , y que  $\psi$  está distribuido en el intervalo (0,1). La Figura 5.1 presenta los niveles de utilidades que se observarían (línea sólida) y los que esperarían tener distintos individuos (línea punteada) de acuerdo con el nivel de inversión que elegirían dado su optimismo  $\psi$ . El eje horizontal ilustra el grado de optimismo  $\psi$ , y el eje vertical ilustra las utilidades. Los niveles de utilidades no son relevantes en sí mismos. Lo que importa es si son positivos o negativos, o si son máximos.

En la **Figura 5.1**, la decisión de emprender un negocio está descrita por la curva punteada. Si el valor es positivo, el individuo emprende. Los individuos con valores de  $\psi$  por debajo de 0.42 no emprenderían porque esperarían tener utilidades negativas. Los individuos con valores de  $\psi$  mayores a 0.42 sí emprenderían porque las utilidades que esperan obtener son positivas. La curva sólida ilustra el nivel de rentabilidad de los negocios - bajo el supuesto de que se emprende el negocio -. Los negocios solamente sobreviven si las utilidades que se observarían son positivas. Ese es el caso de los individuos con niveles de  $\psi$  mayores a 0.31, pero menores a 0.59. Los individuos con  $\psi$  mayor a 0.59 emprenderían, pero sus negocios no sobreviven -sus utilidades son negativas a consecuencia de invertir demasiado-. Los umbrales mencionados provienen de sustituir los valores numéricos en las expresiones (2), (3) y (4), usando valores de  $\psi$  entre 0 y 1.

En la Figura 5.1, el grupo 1 está formado por los pesimistas que no emprenderían ( $\psi < 0.31$ ). Creer que su esfuerzo no rinde suficientes frutos, y dado su nivel de inversión, su negocio no sobreviviría. En el grupo 2 están los pesimistas que no emprenderían ( $0.31 < \psi < 0.42$ ) pero que si lo hicieran tendrían negocios que sobrevivirían. En el grupo 3 están los pesimistas que emprenderían negocios que sobreviven ( $0.42 < \psi < 0.50$ ). Su inversión es subóptima - menor al nivel que genera las utilidades máximas -. En el grupo 4 están los optimistas que emprenderían negocios que sobreviven ( $0.50 < \psi < 0.59$ ). Su inversión también es subóptima - porque es mayor al nivel que genera las utilidades máximas -. El grupo 5 es el de los optimistas que emprenderían y fracasan ( $\psi > 0.59$ ). Su optimismo es demasiado alto. Invierten a un nivel que hace inviables sus negocios.

Es importante resaltar los resultados de dos comparaciones dentro del modelo:

La primera comparación es entre emprendedores y no emprendedores. Quienes emprenderían un negocio tienen un nivel de optimismo más alto que quienes no emprenderían.

La segunda comparación es entre emprendedores cuyos negocios sobreviven y emprendedores cuyos negocios fracasan. En este caso, los dueños de los negocios que sobreviven tienen un optimismo más bajo que los dueños de los negocios que fracasan.

En conclusión, en el modelo teórico el optimismo está positivamente asociado al emprendimiento en la población abierta, pero está negativamente asociado a la supervivencia del negocio entre los emprendedores. Según el modelo teórico, la relación entre el emprendimiento y un rasgo o una habilidad de los individuos puede diferir dependiendo de la población que se estudie - podemos esperar resultados distintos si estudiamos a la población general y a los emprendedores -.

Por facilidad y a manera de ejemplo, nos hemos referido a la diferencia  $\psi_i - \psi$  como si fuera exclusivamente producto de distintos niveles de optimismo entre las personas. En la práctica hay otros rasgos de la personalidad y habilidades cognitivas y socioemocionales que hacen que las personas tengan distintas percepciones y expectativas de las condiciones de las que depende cómo les iría si emprendieran. Una persona más perseverante puede ver mayores probabilidades de éxito al enfrentarse al mismo reto que una persona menos perseverante. Una persona más inteligente puede prever con más precisión esos retos.

A pesar de su simplicidad y alto grado de abstracción, el modelo teórico provee una lección importante: la personalidad, las habilidades cognitivas, y las habilidades socioemocionales pueden ser cruciales para el emprendimiento a través de dos canales. Primero, al determinar cuánto (tiempo, esfuerzo, capital) invertiría una persona si tuviera un negocio. Segundo, un paso antes, al determinar si, dado ese nivel de inversión, esa persona decide emprender un negocio. Puesto de otra forma, la personalidad, las habilidades cognitivas, y las habilidades socioemocionales afectan tanto el emprendimiento como la supervivencia de los negocios.

El desarrollo de versiones más ricas del modelo teórico descrito proveería hipótesis que podrían ser comprobadas con datos suficientemente detallados. En particular, sería sumamente interesante contar con datos longitudinales que permitan construir la historia de emprendimiento de las personas y estudiar cómo se relaciona esa historia con la personalidad, las habilidades cognitivas y las habilidades socioemocionales. Por el momento, solamente contamos con datos de corte transversal, es decir, en un punto en el tiempo. A pesar de sus limitaciones, esos datos proveen una ventana sobre la conexión entre el emprendimiento y los rasgos de la personalidad, las habilidades cognitivas y las habilidades socioemocionales en la población de México.

## Datos

Con el patrocinio de Santander, en febrero de 2017 el Centro de Opinión Pública de la Facultad de Ciencias Políticas y Sociales de la UNAM levantó una encuesta a una muestra con representatividad nacional de 1600 adultos. Con un enfoque vanguardista, la encuesta midió rasgos de la personalidad, habilidades cognitivas y habilidades socioemocionales en combinación con distintos aspectos relacionados con el emprendimiento.

## Personalidad, habilidades cognitivas y habilidades socioemocionales

El cuestionario aplicado incluyó tres grupos de escalas. En primer lugar, cinco rasgos de la personalidad que son conocidos como los “*grandes cinco*”: apertura, consciencia, extroversión, agradabilidad y neuroticismo. La apertura refleja el grado de curiosidad intelectual, creatividad y la preferencia por lo nuevo y lo variado. Ilustra una preferencia por la variedad de actividades en lugar de una rutina estricta. La consciencia es la tendencia a ser organizado y confiable, a mostrar disciplina, actuar conforme al deber ser, buscar logros, y a preferir el comportamiento planeado sobre el espontáneo. La extroversión es la tendencia a mostrar energía, emociones positivas, asertividad, sociabilidad, locuacidad. También es la tendencia a buscar estimulación en la compañía de otros. La agradabilidad es la tendencia a la compasión y la cooperación, en lugar de la sospecha y el antagonismo hacia otros. Es una medida del nivel de confianza y ayuda a los demás. Finalmente, el neuroticismo es la tendencia a experimentar fácilmente sentimientos no placenteros tales como enojo, ansiedad, depresión y vulnerabilidad. Su opuesto es la estabilidad emocional. Para medir los “*grandes cinco*” se utilizaron dos reactivos por cada rasgo (Benet-Martínez y John, 1998; Rammstedt y John, 2007).

En segundo lugar, se incluyó una escala de habilidades cognitivas que mide la inteligencia auto evaluada usando la técnica de la exageración (Paulhus y Harms, 2004). La escala está conformada por cuatro reactivos.

En tercer lugar, se incluyeron cuatro escalas de habilidades socioemocionales: perseverancia, proactividad, locus de control interno, y mentalidad de crecimiento. La perseverancia se define como es el esfuerzo sostenido para conseguir objetivos de largo plazo y se construye con ocho reactivos (Duckworth y Quinn, 2009). La proactividad se define como tomar la iniciativa para mejorar las circunstancias actuales, e involucra desafiar el status quo en lugar de adaptarse pasivamente a la situación (Bateman y Crant, 1993; Seibert, Kraimer y Crant, 2001). Se mide con cinco reactivos. El locus de control puede ser interno o externo (Sapp y Harrod, 1993). Una persona con locus de control interno cree que ella puede influir en los eventos que ocurren y sus resultados, mientras que una persona con locus de control externo culpa de todo a fuerzas externas. Se mide con nueve reactivos. Finalmente, la mentalidad de crecimiento se define como la medida en que la gente cree que sus habilidades más básicas pueden ser desarrolladas a través de la dedicación y el trabajo duro (Dweck, Chiu y Hong, 1995). Se mide con ocho reactivos.

Para propósitos del análisis, las escalas fueron normalizadas, de modo que su media es cero y su desviación estándar es uno. La tabla 5.2 presenta los coeficientes de correlación entre los rasgos de la personalidad, las habilidades cognitivas y las habilidades socioemocionales. Como es de esperarse, algunas escalas están correlacionadas de manera significativa. Por ejemplo, la perseverancia tiene una correlación igual o mayor a 0.30 con la proactividad, el locus de control interno, la mentalidad de crecimiento, y la consciencia. Sin embargo, es igualmente

notable que la perseverancia, la mentalidad de crecimiento y el locus de control interno no están significativamente correlacionados con la escala de habilidades cognitivas - que es un proxy de la inteligencia -.

**Tabla 5.2.** Correlaciones entre los Grandes Cinco rasgos de la personalidad, las habilidades socioemocionales y cognitivas

	1. Perseverancia	2. Proactividad	3. Mentalidad de crecimiento	4. Locus de control interno	5. Habilidades cognitivas	6. Apertura	7. Consciencia	8. Extroversión	9. Agradabilidad	10. Neuroticismo
1. Perseverancia	1.000 (0.000)									
2. Proactividad	0.296 (0.000)	1.000 (0.000)								
3. Mentalidad de crecimiento	0.346 (0.000)	0.091 (0.000)	1.000 (0.000)							
4. Locus de control interno	0.449 (0.000)	0.314 (0.000)	0.343 (0.000)	1.000 (0.000)						
5. Habilidades cognitivas	0.017 (0.513)	0.340 (0.000)	0.003 (0.895)	-0.029 (0.273)	1.000 (0.000)					
6. Apertura	0.295 (0.000)	0.272 (0.000)	0.133 (0.000)	0.262 (0.000)	0.060 (0.019)	1.000 (0.000)				
7. Consciencia	0.376 (0.000)	0.365 (0.000)	0.159 (0.000)	0.342 (0.000)	0.021 (0.405)	0.325 (0.000)	1.000 (0.000)			
8. Extroversión	0.158 (0.000)	0.133 (0.000)	0.050 (0.048)	0.079 (0.003)	0.009 (0.729)	0.123 (0.000)	0.341 (0.000)	1.000 (0.000)		
9. Agradabilidad	0.098 (0.000)	0.135 (0.000)	0.035 (0.174)	0.122 (0.000)	0.029 (0.250)	0.197 (0.000)	0.229 (0.000)	0.261 (0.000)	1.000 (0.000)	
10. Neuroticismo	-0.250 (0.000)	-0.146 (0.000)	-0.157 (0.000)	-0.222 (0.000)	-0.028 (0.276)	-0.141 (0.000)	-0.137 (0.000)	-0.070 (0.006)	0.088 (0.001)	1.000 (0.000)

El número de observaciones para calcular los coeficientes de correlación se ubica entre 1,421 y 1,581. Valores p en paréntesis.

El número de observaciones para calcular los coeficientes de correlación se ubica entre 1,421 y 1,581. Valores  $p$  en paréntesis.

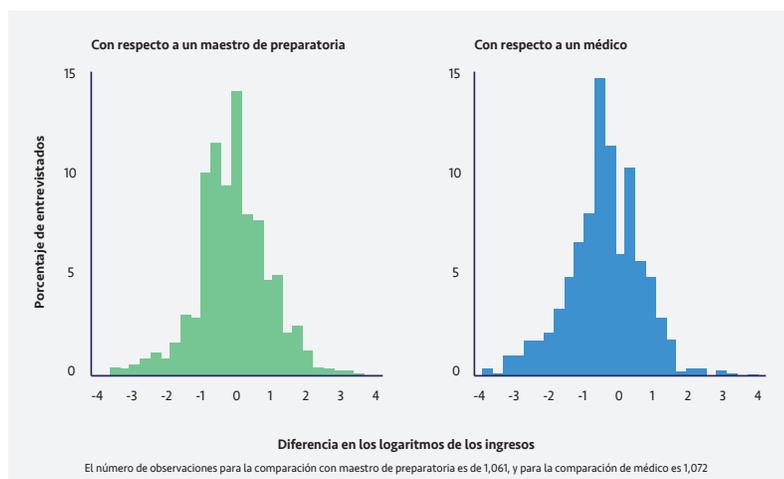
Al interpretar los resultados del análisis, es importante tener en mente las correlaciones de la **tabla 5.2**. Los rasgos de la personalidad, las habilidades cognitivas y las habilidades socioemocionales no varían de manera totalmente independiente. Eso significa que la información que proveen es parcialmente redundante. Asimismo, las escalas deben interpretarse como mediciones que no reflejan perfectamente el atributo que buscan medir - las escalas tienen una confiabilidad que no es 100%<sup>-1</sup>.

**1.** En este contexto, la confiabilidad se define como el grado en que se parecerían las respuestas de una misma persona si se le hicieran las mismas preguntas en distintos momentos en el tiempo. Por ejemplo, la confiabilidad de pruebas de inteligencia como el IQ es cercana a 90%. No hay estimaciones de la confiabilidad de cada una de las escalas incluidas en el cuestionario, pero podemos suponer que están por debajo de 90%.

## Emprendimiento

El cuestionario utilizado en la encuesta incluyó varios aspectos relacionados con el emprendimiento, desde conocimientos hasta comportamientos. En este estudio nos enfocamos en cinco métricas que consideramos relevantes y fácilmente interpretables. La primera métrica es el retorno esperado de tener un negocio. Fue medido como la diferencia porcentual entre el ingreso promedio una persona con un negocio propio como las que el entrevistado conoce y lo que el entrevistado reportó como el ingreso mensual promedio de un maestro de preparatoria o de un médico<sup>2</sup>. Los retornos pueden interpretarse como un indicador de la propensión a emprender. Una persona que percibe que esos retornos son bajos probablemente es menos pro- pensa a iniciar un negocio propio en comparación con una persona que percibe que esos retornos son más altos.

La **Figura 5.2** presenta las distribuciones de los retornos con respecto a un maestro y a un médico. La distribución de los retornos con respecto a un maestro de preparatoria está aproximadamente centrada cerca de cero, mientras que la distribución de los retornos con respecto a un médico está centrada a la izquierda de cero. De acuerdo con las respuestas de los entrevistados, en promedio las personas que tienen un negocio propio tienen un ingreso 3% mayor al de los maestros y 51% menor al de los médicos<sup>3</sup>.



**Figura 5.2.** Diferencia entre el logaritmo de los ingresos de una persona con un negocio propio y el logaritmo de los ingresos de un maestro o un médico.

**2.** La pregunta dice “¿Cuánto cree que ganan aproximadamente al mes las personas que se dedican a las siguientes ocupaciones?” Se presentan tres casos, para que el entrevistado responda para cada uno: “maestro de preparatoria, médico, una persona como las que usted conoce que tienen un negocio propio.”

**3.** En la literatura en economía laboral está bien documentado que el logaritmo de los ingresos de las personas sigue una distribución aproximadamente normal. Por esa razón se dice que los ingresos siguen una distribución log-normal.

El número de observaciones para la comparación con maestro de preparatoria es 1,061, y para la comparación con médico es 1,072.

La segunda métrica es el monto en pesos que el entrevistado invertiría para iniciar un negocio o para expandir uno que ya tiene, en el caso hipotético de que recibiera 500,000 pesos<sup>4</sup>. Aunque se trata de un ejercicio hipotético, las respuestas son informativas de las actitudes de las personas. Por ejemplo, si han estado acariciando la idea de iniciar un negocio o expandir uno que ya tienen, es más probable que digan un monto mayor que alguien que no ha considerado esas posibilidades. La Figura 5.3 presenta la distribución de las respuestas sobre el monto a invertir, que puede ir desde cero hasta 500,000 pesos<sup>4</sup>. El promedio es 275,000 pesos. Llama la atención que prácticamente hay respuestas en todo el rango de valores posibles, desde montos cercanos a cero hasta montos cercanos al total.

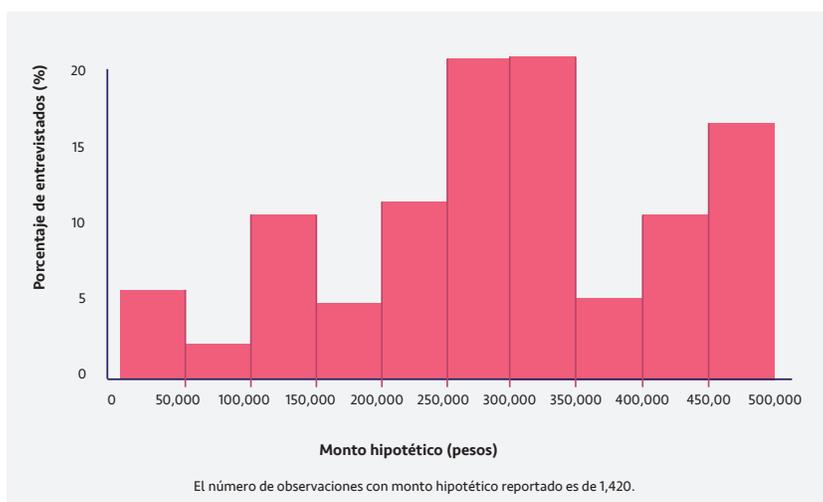
La **Figura 5.3** muestra una distribución multimodal. Esto se debe a que el monto hipotético presenta apelotonamiento (bunching) en algunos valores, un fenómeno común en preguntas abiertas para las que las respuestas son variables continuas. Los entrevistados tienden a reportar números “redondos” como 250,000 o 500,000, y no números como 327,461. En este caso, 61% de los montos reportados son múltiplos de 100,000 y 91% son múltiplos de 50,000.

La tercera métrica es la recomendación hipotética que el entrevistado haría a unos padres de familia sobre pagarle una carrera profesional a su hijo para que trabaje en una empresa, o ayudarle a ese hijo a comenzar un negocio<sup>5</sup>. La respuesta mide la opinión del entrevistado sobre qué tan buena idea es comenzar un negocio, considerando que tiene un costo de oportunidad. Una opinión que favorece el apoyo para comenzar un negocio es indicativa de una mayor propensión al emprendimiento. El 25% de los entrevistados respondió que recomendaría el apoyo para comenzar un negocio. Si usamos los factores de expansión de la encuesta, el porcentaje correspondiente es 24%.

---

4. La pregunta dice “Imagine que obtiene un ingreso único y extraordinario de \$500,000.00 (quinientos mil pesos) ¿Cuánto de ese dinero dedicaría para comenzar un negocio y cuánto dedicaría a expandir uno que ya tiene?”

5. La pregunta dice “Imagine a unos padres de familia que están decidiendo si le pagan una carrera universitaria a su hijo para que trabaje en una empresa o si le ayudan a comenzar un negocio con buenas posibilidades de crecer y tener éxito. Los padres tienen que escoger una de las dos opciones. ¿Usted qué les recomendaría? ¿Pagarle la carrera universitaria a su hijo, o ayudarle a su hijo a comenzar un negocio?”



**Figura 5.3.** Distribución del monto hipotético a invertir si se obtuviera un ingreso único y extraordinario de 500,000 pesos

La cuarta métrica se relaciona con que el entrevistado haya mencionado tener un negocio. Esta métrica implícitamente combina dos comportamientos: haber emprendido o heredado un negocio y que ese negocio sobreviva hasta el día de la entrevista. El 21% de los entrevistados dijeron tener un negocio propio. Si usamos los factores de expansión de la encuesta, el porcentaje resultante es el mismo. Esos porcentajes pueden incluir negocios sin ambición de crecer y cuyo objetivo puede ser solamente generar ingresos para sobrevivir o para complementar ingresos de otras fuentes.

La quinta métrica evalúa si el entrevistado tiene un negocio “para generar empleos y riqueza” y no “solamente para sobrevivir o complementar sus ingresos”<sup>6</sup>. El porcentaje de entrevistados considerados como emprendedores que generan empleos y riqueza es de 3.8%. Si usamos los factores de expansión de la encuesta, el porcentaje correspondiente es 3.6%. Aunque es tentador analizar detalladamente cómo son este tipo de emprendedores, cualquier análisis de sus características está seriamente limitado por el tamaño de muestra. Solamente 61 de los 1600 entrevistados están en esta categoría. Los resultados sobre este grupo deben considerarse simplemente como indicativos. Para tener un mayor nivel de confianza se requiere tener muestras más grandes que incluyan a un número mayor de emprendedores que generen empleos y riqueza.

<sup>6</sup> Si el entrevistado dijo tener más de un negocio, se le preguntó por cada uno de ellos. Si respondió al menos uno de ellos tiene como fin generar empleos y riqueza, determinamos que el entrevistado es un empresario “que genera empleos y riqueza”.

## Estrategia empírica

Como explicamos en la sección anterior, tenemos cinco métricas de emprendimiento. Dos de esas métricas son variables continuas: los retornos de tener un negocio (vs un maestro de preparatoria y vs un médico) y el monto hipotético a invertir. En esos casos vamos a usar regresiones lineales. Las otras tres métricas son variables categóricas: la recomendación hipotética a los padres para ayudar a un hijo a comenzar un negocio, tener un negocio, y tener un negocio para generar empleos y riqueza. Con esas tres métricas vamos a utilizar regresiones logísticas.

Tenemos dos conjuntos de variables explicativas. En el primer conjunto están los “*grandes cinco*” rasgos de la personalidad y las escalas de habilidades cognitivas y socioemocionales. En el segundo conjunto están las características demográficas que usamos como controles: género, edad y nivel educativo del entrevistado<sup>7</sup>.

Para cada una de las métricas relacionadas con el emprendimiento estimamos tres especificaciones. La primera especificación incluye a cada escala de personalidad o de habilidades cognitivas o socioemocionales por separado, sin controles demográficos.

Cada coeficiente estimado se interpreta como la correlación parcial entre la escala y la métrica en cuestión, sin tener en cuenta las variables de control. La omisión de controles implica que el resultado puede ser interpretado como qué tan importante es la escala en cuestión si no distinguimos a los sujetos por ninguna otra característica.

La segunda especificación incluye a cada escala por separado, pero incluyendo controles demográficos. En este caso cada coeficiente estimado se interpreta como la correlación parcial controlando variables demográficas, pero sin controlar otras escalas. Al incluir controles demográficos estamos abriendo la posibilidad a que las métricas relacionadas con el emprendimiento varíen según el género, la edad y el nivel educativo de los entrevistados. Sin embargo, cuando analizamos cada una de las escalas omitimos las demás.

La tercera especificación incluye todas las escalas y también los controles demográficos. Los coeficientes se interpretan conjuntamente como correlaciones parciales, manteniendo las demás variables constantes. Aunque tiene la ventaja de incluir la mayor información posible (todos los controles y todas las escalas), dada la alta correlación entre algunas de las escalas, también puede implicar cierta dilución de los grados de asociación entre cada una de las escalas y las métricas relacionadas con el emprendimiento.

En las regresiones lineales el género, el nivel educativo y la edad de los entrevistados fueron incluidas mediante variables dicotómicas: una para el género, 14 para el nivel educativo, y 68 para la edad. En las regresiones logísticas, el género y el nivel educativo fueron incluidas como variables dicotómicas pero la edad fue incluida como una variable continua.

---

7. El cuestionario incluye el índice de nivel socioeconómico de la AMAI. No fue incluido como control porque presenta un problema potencial de endogeneidad, ya que el emprendimiento puede afectar el nivel socioeconómico.

## Resultados

La **tabla 5.3** presenta los resultados para la métrica de retornos (columnas A-F) y para la métrica de monto hipotético invertido (columnas G-I). Cada una de las estimaciones presentadas en las columnas A, B, D, E, G y H proviene de regresiones distintas. Las estimaciones en las columnas C, F e I provienen de regresiones conjuntas.

Los retornos percibidos de tener un negocio propio y el monto hipotético a invertir en comenzar un negocio o expandir uno que ya se tiene no son independientes de la personalidad y de las habilidades cognitivas y socioemocionales. En el caso de los retornos percibidos con respecto a un maestro de preparatoria, omitiendo controles demográficos y las demás escalas (columna A), seis de las escalas tienen coeficientes significativos. Sobresalen la proactividad, las habilidades cognitivas y la consciencia, con coeficientes de 0.157, 0.147 y 0.105, respectivamente. Para explicar la interpretación de esos valores tomemos como ejemplo el coeficiente de 0.157 para proactividad. Una persona con un nivel de proactividad de 0.157 y una desviación estándar por arriba del promedio percibe que los retornos de tener un negocio son 15.7 puntos porcentuales mayores que una persona con un nivel promedio de proactividad. Cuando incluimos controles demográficos (columna B), los coeficientes de cuatro escalas resultan significativos. Finalmente, cuando incluimos todas las escalas en la misma regresión (columna C), solamente resulta significativo el coeficiente para proactividad. Sin embargo, dada la correlación entre las distintas escalas (Tabla 5.2), los resultados en los que usamos todas las escalas conjuntamente deben ser interpretados con cautela. Cuando la estimación de un coeficiente pasa de ser significativa en la columna B a no ser significativa en la columna C, no significa que deje de importar. Más bien significa que hay cierto grado de redundancia entre las escalas, y al incluirlas todas en la misma regresión se diluye el efecto de cada una—pero no se invalida el resultado obtenido en las regresiones por separado en A y B—.

Para los retornos con respecto a un médico, si omitimos los controles demográficos y las demás escalas (columna D), obtenemos coeficientes significativos para la proactividad, las habilidades cognitivas y la consciencia. Al incluir los controles demográficos (columna E), un coeficiente adicional resulta significativo (para la escala de neuroticismo). Finalmente, al incluir los controles y las demás escalas, solo dos coeficientes son significativos y uno de ellos es negativo (para la escala de perseverancia).

En resumen, podemos decir que los sujetos más proactivos, más inteligentes (según su propia apreciación) o más conscientes, perciben mayores retornos a tener un negocio propio. Esa percepción en principio podría hacerlos más propensos al emprendimiento.

Los resultados para el monto hipotético a invertir omitiendo controles demográficos y las demás escalas (columna G) son similares a los que obtenemos omitiendo solamente las demás escalas (columna H). Las escalas con coeficientes significativos son las mismas. Las personas con mayores niveles de perseverancia, proactividad, inteligencia o apertura están dispuestas a invertir más en

un negocio nuevo o en expandir uno que ya tienen. Una desviación estándar en cada una de esas variables está asociada con un monto adicional de inversión que se puede ubicar entre 7,000 y 15,000 pesos. La disposición hipotética a invertir es un indicador de la propensión a emprender.

**Tabla 5.3. Resultados de las regresiones lineales**

	Retorno de tener un negocio propio, comparado con:								
	Maestros de preparatoria			Médico			Monto hipotético invertido		
	A	B	C	D	E	F	G	H	I
<b>Habilidades socioemocionales:</b>									
<b>Perseverancia</b>	0.055 (0.046)	0.027 (0.318)	-0.013 (0.716)	-0.002 (0.949)	-0.023 (0.383)	-0.074 (0.036)	<b>9,847</b> (0.006)	<b>9,174</b> (0.013)	8,507 (0.075)
<b>Proactividad</b>	<b>0.157</b> (0.000)	<b>0.124</b> (0.000)	<b>0.088</b> (0.010)	<b>0.105</b> (0.000)	<b>0.070</b> (0.009)	0.055 (0.100)	<b>15,384</b> (0.000)	<b>14,323</b> (0.000)	<b>7,751</b> (0.105)
<b>Mentalidad de crecimiento</b>	0.038 (0.158)	0.006 (0.820)	0.014 (0.651)	0.018 (0.499)	-0.001 (0.955)	0.020 (0.502)	2,456 (0.491)	630 (0.863)	-810 (0.851)
<b>Locus de control interno</b>	<b>0.064</b> (0.019)	0.032 (0.256)	0.008 (0.817)	0.026 (0.348)	-0.002 (0.946)	0.006 (0.856)	6,830 (0.066)	6,959 (0.071)	2,480 (0.603)
<b>Habilidades cognitivas</b>	<b>0.147</b> (0.000)	<b>0.103</b> (0.000)	0.063 (0.061)	<b>0.159</b> (0.000)	<b>0.108</b> (0.000)	<b>0.079</b> (0.018)	<b>14,293</b> (0.000)	<b>11,469</b> (0.003)	<b>11,631</b> (0.012)
<b>Grandes cinco:</b>									
<b>Apertura</b>	0.031 (0.256)	0.004 (0.892)	-0.037 (0.243)	0.020 (0.473)	-0.002 (0.956)	-0.009 (0.775)	<b>7,368</b> (0.042)	<b>7,568</b> (0.044)	4,132 (0.342)
<b>Consciencia</b>	<b>0.105</b> (0.000)	<b>0.090</b> (0.001)	0.044 (0.222)	<b>0.078</b> (0.005)	<b>0.060</b> (0.031)	0.038 (0.277)	5,198 (0.155)	5,505 (0.142)	1,746 (0.719)
<b>Extroversión</b>	<b>0.055</b> (0.047)	0.051 (0.066)	0.008 (0.804)	0.029 (0.303)	0.024 (0.383)	0.011 (0.726)	-1,282 (0.723)	-368 (0.921)	-2,998 (0.486)
<b>Agradabilidad</b>	<b>0.084</b> (0.002)	<b>0.071</b> (0.009)	0.029 (0.340)	0.044 (0.108)	0.030 (0.266)	0.011 (0.703)	1,720 (0.635)	1,454 (0.694)	-1,307 (0.756)
<b>Neuroticismo</b>	0.012 (0.672)	0.041 (0.136)	0.050 (0.103)	0.031 (0.256)	<b>0.053</b> (0.049)	0.049 (0.102)	1,646 (0.646)	3,384 (0.355)	7,231 (0.081)
<b>Controles:</b>									
<b>Sociodemográficos</b>	No	Sí	Sí	No	Sí	Sí	No	Sí	Sí
<b>Demás escalas</b>	No	No	Sí	No	No	Sí	No	No	Sí

El número de observaciones se ubica entre 930 y 1,409. Valores p en paréntesis.

Cabe notar en la **tabla 5.3** que la perseverancia y la apertura tienen una asociación positiva y significativa con el monto hipotético a invertir, pero no con los retornos percibidos de tener un negocio propio. Este resultado invita a hipotetizar sobre los mecanismos que conectan la personalidad y las habilidades cognitivas y socioemocionales con el emprendimiento. La percepción de los retornos es pasiva, mientras que la inversión hipotética es activa. Una mayor perseverancia o una mayor apertura no parecen implicar que el emprendimiento sea percibido como más rentable, pero sí parecen indicar una mayor propensión a emprender. Esto podría explicarse porque, dado un mismo retorno, las personas más perseverantes o abiertas podrían tener más interés o facilidad para llevar un negocio propio.

Las tres métricas restantes relacionadas con el emprendimiento son variables dicotómicas, es decir, toman valores de uno (“sí”) o cero (“no”). En esos tres casos usamos regresiones logísticas para determinar cómo afectan las escalas la probabilidad de que la métrica tome el valor de uno. La **tabla 5.4** presenta los resultados de las estimaciones logísticas. Los coeficientes mostrados son razones de probabilidades y se interpretan de la siguiente forma: un coeficiente de 1.2 para la escala  $x$  significa que los individuos con un nivel de la escala  $x$  una desviación estándar por arriba del promedio tienen una probabilidad 20% ( $= 1.2 \times 100\% - 100\%$ ) más grande de tener un valor de uno en la métrica dicotómica analizada.

La primera métrica dicotómica permite analizar si el entrevistado recomendaría un negocio en lugar de una carrera universitaria (columnas A, B y C). Ninguna de las escalas está asociada significativamente con la probabilidad de recomendar un negocio en lugar de una carrera universitaria. Solamente es marginalmente significativo (con una confianza de 90%) el coeficiente para la mentalidad de crecimiento. De acuerdo con las estimaciones que omiten los controles demográficos y las demás escalas (columna A), las personas con una mentalidad de crecimiento una desviación estándar por arriba del promedio tiene una probabilidad 11% mayor de recomendar un negocio. La magnitud del coeficiente es similar incluyendo controles demográficos y las demás escalas (columnas B y C).

**Tabla 5.4.** Resultados de las regresiones logísticas

	Resultados de las regresiones logísticas:								
	Recomendaría un negocio en lugar de una carrera profesional			Tiene un negocio			Tiene un negocio para generar empleos y riqueza		
	A	B	C	D	E	F	G	H	I
<b>Habilidades socioemocionales:</b>									
<b>Perseverancia</b>	1.015 (0.803)	1.030 (0.629)	0.936 (0.411)	<b>1.608</b> (0.000)	<b>1.564</b> (0.000)	<b>1.304</b> (0.002)	<b>1.385</b> (0.010)	1.256 (0.091)	1.158 (0.427)
<b>Proactividad</b>	1.056 (0.364)	1.079 (0.219)	1.113 (0.195)	<b>1.527</b> (0.000)	<b>1.530</b> (0.000)	<b>1.277</b> (0.008)	<b>1.583</b> (0.002)	<b>1.525</b> (0.007)	1.324 (0.184)
<b>Mentalidad de crecimiento</b>	1.110 (0.079)	1.118 (0.068)	0.0144 (0.065)	<b>1.151</b> (0.021)	1.110 (0.098)	0.924 (0.300)	1.247 (0.073)	1.120 (0.374)	0.877 (0.404)
<b>Locus de control interno</b>	0.958 (0.491)	0.974 (0.682)	0.938 (0.416)	<b>1.386</b> (0.000)	<b>1.351</b> (0.000)	1.069 (0.449)	1.248 (0.102)	1.148 (0.328)	1.044 (0.818)
<b>Habilidades cognitivas</b>	0.935 (0.260)	0.967 (0.594)	0.940 (0.423)	<b>1.159</b> (0.019)	<b>1.169</b> (0.020)	1.074 (0.379)	<b>1.458</b> (0.006)	1.299 (0.078)	1.239 (0.221)
<b>Grandes cinco:</b>									
<b>Apertura</b>	1.047 (0.440)	1.063 (0.315)	1.024 (0.740)	<b>1.288</b> (0.000)	<b>1.261</b> (0.000)	1.052 (0.504)	1.227 (0.117)	1.185 (0.218)	1.186 (0.293)
<b>Consciencia</b>	1.006 (0.913)	1.016 (0.799)	0.936 (0.415)	<b>1.496</b> (0.000)	<b>1.429</b> (0.000)	1.083 (0.378)	1.077 (0.581)	0.993 (0.957)	0.846 (0.365)
<b>Extroversión</b>	1.066 (0.280)	1.067 (0.282)	1.065 (0.389)	<b>1.215</b> (0.002)	<b>1.240</b> (0.383)	<b>1.183</b> (0.028)	1.016 (0.908)	0.980 (0.883)	1.160 (0.367)
<b>Agradabilidad</b>	1.048 (0.426)	1.061 (0.321)	1.029 (0.684)	0.977 (0.709)	0.970 (0.636)	0.891 (0.128)	0.823 (0.141)	0.762 (0.053)	<b>0.704</b> (0.033)
<b>Neuroticismo</b>	0.995 (0.934)	0.976 (0.684)	0.986 (0.841)	<b>0.725</b> (0.000)	<b>0.751</b> (0.000)	0.893 (0.116)	<b>0.757</b> (0.036)	0.829 (0.183)	0.898 (0.491)
<b>Controles:</b>									
<b>Sociodemográficos</b>	No	Sí	Sí	No	Sí	Sí	No	Sí	Sí
<b>Demás escalas</b>	No	No	Sí	No	No	Sí	No	No	Sí

El número de observaciones se ubica entre 1,270 y 1,581. Valores p en paréntesis.

La segunda métrica dicotómica permite analizar si el entrevistado tiene un negocio. Los resultados para esta métrica quizás son los más relevantes de este estudio porque se refieren a hechos y no solamente a percepciones o comportamientos hipotéticos. En las especificaciones que omiten los controles demográficos y las demás escalas (columna D), nueve escalas tienen coeficientes significativos. La única escala que no tiene un coeficiente significativo es la agradabilidad. Los coeficientes que sí son significativos tienen una magnitud importante. Implican diferencias entre 15 y 61% en la probabilidad de tener un negocio. Por su magnitud, sobresalen la perseverancia (61%), la proactividad (53%), la consciencia (50%) y el locus de control interno (39%). Cuando consideramos controles demográficos (columna E), los resultados son similares. Únicamente el coeficiente para la mentalidad de crecimiento se vuelve marginalmente significativo (con un nivel de confianza al 90%). Al incluir las demás escalas conjuntamente (columna F), tres escalas siguen siendo significativas: la perseverancia, la proactividad y la extroversión. En resumen, podemos decir que la probabilidad de tener un negocio es mayor para personas con mayores niveles de perseverancia, proactividad, mentalidad de crecimiento y locus de control interno. También es mayor para las personas más inteligentes (según propia apreciación), y con mayores niveles de apertura, consciencia y extroversión, así como menores niveles y neuroticismo.

La tercera métrica dicotómica permite analizar si el entrevistado tiene un negocio para generar empleos y riqueza. Si omitimos los controles demográficos y las demás escalas (columna G), la perseverancia, la proactividad, las habilidades cognitivas y el neuroticismo tienen coeficientes significativos. Al incluir controles demográficos (columna H), los coeficientes para la perseverancia, las habilidades cognitivas y la agradabilidad se vuelven marginalmente significativos (al 90% de confianza), y el coeficiente para el neuroticismo deja de ser significativo. Al incluir los controles demográficos y las demás escalas (columna I), solamente el coeficiente para la agradabilidad resulta significativo. Los resultados para esta métrica deben ser tomados con cautela porque solamente 61 entrevistados dijeron tener un negocio propio para generar empleos y riqueza. Con tan pocas observaciones es de esperarse que las estimaciones no sean significativas aun cuando los parámetros a estimar puedan ser distintos de cero. Para revelar el grado de asociación entre esas escalas y el emprendimiento que genera empleos y riqueza es imprescindible analizar un mayor número de individuos que presenten este tipo de emprendimientos.

Dado el alto grado de correlación entre algunas de las escalas (**ver Tabla 5.2**), es importante considerar pruebas de hipótesis en las que dos o más coeficientes se tomen en conjunto. Por ejemplo, en la columna C de la **tabla 5.4**, en la que ningún coeficiente por sí solo es significativo, podemos evaluar si la suma de los coeficientes para proactividad y mentalidad de crecimiento es significativa. El resultado es afirmativo. Puesto de otra forma, si consideramos una persona que simultáneamente se ubica una desviación estándar por arriba del promedio en proactividad y una desviación estándar por arriba del promedio en mentalidad de crecimiento, entonces esa persona tiene una mayor probabilidad de recomendar a unos padres que apoyen a su hijo a comenzar un negocio - el resultado es estadísticamente significativo-.

La **tabla 5.5** presenta los resultados de varias pruebas de hipótesis conjuntas para los dos coeficientes con los valores p menores en cada una de las regresiones conjuntas - en las que se introdujeron las escalas simultáneamente -. Las estimaciones mostradas se interpretan como la predicción del modelo para una persona que se ubica una desviación estándar por arriba del promedio en cada una de las dos escalas presentadas.

Para las cinco métricas tenemos combinaciones de escalas que se reflejan en estimaciones significativas. En otras palabras, si consideramos diferencias simultáneas en dos escalas podemos ver más resultados significativos. Un individuo que se ubique una desviación estándar por arriba de la media en proactividad y en habilidades cognitivas percibe los retornos con respecto a un maestro 15 puntos porcentuales por arriba del promedio. Asimismo, un individuo que se ubique una desviación estándar por debajo de la media en perseverancia y una desviación estándar por arriba de la media en habilidades cognitivas percibe los retornos con respecto a un médico 15 puntos porcentuales por arriba del promedio. Una persona con proactividad y mentalidad de crecimiento una desviación estándar por arriba de la media tiene una probabilidad 27% por arriba del promedio de recomendar que los padres apoyen al hijo para que comience un

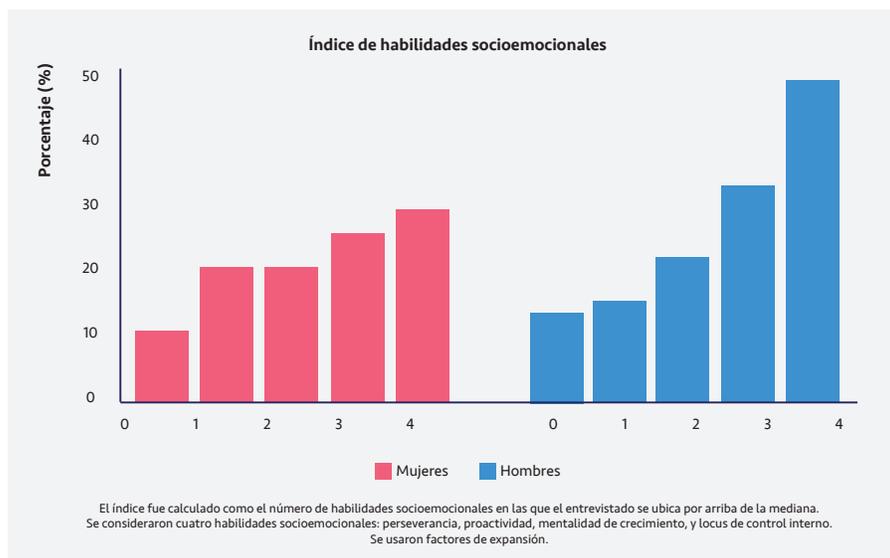
negocio. Una persona con perseverancia y proactividad una desviación estándar por arriba de la media tiene una probabilidad 67% por arriba del promedio de tener un negocio. Finalmente, una persona con perseverancia y agradabilidad una desviación estándar por arriba de la media tiene una probabilidad 88% por arriba del promedio de tener un negocio con el que espera generar empleos y riqueza.

**Tabla 5.5. Pruebas de hipótesis conjuntas**

Pruebas de hipótesis conjuntas			
Métrica (Columna y tabla)	Escalas testeadas conjuntamente	Estimación	Valor p
Retornos en comparación con maestro de preparatoria (Columna C, Tabla 5.3)	(+) Proactividad (+) Habilidades cognitivas	1.152	(0.000)
Retornos en comparación con médico (Columna F, Tabla 5.3)	(-) Perseverancia (+) Habilidades cognitivas	0.153	(0.002)
Monto hipotético invertido (Columna I, Tabla 5.3)	(+) Perseverancia (+) Habilidades cognitivas	20,138	(0.003)
Recomendaría un negocio en lugar de una carrera profesional (Columna C, Tabla 5.4)	(+) Proactividad (+) Mentalidad de crecimiento	1.273	(0.035)
Tiene un negocio (Columna F, Tabla 5.4)	(+) Perseverancia (+) Proactividad	1.666	(0.000)
Tiene un negocio para generar empleos y riqueza (Columna I, Tabla 5.4)	(+) Perseverancia (+) Agradabilidad	1.883	(0.015)

Con base en los resultados mostrados en las **tablas 5.3, 5.4 y 5.5** podemos dar un par de pasos hacia y atrás y volver a algunas estadísticas descriptivas. Las estimaciones indican que las métricas relacionadas con el emprendimiento están asociadas a las habilidades socioemocionales. Dada la alta correlación entre estas últimas (ver Tabla 5.2), podemos generar un índice definido como el número de habilidades socioemocionales en las que el entrevistado se ubica por arriba de la mediana. Como contamos con cuatro habilidades socioemocionales, el índice puede tomar valores enteros entre cero y cuatro. Si el índice es igual a cero significa que la persona está en la mitad inferior de la distribución de cada una de las cuatro escalas socioemocionales. Si el índice es igual a cuatro significa que la persona está en la mitad superior para cada una de las escalas socioemocionales. Con base en esa partición de la muestra y usando los factores de expansión de la encuesta, podemos calcular el porcentaje de la población que tiene un negocio propio según el índice de habilidades socioemocionales. La **Figura 5.4** muestra los resultados por género.

**Figura 5.4.** Porcentaje de la población que tiene un negocio propio, según sus habilidades socioemocionales



Como puede verse claramente, a mayores habilidades socioemocionales, mayor es el porcentaje de personas que tienen un negocio propio. La diferencia entre las mujeres con menos habilidades socioemocionales y las que tienen más habilidades socioemocionales es de 19 puntos porcentuales. La diferencia correspondiente para los hombres es de 36 puntos porcentuales. Prácticamente la mitad de los hombres que se ubican en la mitad superior de las cuatro habilidades socioemocionales medidas tienen un negocio propio.

Con una muestra más grande podrían refinarse las estimaciones aquí presentadas para tener un índice más preciso que distinga mejor a los grupos más propensos a tener un negocio propio. En la **Figura 5.4** dividimos la distribución de cada habilidad en mitades superior e inferior. Una muestra mayor permitiría hacer particiones más finas -en quintiles o deciles- para cada habilidad. Eso incrementaría el poder predictivo. Sin siquiera preguntar edad, grado de estudios, carrera, promedio, o nivel socioeconómico de los padres, podríamos darnos una muy buena idea de en qué grupo están los individuos con mayor propensión a tener un negocio - 49% es un buen punto de partida dado lo grueso de nuestra partición en mitades -.

Un punto adicional es acerca de la medición del emprendimiento. La encuesta que analizamos únicamente pregunta si el entrevistado tiene un negocio en el presente. Algunos entrevistados que respondieron “no” probablemente tuvieron un negocio que fracasó o que abandonaron o vendieron. Asimismo, entre los que respondieron “sí” probablemente hay personas cuyos negocios van a fracasar o van a ser abandonados o vendidos en el futuro cercano. Para modelar más apropiadamente el emprendimiento es imprescindible generar datos longitudinales que permitan medir las características de los emprendedores y estudiar en qué casos los negocios sobreviven y en qué casos los negocios fracasan.

## Conclusiones

Existen buenas razones a priori para pensar que la personalidad, las habilidades cognitivas y las habilidades socioemocionales de las personas afectan sus decisiones de emprendimiento, así como las probabilidades de sobrevivencia de los negocios que emprenden. Este estudio ofrece un modelo simple y abstracto para entender los mecanismos mediante los cuales se observan esos efectos.

La principal contribución es el análisis empírico de la relación entre el emprendimiento, por un lado, y la personalidad, las habilidades cognitivas y las habilidades socioemocionales, por otro. Aunque la relación entre emprendimiento y personalidad y habilidades cognitivas y emocionales ha sido documentada previamente, hasta donde sabemos este es el primer estudio para México. Usando una muestra representativa de adultos en el país, los resultados exponen relaciones significativas. Las más notables se observan para la perseverancia y la proactividad. Los individuos más proactivos y perseverantes son más propensos al emprendimiento.

Aunque queda mucho por aprender sobre los determinantes del emprendimiento en México, parece claro que un área de interés es la que aquí se presenta. Puede hacerse mucho más para entender mejor el proceso de emprendimiento y los factores psicológicos que determinan su éxito. En ese sentido, este estudio debe verse como un valioso punto de partida.

La utilidad práctica de estos resultados depende en buena medida del marco de análisis que se emplee para su interpretación. Si se cree que el emprendimiento genera externalidades positivas, las autoridades podrían intentar fomentar más perseverancia y proactividad en la población. De hecho, ya existe un programa público en las escuelas de nivel bachillerato que intenta fomentar el desarrollo de este tipo de habilidades socioemocionales - Construye-T -. Aunque todavía no hay evidencia contundente de sus resultados.

Otra posibilidad es que, tomando como fijas la personalidad, las habilidades cognitivas y las habilidades socioemocionales, los esfuerzos se enfoquen en reducir las barreras que enfrentan las personas que cuentan con las características que los hacen más propensos a emprender o a sobrevivir como empresarios. Agencias como la Secretaría de Economía podrían hacer un uso regular de este tipo de escalas, aplicándolas a los participantes de sus programas para determinar ex post cuál es la población más apta para ser beneficiada; de tal manera que se logre generar un mayor impacto por peso gastado.

El sector privado tiene una perspectiva diferente, particularmente el sector financiero. Ese sector ve en los emprendedores un nicho para proveer financiamiento. Está claro que hay un alto riesgo al otorgar créditos a personas que están comenzando un negocio. Los resultados que aquí se presentan muestran que los intermediarios financieros podrían solicitar información relevante sobre la personalidad y las habilidades cognitivas y socioemocionales de sus potenciales acreditados para mejorar sus predicciones de tasas de incumplimiento y de crecimiento de la cartera de cada cliente. Su posición es privilegiada para hacer estudios longitudinales de alta

calidad, y determinar con un alto grado confianza dónde hay más y mejores oportunidades de financiamiento, y hacer uso de ellas - incluso incorporándolas al proceso de puntuación de los candidatos para la obtención de créditos -. Al final del día, con base en este tipo de información los intermediarios podrían ofrecer mejores términos crediticios a sus acreditados al tiempo que podrían reducir sus tasas de incumplimiento e incrementar la cartera colocada.

## Referencias

- ▶ Bateman, T.S. y Michael Crant J. (1993). "The proactive component of organizational behavior: A measure and correlates. *Journal of Organizational Behavior*, 14, pp.103-118.
- ▶ Benet-Martínez, V. y Oliver P. J. (1998). "Los Cinco Grandes Across Cultures and Ethnic Groups: Multitrait Multimethod Analysis of the Big Five in Spanish and English". *Journal of Personality and Social Psychology*, 75(3), pp. 729-750.
- ▶ Duckworth, A. L. y Quinn, P.D. (2009). "Development and Validation of the Short Grit Scale (Grit-S)". *Journal of Personality Assessment*, 91(2), pp. 166-174.
- ▶ Dweck, C.S., Chi-yue, C. y Ying-yi, H. (1995). "Implicit Theories and Their Role in Judgments and Reactions: A World From Two Perspectives". *Psychological Inquiry*, 6 (4), pp. 267-285.
- ▶ Paulhus, D.L., y Harms, P. D. (2004). "Measuring cognitive ability with the overclaiming technique". *Intelligence*, 32, pp. 297-314.
- ▶ Rammstedt, B., y Oliver P. J. (2007). "Measuring personality in one minute or less: A 10-item short version of the Big Five Inventory in English and German". *Journal of Research in Personality*, 41, pp. 203-212.
- ▶ Rauch, A., y Frese, M. (2007), "Let's put the person back into entrepreneurship research: A meta-analysis on the relationship between business owners' personality traits, business creation, and success". *European Journal of Work and Organizational Psychology*, 16(4), pp. 353-385.
- ▶ Sapp, S.G. y Wendy J. H. (1993). "Reliability and Validity of a Brief Version of Levenson's Locus of Control Scale". *Psychological Reports*, 72, pp. 539-550.
- ▶ Seibert, S. E., Kraimer M. L. y Crant, J. M. (2001). "What do proactive people do? A longitudinal model linking proactive personality and career success". *Personnel Psychology*, 54(4), pp. 845-874.
- ▶ Zhao, H. y Seibert, S.E. (2006). "The Big Five Personality Dimensions and Entrepreneurial Status: A Meta-Analytical Review". *Journal of Applied Psychology*, 91(2), pp. 259-271.
- ▶ Zhao, H., Seibert, S.E. y Lumpkin, G.T. (2010). "The Relationship of Personality to Entrepreneurial Intentions and Performance: A Meta-Analytic Review". *Journal of Management*, 36(2), pp. 381-404.

# CAPÍTULO 6

## UNA AGENDA PARA EL FUTURO



## CAPÍTULO 6

# UNA AGENDA PARA EL FUTURO

**Elidet Hernández Mendoza**

### INTRODUCCIÓN

*Para que un país crezca y desarrolle su potencial de emprendimiento, la iniciativa empresarial y la innovación son dos de los factores más importantes a fortalecer desde la perspectiva de las políticas públicas. ¿Cómo sería México si existiera una cultura de emprendimiento sólida a nivel nacional, con una iniciativa empresarial amplia y diversa, generadora de riqueza y bienestar social?*

*Desde 1993, los ingresos de las empresas que integran el Índice de Precios y Cotizaciones de la Bolsa Mexicana de Valores han experimentado una Tasa de Crecimiento Anual Compuesto (TCAC) alta, en comparación de las tasas de crecimiento de las empresas de las economías pares. Sin embargo, el crecimiento económico del país en este mismo periodo reporta resultados muy por debajo de los resultados de las naciones con economías similares (Expansión, 2019; Bolsa Mexicana de Valores (BMV), 2008; y Jiménez, 2017).*

*Este panorama se explica porque en México han sido las grandes empresas – no las MiPyMes – quienes han mostrado un crecimiento dinámico a lo largo de la historia; pero este crecimiento no se ha traducido en un PIB más alto para el país; porque se ha logrado a través de la expansión de operaciones en el mercado externo.*

*A pesar de esto, las grandes empresas de México son ampliamente reconocidas como creadoras de empleo, catalizadoras del crecimiento económico; y también como actores clave con potencial para contribuir al fortalecimiento de la iniciativa emprendedora del país. El aporte de estas empresas como iniciativa privada podría mejorar el ecosistema emprendedor de México, podría influir en la transformación de las características culturales en las que se enmarca el espíritu emprendedor de la sociedad mexicana, presionar el diseño y la implementación de políticas de fomento a los emprendimientos en etapa inicial – a los que llamaremos startups en este texto –; así como en la implementación de políticas para el apoyo al establecimiento y la expansión de las micro, pequeñas y medianas empresas (MiPyMes) del país.*

*En este sentido, el propósito de este capítulo es desarrollar una discusión crítica sobre la motivación, la efectividad y la dirección que deben tomar las políticas públicas, las iniciativas y los programas encaminados a fomentar una cultura de emprendimiento, a multiplicar la actividad emprendedora y a hacer de la iniciativa privada un motor*

del desarrollo en el país. En particular, el objeto de este apartado se dirige a analizar alternativas que permitan responder la pregunta *¿Cómo lograr en México una cultura de emprendimiento sólida que favorezca la formación de un país de emprendedores?*

*Como punto de partida, consideramos que el emprendimiento debe dejar de verse como un tema ajeno a la sociedad en general. Para lograr este cambio, una transformación cultural profunda debe ser promovida desde la política pública, a través de estrategias que incidan de forma efectiva en la transformación de las actitudes, valores, conocimientos, habilidades y percepciones entorno al emprendimiento, en distintos sectores de la sociedad; buscando incidir desde la etapa de la niñez en la formación emprendedora de los individuos. Este cambio debe estar acompañado también de la mitigación de las grandes barreras y obstáculos financieros, legales, y administrativos, que dificultan en la actualidad el éxito del establecimiento y la expansión de los emprendimientos en el país.*

*La atención efectiva de todos estos aspectos, desde la iniciativa de las políticas públicas, requiere de la identificación de áreas prioritarias hacia las cuales deben enfocarse los esfuerzos orientados a promover el emprendimiento en México; y también requiere de la identificación de las poblaciones objetivo - o perfiles - de los beneficiarios estratégicos para la implementación de las iniciativas mencionadas.*

*Para la identificación de estas áreas de incidencia; así como para la identificación de la población objetivo propuesta, la presente investigación tomó como punto de partida algunas recomendaciones de diversos organismos internacionales y algunas experiencias de éxito de otros países (OCDE, 2013, 2014, 2016, 2018; OCDE, CAF y CEPAL, 2018; Lederman et al., 2014; Kantis et al., 2012); y con base en estas recomendaciones se elaboró la propuesta de estrategia de política pública que se expone en la **Figura 6.1**, que se presenta a continuación:*



**Figura 6.1.** Áreas estratégicas de incidencia y población objetivo para el diseño de una política pública de promoción del emprendimiento en México. (Elaboración propia, con base en las recomendaciones de Lederman et al., 2014; Kantis et al., 2012; OCDE, CAF y CEPAL, 2017; y OCDE, 2013, 2014, 2016, 2018)

## Los perfiles o población objetivo

- a) 1) El primer perfil está integrado por los **jóvenes en etapa de formación obligatoria** (desde nivel primaria hasta el nivel medio superior). Desde 2013 la OCDE señalaba que en la región se percibía una escasa cultura empresarial e innovadora, por lo que se debían promover programas y políticas públicas que inspiraran un cambio de mentalidad tendiente a consolidar una cultura de emprendimiento; y para esto proponía el desarrollo de acciones de atención dirigidas particularmente a este sector de la población (OCDE, 2013).

En la actualidad se considera la educación primaria, secundaria y de nivel medio superior como una etapa en la que se pueden promover cambios en los hábitos, así como la interiorización de conocimientos y aprendizajes orientados a mejorar la percepción del emprendimiento y de

las prácticas emprendedoras. Esto, acompañado de la oferta de un mayor número de opciones formativas y educativas, permitirá que los jóvenes estén en contacto con el emprendimiento desde una etapa temprana. Este escenario favorecerá que cada vez más mexicanos puedan desarrollar habilidades que les permitan convertirse en emprendedores exitosos.

- b)** El segundo perfil está representado por los **startups**, que comprenden las etapas tempranas de las iniciativas de conformación de las MiPyMes; las cuales generan 52% del Producto Interno Bruto y más del 70% del empleo en México (Sánchez, s.f.); de aquí la importancia de mejorar el ecosistema emprendedor para los startups del país. El startup - o la empresa emergente - es la fase que antecede a la micro, pequeña y mediana empresa, por lo que, su impulso aumentará el tamaño de la iniciativa privada y la creación de empleos. Aunque los mayores impactos del impulso a los startups serán evidentes en el largo plazo, cuando esas empresas nacientes logren escalar.

Los startups constituyen la segunda población objetivo de esta propuesta porque México clasifica actualmente como el país de América Latina con más creación de startups en los últimos años (OCDE, 2016).

Adicionalmente, a partir de 2010, los startups han sido detonantes de las estrategias de innovación y desarrollo productivo de los países de la región; ya que México se ha comprometido a nivel internacional con el impulso de los startups, dado que ellos representan áreas de oportunidad muy importantes para agregar valor a la economía y al desarrollo del país (Paz, 2018).

Asimismo, el estudio **Startups en América Latina 2016**. Construyendo un futuro innovador, elaborado por la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económicos (OCDE) (2016), señala que México es el país que muestra la mayor desconcentración geográfica de startups de América, lo que sin duda podría convertirse en un detonador del desarrollo social y económico a nivel local; sin embargo, esta oportunidad puede ser desaprovechada de no lograr mitigarse las causas que mantienen una alta tasa de mortalidad de las empresas en etapa inicial en el país.

La vía para obtener los mayores beneficios del auge reciente de los startups mexicanos es a través de estrategias que les faciliten, además de existir, superar la etapa inicial y lograr su expansión.

- c)** El tercer perfil, en orden de importancia de atención, son las PyMes. Como se mencionó anteriormente, las micro, pequeñas y medianas empresas representan la principal fuente de empleos en México, hecho que justificaría la importancia de promoverlas en conjunto. Pero, dadas las limitaciones a las que regularmente se enfrenta la política pública, lograr un crecimiento de un punto porcentual en el PIB

de la nación por medio de la atención a las microempresas significaría impulsar la creación de 273,000 de estas compañías, así como su incorporación a la economía nacional; mientras que, para lograr el mismo resultado en el PIB a través de las PyMes, sólo se tendrían que hacer escalar 105 empresas de pequeñas y medianas a grandes (COEPES, 2015 y Sánchez, s.f.). Por lo tanto, dar atención prioritaria a las PyMes es una vía eficiente para elevar el PIB y mejorar el entorno social, optimizando el uso de los recursos públicos. Sin embargo, lograr su crecimiento y expansión implica superar los desafíos anteriormente mencionados en el diagnóstico del ecosistema emprendedor mexicano (Capítulo 3).

- d)** Finalmente, el cuarto perfil son los **emprendedores de alto impacto**. De acuerdo con Hathaway y Litan (2014), existen bastantes emprendedores (emprendedores convencionales) cuya ambición consiste en dedicarse a algo que disfrutan, ganar independencia financiera y evitar tener que lidiar con un jefe. Estos generalmente detonan beneficios, pero no logran generar impactos a gran escala. Por otra parte, existen otro tipo de emprendedores a los que se les denomina “*de alto impacto*”; que de acuerdo con la Secretaría de Economía, son emprendedores que cuentan con alto potencial económico, nuevas y/o mejores soluciones que se traducen en productos, servicios y/o modelos de negocio que crecen de manera rentable, rápida y sostenida y que son capaces de generar riqueza, trabajo y desarrollo regional desde una visión global (Secretaría de Economía, 2017).

El emprendedor de alto impacto es un perfil que requiere del diseño e implementación de instrumentos educativos, legales y de financiamiento distintos a los que requieren los emprendedores convencionales; acordes a las particularidades y necesidades de este tipo de emprendimiento. Son bastantes los investigadores internacionales (Hathaway y Litan, 2014; Surowiecki, 2016; Guzmán y Stern, 2015, entre otros), e instituciones en México (Secretaría de Economía, 2017) y organismos internacionales, los que coinciden en que los emprendedores de alto impacto son un perfil clave para el crecimiento y la productividad nacional.

## Las áreas estratégicas

La consolidación de una cultura de emprendimiento y la mejora del ecosistema emprendedor mexicano requiere de una agenda de estrategias y acciones que incidan tanto en la dimensión personal de los individuos, como en los factores externos o estructurales que pueden llegar a ser obstáculos para el emprendimiento.

Por este motivo, se propone como áreas estratégicas de atención:

**1) Mentalidad y cultura;** que busca mejorar la percepción, fomentar valores y crear actitudes positivas en relación con el emprendimiento. Esta área favorecerá el desarrollo de una cultura de emprendimiento más sólida, dando paso a que cada vez más mexicanos, de distintas edades y perfiles socioeconómicos estén familiarizados con el emprendimiento.

**2) Educación,** a través de la cual se busca promover el desarrollo cognitivo, de habilidades y capacidades. Dado que en México, las escuelas educan y preparan para buscar y tener un trabajo, no para emprender y mucho menos para saber llevar un negocio sano, desde las perspectivas financiera y fiscal (Guillermo, 2016).

El fortalecimiento de la educación en materia de emprendimiento, además de potenciar el desarrollo cognitivo, permitirá un mayor acercamiento con el ecosistema emprendedor desde una etapa temprana. Es muy probable que, al convertirse en un tema menos ajeno a los mexicanos, el interés y el conocimiento entorno al emprendimiento incrementaran de generación en generación; y por ende, la cantidad y la calidad de los emprendimientos en México.

**3)** La tercera área en la que se requiere una incidencia estratégica es el **financiamiento**. De acuerdo con un estudio elaborado por The Failure Institute (2014), en un 65% de los casos la principal razón por la que los negocios fracasan en México es por no tener “*ingresos suficientes para subsistir*”. Si bien esto refleja una problemática entorno al financiamiento, no necesariamente significa que los recursos públicos y privados que se destinan al fomento del emprendimiento sean pocos o no existan. Esta situación puede estar relacionada con los mecanismos para canalizar los recursos que se otorgan; la falta de seguimiento y comprobación de los resultados esperados; el que estos recursos no estén llegando a los emprendedores indicados; o puede obedecer a la forma en que se ejecutan los recursos por parte del emprendedor, entre otros.

65% de los emprendimientos en México fracasan por motivos económicos, significa que gran parte de los recursos que se destinan para promover el emprendimiento en el país están siendo aportaciones a fondo perdido, no inversiones. Y en este sentido, los programas, políticas o estrategias en materia de financiamiento tienen que estar enfocados no sólo en aumentar los recursos, sino en aumentar la eficacia de su implementación.

**4)** La cuarta área estratégica a atender son las **instituciones de soporte**. Esta área se refiere a la infraestructura que soporta y da vida al emprendimiento en el país; incluye las instituciones formales relacionadas con el emprendimiento (financieras, incubadoras, de mentoría, aceleradoras, formativas y educativas; programas nacionales, y planes de desarrollo; entre otras).

A través de esta área se buscará reforzar y multiplicar las estrategias de apoyo a los emprendedores, promover la creación de redes y el mayor aprovechamiento de los mercados

nacionales e internacionales, así como simplificar y dar acompañamiento en los procedimientos y trámites a los que están sujetos los emprendedores para la puesta en marcha de sus negocios.

**5)** Finalmente, la quinta área estratégica es la **innovación**. En México, la situación en términos de innovación era incipiente desde antes de la crisis económica de 2008 debido a que, a lo largo del tiempo, el país ha presentado niveles de inversión en innovación y desarrollo (I&D) por debajo del promedio de los países miembros de la OCDE (Banco Mundial, 2013). Este bajo impulso a la innovación trae consigo limitantes de avance tecnológico, de creatividad, de competitividad a nivel microeconómico, de competitividad y desarrollo a nivel macroeconómico, y de integración desigual a las cadenas de valor a nivel internacional -dado que México continuaría integrándose a las cadenas de suministro global solo como una economía de bienes y servicios intermedios o manufacturados, sin industria propia - (Ethos, 2014).

### Recomendaciones de política pública y acciones estratégicas: mejorando el ecosistema emprendedor y creando una cultura de emprendimiento en México

Las cinco áreas y los cuatro perfiles expuestos constituyen la base de la propuesta estratégica de política pública para la promoción del emprendimiento en México; que se traduce en la matriz de recomendaciones y propuestas puntuales que se sintetiza a continuación **(Ver Tabla 6.1)**:

**Tabla 6.1.** Recomendaciones de política pública y acciones estratégicas: Mejorando el ecosistema emprendedor y creando una cultura de emprendimiento en México. (Elaboración propia, con base en las recomendaciones de Lederman et al., 2014; Kantis et al., 2012; OCDE, CAF y CEPAL, 2017; y OCDE, 2013, 2014, 2016, 2018)

ETAPAS DE INCIDENCIA					
ETAPA 1 Desarrollo temprano	ETAPA 2 Emprendedores en crecimiento		ETAPA 3 Emprendedores estratégicos		
POBLACIÓN OBJETIVO					
Jóvenes en etapa de educación obligatoria (nivel primaria a nivel medio superior)	PYME	Startup. De 2 a 3 años de existencia	Emprendedor de alto impacto	1. Mentalidad y Cultura	Áreas estratégicas de atención
1.1 Fomento del emprendimiento en la enseñanza temprana: valores, actitudes y percepciones	1.2 Manual de Emprendimiento y Estrategia transversal entre la Secretaría de Economía y las instituciones de enseñanza básica y nivel medio superior				
1.3 Estrategias de comunicación y campañas informativas: desvaneciendo mitos, mejorando la percepción y creando una cultura de emprendimiento					
1.4 Fortalecimiento del Observatorio Nacional de emprendimiento					
1.5 Esquemas de financiamiento público basado en resultados					
2.1 Incorporación del emprendimiento al currículum del Sistema Nacional de Educación obligatoria	2.2 Programa Nacional de Emprendedores de Alto Impacto: una alianza entre la Secretaría de Economía y las universidades de México			2. Educación	
	3.1 Inversiones público-privadas para fomentar el emprendimiento en México: desde el desarrollo de la idea en etapa temprana, hasta la consolidación del negocio			3. Financiamiento	
3.2 Programa de fomento al startup en el nivel de educación medio superior: acceso a capital semilla	3.3 Integración de la PYME a la cadena de suministros públicos y privados: fortalecimiento indirecto de sus finanzas	3.4 Retos y compras públicas para Startup: activación de la demanda 3.5 Fondo con activos no reclamados para startup	3.6 Agrandar el mercado de capitales de riesgo para startups Y PyMe de alto impacto	4. Instituciones de Soporte	
4.1 Política/Plan Nacional de Emprendimiento a 12 años					
4.2 Visas para emprendedores					
4.3 Mitigación de la corrupción como soporte cultural a la actividad emprendedora					
5.1 Cooperación internacional para promover la innovación en México				5. Innovación	
5.2 Bonos de Impacto en Innovación (BII)					
	5.3 Estímulos e incentivos fiscales para startup de alto contenido de innovación				

## 1. Mentalidad y cultura

### **ESTRATEGIA 1.1. Fomento del emprendimiento en la etapa de enseñanza temprana: valores, actitudes y precepciones**

#### **POBLACIÓN OBJETIVO. Jóvenes en la etapa de educación obligatoria (de nivel primaria a nivel medio superior)**

México necesita un ecosistema emprendedor que detone la innovación, la creatividad y el talento desde la niñez, que permita que más jóvenes se integren de manera temprana como motores del desarrollo social y económico. Promover el emprendimiento en etapa temprana significa trabajar en un tema de inclusión social, porque se vuelve parte de una estrategia de desarrollo transversal a las clases sociales, que incluye a todos los jóvenes de la población mexicana que se encuentran en esta etapa de desarrollo.

Diferentes organismos internacionales han hecho distintas recomendaciones en la materia, dentro de las que destacan las de la Organización de Comercio y Desarrollo Económico (OCDE, 2013; 2014; 2015; 2016), la Charities Aid Foundation (CAF) (2012); y el Lederman et al. (2014).

Varios países en vías de desarrollo ya han puesto en marcha políticas o estrategias que han estado generando resultados exitosos en esta línea; por ejemplo, Argentina, Chile, Colombia, Brasil, entre otros (OECD, 2018; Ministerio de Economía del Gobierno de Chile, Cámara Chileno-Norteamericana de Comercio y Endeavor, 2002; Duncan et al., 2014; y Congreso de Colombia, 2006). Teniendo en cuenta estas experiencias, se considera que algunas estrategias viables para México podrían ser las siguientes:

- La implementación de concursos para formadores: fomento de los valores y actitudes emprendedoras en enseñanza primaria.
- La implementación de concursos para niños de escuelas primarias.

---

**ESTRATEGIA 1.2. Manual de soporte técnico y conceptual sobre el emprendimiento en México registrado por la Secretaría de Economía. Estrategia transversal entre la Secretaría de Economía y las instituciones de enseñanza básica y medio superior****POBLACIÓN OBJETIVO. Startup, PyMe, emprendedor de alto impacto y jóvenes en la etapa de educación temprana**

Nadie puede interiorizar, aprehender y reproducir lo que no comprende. Fomentar una cultura de emprendimiento sin un entendimiento colectivo de los principales conceptos y las diferentes modalidades para emprender en México resultará difícil. En este sentido, se proponen las siguientes acciones:

- Elaborar y difundir un Manual de Emprendimiento
- Implementar una estrategia transversal de colaboración entre la Secretaría de Economía e instituciones de enseñanza básica y medio superior.
- Instaurar una feria anual de emprendimiento en escuelas secundarias del sistema de educación pública (Escuela del Magisterio, 2017).

---

**ESTRATEGIA 1.3. Estrategias de comunicación y campañas informativas: desvaneciendo mitos, mejorando la percepción y creando una cultura de emprendimiento****POBLACIÓN OBJETIVO. Población en general**

En México existen percepciones o actitudes que dificultan el desarrollo de una cultura de emprendimiento a nivel nacional. Por ejemplo, el que la iniciativa empresarial en México esté fuertemente relacionada con diversos antivalores debilita la percepción del papel y el impacto de los emprendedores en la sociedad. Por otra parte, el desconocimiento y la lejanía de la población en general con el emprendimiento; junto con aspectos como la valoración del dinero, la suerte y las creencias religiosas relacionadas con el éxito, limitan la valoración del esfuerzo y el trabajo individual; entre otros, haciendo evidente la necesidad de mejorar la percepción de la sociedad mexicana entorno a la iniciativa empresarial; que permita visibilizar la contribución que ésta hace al desarrollo del país.

---

**ESTRATEGIA 1.4. Fortalecimiento del Observatorio Nacional de Emprendimiento****POBLACIÓN OBJETIVO. Población en general**

La Secretaría de Economía hizo un esfuerzo importante en la consolidación del Observatorio Nacional Emprendedor (ONE); sin embargo, sería pertinente reforzarlo con información estadística detallada, que sea constantemente actualizada, que incluya un registro nacional de emprendedores de México, segmentados por tipo de emprendimiento, sectores, impacto; que permita contar

con un índice de cultura de emprendimiento o de cultura financiera. Esta estrategia significaría un paso muy importante para el avance en la medición y el conocimiento preciso del estado del emprendimiento a nivel nacional; facilitando a los formuladores de políticas públicas y líderes nacionales el diseño de nuevos modelos, programas, planes y proyectos para el desarrollo de una sociedad emprendedora. Experiencias como la de España y Costa Rica ilustran al respecto (Ministerio de Economía (MINEC) y Comisión Nacional de la Micro y Pequeña Empresa (CONAMYPE), 2014; Ministerio de Economía, Industria y Comercio / Gobierno de Costa Rica, 2010; y Pérez, 2016).

---

**ESTRATEGIA 1.5. Esquema de financiamiento público basado en resultados**  
**POBLACIÓN OBJETIVO. Población en general**

Para lograr una mayor eficiencia en el uso de los recursos destinados a fomentar la actividad emprendedora y, paralelamente, fomentar una cultura de emprendimiento sustentada en el trabajo comprometido y orientada a resultados, sería recomendable transformar el esquema de facilitación de recursos a fondo perdido en un esquema de financiamiento basado en resultados. Esto daría la garantía de un mayor impacto socioeconómico por peso invertido, porque el otorgamiento de los recursos estaría sujeto al éxito en la ejecución del proyecto de emprendimiento al que van dirigidos. De esta manera, en lugar de basarse en los aspectos técnicos enfocados en cómo entregar [...] los recursos públicos, el esquema de facilitación de recursos tendría como eje los resultados que se logran por medio de su aplicación (Social Outcomes, 2018).

Con la implementación de este esquema los recursos públicos otorgados para la promoción del emprendimiento pasarían de ser un gasto a ser una inversión; el impacto de la iniciativa empresarial y emprendedora tendería a aumentar; los emprendedores estarían más comprometidos en lo individual y con la sociedad; se promovería una cultura emprendedora basada en el trabajo, el esfuerzo, y orientada a resultados; se eliminarían los prejuicios o percepciones negativas entorno a la asignación y otorgamiento de recursos públicos de fomento al emprendimiento.

## 2. Educación

---

**ESTRATEGIA 2.1. Incorporación del emprendimiento al curriculum del sistema nacional de educación**

**POBLACIÓN OBJETIVO. Jóvenes en etapa de educación obligatoria**

Alrededor del mundo existen experiencias diversas con relación a la incorporación del emprendimiento al sistema formal de educación de las naciones (European Commission/EACEA/Eurydice, 2016; OECD, 2013; Ministerio de Economía del gobierno de Chile, Cámara Chileno-Norteamericana de Comercio y Endeavor, 2002 y Congreso de Colombia, 2006). En México, desde la educación primaria hasta la educación media superior se prepara a los estudiantes para desarrollar las habilidades y conocimientos que les permitan ingresar a la universidad. Y en la universidad, los jóvenes son formados, principalmente, para incorporarse como empleados a un trabajo. La reproducción de este tipo de formación y orientación educativa inhibe el desarrollo de una sociedad emprendedora.

Por ello, la incorporación de nuevos métodos de enseñanza y contenidos que impulsen, fomenten el interés y formen a los futuros emprendedores, representa un gran reto en materia educativa. Algunas de las acciones que pueden contribuir a la consecución de tal objetivo son las siguientes:

- Incorporación del emprendimiento al currículum del sistema nacional de educación (Ministerio de Economía del Gobierno de Chile, Cámara Chileno-Norteamericana de Comercio y Endeavor, 2002).
- Implementación de programas de formación de emprendedores en escuelas secundarias rurales (Ministerio de Economía del Gobierno de Chile, Cámara Chileno-Norteamericana de Comercio y Endeavor, 2002).

---

### **ESTRATEGIA 2.2. Programa Nacional para la Formación de Emprendedores de Alto Impacto (PNFEAI): una alianza entre la Secretaría de Economía y las Universidades de México**

#### **POBLACIÓN OBJETIVO. Jóvenes en educación obligatoria y emprendedores de alto impacto**

Para promover el emprendimiento de alto impacto se requieren esfuerzos transversales entre distintas instituciones públicas y privadas del país. Una forma novedosa para trabajar por este objetivo es a través de una agenda de colaboración entre la Secretaría de Economía y las Universidades de México que de paso al desarrollo de programas de especialización enfocados en la formación de emprendedores de alto impacto, como un método de titulación para los profesionales que se encuentran en la recta final de carreras afines al emprendimiento. La puesta en marcha de este tipo de estrategias aumentaría las posibilidades de éxito de los emprendimientos y permitiría que México contara con una comunidad de emprendedores cada vez más sofisticada y capacitada.

### 3. Financiamiento

---

#### **ESTRATEGIA 3.1 . Inversiones público-privadas de fomento al emprendimiento en México** **POBLACIÓN OBJETIVO. Jóvenes en etapa de educación obligatoria, startups y emprendedores de alto impacto**

Las alianzas público-privadas (APPs) se han convertido en un mecanismo institucional para promover el desarrollo económico y social de los países. Si bien este tipo de alianzas han predominado en el ámbito de los grandes proyectos de infraestructura, también se ha recurrido a ellas para otros fines (FAO, 2012 y 2017).

Distintos países alrededor del mundo como España, Colombia, Uruguay y Chile, entre otros, y organismos internacionales como la Corporación Andina de Fomento (CAF) han visualizado en las APPs una vía para promover el emprendimiento, generar dinamismo económico y aumentar la productividad nacional (CODESPA, 2013 y

Kantis et al., 2012).

---

#### **ESTRATEGIA 3.2. Programa de fomento al startup en el nivel de educación medio superior: acceso a capital semilla**

#### **POBLACIÓN OBJETIVO. Jóvenes en etapa de educación obligatoria**

Un programa de fomento al startup en nivel medio superior significaría un esfuerzo más por incentivar la actividad emprendedora en etapas tempranas, generar redes de apoyo para los emprendedores potenciales y garantizar el aprovechamiento de las oportunidades que ofrecen la iniciativa pública y privada para emprender (Ministerio de Economía del Gobierno de Chile, Cámara Chileno-Norteamericana de Comercio y Endeavor, 2002).

La experiencia internacional muestra que el desarrollo de las competencias de emprendimiento en etapas tempranas incita el desarrollo de la actividad emprendedora de los individuos, potencian la creatividad y permiten que los jóvenes experimenten obstáculos y se relacionen con el fracaso tempranamente, lo que favorece el desarrollo de una actitud, experiencia y personalidad que no se podrían adquirir de ninguna otra manera. Por ello, se considera deseable como parte de las iniciativas de política pública, el desarrollo de programas dirigidos a emprendedores potenciales de escuelas públicas de nivel medio superior.

---

**ESTRATEGIA 3.3. Integración de las PyMes a la cadena de suministros públicos y privados: estrategia de fortalecimiento indirecto de sus finanzas****POBLACIÓN OBJETIVO. PyMes**

En México las PyMes tienen poca participación en las compras y suministro de las grandes empresas y de la iniciativa pública. Una forma de mejorar el desarrollo financiero de este sector empresarial es mediante la incorporación de una regulación que fomente su participación en el suministro de un porcentaje de los requerimientos de la iniciativa pública y las grandes corporaciones. Con ello, además de promoverse el crecimiento del sector, se estarían ampliando las posibilidades financieras del mismo, e incitando un ambiente de sana y justa competencia en el ámbito de la iniciativa privada en México.

---

**ESTRATEGIA 3.4. Retos y compras públicas para startups: activación de la demanda****POBLACIÓN OBJETIVO. Startup**

En el estudio Startups América Latina 2016. Construyendo un futuro innovador, la OCDE señala que se requiere una política pública directa para la creación de un mercado para los startups en México (OCDE, 2016). Una forma de hacerlo es elevar la demanda de los productos de las empresas nacientes mediante compras públicas y programas similares. La creación de demanda a través de mecanismos y estrategias de la iniciativa pública es un instrumento relativamente reciente en la región: en México y Colombia se encuentra en desarrollo, en Chile es de reciente creación (Íbid). Si bien se trata de un mecanismo novedoso y en proceso de desarrollo, puede llegar a convertirse en una estrategia clave para aumentar la contribución de los startups a la economía local y hacer de la iniciativa privada un espacio más inclusivo y diverso.

---

**ESTRATEGIA 3.5. Fondo con activos no reclamados para Startups****POBLACIÓN OBJETIVO. Startups y emprendedores de alto impacto**

La Alianza por la Inversión de Impacto (All) desarrolló una investigación denominada “Inversión de impacto en México. Agenda de un mercado en crecimiento”. En esta publicación se destacan historias internacionales de éxito entorno a los esquemas de financiamiento con fondos de Activos No Reclamados (ANR) para inversiones de impacto (Alianza por la Inversión de Impacto, 2018).

Los ANR se refieren a cuentas bancarias que no han registrado movimientos durante una determinada cantidad de años y para las cuales los bancos no han podido establecer contacto con sus titulares (Investopedia, 2018). En el caso mexicano, las Instituciones Bancarias están obligadas por la Ley de Instituciones de Crédito a reportar los ANR en las cuentas, sin embargo, sólo seis bancos en México reportan tales activos, debido a su antigüedad y número de cuentahabientes.

---

### **ESTRATEGIA 3.6.**

#### **Agrandar el mercado de capitales de riesgo para los startups y las PyMes de alto impacto**

##### **POBLACIÓN OBJETIVO. Startup y emprendedores de alto impacto**

En México, la Ley del Mercado de Valores incorporó la figura de Sociedad Anónima Promotora de Inversión (SAPI), con el propósito de facilitar a las empresas convertirse en receptoras de capital de riesgo, entre otras funciones. Para 2016, la OCDE señalaba que la industria de capital de riesgo ya estaba despegando en México (OCDE, 2016).

Sin embargo, la participación de los capitales de riesgo en las iniciativas de emprendimiento en el país sigue siendo incipiente aún. De hecho, la OCDE señalaba que en México los startups obtienen solo un 5% de su financiamiento a través de este modelo, en contraste con países como Estados Unidos en donde la participación de este tipo de capitales asciende hasta el 47% (OCDE, 2016 e INADEM et. al, 2014)

Por esta razón, se deben ampliar el ecosistema de capitales de riesgo y mejorar la percepción frente a este; para lo cual se sugiere la implementación de algunas estrategias:

A nivel educativo, las escuelas deben promover las habilidades empresariales y analíticas para que los futuros emprendedores tengan una actitud y manejo más positivo frente al riesgo.

Ampliar y reforzar el mercado de capitales de riesgo, de manera que las empresas puedan encontrar mayor variedad de fondos de inversión en etapas tempranas. Gran parte de los capitales de riesgo invertidos en el país vienen de Estados Unidos. Una estrategia importante para expandir y fortalecer el mercado es la diversificación con Europa y/o Asia, y la atracción de inversionistas nacionales.

Además, sería conveniente estudiar la viabilidad de diseñar un programa incubador de fondos de riesgo. Una propuesta similar a Inovar en Brasil, un fondo incubador de fondos orientado a apoyar el desarrollo de la industria de capital de riesgo el cual contempla dos modalidades de promoción: capital semilla y la fase operacional y de expansión (Jiménez, 2007).

Estrategias similares pueden consultarse en Baez – Mancera (2015); Viceministerio de Desarrollo de la Microempresa, Pequeña y Mediana Empresa / Gobierno de Guatemala (2015); y Bolivar et al. (2007).

## 4. Instituciones de soporte

### **ESTRATEGIA 4.1. Política/Plan Nacional de Emprendimiento a 12 años.**

#### **POBLACIÓN OBJETIVO. Población general**

En México existen diversas instituciones enfocadas en promover el emprendimiento, sin embargo, no existe un mecanismo efectivo encargado de articular todo el ecosistema nacional de emprendimiento e innovación. Esto ha traído consecuencias negativas importantes para el desarrollo del ecosistema emprendedor mexicano, dentro de las que destacan los bajos niveles de cooperación formal entre instituciones públicas y privadas en materia de emprendimiento; una alta desvinculación de los científicos, académicos e investigadores con este ecosistema; lo que inhibe la innovación, el desarrollo de emprendimiento de alto impacto y el avance tecnológico; y la ausencia de una estrategia nacional vinculante a largo plazo.

En 2015, los gobiernos de Guatemala, de China y de Australia identificaron que para que un país pasara de tener una mínima actividad emprendedora a ser un nicho de emprendedores, se debían articular los esfuerzos de las instituciones públicas y privadas en todos los niveles, orientándolos hacia un objetivo en común de largo plazo. Resultado de ello fue la Política Nacional de Emprendimiento “Guatemala emprende 2015-2030” (Viceministerio de desarrollo de la micro, pequeña y mediana empresa /Gobierno de Guatemala, 2015).

Una política nacional de emprendimiento en México que funcione como eje rector, facilitando que todos los esfuerzos impulsados en materia de emprendimiento estén alineados hacia objetivos comunes, significaría un cambio de paradigma en la construcción de una sociedad mexicana de emprendedores. Posicionaría al emprendimiento como una prioridad de la nación, deslindándolo de los ciclos políticos que implican cambios o discontinuidades sexenales y dificultan la apreciación de resultados significativos.

Países como Paraguay, Chile, El Salvador y Costa Rica, cuentan con experiencias similares (Ministerio de Economía, Industria y Comercio / Gobierno de Costa Rica, 2010; Ministerio de Economía (MINEC) y Comisión Nacional de la Micro y Pequeña Empresa (CONAMYPE) / Gobierno del Salvador, 2014; por ejemplo).

### **ESTRATEGIA 4.2. Visas para emprendedores**

#### **POBLACIÓN OBJETIVO. Emprendedores en general**

En distintos países alrededor del mundo las visas para emprendedores ya han sido implementadas como una forma de reconocer el valor del emprendimiento para la economía nacional y de atraer inmigrantes altamente cualificados que lleven conocimiento y creen empleos locales. Por ejemplo, en 2017 con la denominada Ley de Nacional de Emprendedores, Estados Unidos implementó el otorgamiento de visas especiales a los emprendedores que deseen abrir una empresa en el país

(115th Congress / Government of the United States of America, 2017). O, en el caso de España, la Ley 14/2013 aprobó el visado a emprendedores para dos perfiles: los extranjeros que llegan y los nacionales (Ministerio del Trabajo / Gobierno de España, 2013).

---

**ESTRATEGIA 4.3. Mitigación de la corrupción como soporte cultural a la actividad emprendedora**

**POBLACIÓN OBJETIVO. Población general**

De acuerdo con el Índice Global de Emprendimiento, publicado en 2017 por el Instituto Global de Emprendimiento y Desarrollo (GEDI, por sus siglas en inglés), México cayó 4 lugares en el ranking de emprendimiento en el último año. El criterio que obtuvo la evaluación más baja en este estudio fue el soporte cultural, que midió el espíritu empresarial y la corrupción como factores que inhiben la actividad emprendedora en el país. En 2017, este criterio había obtenido una calificación de 15%, mientras que en 2018 descendió 5 puntos, cerrando con una evaluación de 10% para esta variable (GEDI, 2018).

La mitigación de la corrupción, acompañada de una mayor transparencia y de la simplificación de los trámites administrativos, son soportes importantes para la actividad emprendedora en México. El compromiso de la iniciativa pública es impedir que estas malas prácticas continúen permeando el proceso de conformación, puesta en marcha y operación de las empresas.

## 5. Innovación

---

**ESTRATEGIA 5.1. Cooperación internacional para promover la innovación en México**

**POBLACIÓN OBJETIVO. Jóvenes, startups, PyMes y emprendedores de alto impacto**

La cooperación internacional representa un papel importante en el desarrollo e intercambio de conocimientos y experiencias sobre las políticas de innovación. Un ejemplo de esto es la formalización de la Alianza para la Innovación entre México y los Estados Unidos con el Consejo para el Emprendimiento y la Innovación (U.S. Department of State / Government of the United States of America, s.f).

Otros esfuerzos bilaterales en la materia pueden ser consultados en Secretaría de Relaciones Exteriores / Gobierno de México (2017); Duncan et al. (2014); RIAC y OEA (2014) y MUSEIC et al. (2012). Todas estas iniciativas son importantes tanto para la creación de una cultura del emprendimiento, como para la innovación y para el desarrollo de mejores prácticas en ambos temas. Sin embargo, para lograr un mayor impacto a través de la cooperación internacional, es relevante:

- Llevar a cabo una estrategia de difusión para que este tipo de programas sean conocidos y aprovechados por los emprendedores y ciudadanos interesados en esta área, ya que representan una base sólida de apoyo que les permitirá a los emprendedores expandirse y desarrollarse.
- Diversificar las relaciones internacionales para la cooperación en materia de innovación. Por ejemplo, fortalecer los lazos con países de Asia y Europa.

---

### **ESTRATEGIA 5.2. Bonos de Impacto en Innovación (BII)**

#### **POBLACIÓN OBJETIVO. Emprendedores en general**

El esquema de Bonos de Impacto en Innovación (BII) promueve, en primer lugar, la articulación entre la iniciativa privada, la iniciativa pública y los emprendedores; y, en segundo lugar, un cambio sustantivo en la visión que se tiene para la asignación de recursos a emprendedores, a partir de la integración de un nuevo mecanismo denominado Pago por Resultado (PpR).

De acuerdo con la Charities Aid Foundation, los Bonos de Impacto con mecanismos de PpR impulsan el desarrollo de proyectos con altas posibilidades de éxito, a la vez que contribuyen a mejorar los resultados de la gestión pública y la efectividad en el manejo del gasto (Charities Aid Foundation, 2012). De acuerdo con Social Outcomes (2018) con este mecanismo se aporta capital de riesgo en adelante y se agrega el rigor del sector privado a la gestión del desempeño para obtener recursos.

---

### **ESTRATEGIA 5.3. Estímulos y beneficios fiscales para startups con alto contenido de innovación**

#### **POBLACIÓN OBJETIVO. Startup**

La aplicación de incentivos y estímulos fiscales a las empresas nacientes con alto contenido de innovación son medidas que han tomado otros países con miras a ampliar la base empresarial y fomentar la creación de empleos (Ministerio de Economía del Gobierno de Chile, Cámara Chileno-Norteamericana de Comercio y Endeavor, 2002).

En el caso mexicano, podrían implementarse incentivos fiscales que consistieran en reducción de impuestos durante los primeros años de existencia en empresas con alto contenido de innovación, base tecnológica o con alto valor comercial. Esto aumentaría el número de empresas existentes,

pero, sobre todo, el promedio de vida de los negocios en México y, por ende, su contribución económica y social.

---

## Conclusiones

El crecimiento económico de México está directamente relacionado con la iniciativa empresarial y la actividad emprendedora. Sin embargo, no sólo se relaciona con el número de emprendedores que hay en el país, sino también con la calidad de los emprendimientos que se generan. La tasa de creación de empresas y las probabilidades de que estas tengan éxito en México está relacionada con la presencia de los factores que conforman la cultura de emprendimiento en el país, los cuales, en conjunto, pueden fomentar o inhibir su desarrollo (Fuckup Failure Institute, 2014).

El emprendimiento no es solo una tendencia en el mundo hoy en día, sino también una vía necesaria para incrementar la productividad nacional a largo plazo, resolver el desempleo en países en desarrollo, dinamizar la economía e incrementar la competitividad de los países; dado que promueve el desarrollo del capital humano y la innovación.

Es tal la importancia que han adquirido los emprendedores para la economía y el desarrollo a nivel global, que cientos de líderes alrededor del mundo se han cuestionado sobre cómo impulsar la cultura de emprendimiento en las distintas sociedades; qué hacer para que haya más y mejores emprendedores; y cómo ampliar el tamaño de la iniciativa empresarial y su contribución social para esta causa.

La cultura de emprendimiento es el elemento detonador del emprendimiento en los países porque constituye el entorno en que se forman, desarrollan y escalan las empresas. Fomentar una cultura de emprendimiento que permee en los distintos niveles y grupos sociales que componen el entorno emprendedor de un país, implica compromiso, visión de largo plazo, trabajo en equipo y romper con algunos esquemas tradicionales que son obsoletos a las demandas actuales, particularmente en el ámbito educativo y formativo.

Hoy día se sabe que, a pesar de lo complejo que pueda resultar, sí es posible promover cambios culturales a nivel individual y de la sociedad. De hecho, muchos países, de los cuales México no es la excepción, están transitando hacia la transformación cultural, institucional y legal que se necesita para formar sociedades emprendedoras exitosas.

Durante la última década, el gobierno mexicano ha establecido un marco fuerte de política y modificaciones o introducciones legales para promover el emprendimiento en sus diferentes modalidades. La simplificación regulatoria, la expansión del programa nacional de garantías y la inclusión del sector de microempresas como un objetivo del sistema de apoyo público, son ejemplos de este tipo de iniciativas. Quizá el ejemplo más claro de tales esfuerzos ha sido la creación del Instituto Nacional del Emprendedor y todos los esquemas, programas, fondos, concursos y licitaciones que se pusieron en marcha durante el periodo en el que estuvo operando.

Asimismo, han sido impulsados nuevos acuerdos de coordinación entre las secretarías y los gobiernos estatales para aumentar la existencia, coherencia y la integración de programas en materia de emprendimiento. Todo en conjunto demuestra que el ecosistema de emprendimiento en México ha mejorado considerablemente en los últimos años. Sin embargo, aun cuando el andamiaje institucional y la infraestructura para emprender, son mejores actualmente, en comparación con la situación de la década pasada, aún queda un largo camino por recorrer para fortalecer el ecosistema emprendedor mexicano.

Para conseguir un cambio de paradigma en la forma en la que se percibe, enseña, transmite, fomenta, impulsa y se pone en marcha el emprendimiento, es necesario multiplicar los esfuerzos en las cinco áreas estratégicas expuestas a lo largo de este capítulo: **1)** la mentalidad y

cultura; **2)** la educación; **3)** el financiamiento; **4)** las instituciones de soporte y **5)** la innovación. Estos cinco espacios de acción deben conseguir mitigar los grandes obstáculos que los emprendedores encuentran en el camino, entre los más recurrentes:

- Obstáculos internos: percepciones, emociones, conocimientos, habilidades y destrezas, actitudes y valores, entre otros.
- Obstáculos externos: financiamiento, acompañamiento, vinculación, capacitación, escalabilidad, trámites y procesos, seguridad y corrupción, entre otros.

Cada una de las áreas mencionadas está inmersa en una etapa del proceso que conlleva pasar de la idea a la consolidación, y de la consolidación a la expansión de la empresa: **1)** La mentalidad y cultura tiene que ver con la sensibilización y el desarrollo de actitudes y valores frente al emprendimiento. **2)** La educación, es un elemento vital en la formación de los emprendedores porque interviene en el desarrollo cognitivo, de habilidades y capacidades. Estas dos primeras áreas están particularmente enfocadas en el sujeto, su desarrollo profesional y formación humana. Los valores, actitudes y percepciones inciden en el comportamiento que los mexicanos tendrán frente al emprendimiento mientras que el desarrollo cognitivo, les dará herramientas para poder actuar frente a diversas situaciones.

Por otra parte, **3)** las instituciones de soporte y **4)** el financiamiento conforman una mancuerna para el desarrollo de proyectos de emprendimiento, son los propulsores de convertir las ideas en negocios; hacen posible que los emprendedores pasen de una fase de diseño y prototipado hacia una fase de fortalecimiento, escalamiento y expansión.

Finalmente, **5)** la innovación, que puede estar presente en cualquier etapa del proceso de emprendimiento y siempre implica el desarrollo de aprendizajes, conocimientos, habilidades, productos y/o procesos nuevos, es la llave de la transformación y los cambios, es el detonador de la evolución económica, social y cultural.

Además de los esfuerzos en las áreas mencionadas, para poder construir un nuevo panorama en materia de emprendimiento en México, la recomendación sugerida fue segmentar la población y los esfuerzos de acuerdo con los perfiles de los beneficiarios de las iniciativas de política pública propuestas, porque este tipo de actuación permite lograr mayor especificidad, incidencia y penetración de las acciones desencadenadas; así como medir y estimar de formas óptimas el impacto logrado. Es decir, el tipo de estrategia propuesta permite saber qué, a quién, cómo, porqué se dirigen las intervenciones propuestas, y cuál es la consecuencia esperada de las mismas. Por ello, las recomendaciones desarrolladas se segmentaron en tres etapas y cuatro perfiles: **1)** Desarrollo temprano, cuyo perfil son los jóvenes en la etapa de educación obligatoria; **2)** Emprendedores en crecimiento, cuyos perfiles son los startups y las PYMEs; y **3)** Emprendedores estratégicos, cuyo perfil son los emprendedores de alto impacto.

Para cada etapa y para cada perfil se sugirieron acciones estratégicas específicas. Todas estas acciones articuladas sumarán en la construcción de un ecosistema más apto para la actividad emprendedora en el país, para que los negocios existentes prosperen y para que la cultura del emprendimiento se internalice en todos los niveles de la sociedad. La prioridad en este proceso de transformación es apostar por un modelo de país que aliente la creatividad y el talento de los mexicanos; que multiplique las opciones para que, desde los más jóvenes hasta los adultos mayores, tengan la posibilidad de desarrollarse profesional, económica, personal y socialmente, por la vía del emprendimiento; que elimine los obstáculos para el establecimiento y el escalamiento de empresas mexicanas creadoras de riqueza y bienestar. La prioridad es optar por un modelo de país que apueste por la solución de las necesidades del presente para la construcción de un futuro más próspero.

## Referencias

- ▶ 115th Congress / Government of the United States of America. (2017). Promoting Women in Entrepreneurship Act. "Public Law 115-6" 28 February 2017. Retrieved 16 October 2018. Congress.gov. Recuperado de: <https://bit.ly/2yxDuYr>
- ▶ Alianza por la Inversión de Impacto. (2018). Instrumentos financieros innovadores. En: Inversión de Impacto en México. Agenda de un mercado en crecimiento (pp. 26-39). México:

Producción Creativa.

- ▶ Baez – Mancera, L.G. (2015). Propuesta para la creación de un fondo de capital de riesgo para la Universidad Pedagógica y Tecnológica de Colombia sede Sogamoso. *Scientia et Technica*. Año XX, Vol. 20, No. 1. Universidad Tecnológica de Pereira. Colombia. Recuperado de: <https://bit.ly/2ElpcbO>
- ▶ Banco Mundial. (2013). Research and development expenditure (% of GDP). Octubre 1, 2018, de Banco Mundial, Recuperado de: <https://bit.ly/2xFbKSp>
- ▶ Bolivar, M.C.; Cardona, A.J. y Maldonado – Galán, A.M. (2007). Creación de un Fondo de capitales de riesgo para apalancar proyectos presentados por estudiantes, profesores y egresados. Trabajo de grado presentado como requisito para optar por el título de Maestría en Administración de Empresas Universidad del Norte. Barranquilla – Colombia. Recuperado de: <https://bit.ly/2r94DvT>
- ▶ Bolsa Mexicana de Valores (BMV). (2008). Oportunidades, Posicionamiento Estratégico, Institucionalización. Informe Anual. BMV. México. Recuperado de: <https://bit.ly/2RcGcbe>
- ▶ Charities Aid Foundation (CAF). (2012). Using social investment to support payment by results. A CAF ‘Putting Practice into Policy’ discussion paper: September 2012. CAF. Recuperado de: <https://bit.ly/2OXPtmp>
- ▶ CODESPA. (2013). Alianzas Público-Privadas para el Desarrollo Modelos para llevar a la práctica la Innovación Social Empresarial. Ministerio de Asuntos Exteriores y de Cooperación de España. Recuperado de: <https://bit.ly/2DVGHox>
- ▶ COEPES (Comisión Estatal para la Planeación de la Educación Superior A.C.). (2015). Importancia de las pymes en México. COEPES Guanajuato. Recuperado de: <https://bit.ly/2PKbWbQ>
- ▶ Congreso de Colombia. (2006). LEY 1014 DE 2006 De fomento a la cultura del emprendimiento. Diario Oficial No. 46.164 de 27 de enero de 2006. Colombia. Recuperado de: <https://bit.ly/2yAvm8p>
- ▶ Duncan, W.; Wilson, C. y Garcia, A. (2014). Fostering Innovation in Mexico. Woodrow Wilson International Center for Scholars / Fundación Idea. Washington. Recuperado de: <https://bit.ly/2DT4uEV>
- ▶ Escuela del Magisterio. (2017). Feria del Magisterio. Universidad Nacional de Cuyo. Recuperado de: <https://bit.ly/2zoQdfD>
- ▶ Ethos Laboratorio de Políticas Públicas. (2014). De hecho en México a creado en México. Asociaciones Público-Privadas con fines de innovación. Ethos Laboratorio de Políticas Públicas. Recuperado de: <https://bit.ly/2FAZ6ld>
- ▶ European Commission/EACEA/Eurydice. (2016). La educación para el emprendimiento en los centros educativos en Europa. Informe de Eurydice. Luxemburgo: Oficina de Publicaciones de la Unión Europea. Recuperado de: <https://bit.ly/2GM6hh0>
- ▶ Expansión. (2019). Datosmacro.com. PIB de México. Expansión. Recuperado de: <https://bit.ly/2GM6hh0>

ly/2MZCpkq

- ▶ FAO (Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y la Agricultura). (2012). Alianzas público-privadas para el desarrollo de los agronegocios. Informe país: El Perú. FAO. Recuperado de: <https://bit.ly/2PPmXJc>
- ▶ FAO (Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y la Agricultura). (2017). Alianzas público-privadas para el de agronegocios. FAO. Recuperado de: <https://bit.ly/2DDnK8F>
- ▶ Fuckup Failure Institute. (2014). ¿Por qué fracasan los negocios? En El libro del Fracaso (pp.140-156). México: Offset Rebosan.
- ▶ GEDI (Global Entrepreneurship and Development Institute). (2018). Global Entrepreneurship Index. GEDI. Recuperado de: <https://bit.ly/2AdsvT0>
- ▶ Guillermo J. (2016). En Capitalismo social. México: Porrúa Personal Print.
- ▶ Guzmán J. y Stern S. (2015). Nowcasting and placecasting entrepreneurial quality and performance. National Bureau of Economic Research. Working Paper Series. Working Paper 20954. Recuperado de: <https://bit.ly/2AfbgRi>
- ▶ Hathaway I. y Litan R. (2014). Declining Business Dynamism in the United States: A Look at States and Metros. Economic Studies at Brookings. Mayo, 2014. The Brookings Institution. Recuperado de: <https://brook.gs/2l99nwk>
- ▶ INADEM (Instituto Nacional del Emprendedor); EY México; Instituto Panamericano de Alta Dirección de Empresas y Asociación Mexicana de Capital Privado. (2014). Estudio sobre la industria de capital emprendedor en México. Recuperado de: Sitio web: <https://go.ey.com/2PRedC0>
- ▶ Investopedia. (2018). Unclaimed Finds. Investopedia. Recuperado de: <https://bit.ly/2zn4vNK>
- ▶ Jiménez L. (2007). Capital de riesgo y mecanismos financieros de apoyo a la innovación en Brasil y Chile. CEPAL. Recuperado de: <https://bit.ly/2DH6fEA>
- ▶ Jiménez, R. (2017, agosto 14). Bolsa mexicana, aún lejos del Bovespa. El Economista. Recuperado de: <https://bit.ly/2Muz758>
- ▶ Kantis, H.; Federico, J. y Menéndez, C. (2012). Políticas de Fomento al Emprendimiento Dinámico en América Latina: Tendencias Y Desafíos. CAF Documento de Trabajo N° 2012/09. Recuperado de: <https://bit.ly/2cdAOoR>
- ▶ Lederman, D.; Messina, J.; Pienknagura, S. y Rigolini, J. (2014). El emprendimiento en América Latina: muchas empresas y poca innovación. Resumen. Washington, DC: Banco Mundial. Licencia: Creative Commons Attribution CC BY 3.0 Recuperado de: <https://bit.ly/23CpP7m>
- ▶ Ministerio de Economía del Gobierno de Chile, Cámara Chileno-Norteamericana de Comercio y Endeavor. 2002. Programa Público Privado de Fomento al Emprendimiento. Informe Final. Chile. Recuperado de: <https://bit.ly/2CxJQIY>
- ▶ Ministerio de Economía, Industria y Comercio / Gobierno de Costa Rica. (2010). Política Nacional de Emprendimiento. Costa Rica Emprende. Administración Chinchilla Miranda 2010 – 2014.

- Recuperado de: <https://bit.ly/2RAU1ke>
- ▶ Ministerio de Economía (MINEC) y Comisión Nacional de la Micro y Pequeña Empresa (CONAMYPE) / Gobierno del Salvador. (2014). Política Nacional de Emprendimiento. El Salvador. Recuperado de: <https://bit.ly/2PPfgOX>
  - ▶ Ministerio del Trabajo / Gobierno de España. (2013). Ley 14/2013, de 27 De septiembre. De Apoyo a los Emprendedores y su Internacionalización. Reuperado de: <https://bit.ly/2UiAeaU>
  - ▶ MUSEIC / INADEM / FUMEC / CONACYT / NFS. (2012). Iniciativa de Piloto del Programa Innovation Corps (I-Corps) en México. México. Recuperado de: <https://bit.ly/2CJw8S4>
  - ▶ OECD. (2013). Temas y políticas clave sobre PYMEs y emprendimiento en México. OECD Publishing. Paris. Recuperado de: <https://doi.org/10.1787/9789264204591-es>. (2014). Mexico Key Issues and Policie. Octubre 1, 2017, de OCDE Sitio web: <https://bit.ly/2Qel48d>
  - ▶ OCDE. (2015). Startup América Latina. Construyendo un futuro innovador. OCDE Recuperado de: <https://bit.ly/2PqNgv5>
  - ▶ OCDE. (2016). Startups en América Latina 2016. Construyendo un futuro innovador. octubre 1, 2018, de OCDE Sitio web: <https://bit.ly/2qkUcEX>
  - ▶ OECD. (2018). SME and Entrepreneurship Policy in Indonesia 2018. OECD Studies on SMEs and Entrepreneurship. OECD Publishing. Paris. Recuperado de: <https://doi.org/10.1787/9789264306264-en>
  - ▶ OCDE/CAF/CEPAL. (2018). Perspectivas económicas de América Latina 2018: Repensando las instituciones para el desarrollo. Éditions OCDE, París. Recuperado de: <http://dx.doi.org/10.1787/leo-2018-es>
  - ▶ Paz, C. (2016, octubre 6). Ciudad de México cuenta con 3 de cada 10 startups en México. Milenio. Recuperado de: <https://bit.ly/2TxLhNN>
  - ▶ Pérez, J. (2016). Una propuesta de observatorios de emprendimiento para el Centro de Servicios Financieros del Servicio Nacional de Aprendizaje. Revista Finnova. Volumen 2, Número 3. Pp 29 – 43. Recuperado de: <https://bit.ly/2RD1rUi>
  - ▶ RIAC (Red Interamericana de Competitividad) y OEA (Organización de Estados Americanos). (2014). Segundo Intercambio para la Competitividad en Innovación y Emprendimiento. México. Recuperado de: <https://bit.ly/2UkBv1d>
  - ▶ Sánchez, J. (s.f.). Cuentos de Cuentas. Pymes. CONDUSEF. México. Recuperado de: <https://bit.ly/2v1ubfY>
  - ▶ Secretaria de Economía. (2017). Modificaciones a las Reglas de Operación del Fondo Nacional Emprendedor para el ejercicio fiscal 2017. Diario Oficial de la Federación. 27 de marzo de 2017. Recuperado de: <https://bit.ly/2R3Vu30>
  - ▶ Secretaria de Relaciones Exteriores / Gobierno de México. (2017). Realizan Mesa Redonda sobre el Foro Bilateral sobre Educación Superior, Innovación e Investigación (FOBESII). Comunicado No. 101. Recuperado de: <https://bit.ly/2sPEsLa>

- ▶ Social Outcomes. (2018). Social Impact Bonds & Payment by Outcome. Center for Universal Education at Brookings. The Brookings Institution. Recuperado de: <https://bit.ly/2AeK8BV>
- ▶ Surowiecki J. (2016, mayo 20). Las grandes empresas están matando a la revolución startup. MIT Technology Review. Recuperado de: <https://bit.ly/2FB5Bel>
- ▶ U.S. Department of State / Government of the United States of America. (s.f). Mexico-United States Entrepreneurship and Innovation Council (MUSEIC). Recuperado de: <https://bit.ly/2PJIPJ>
- ▶ Viceministerio de Desarrollo de la Microempresa, Pequeña y Mediana Empresa / Gobierno de Guatemala. (2015). Guatemala Emprende. Gobierno de Guatemala. Recuperado de: <https://bit.ly/2SaKn96>

## SÍNTESIS

### LECCIONES APRENDIDAS

#### Luz Aliette Hernández Prieto

Una de las principales limitantes para el impulso de la construcción de una sociedad emprendedora en México es la falta de entendimiento detallado de los procesos que permiten el establecimiento y la sostenibilidad de los ecosistemas emprendedores a largo plazo. Para mejorar esta situación es necesario profundizar la comprensión del fenómeno incluyendo una visión comparativa y multiescalar, que permita identificar las relaciones causales entre los elementos del ecosistema emprendedor (cultura, contexto político, identificación de las instituciones formales e informales, factores psicológicos de los individuos) que inciden en el desarrollo del ecosistema en diferentes escalas. Abordar la problemática del emprendimiento en México, a partir de nuevos enfoques permite contar con una mejor definición del ecosistema emprendedor y ampliar y enriquecer las estrategias para su fortalecimiento.

En este sentido, los diferentes enfoques abordados en cada uno de los seis capítulos que componen el estudio de “La Cultura del Emprendimiento en México” permitieron visibilizar y dimensionar - con base en evidencias suficientes, y desde diferentes perspectivas -, la importancia de la cultura como un factor preponderante para la comprensión del fenómeno del emprendimiento en el país. La articulación entre los distintos capítulos que componen el documento sigue una lógica multiescalar, en la que se analizó desde la comprensión de las manifestaciones de los individuos - que afectan la decisión de emprender y el éxito de sus empresas -, hasta la comprensión del impacto de la cultura colectiva en el proceso de consolidación de un mejor entorno para el emprendimiento a nivel nación.

Integrar el aporte de las distintas escalas de análisis para lograr una comprensión más amplia y compleja del fenómeno permitió proponer diversas alternativas para la incorporación de la perspectiva cultural en futuras investigaciones e iniciativas de gestión relacionadas con el tema. Sin embargo, la propuesta de la incorporación de los rasgos de personalidad y las habilidades cognitivas y socioemocionales de los individuos, como punto de partida para el diseño de estudios posteriores; así como para el diseño de políticas y programas sobre el emprendimiento en México, constituyó el aporte más importante de esta investigación.

Por otra parte, en una escala diferente, pero también relevante, se identificaron algunos factores culturales - relacionados con el emprendimiento - que caracterizan a la sociedad mexicana en su conjunto; y también se identificaron los factores institucionales que obstaculizan actualmente el desarrollo del emprendimiento en el país. El análisis de esta información, por medio de la integración de la perspectiva individual, de la perspectiva del análisis del sector empresarial a nivel nacional; y de la perspectiva de las recomendaciones de las agencias de cooperación y de otras experiencias internacionales, permitió la integración del conocimiento y la generación de la propuesta de “*Recomendaciones de política pública y acciones estratégicas*” que se expone en el Capítulo seis.

Estas recomendaciones fueron diseñadas teniendo en cuenta como marco de referencia general para la transformación social que requiere México en materia de emprendimiento, los elementos clave para la definición de la cultura del emprendimiento expuestos en el capítulo uno: actitudes / prácticas, valores, creencias, percepciones, conocimientos y normas sociales. Así como los planteamientos de Ferraro (1998), que exponen que la cultura del emprendimiento se relaciona en doble vía con los demás elementos que caracterizan el ecosistema emprendedor. Ambas dimensiones (cultura- ecosistema) se modelan mutuamente; de acuerdo con la forma como van evolucionando con el tiempo los elementos que las conforman, de tal manera que, a partir de la modificación de algunos elementos que definen el ecosistema emprendedor se puede ir modelando y enriqueciendo la transformación cultural que el país requiere en la materia.

Particularmente, con respecto a la modificación de los elementos que definen el ecosistema emprendedor en México, las recomendaciones tuvieron en cuenta como elemento clave para el diseño de las propuestas planteadas la necesidad de involucrar al sector privado como un impulsor importante del proceso de construcción de una sociedad mexicana más emprendedora.

Además de estos aportes generales, a continuación se exponen las particularidades de los aportes teóricos, metodológicos y de enfoque, que surgieron a partir del desarrollo de la presente investigación:

### **La cultura del emprendimiento: Un enfoque de vanguardia**

Al inicio del texto, en el Capítulo uno, se expuso la situación actual del debate teórico relacionado con el estudio de la cultura del emprendimiento; como conclusión se hizo evidente la necesidad de enriquecer los enfoques empleados tradicionalmente para su análisis; y se sugirió que los nuevos estudios deberían profundizar en las formas de entender al ecosistema emprendedor y al emprendedor mismo. Se remarcó, particularmente, que el emprendimiento detona innovaciones que mejoran o facilitan la vida, al mismo tiempo que generan valor económico; y que en el centro de esta relación entre el emprendimiento y la innovación está el individuo - interactuando con su entorno, por medio de su capacidad de crear nuevas combinaciones de recursos -. De tal manera que los dos elementos clave para el entendimiento del fenómeno del emprendimiento son el entendimiento del entorno, por una parte; y el entendimiento del individuo y su cultura de emprendimiento, por otra.

La incorporación de los factores de personalidad de los individuos que se hizo en este estudio, por medio de variables de observación claramente definidas; y de su análisis como detonantes del nacimiento y desarrollo de una sociedad emprendedora, da respuesta a esta necesidad de innovación con respecto a la aproximación teórica empleada para abordar la comprensión del fenómeno.

Avances teóricos y metodológicos como los de la presente investigación, además de permitir un mejor entendimiento del fenómeno, también contribuyen a lograr una mayor definición conceptual del tema y a avanzar hacia una mayor comprensión de sus alcances. Sin embargo, esta misma investigación identificó que en estudios posteriores también es importante orientar los esfuerzos a establecer con

claridad el vínculo existente entre la decisión de emprender de los individuos con sus valores, creencias y comportamientos, en el largo plazo; todos estos aspectos que no fueron tenidos en cuenta en el presente estudio.

En la actualidad existen otros estudios que analizan la relación entre cultura y emprendimiento. Esta investigación coincide con estos estudios en que todos son de naturaleza inductiva - es decir que parten de la observación y la experimentación -, tienen amplia cobertura, representatividad estadística, alta calidad en la propuesta de índices e indicadores para la medición del emprendimiento; son aplicables a distintas escalas de análisis; cuentan con un amplio esfuerzo de recabación de datos; y manejan fuentes de información de alta calidad (GEM, 2018; GEDI, 2017; AMWAY, 2018; y GEM, 2015). Y, en contraste, se diferencia de ellos en que el alcance del presente estudio se limita por el momento- al análisis a nivel nacional y en consecuencia no permite aún llevar a cabo comparaciones entre las naciones.

Entre las temáticas que han abordado los estudios mencionados se encuentran: la percepción de los individuos sobre el emprendimiento y el ecosistema emprendedor (GEM, 2018); la evaluación del desempeño y la eficiencia del ecosistema emprendedor por medio del análisis de las capacidades, actitudes, habilidades y aspiraciones de los individuos (GEDI, 2017); la identificación de las áreas de oportunidad del ecosistema emprendedor de las naciones por medio de la evaluación de las percepciones individuales acerca del emprendimiento y las habilidades de los individuos relacionados con el tema (AMWAY, 2018); y el análisis de las diferencias por género en el emprendimiento en cuanto a la participación, características de las emprendedoras, motivaciones, actitudes sociales e indicadores de impacto (GEM, 2015).

En contraste con estas temáticas, la presente investigación se enfoca en el estudio de la cultura, y no en el análisis del ecosistema emprendedor, como el elemento central de la investigación; y para esto analiza las características del emprendedor como un individuo que aporta al fortalecimiento del entorno emprendedor. Este enfoque ha sido poco estudiado hasta el momento y constituye un aporte novedoso a la manera en la que se explica el emprendimiento en la actualidad.

En este sentido, es necesario desarrollar más y mejores investigaciones que tomen como punto de partida los factores culturales relacionados con el emprendimiento, analizados a nivel de los individuos. Para esto, hace falta desarrollar indicadores individuales e indicadores culturales agregados que permitan analizar el enfoque a gran escala; facilitando su estudio y comparación entre las naciones.

### **Opciones para la transformación de la cultura del emprendimiento en México**

En concreto, el entorno en el que se materializan las propuestas teóricas, metodológicas, de análisis y de intervención sobre el emprendimiento en las naciones es el entorno del sector empresarial. En el capítulo tres se expuso el aporte de las micro, pequeñas y medianas empresas (MyPimes) a la economía del país; y en el capítulo seis se hizo referencia al aporte de las grandes empresas y a su potencial como actores clave para el impulso del emprendimiento en México.

A lo largo del documento se mencionó que en México las MiPyMes representan el 98.0% de las unidades económicas del país; emplean el 71.2% del personal ocupado en el sector empresarial; pagan el 41.3% de las remuneraciones; aportan el 35.9% de la producción bruta total y el 30.6% de los activos fijos de la economía de la nación (INEGI, 2014). Se mencionó también que parte importante de este aporte se genera a nivel de las microempresas, dado la gran representatividad de las unidades económicas que pertenecen a este sector; que la mayoría de estas microempresas se encuentran concentradas en la región centro del país; y que su crecimiento presenta una tendencia que va en aumento en todos los sectores económicos de México. De aquí la importancia de atender y mejorar las condiciones que promuevan y faciliten su establecimiento, crecimiento y escalamiento hacia su consolidación como pequeñas empresas y medianas empresas.

Sin embargo, dada la necesidad de optimizar los recursos de la política pública para la promoción y el fortalecimiento del emprendimiento en el país; fueron las pequeñas empresas - no las microempresas - el sector identificado en este estudio como el sector prioritario a atender de entre las MiPyMes. Esto debido al alto porcentaje de personal que emplean y al mayor rendimiento de las aportaciones por unidad económica; así como al menor riesgo de fracaso, y el menor número de unidades económicas a atender en el universo que conforma este sector.

En cuanto a las limitantes del crecimiento identificadas para las MiPyMes, en conjunto, se identificaron: la falta de crédito, la falta de apoyos significativos del gobierno, la competencia desleal con el sector informal, la falta de capacitación, la baja escolaridad del personal, el exceso de trámites y el exceso de impuestos. Todos estos representan grandes retos a asumir en la agenda a futuro y son reflejo de las condiciones marco con las que cuenta México en la actualidad para el desarrollo del emprendimiento en el país **(Capítulo tres)**.

Gran parte de estas limitantes son atendidas por la propuesta de política pública que se expone en el capítulo seis, como se demuestra en la tabla que se expone a continuación. Aunque en esta tabla también se remarcan aquellas limitantes no tenidas en cuenta por las sugerencias de los organismos internacionales y las experiencias internacionales en las que se fundamentaron las sugerencias del capítulo seis para el diseño de las propuestas; pero que también requieren de acciones estratégicas que deben ser incorporadas como parte de la política pública en materia de emprendimiento en México **(Ver Tabla de síntesis)**.

Este diagnóstico de la situación del sector empresarial mexicano, del ecosistema emprendedor en el que se desarrolla y de las acciones estratégicas que requiere, hace referencia principalmente a la necesidad y la importancia de fortalecer el entorno para el emprendimiento en el país, pues a la fecha casi todos los aspectos de las condiciones marco para el emprendimiento en México se encuentran avanzando lentamente, y exponen aún un rango de suficiencia bajo en el proceso de crear un entorno favorable para los emprendedores mexicanos.

Tener en cuenta esta perspectiva en este estudio es importante si retomamos el hecho de que una de las vías para la transformación de la cultura emprendedora consiste en el fortalecimiento de los distintos

aspectos que caracterizan el ecosistema emprendedor; dado que la cultura del emprendimiento es solo uno de los elementos que constituyen el entorno emprendedor como sistema; y como tal se interrelaciona – es decir, afecta y es afectada – por los demás elementos que constituyen el ecosistema emprendedor en el que se contextualiza.

Por esta razón, las acciones estratégicas propuestas en la Agenda a Futuro, del capítulo seis, aunque se dirigen en gran medida al fortalecimiento de los factores que caracterizan el ecosistema emprendedor mexicano, están diseñadas con el objetivo de incidir en la transformación de los conocimientos, valores, creencias, y percepciones de los individuos y de la sociedad, de tal manera que puedan tener como resultado la modificación de sus actitudes y prácticas; y que esta modificación pueda ser fácilmente integrada en la programación colectiva de la sociedad de manera sostenible y de largo plazo.

En esta misma línea, los estudios que han abordado particularmente el análisis del estado actual de algunos de los elementos que caracterizan la cultura del emprendimiento de la sociedad mexicana (como colectivo) con respecto a la percepción de la sociedad sobre el emprendimiento, revelan que en la sociedad mexicana existe actualmente una tendencia hacia la percepción negativa del emprendimiento como actividad económica; aunque esta misma sociedad reconoce el aumento de los emprendimientos en el país en los últimos años; lo que indica que a pesar del avance lento en la consolidación del ecosistema emprendedor mexicano, cada vez hay mejores condiciones para la creación y expansión de los nuevos negocios (GEM, 2018); aunque es prioritario socializar estos avances para favorecer su reconocimiento y la valoración.

De aquí la importancia de la implementación de las acciones estratégicas propuestas en la Agenda a Futuro (Capítulo seis), que pueden hacer tangibles para la sociedad mexicana los pequeños avances en la materia; facilitando que, además de mejorar el entorno institucional para el emprendimiento, también se promueva el reconocimiento, la valoración y la aceptación del emprendimiento como una opción de carrera deseable en el país. Estas acciones facilitarán también que se fortalezca la interrelación entre entorno emprendedor y cultura emprendedora, para favorecer a largo plazo el logro de la construcción de un ecosistema emprendedor autosuficiente, sostenible y próspero; que no requiera la participación del gobierno.

Para esto, es importante la integración de los instrumentos sugeridos en el capítulo cinco en las acciones estratégicas propuestas en el capítulo seis. Estos instrumentos para la medición de las aptitudes emprendedoras de la población beneficiaria de las políticas y programas de impulso al emprendimiento en el país permitirán contar con nuevas alternativas para mitigar la problemática del fracaso en el establecimiento, el crecimiento, el escalamiento y la expansión de los nuevos negocios; así como contar con una mejor optimización de los recursos públicos empleados en la promoción del emprendimiento en México. Esto a partir de la identificación de las personas que cuentan con los atributos para ser emprendedores, de la eliminación de las barreras que les impiden serlo; y de la promoción de la formación de capacidades para aquellas personas que no cuentan con los atributos identificados, pero que desean desarrollar las habilidades requeridas para ser emprendedores.

Particularmente, para prestar atención a las necesidades individuales de los distintos perfiles de emprendedores en México, la propuesta de acciones estratégicas del capítulo seis identificó cuatro poblaciones objetivo: **1)** jóvenes en etapa de formación obligatoria, **2)** startups, **3)** PyMes, y **4)** emprendedores de alto impacto. Para cada una de estas poblaciones objetivo las acciones estratégicas propuestas están dirigidas a favorecer, por distintos medios, el desarrollo de la apertura, la conciencia, la extroversión y el balance emocional, como rasgos que caractericen la personalidad de los individuos que componen dicha población; así como el desarrollo de las habilidades cognitivas y la formación de las habilidades socioemocionales que les permitan ser perseverantes, proactivos, con manejo de un locus de control interno y mentalidad de crecimiento; dado que la presencia de estas características personales aumentan significativamente la probabilidad de que un individuo tenga y mantenga un negocio propio en México, con el objetivo de generar empleos y riqueza **(Capítulo cinco)**.

A futuro, el cambio en la valoración social del aporte de los empresarios y emprendedores a la sociedad detonará la transformación de la cultura del emprendimiento en México; de tal manera que uno de los impactos esperados de la implementación de las acciones de política propuestas sea que la misma sociedad mexicana promueva las aspiraciones emprendedoras de su población (Mason y Brown, 2014).

Este cambio en la cultura de emprendimiento en el país se consolidará como un rasgo agregado de la población, que se manifestará por medio de la programación colectiva hacia los valores y normas emprendedoras - proactividad, asunción de riesgo, aceptación del fracaso, apertura a nuevas ideas, al individualismo, la independencia y el logro, entre otros - (Stuetzer, 2016). A nivel de los individuos, la transformación de la cultura del emprendimiento se hará evidente en la decisión de emprender motivada por los valores y creencias de los nuevos individuos emprendedores (McGRat y Mac Milla, 1992; Lee y Peterson, 2000; Mueller y Thomas, 2000; Stephan y Unhalen, 2010; Autio, Pathack y Wennberg, 2010).

Como resultado final, la existencia de una sociedad emprendedora fortalecida favorecerá el cambio de los objetivos de la sociedad; que pueden dejar de ser meramente materiales, para enfocarse también en la realización personal de los individuos, la mejora en la calidad de vida, la búsqueda de oportunidades de desarrollo, y la superación de la insatisfacción personal de los individuos y de la sociedad con las empresas y el entorno (Inglehart, 1990, 1997, 2003; Uhlaner y Thurik, 2007; Brockhaus, 1980; Shapiro y Skol, 1982; Dyer, 1994; Noorsbrhавven, Turik, Wenn y Van Stel, 2004; Hofstede, 1991; y Turik y Dejardin, 2012).

**Tabla de Síntesis.** Relación del avance de las condiciones marco del ecosistema emprendedor mexicano con respecto a las limitantes identificadas para el crecimiento de las MiPyMes en el país, y las acciones estratégicas propuestas para su atención, como parte de la Agenda a Futuro para el Emprendimiento en México (2019)

Avance de las condiciones marco para el emprendimiento en México			Limitantes de crecimiento reportadas por las MiPyMes (INEGI, 2014) que se relacionan con la condición marco mencionada	Acciones estratégicas propuestas relacionadas (Agenda a Futuro para el Emprendimiento en México, 2019)
Condición Marco para el emprendimiento en México (GEM, 2018)	Tendencia de cambio en los últimos años (GEM, 2018)	Aporte al fortalecimiento del ecosistema emprendedor mexicano		
Financiamiento	Sin cambios registrados	Aún desfavorable	Falta de crédito	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Inversiones público – privadas.</li> <li>• Mercado de capitales de riesgo.</li> <li>• Fondo con activos no reclamados.</li> <li>• Acceso a capital semilla</li> <li>• Bonos de impacto en innovación (BBI)</li> <li>• Esquema de financiamiento basado en resultados.</li> </ul>
Apoyo y políticas gubernamentales	Decreciente	Aún desfavorable	Falta de apoyos del gobierno, que sean significativos con respecto a las demás opciones de financiamiento con las que cuentan las MiPyMes	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Política / Plan de emprendimiento a 12 años.</li> <li>• Colaboración internacional para promover la innovación en México.</li> </ul>
Impuestos y burocracia	Creciente	Aún desfavorable	Exceso de impuestos / Exceso de trámites	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Estímulos e incentivos fiscales para startups / innovación.</li> </ul>

Avance de las condiciones marco para el emprendimiento en México			Limitantes de crecimiento reportadas por las MiPyMes (INEGI, 2014) que se relacionan con la condición marco mencionada	Acciones estratégicas propuestas relacionadas (Agenda a Futuro para el Emprendimiento en México, 2019)
Condición Marco para el emprendimiento en México (GEM, 2018)	Tendencia de cambio en los últimos años (GEM, 2018)	Aporte al fortalecimiento del ecosistema emprendedor mexicano		
Programas gubernamentales	Sin cambios registrados	Aún desfavorable	Falta de apoyos del gobierno, que sean significativos con respecto a las demás opciones de financiamiento con las que cuentan las MiPyMes	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Esquema de financiamiento basado en resultados.</li> <li>• Programa nacional para emprendedores de alto impacto.</li> </ul>
Educación y formación empresarial en la escuela básica	Creciente	Favorable	Bajo grado de escolaridad del personal empleado	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Incorporación del emprendimiento al Sistema Nacional de Educación desde nivel primaria.</li> <li>• Manual de emprendimiento y estrategia transversal.</li> </ul>
Educación y formación empresarial post - escuela	Creciente	Muy favorable	Falta de capacitación	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Programa Nacional de Emprendedores de alto impacto.</li> <li>• Falta atender la necesidad de capacitación del personal empleado en la MiPyMes.</li> </ul>

Avance de las condiciones marco para el emprendimiento en México			Limitantes de crecimiento reportadas por las MiPyMes (INEGI, 2014) que se relacionan con la condición marco mencionada	Acciones estratégicas propuestas relacionadas (Agenda a Futuro para el Emprendimiento en México, 2019)
Condición Marco para el emprendimiento en México (GEM, 2018)	Tendencia de cambio en los últimos años (GEM, 2018)	Aporte al fortalecimiento del ecosistema emprendedor mexicano		
Transferencia e ciencia y tecnología, (innovación y desarrollo)	Creciente	Favorable	Bajo grado de escolaridad del personal empleado / Falta de capacitación	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Colaboración internacional.</li> <li>• Bonos de Impacto en Innovación (BBI).</li> <li>• Estímulos a Start-ups.</li> <li>• Falta atender la formación para la innovación como parte del Sistema Nacional de Educación, desde nivel primaria.</li> <li>• Falta complementar los estímulos en innovación también para los demás actores del emprendimiento (MiPyMes y emprendedores de alto Impacto)</li> </ul>
Infraestructura comercial y profesional	Creciente	Muy Favorable	No relacionado	No aplica

Avance de las condiciones marco para el emprendimiento en México			Limitantes de crecimiento reportadas por las MiPyMes (INEGI, 2014) que se relacionan con la condición marco mencionada	Acciones estratégicas propuestas relacionadas (Agenda a Futuro para el Emprendimiento en México, 2019)
Condición Marco para el emprendimiento en México (GEM, 2018)	Tendencia de cambio en los últimos años (GEM, 2018)	Aporte al fortalecimiento del ecosistema emprendedor mexicano		
Dinámica del mercado interior	Sin cambios registrados	Aún desfavorable	Competencia desleal con el sector informal / Baja demanda de los productos	<ul style="list-style-type: none"> <li>Integración de las PyMes a la cadena de suministros públicos y privados.</li> <li>Retos y compras públicas para Startups.</li> <li>Falta atender la competencia desleal con el sector informal.</li> </ul>
Apertura del mercado interior	Sin cambios registrados	Aún desfavorable	No relacionado	<ul style="list-style-type: none"> <li>Integración de las PyMes a la cadena de suministros públicos y privados.</li> <li>Retos y compras públicas para Startups.</li> </ul>
Infraestructura física y de servicios	Creciente	Muy Favorable	No relacionado	<ul style="list-style-type: none"> <li>Creación y fortalecimiento del Observatorio Nacional de emprendimiento.</li> <li>Visas para emprendedores.</li> </ul>
Normas culturales y sociales	Creciente	Muy Favorable	No relacionado	<ul style="list-style-type: none"> <li>Estrategias de comunicación y campañas informativas.</li> <li>Mitigación de la corrupción como soporte cultural al emprendimiento.</li> </ul>

Avance de las condiciones marco para el emprendimiento en México			Limitantes de crecimiento reportadas por las MiPyMes (INEGI, 2014) que se relacionan con la condición marco mencionada	Acciones estratégicas propuestas relacionadas (Agenda a Futuro para el Emprendimiento en México, 2019)
Condición Marco para el emprendimiento en México (GEM, 2018)	Tendencia de cambio en los últimos años (GEM, 2018)	Aporte al fortalecimiento del ecosistema emprendedor mexicano		
Dinámica del mercado interior	Sin cambios registrados	Aún desfavorable	Competencia desleal con el sector informal / Baja demanda de los productos	<ul style="list-style-type: none"> <li>Integración de las PyMes a la cadena de sumistros públicos y privados.</li> <li>Retos y compras públicas para Startups.</li> <li>Falta atender la competencia desleal con el sector informal.</li> </ul>
Apertura del mercado interior	Sin cambios registrados	Aún desfavorable	No relacionado	<ul style="list-style-type: none"> <li>Integración de las PyMes a la cadena de sumistros públicos y privados.</li> <li>Retos y compras públicas para Startups.</li> </ul>
Infraestructura física y de servicios	Creciente	Muy Favorable	No relacionado	<ul style="list-style-type: none"> <li>Creación y fortalecimiento del Observatorio Nacional de emprendimiento.</li> <li>Visas para emprendedores.</li> </ul>
Normas culturales y sociales	Creciente	Muy Favorable	No relacionado	<ul style="list-style-type: none"> <li>Estrategias de comunicación y campañas informativas.</li> <li>Mitigación de la corrupción como soporte cultural al emprendimiento.</li> </ul>

## ANEXOS

---

## ANEXO 1

### Cuestionario de encuesta

#### Encuesta Emprendimiento UNAM FCPyS CEOP

FOLIO: \_\_\_\_\_

ENCUESTADOR: \_\_\_\_\_

SUPERVISOR: \_\_\_\_\_ Día: \_\_\_\_\_ Mes: \_\_\_\_\_

ENTIDAD: \_\_\_\_\_ MUNICIPIO: \_\_\_\_\_

AGEB: \_\_\_\_\_ MANZANA: \_\_\_\_\_

Tipo de supervisión: \_\_\_\_\_

1. Directo 2. Indirecta 3. Sin supervisar

¿El entrevistado vive en...? \_\_\_\_\_

1. Casa sola 2. Departamento/ Vecindad/ Fraccionamiento

CÓDIGO DE DISPOSICIÓN FINAL	Contabilización (II, III)	TOTAL
Rechazos de personas elegibles		
Rechazos de elegibilidad desconocida (ejemplo: rechazo en 1 contacto en la vivienda)		
Suspendió la entrevista		
No contacto de persona elegible (Elegible no disponible)		
No contacto de elegibilidad desconocida (Ejemplo: Vivienda inaccesible, área insegura)		
No es elegible (Ejemplo: Nadie en casa, vivienda sin elegible)		

Inicio: Hrs: \_\_\_\_\_ Min: \_\_\_\_\_

Buenos día/tardes, mi nombre es \_\_\_\_\_ y vengo de la UNAM, Universidad Nacional Autónoma de México. Estamos haciendo una encuesta a nivel nacional sobre las empresas que generan empleos y prosperan. Me gustaría preguntarle sus puntos de vista. No hay respuestas correctas o incorrectas y en todo momento está garantizada la confidencialidad y el anonimato. Sus respuestas serán utilizadas solo para fines estadísticos. Muchas gracias por su apoyo.

1. Sexo (ANOTAR SIN PREGUNTAR) \_\_\_\_\_

1. Mujer
2. Hombre

2. ¿Cuántos años cumplidos tiene usted? \_\_\_\_\_

998. NS 999. NC

1. ¿Tiene alguna actividad que le apasione realizar? \_\_\_\_\_

1. Sí
  2. No **(Pase a p.4a)**
98. NS **(Pase a p.4a)**  
99. NC **(Pase a p.4a)**

3a. ¿Qué actividad? \_\_\_\_\_

98. NS 99. NC

#### Importancia de la cultura de emprendimiento

4a. Cuando usted era pequeño(a) ¿alguien le dijo que de grande podría empezar un negocio?

1. Sí 2. No 98. NS 99. NC \_\_\_\_\_

4b. Cuando usted era pequeño(a), ¿alguien le explicó qué cosas debería hacer para empezar un negocio?

1. Sí 2. No 98. NS 99. NC \_\_\_\_\_

4c. ¿Considera usted que los padres de familia hablan **suficiente** con sus hijos sobre cómo empezar un negocio?

1. Sí 2. No 98. NS 99. NC \_\_\_\_\_

4d. ¿Considera usted que en las escuelas enseñan **suficiente** sobre cómo empezar un negocio?

1. Sí 2. No 98. NS 99. NC \_\_\_\_\_

#### Drivers extrínsecos para el emprendimiento

5. Imagine que una persona talentosa está buscando consejo sobre dónde sería mejor trabajar. Tiene tres opciones. La primera es en el gobierno. La segunda opción es en alguna empresa. La tercera es en alguna organización sin fines de lucro, como una fundación o una asociación civil. (98. NS 99. NC)

	En el gobierno (1)	En una empresa (2)	Organización sin fines de lucro (3)
a. ¿Dónde cree que esa persona podría aportar más a la sociedad?			
b. ¿Dónde cree que esa persona podría tener un trabajo más estable?			
c. ¿Dónde cree que esa persona podría tener un trabajo mejor pagado?			
d. ¿Dónde cree que esa persona podría ser más respetada y reconocida por lo que logre?			
e. ¿Dónde cree que esa persona podría ser más feliz?			

6. Ahora le voy a leer unas frases. Dígame qué tan de acuerdo está con ellas. Si me dice el 1 significa que usted está completamente de acuerdo con la primera frase y si me dice 5 significa que usted está completamente de acuerdo con la segunda frase; si su manera de pensar está entre las dos, puede escoger un número intermedio. (MOSTRAR TARJETA ESCALA P6) (98. NS 99.NC)

a. Debería haber mayor igualdad de ingresos sin importar el esfuerzo individual.	Ó	Debería haber mayores diferencias de ingreso como incentivos al esfuerzo individual.		
1	2	3	4	5

b. La competencia es buena. Estimula a las personas a trabajar duro y a desarrollar nuevas ideas.	Ó	La competencia es mala. Saca lo peor de las personas.		
1	2	3	4	5

c. En México, las personas que quieren abrir un negocio que crezca mucho y que genere empleos y riqueza, usualmente tienen éxito.	Ó	En México, las personas que quieren abrir un negocio que crezca mucho y que genere empleos y riqueza, usualmente fracasan.		
1	2	3	4	5

d. En México, las personas que inventan cosas sí se benefician de sus inventos.	Ó	En México, las personas que inventan cosas no se benefician de sus inventos.		
1	2	3	4	5

e. Es mejor tener ingresos fijos y seguros sin importar el desempeño.	Ó	Es mejor tener ingresos variables en función del desempeño.		
1	2	3	4	5

**Drivers intrínsecos para el emprendimiento**

7. A continuación voy a mencionarle varias características de las personas. Para cada característica, por favor dígame si describe MÁS a una persona que trabaja como empleado para ganar un salario, o si describe MÁS a una persona dueña de su propio negocio que busca generar empleos y riqueza. (96. AMBOS 97. NINGUNO 98. NS 99. NC)

La persona...	Describe MÁS a un empleado asalariado... (1)	Describe MÁS al dueño de su propio negocio (2)
---------------	--	--

a. Es sociable			___
b. Confía en los demás			___
c. Es minuciosa en al trabajo			___
d. Se pone nerviosa fácilmente			___
e. Tiene una imaginación activa			___
f. Es criticaona			___
g. Es floja			___
h. Es relajada			___
i. Es reservada			___
j. Tiene pocos intereses artísticos			___
k. Es apasionada			___

8. Algunas personas comienzan un negocio para complementar sus ingresos o para sobrevivir. No esperan que su negocio crezca mucho ni esperan generar empleos ni riqueza. Otras personas comienzan un negocio esperando que crezca mucho y que genere empleos y riqueza.

8a. ¿Cuántas personas de su familia, amigos y comunidad tienen un negocio con el que esperan generar empleos y riqueza?

0.Ninguno 98.NS 99.NC \_\_\_

8b. **SIN CONSIDERAR AQUELLAS PERSONAS QUE TIENEN UN NEGOCIO PARA GENERAR EMPLEOS Y RIQUEZA**, ¿cuántas personas de su familia, amigos y comunidad tienen un negocio para complementar sus ingresos o para sobrevivir?

0.Ninguno 98.NS 99.NC \_\_\_

8c. ¿Usted tiene actualmente un negocio? \_\_\_

1. Sí 0.No (Pase a 9)  
98. NS 99. NC (Pase a 9)

8d. ¿Cuántos? \_\_\_\_\_

**(Encuestador: llenar la siguiente tabla según la cantidad de negocios que tenga el entrevistado y máximo 4)**

	8e.¿Cuál es el giro principal de su...?	8e.¿Considera que ese negocio es...? 1)Para generar empleos y riqueza o; 2)Para sobrevivir y/o complementar sus ingresos
Negocio uno	8e1 ___	8f1 ___
Negocio dos	8e2 ___	8f2 ___
Negocio tres	8e3 ___	8f3 ___
Negocio cuatro	8e4 ___	8f4 ___
Catálogo 8e 1) Comercializadora (Farmacia, papelería, tienda, supermercado, etc.) 2) Prestación de servicio (Lavandería, restaurante, autolavado, taller) 3) Industria de la transformación (Fábrica de dulces, mueblería, fundidora, maquiladora, etc.		

9. Ahora considere todas las personas que conoce, aunque sea solamente por la televisión, los periódicos o el Internet. ¿Hay alguien a quien admire por haber comenzado un negocio que haya crecido hasta generar muchos empleos y riqueza?

Sí, ¿Quién, dígame su nombre? \_\_\_\_\_

0. No      98. NS      99. NC

9a. ¿Esta persona es familiar o conocido suyo? \_\_\_\_\_

1. Sí      2. No

10. ¿Usted recuerda quiénes son las siguientes personas? (98. NS      99. NC)

	Sí (1)	No (2) Pase a siguiente		10.1 ¿Sabe qué empresa fundó?	
a. Steve Jobs			_____	Sí, ¿Cuál? 0. No	_____
b. Bill Gates			_____	Sí, ¿Cuál? 0. No	_____
c. Mark Zuckerberg			_____	Sí, ¿Cuál? 0. No	_____
d. Carlos Slim			_____	Sí, ¿Cuál? 0. No	_____
e. Enrique Coppel			_____	Sí, ¿Cuál? 0. No	_____
f. Blanca Trerviño			_____	Sí, ¿Cuál? 0. No	_____

**Percepciones sobre el éxito en el emprendimiento**

11. Por favor dígame **QUÉ TAN IMPORTANTE** es cada una de las siguientes situaciones para que una persona que comienza un negocio pueda hacerlo crecer y logre generar empleos y riqueza. (98. NS 99. NC)

	Nada (1)	Poco (2)	Algo (3)	Mucho (4)	
a. Tener una familia con mucho dinero					_____
b. Tener conocidos importantes					_____
c. Tener muy buena suerte					_____
d. Ser muy inteligente					_____
e. No darse por vencido fácilmente					_____
f. Ser ambicioso					_____
g. Tener ideas innovadoras					_____
h. Ser una persona ética					_____
i. Tener capacidad de liderazgo					_____
j. Tener crédito bancario					_____
k. Tomar cursos sobre emprendimiento					_____
l. Tener subsidios de programas del gobierno					_____

m. Tener conocimientos básicos sobre finanzas, contabilidad e impuestos					_____
n. Tener una carrera universitaria					_____
o. Saber cómo hacer un plan de negocios escrito					_____
p. Contar con un equipo de trabajo multidisciplinario					_____
q. Tener experiencia previa como dueño de algún otro negocio					_____
r. Tener un conocimiento del mercado de lo que se quiere vender					_____
s. Conocer otras personas dueñas de negocios					_____

**Percepciones sobre el éxito en el emprendimiento**

12. Imagine a unos padres de familia que están decidiendo si le pagan una carrera universitaria a su hijo para que trabaje en una empresa o si le ayudan a comenzar un negocio con buenas posibilidades de crecer y tener éxito. Los padres tienen que escoger UNA DE LAS OPCIONES. ¿Usted qué les recomendaría? \_\_\_\_\_

- Pagarle la carrera universitaria a su hijo
  - Ayudarle a su hijo a comenzar un negocio
- 98.NS      99.NC

13. ¿Cuánto cree que ganan aproximadamente al mes las personas que se dedican a las siguientes ocupaciones? (Encuestador: solicitar y anotar con número la cantidad exacta) (888,888. NS      999,999. NC)

- Maestro de preparatoria: \$ \_\_\_\_\_
- Médico: \$ \_\_\_\_\_
- Una persona como las que usted conoce que tienen un negocio propio: \$ \_\_\_\_\_

**Tendencia a emprender**

14. Imagine que obtiene un ingreso único y extraordinario de \$500,000.00 (quinientos mil pesos) ¿Cuánto de ese dinero dedicaría para comenzar un negocio; o si ya tiene uno, cuánto dedicaría a expandir el que ya tiene? (SI LA RESPUESTA ES A MENOR A MIL, VERIFIQUE LAS UNIDADES. ESCRIBA LA CANTIDAD EN PESOS)

\_\_\_\_\_

888, 888. NS      999,999. NC

**Cultura Financiera (Introducción)**  
**Autoevaluación de la cultura financiera**

Ahora voy a hacerle algunas preguntas con respecto al manejo de sus finanzas. No hay respuestas correctas ni incorrectas. Solamente nos interesa entender cómo es y actúa normalmente.

9. Ahora considere todas las personas que conoce, aunque sea solamente por la televisión, los periódicos o el Internet. ¿Hay alguien a quien admire por haber comenzado un negocio que haya crecido hasta generar muchos empleos y riqueza?

Sí, ¿Quién, dígame su nombre? \_\_\_\_\_

0. No      98. NS      99. NC

9a. ¿Esta persona es familiar o conocido suyo? \_\_\_\_\_

1. Sí      2. No

10. ¿Usted recuerda quiénes son las siguientes personas? (98. NS      99. NC)

	Sí (1)	No (2) Pase a siguiente		
a. Steve Jobs			10.1 ¿Sabe qué empresa fundó?	
			Sí, ¿Cuál?	
			0. No	
b. Bill Gates			Sí, ¿Cuál?	
			0. No	
c. Mark Zuckerberg			Sí, ¿Cuál?	
			0. No	
d. Carlos Slim			Sí, ¿Cuál?	
			0. No	
e. Enrique Coppel			Sí, ¿Cuál?	
			0. No	
f. Blanca Treviño			Sí, ¿Cuál?	
			0. No	

**Percepciones sobre el éxito en el emprendimiento**

11. Por favor dígame **QUÉ TAN IMPORTANTE** es cada una de las siguientes situaciones para que una persona que comienza un negocio pueda hacerlo crecer y logre generar empleos y riqueza. (98. NS 99. NC)

	Nada (1)	Poco (2)	Algo (3)	Mucho (4)
a. Tener una familia con mucho dinero				
b. Tener conocidos importantes				
c. Tener muy buena suerte				
d. Ser muy inteligente				
e. No darse por vencido fácilmente				
f. Ser ambicioso				
g. Tener ideas innovadoras				
h. Ser una persona ética				
i. Tener capacidad de liderazgo				
j. Tener crédito bancario				
k. Tomar cursos sobre emprendimiento				
l. Tener subsidios de programas del gobierno				

m. Tener conocimientos básicos sobre finanzas, contabilidad e impuestos				
n. Tener una carrera universitaria				
o. Saber cómo hacer un plan de negocios escrito				
p. Contar con un equipo de trabajo multidisciplinario				
q. Tener experiencia previa como dueño de algún otro negocio				
r. Tener un conocimiento del mercado de lo que se quiere vender				
s. Conocer otras personas dueñas de negocios				

**Percepciones sobre el éxito en el emprendimiento**

12. Imagine a unos padres de familia que están decidiendo si le pagan una carrera universitaria a su hijo para que trabaje en una empresa o si le ayudan a comenzar un negocio con buenas posibilidades de crecer y tener éxito. Los padres tienen que escoger UNA DE LAS OPCIONES. ¿Usted qué les recomendaría?

- Pagarle la carrera universitaria a su hijo
  - Ayudarle a su hijo a comenzar un negocio
- 98.NS      99.NC

13. ¿Cuánto cree que ganan aproximadamente al mes las personas que se dedican a las siguientes ocupaciones? (Encuestador: solicitar y anotar con número la cantidad exacta) (888,888. NS      999,999. NC)

- Maestro de preparatoria: \$ \_\_\_\_\_
- Médico: \$ \_\_\_\_\_
- Una persona como las que usted conoce que tienen un negocio propio: \$ \_\_\_\_\_

**Tendencia a emprender**

14. Imagine que obtiene un ingreso único y extraordinario de \$500,000.00 (quinientos mil pesos) ¿Cuánto de ese dinero dedicaría para comenzar un negocio; o si ya tiene uno, cuánto dedicaría a expandir el que ya tiene? (SI LA RESPUESTA ES A MENOR A MIL, VERIFIQUE LAS UNIDADES. ESCRIBA LA CANTIDAD EN PESOS)

\_\_\_\_\_

888,888. NS      999,999. NC

**Cultura Financiera (Introducción)**  
**Autoevaluación de la cultura financiera**

Ahora voy a hacerle algunas preguntas con respecto al manejo de sus finanzas. No hay respuestas correctas ni incorrectas. Solamente nos interesa entender cómo es y actúa normalmente.



22. Si usted fuera el dueño de una empresa con miras a crecer, generar empleos y riqueza, ¿qué tan dispuesto estaría a realizar las siguientes actividades? Muy dispuesto, algo dispuesto, poco dispuesto o nada dispuesto (98. NS 99.NC)

	Muy dispuesto (1)	Algo dispuesto (2)	Poco dispuesto (3)	Nada dispuesto (4)	
a. Pedir un crédito (préstamo) a un banco					_____
b. Pedir un préstamo a familiares o amigos					_____
c. Inscribir a todos sus empleados al Seguro Social					_____
d. Buscar socios que invirtieran en el negocio					_____
e. Pagar todos los impuestos					_____
f. Buscar socios internacionales					_____
g. Capacitar a sus empleados					_____
h. Invertir en innovación					_____

**Cultura financiera (Emprendimiento) Percepciones sobre emprendimiento**

23.- Ahora le voy a hacer algunas preguntas para entender si usted ha sido o es dueño de una empresa.

	Sí (1)	No (2)	
a. ¿Usted ha sido dueño o accionista mayoritario de alguna empresa?			_____
b. ¿Actualmente es dueño de más de la mitad de alguna empresa?			_____
c. ¿Actualmente es dueño de menos de la mitad de alguna empresa?			_____
d. ¿Tiene pensado iniciar una empresa propia en los próximos doce meses?			_____
e. ¿Tiene pensado invertir en alguna empresa en los próximos doce meses?			_____

**Rasgos personales y emprendimiento Big Five**

24.- Las siguientes expresiones pueden describir cómo es usted. Por favor dígame qué tan de acuerdo o en desacuerdo está con cada una de las siguientes frases. (ENTREGAR TARJETA "ACUERDO") (98. NS 99. NC)

Usted es una persona...	Totalmente en desacuerdo (1)	Algo en desacuerdo (2)	Ni en acuerdo ni en desacuerdo (NO LEER) (3)	Algo de acuerdo (4)	Totalmente de acuerdo (5)	
a. Sociable						_____
b. Que confía en los demás						_____
c. Minuciosa en el trabajo						_____
d. Que se pone nerviosa fácilmente						_____
e. Que tiene una imaginación activa						_____
f. Criticona						_____
g. Floja						_____
h. Relajada						_____
i. Reservada						_____
j. Que tiene pocos intereses artísticos						_____

**Habilidades cognitivas-Overclaiming**

25.- Las siguientes expresiones pueden describir cómo es usted. Por favor indíqueme qué tan de acuerdo o en desacuerdo está con cada una de las siguientes frases. (ENTREGAR TARJETA "ACUERDO") (98. NS 99.NC)

Usted es una persona...	Totalmente en desacuerdo (1)	Algo en desacuerdo (2)	Ni en acuerdo ni en desacuerdo (NO LEER) (3)	Algo de acuerdo (4)	Totalmente de acuerdo (5)	
a. Usted es considerado(a) excepcionalmente inteligente						_____
b. Usted es considerado(a) una persona muy estudiosa						_____
c. Usted es considerado(a) una persona extremadamente talentosa para las cosas académicas						_____
d. Sus calificaciones en la escuela eran las más altas						_____

**Proactividad**

26.- Las siguientes expresiones pueden describir cómo es usted. Por favor dígame qué tan de acuerdo o en desacuerdo está con cada una de las siguientes frases. (ENTREGAR TARJETA "ACUERDO") (98. NS 99.NC)

	Totalmente en desacuerdo (1)	Algo en desacuerdo (2)	Ni en acuerdo ni en desacuerdo (NO LEER) (3)	Algo de acuerdo (4)	Totalmente de acuerdo (5)	
a. Nada es más emocionante que ver que mis ideas se hacen realidad						LL
b. Si creo en algo, haré que suceda sin importar qué tan poco probable sea						LL
c. Siempre busco mejores maneras de hacer las cosas						LL
d. Si creo en una idea, ningún obstáculo impide que la realice						LL
e. Puedo ver una buena oportunidad antes de que otros se den cuenta						LL

**Grit**

27.- Las siguientes expresiones pueden describir cómo es usted. Por favor dígame qué tanto lo describe cada una de las siguientes frases. (98. NS 99.NC)

	Totalmente en desacuerdo (1)	Algo en desacuerdo (2)	Ni en acuerdo ni en desacuerdo (NO LEER) (3)	Algo de acuerdo (4)	Totalmente de acuerdo (5)	
a. Se obsesiona con una idea o una meta, pero más tarde pierde el interés						LL
b. Los problemas inesperados lo(a) desaniman						LL
c. Le resulta difícil cumplir con metas cuando requieren de varios meses						LL
d. Es usted una persona que se esmera						LL
e. Frecuentemente se pone una meta pero después decide perseguir una meta diferente						LL
f. Nuevas ideas o metas lo(a) distraen de las que ya tenía establecidas						LL
g. Usted termina todo lo que empieza						LL
h. Es una persona que trabaja duro						LL

**Growth Mindset**

28.- Las siguientes expresiones pueden describir cómo es usted. Por favor dígame qué tan de acuerdo o en desacuerdo está con cada una de las siguientes frases. (ENTREGAR TARJETA "ACUERDO") (98. NS 99.NC)

	Totalmente en desacuerdo (1)	Algo en desacuerdo (2)	Ni en acuerdo ni en desacuerdo (NO LEER) (3)	Algo de acuerdo (4)	Totalmente de acuerdo (5)	
a. La inteligencia es algo con lo que se nace y no se puede cambiar						LL
b. Puedes aprender cosas nuevas, pero no puedes cambiar tu nivel de inteligencia						LL
c. Mi trabajo me gusta más cuando me hace pensar mucho						LL
d. Mi trabajo me gusta más cuando puedo realizarlo sin mucha dificultad						LL
e. Me gusta el trabajo que me permite aprender cosas nuevas, incluso si cometo errores						LL
f. Me gusta el trabajo que puedo realizar sin errores						LL
g. Cuando algo es difícil, me motiva a trabajar más en ello, no menos						LL
h. Cuando trabajo mucho me hace pensar que no soy muy listo						LL

**Locus de control**

29.- En una escala del 1 al 7, donde 1 es totalmente en desacuerdo y 7 es totalmente de acuerdo, por favor dígame qué tan de acuerdo o en desacuerdo está con las siguientes frases. (ENTREGAR TARJETA CON ESCALA DEL 1 AL 7) (98. NS 99. NC) (CODIFICAR DIRECTO)

a. Lo que pasa en mi vida depende de mí	LL
b. Uno debe de trabajar duro para conseguir el éxito	LL
c. Si una persona es social o políticamente activa, puede tener un efecto en las condiciones sociales	LL
d. Si me encuentro con dificultades en la vida, dudo de mis habilidades constantemente	LL
e. En comparación con otras personas, no he conseguido lo que merezco	LL
f. Lo que una persona consiga en la vida depende, en su mayor parte, del destino o de la suerte	LL
g. Siento que otras personas tienen una influencia y control sobre mi vida	LL
h. Las oportunidades que tengo en la vida dependen de las condiciones sociales	LL
i. Las habilidades natas de las personas son más importantes que cualquier esfuerzo que uno pueda llevar a cabo	LL
j. Tengo poco control sobre las cosas que pasan en mi vida	LL

**Ambiente de negocios**

30.- ¿Cuál es el principal obstáculo que enfrenta una persona para abrir un negocio que crezca, genere empleos y riqueza? (MOSTRAR TARJETA P30)

\_\_\_\_\_

98. NS                      99. NC

31. ¿Cuál considera que es la principal causa por la que las empresas en México no logran crecer, ni generar empleos y riqueza? (MOSTRAR TARJETA P31)

\_\_\_\_\_

98. NS                      99. NC

32.- A continuación le mencionaré algunas personas e instituciones. En una escala del 1 al 4 dónde 1 es “nada” y 4 es “mucho”, por favor indíqueme qué tan importante es cada una para que un negocio crezca y genere empleos y riqueza.

\_\_\_\_\_

98. NS                      99. NC

	Nada (1)	Poco (2)	Algo (3)	Mucho (4)	
a. El gobierno de la República					<input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>
b. Universidades					<input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>
c. Asociaciones de empresarios					<input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>
d. Inversionistas individuales					<input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>
e. La familia					<input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>
f. Bancos					<input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>
g. Asesores especializados en emprendimiento					<input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>

33. ¿Considera que el gobierno debería apoyar a las personas que buscan crear una empresa para que crezca, genere empleos y riqueza?

1. Sí    2. No (pase a p.35)    98. NS (pase a p.35)    99. NC (pase a p.35)   

34. ¿Qué apoyos debería brindar el gobierno a personas que buscan crear una empresa para que crezca, genere empleos y riqueza? Puede escoger hasta tres (MOSTRAR TARJETA P34) (CODIFICAR DIRECTO)

- 1. El gobierno debería invertir en esas empresas
- 2. El gobierno debería ofrecer créditos baratos
- 3. El gobierno debería comprar los productos de las nuevas empresas o contratar sus servicios
- 4. El gobierno debería ofrecer exenciones en el pago de impuestos a estas personas
- 5. El gobierno debería brindar asesoría y capacitación
- 6. Otra. ¿Cuál? \_\_\_\_\_
- 7. Ninguno

98. NS    99. NC

**Sociodemográfico**

35. ¿Cuál es su estado civil?

- 1. Casado (a)                      2. Soltero (a)                      3. Viudo (a)
- 4. Divorciado (a)                      5. Unión libre                      98. NS                      99. NC

36. ¿Tiene hijos?

- 1. Sí                      2. No (pase a p.38)

37. ¿Cuántos?

- 98. NS                      99. NC \_\_\_\_\_

38. ¿Qué tan satisfecho está con la situación económica de su hogar?

- 1. Nada satisfecho
- 2. Poco satisfecho
- 3. Algo satisfecho
- 4. Completamente satisfecho
- 98. NS
- 99. NC

39. ¿Actualmente trabaja?

- 1. Sí                      2. No (pase a p.41)

40. ¿Cuántas horas trabaja a la semana?

- 1. Tiempo completo (30 horas a la semana o más) (pase a p.42)
- 2. Medio tiempo (menos de 30 horas a la semana) (pase a p.42)
- 3. Trabaja por su cuenta (varía el tiempo). (pase a p.42)
- 98. NS (pase a p.42)
- 99. NC (pase a p.42)

41. ¿A qué se dedica principalmente?

- 1. Jubilado/pensionado
- 2. Ama de casa que no tiene otro empleo
- 3. Estudiante
- 4. Desempleado
- 5. Otro. ¿Cuál? \_\_\_\_\_
- 98. NS
- 99. NC

42. ¿Cuál es o era su profesión u ocupación habitual? (MOSTRAR TARJETA PROFESIÓN)

- 1. Patrón /gerente en establecimiento c/10 o más empleados
- 2. Patrón/gerente en establecimiento menos 10 empleado
- 3. Trabajador profesional (abogado, contador, maestro, etc.)
- 4. Trabajo de oficina, supervisor de otros
- 5. Trabajador de oficina, bajo supervisión
- 6. Capataz/supervisor
- 7. Trabajador manual especializado
- 8. Trabajador manual semi-especializado
- 9. Trabajador manual no especializado
- 10. Granjero/Ejidatario
- 11. Campesino/Jornalero
- 12. Miembro fuerzas armadas /personal de seguridad
- 13. Otro\_ ¿Cuál? \_\_\_\_\_
- 14. Nunca ha tenido un trabajo
- 98. NS
- 99. NC

43. ¿Es usted la persona que más ingreso percibe en su casa?

- 1. Sí                      2. No                      98. NS                      99. NC

44. La persona que más ingreso suele percibe en su casa, ¿actualmente trabaja?

- 1. Sí                      2. No                      98. NS                      99. NC

¿Cuál fue el último grado escolar que aprobó...?

45a. Usted	
45b. Su padre	
45c. Su madre	

1. Ninguno
2. Primaria incompleta
3. Primaria completa
4. Secundaria incompleta
5. Secundaria completa
6. Carrera comercial
7. Carrera técnica
8. Preparatoria incompleta
9. Preparatoria completa
10. Licenciatura incompleta
11. Licenciatura completa
12. Diplomado o Maestría
13. Doctorado
98. NS 99. NC

46. ¿Cuál es el promedio de calificación en su último grado de estudios? (ESCRIBIR EL PROMEDIO CON UNA SOLA DÉCIMA. EJEMPLO: 8.9) \_\_\_\_\_  
98. NS 99. NC

#### AMAI

47. ¿Cuál es el total de cuartos, piezas o habitaciones con el que cuenta su hogar? Por favor no incluya baños, medios baños, pasillos, patios y zotehuelas.

- |                |          |         |       |
|----------------|----------|---------|-------|
| 1. Uno         | 2. Dos   | 3. Tres |       |
| 4. Cuatro      | 5. Cinco | 6. Seis |       |
| 7. Siete o más | 98. NS   | 99. NC  | _____ |

48. ¿Cuántos baños completos con regadera y W.C. (excusado) hay para uso exclusivo de los integrantes de su hogar?

- |                |          |         |       |
|----------------|----------|---------|-------|
| 1. Uno         | 2. Dos   | 3. Tres |       |
| 4. Cuatro      | 5. Cinco | 6. Seis |       |
| 7. Siete o más | 98. NS   | 99. NC  | _____ |

49. ¿Su hogar cuenta con regadera funcionado en alguno de los baños?

- |             |             |       |
|-------------|-------------|-------|
| 0. No tiene | 1. Sí tiene |       |
| 98. NS      | 99. NC      | _____ |

50. Contando todos los focos que utiliza para iluminar su hogar, incluyendo los de techos, paredes y lámparas de buró o piso, ¿cuántos focos tiene su vivienda?

- |          |             |          |       |
|----------|-------------|----------|-------|
| 1. 0-5   | 2. 6-10     | 3. 11-15 |       |
| 4. 16-20 | 5. 21 o más |          |       |
| 98. NS   | 99. NC      |          | _____ |

51. ¿El piso de su hogar es predominantemente de tierra, de cemento o de algún otro tipo de acabado?

1. Tierra o cemento (firme de)
2. Otro tipo de material o acabo
98. NS 99. NC \_\_\_\_\_

52. ¿Cuántos automóviles propios, excluyendo taxis, tiene en su hogar?

- |            |               |       |
|------------|---------------|-------|
| 0. Ninguno | 1. Uno        |       |
| 2. Dos     | 3. Tres o más |       |
| 98. NS     | 99. NC        | _____ |

53. ¿En su hogar cuentan con estufa de gas o eléctrica?

- |             |             |       |
|-------------|-------------|-------|
| 0. No tiene | 1. Sí tiene |       |
| 98. NS      | 99. NC      | _____ |

54. Pensando en la persona que aporta la mayor parte del ingreso a su hogar, ¿cuál fue el último grado escolar que completó? (espere respuesta, y pregunte) (reclasificar en caso necesario).

1. No estudió
2. Primaria incompleta
3. Primaria completa
4. Secundaria incompleta
5. Secundaria completa
6. Carrera comercial
7. Carrera técnica
8. Preparatoria incompleta
9. Preparatoria completa
10. Licenciatura incompleta
11. Licenciatura completa
12. Diplomado o Maestría
13. Doctorado
98. NS
99. NC \_\_\_\_\_

Es todo, le agradecemos mucho su tiempo y disposición para contestar esta encuesta de la UNAM.

Término: Hrs: \_\_\_\_\_ Min: \_\_\_\_\_

Dirección de aplicación (anotar sin preguntar): \_\_\_\_\_

CODIFICADOR: \_\_\_\_\_ CAPTURISTA: \_\_\_\_\_

## ANEXO 2

### ÍNDICE DE CULTURA FINANCIERA

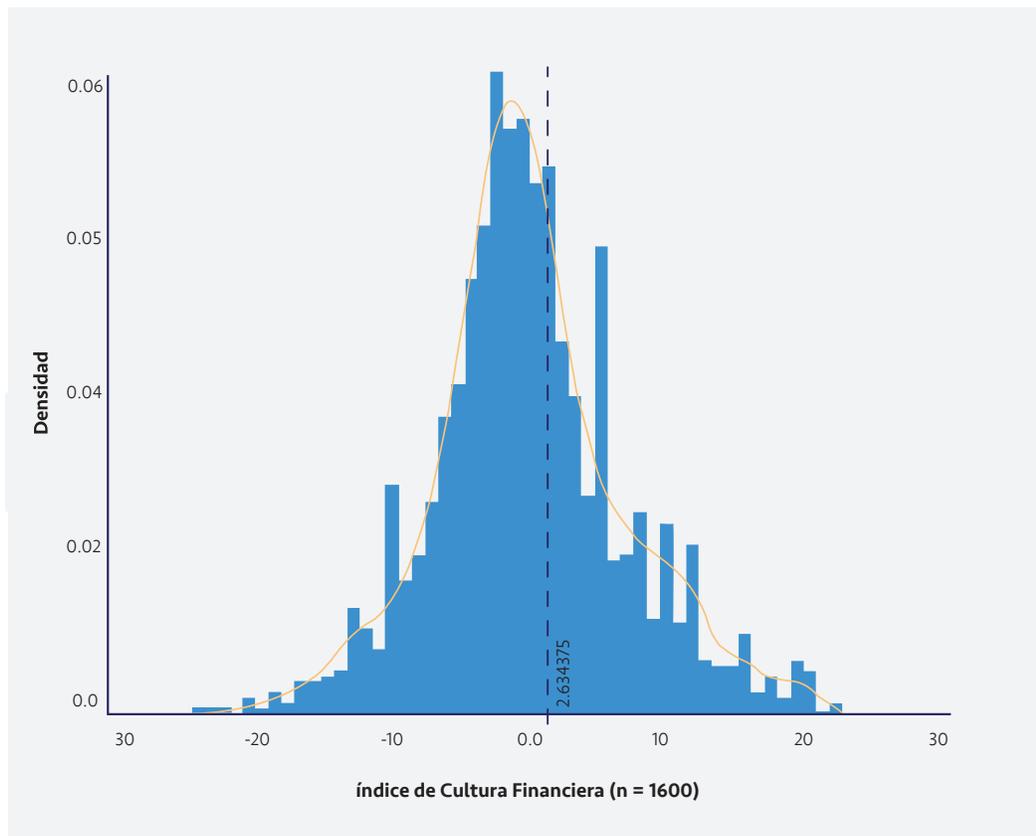
El cálculo del índice de cultura financiera se llevó a cabo teniendo en cuenta la valoración de los catorce ítems que se enlistan a continuación:

- 1.** Desde hoy ya tiene planeados sus gastos para los siguientes seis meses
- 2.** Lleva registros escritos de sus gastos y de sus ingresos
- 3.** Antes de comprar algo, compara precios entre marcas y entre tiendas
- 4.** Puede resistirse a comprar algo bonito y barato si NO lo necesita
- 5.** Sabe esperar pacientemente a que las inversiones rindan frutos
- 6.** Está bien preparado(a) para manejar su dinero y sus finanzas
- 7.** Piensa frecuentemente en ahorrar para el futuro lejano, en 10 años o más
- 8.** Nunca sabe cuánto dinero trae consigo ni cuánto tiene en su cuenta bancaria
- 9.** Cuando encuentra algo que verdaderamente le gusta, lo compra sin perder tiempo buscándolo a un mejor precio
- 10.** Nunca sabe cuánto dinero gastara el próximo mes
- 11.** Prefiere tener algo en el presente, en lugar de la promesa de algo mejor, pero en el futuro
- 12.** Frecuentemente se arrepiente de comprar cosas porque se da cuenta que no las necesita
- 13.** No tiene un plan sobre cómo le hará para vivir en el futuro lejano, en 10 años o mas
- 14.** Necesita ayuda para manejar sus finanzas

Cada uno de estos ítems fue evaluado con una escala de 1 a 5; en donde por medio de la calificación de “1” el encuestado manifestaba que el enunciado “no lo describía para nada” y por medio de la calificación de “5” el encuestado manifestaba que el enunciado “lo describía totalmente”. Con base en la sumatoria de los valores obtenidos se definió la propuesta del índice de cultura financiera que se presenta a continuación:

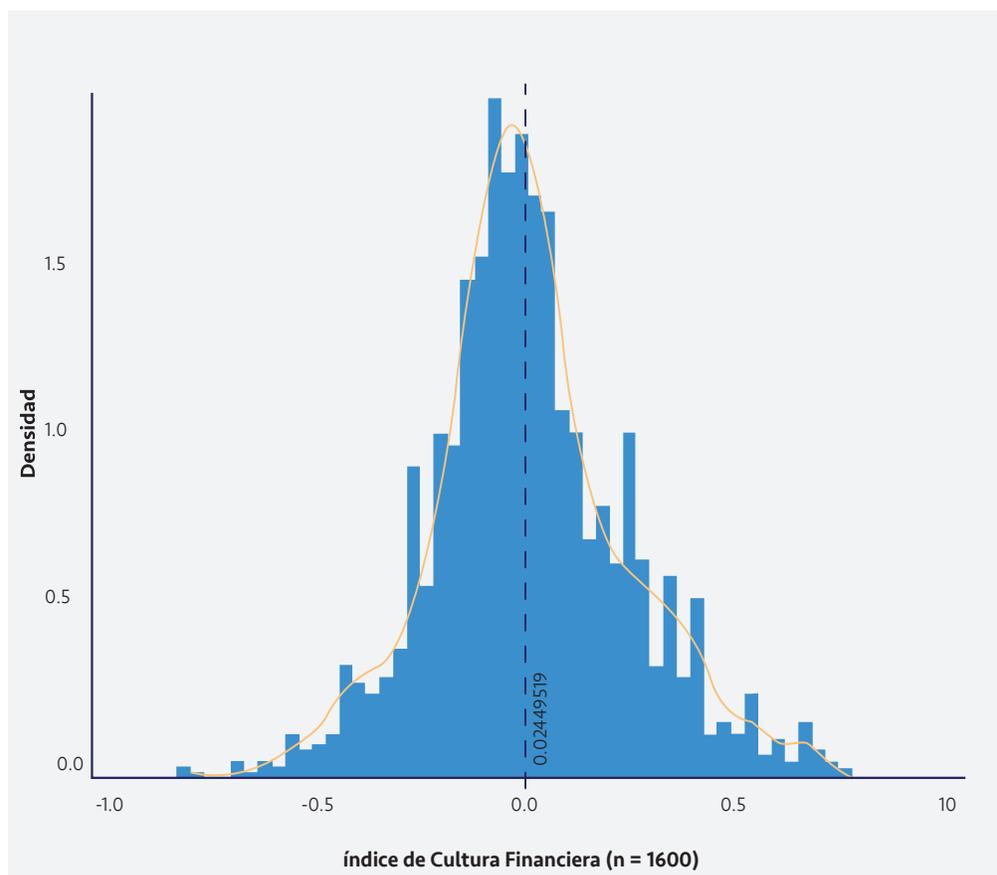
Para el cálculo del índice los incisos del 1 al 7 fueron sumados con valores positivos y los ítems del 8 al 14 fueron sumados con valores negativos. Posteriormente estos valores fueron estandarizados para que los valores del índice estuvieran comprendidos en un rango entre -1 y 1 (Ver Figuras A2.1 y A2.2).

Como resultado de este tratamiento se obtuvo la distribución de frecuencias que se presenta en las figuras A1 y A2. En estas figuras, las actitudes y comportamientos de los que depende una sana cultura financiera a nivel de los individuos se ubican del centro de la gráfica hacia el costado derecho; y las actitudes y comportamientos disruptivos de una sana cultura financiera se ubican del centro hacia el costado izquierdo de la gráfica.

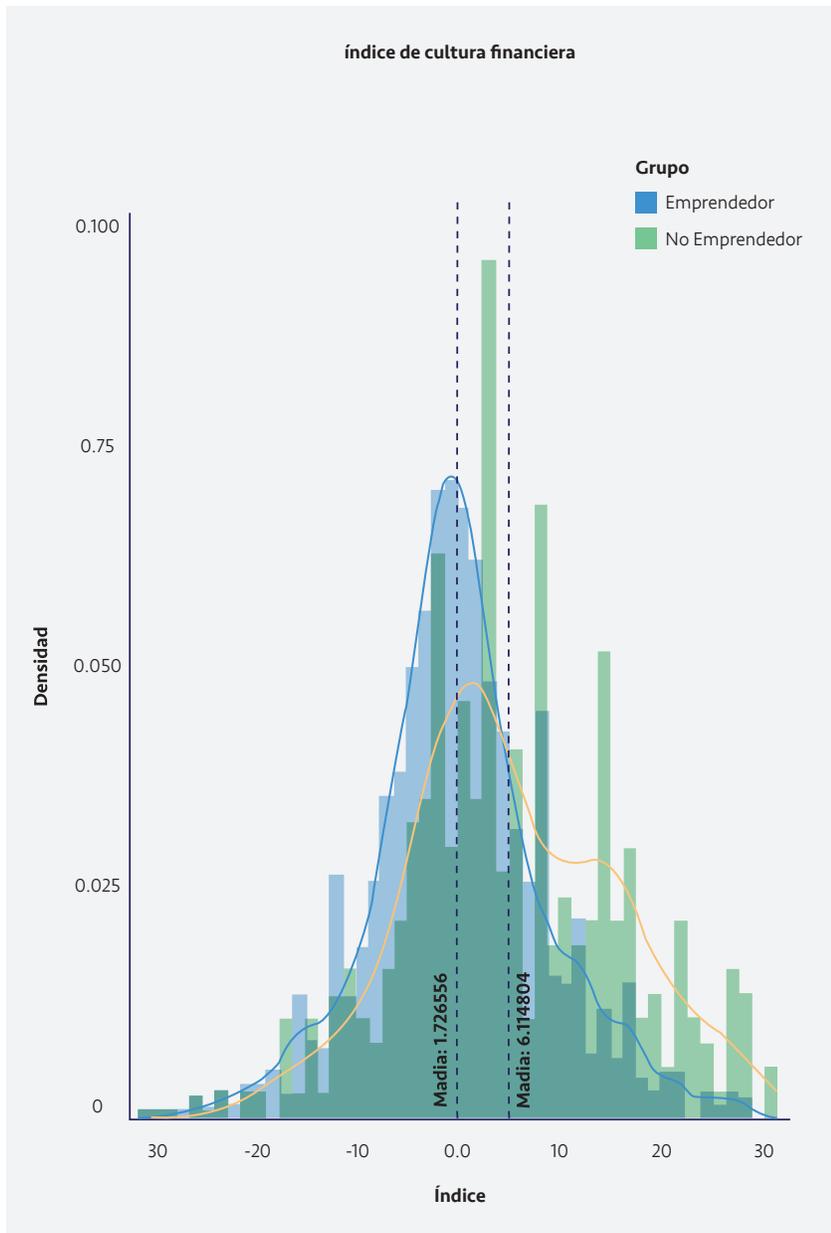


**Figura A2.1** Distribución de frecuencias de las respuestas de los catorce ítems evaluados para el análisis del índice de cultura financiera. Elaboración propia con base en el análisis de los resultados de la encuesta “La Cultura de Emprendimiento en México” (CEOP / FCPyS / UNAM; Secretaría de Economía y Banco Santander, 2017).

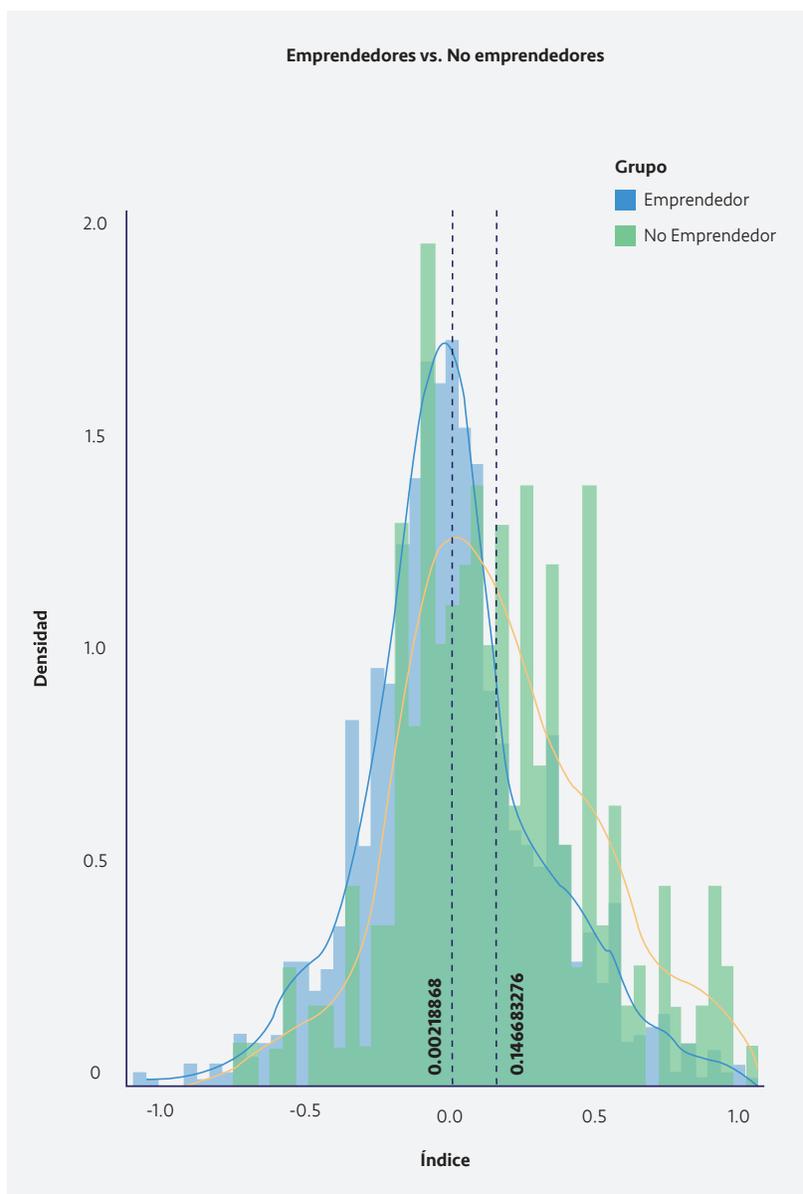
Posteriormente, para conocer si había diferencia entre las respuestas obtenidas de emprendedores y no emprendedores para los ítems que conforman el índice de cultura financiera, se agruparon las respuestas usando como criterio de clasificación la variable “identificación del emprendedor”. A continuación se presentan en la **figura A2.3** la distribución de frecuencias de las respuestas obtenidas para emprendedores y no emprendedores; y en la **figura A2.4** las respuestas estandarizadas. En ambos casos se hace evidente la existencia de una diferencia estadística significativa entre la cultura financiera de los emprendedores y la cultura financiera de los no emprendedores encuestados en este estudio (**Ver Figuras A2.3 y A2.4**).



**Figura A2.2** Distribución de frecuencias estandarizadas del índice de cultura financiera. Elaboración propia con base en el análisis de los resultados de la encuesta “La Cultura de Emprendimiento en México” (CEOP / FCPyS / UNAM; Secretaría de Economía y Banco Santander, 2017).



**Figura A2.3** Distribución de frecuencias de las respuestas de los catorce ítems evaluados para el análisis del índice de cultura financiera, teniendo en cuenta la agrupación de las respuestas de emprendedores y no emprendedores. Elaboración propia con base en el análisis de los resultados de la encuesta “La Cultura de Emprendimiento en México” (CEOP / FCPyS / UNAM; Secretaría de Economía y Banco Santander, 2017).



**Figura A2.4** Distribución de frecuencias estandarizadas del índice de cultura financiera, teniendo en cuenta la agrupación de las respuestas de emprendedores y no emprendedores. Elaboración propia con base en el análisis de los resultados de la encuesta “La Cultura de Emprendimiento en México” (CEOP / FCPyS / UNAM; Secretaría de Economía y Banco Santander, 2017).

## ANEXO 3

# METODOLOGÍA PARA LA ELABORACIÓN DEL ÍNDICE DE CULTURA DE EMPRENDIMIENTO EN MÉXICO (ÍNDICE ICEM)

El cuestionario diseñado para evaluar la cultura de emprendimiento en México está integrado por cinco constructos, indicadores, o variables latentes, que se analizaron a través de 199 variables directas. Estos cinco constructos son: cultura de emprendimiento, percepción del ecosistema emprendedor, trayectoria, conocimiento y personalidad.

Para la evaluación de estos constructos la población encuestada se clasificó en emprendedores y no emprendedores, teniendo en cuenta que un emprendedor es una persona que tenía un negocio propio en el momento de la aplicación de la encuesta.

Con base en esta clasificación se construyó la variable “Identificación del emprendedor”, para la cual se analizaron aquellos elementos que caracterizaban la cultura emprendedora de los mexicanos en el año 2017. Este análisis se llevó a cabo por medio de las pruebas estadísticas que se exponen a continuación:

### Metodología

#### 1. Diferencia de proporciones:

Para determinar la existencia de diferencias significativas entre las respuestas de Emprendedores y No Emprendedores en la encuesta se corrió una prueba estadística de diferencia de proporciones, teniendo en cuenta el peso de cada categoría de respuesta en la muestra.

#### 2. Bosques de Clasificación Aleatorios:

Posteriormente, para identificar cuáles eran las variables que determinaban las diferencias identificadas entre las respuestas de Emprendedores y No Emprendedores, así como la importancia de cada una de ellas para esta clasificación, se llevó a cabo un análisis de Bosques de Clasificación Aleatorios.

De acuerdo con Joaquín – Amat (2017), los Bosques de Clasificación Aleatorios son métodos predictivos basados en la regresión lineal o polinómica, que generan modelos globales en los que una única ecuación se aplica a todo el espacio muestral.

Cuando el estudio implica múltiples predictores, que interaccionan entre ellos de forma compleja y no lineal, es difícil encontrar un modelo global que sea capaz de reflejar la relación entre las variables. Sin embargo, existen métodos de ajuste no lineal (como step functions, splines) que combinan múltiples funciones y que realizan ajustes locales, que permiten hacer las predicciones requeridas, pero que suelen ser difíciles de interpretar.

Los métodos estadísticos basados en árboles engloban un conjunto de técnicas supervisadas no paramétricas que consiguen segmentar el espacio de los predictores en regiones simples, dentro de las cuales es más sencillo manejar las interacciones. Los árboles de clasificación son un subtipo de árboles que trabaja con variables respuesta tanto cualitativas como cuantitativas; y por esta razón constituyen el modelo seleccionado para llevar a cabo el análisis de la encuesta.

## 2.1 Método de selección de variables:

Para llevar a cabo el análisis de los Bosques de Clasificación Aleatorios se debe comenzar por seleccionar un método de selección de las variables a analizar. El objetivo de este procedimiento es asignar pesos determinados a las variables que aportan información para la clasificación de los individuos. Y así corroborar cuáles de las variables estudiadas son realmente relevantes para la clasificación y la predicción deseada.

Las pruebas de Mean Decrease Accuracy (MDA) (Precisión Decreciente de la Media) y Mean Decrease Gini (MDG) (Media Decreciente del indicador Gini) son dos de los métodos de selección de variables que se pueden emplear para el análisis de los Bosques de Clasificación Aleatorios.

### 2.1.1 Mean Decrease Gini (MDG)

Una manera de estimar la importancia de las variables en el modelo de Bosques Aleatorios es utilizando el criterio de Gini. Este consiste en seleccionar la variable que define cada partición en la construcción de los árboles y en llevar a cabo la estimación de la pureza de clasificación del criterio empleado por medio de la asignación del valor de Gini correspondiente.

La importancia de una variable en un árbol se mide como la suma de los decrementos atribuidos a esa variable; y la importancia final de la variable en el bosque como la media de dicha variable en todos los árboles.

### 2.1.2 Mean Decrease Accuracy (MDA)

Otra manera de estimar la importancia de las variables en el modelo de Bosques Aleatorios es el método de Mean Decrease Accuracy (MDA) que se lleva a cabo por medio de un Bootstrap, que es una técnica que permite poner a prueba, o entrenar, cada árbol de clasificación que se agregará al bosque a analizar.

El funcionamiento de esta técnica es la siguiente: primero se seleccionan los casos de la muestra que servirán posteriormente como casos de control. A este conjunto de casos se les llama Out-Of-Bag (OOB). Como resultado de esta selección se obtienen dos conjuntos de datos: **1)** Los datos OOB y **2)** Los datos de entrenamiento, que serán los datos probados.

Una vez realizado este ejercicio se toma una variable al azar de los datos de OOB y se permutan sus valores dentro de los datos de entrenamiento, ocasionando que dicha variable descorrelacione lo aprendido por el modelo.

Luego se calcula el error OOB y se compara con el error de la permutación. Si el error cambia, se corrobora que la variable analizada es importante para la clasificación esperada. Este proceso se repite con todas las variables y los resultados se ordenan de acuerdo a los cambios que produjeron cada una de ellas en los errores OOB iniciales.

El resultado final de este análisis permite estimar el error insesgado de clasificación y utilizar los OOB para hacer una estimación de la importancia de las variables.

Para el presente estudio, el método de Mean Decrease Accuracy (MDA) fue el método empleado para llevar a cabo la selección de variables para el análisis de Bosques de Clasificación Aleatorios.

## Resultados

### 1. Diferencias significativas

La prueba de diferencia de proporciones cruzó la variable de identificación de los emprendedores con las demás variables a analizar. Como resultado demostró la existencia de una diferencia significativa entre las respuestas obtenidas de emprendedores y no emprendedores para las variables con  $p\text{-value} \leq 0.05$ .

Además de estas variables enlistadas, en los análisis posteriores se incluyeron también las siguientes variables de control:

- ¿Actualmente trabaja?
- Sexo
- Edad
- Nivel educativo
- Nivel socioeconómico (AMII)

**Tabla A3.1.** Valores de la prueba de diferencia de proporciones (*p-value*) para cada una de las variables de la encuesta del estudio “La Cultura de Emprendimiento en México” (CEOP/FCPyS/UNAM; Secretaría de Economía y Banco Santander, 2017).

<b>Variable</b>	<b>P-Value</b>
¿Usted tiene actualmente un negocio?	
¿Actualmente es dueño de más de la mitad de alguna empresa?	0.000000e+00
¿Usted ha sido dueño o accionista mayoritario de alguna empresa?	1.070967e-60
¿Qué tan bien preparado esta para manejar las finanzas de un negocio?	6.746316e-44
Si usted fuera el dueño de una empresa con miras a crecer, generar empleos y riqueza, ¿Qué tan dispuesto estaría a realizar la siguiente actividad? (Pedir un préstamo a familiares o amigos)	1.293548e-23
¿Cuántas personas de sus conocidos tienen un negocio para complementar sus ingresos o para sobrevivir?	1.716203e-23
¿Tiene pensado invertir en alguna empresa en los próximos doce meses?	2.578627e-21
¿Actualmente es dueño de menos de la mitad de alguna empresa?	1.293237e-15
¿Qué tan bien preparado esta para manejar las finanzas de un negocio con miras a que crezca y genere riqueza?	8.597060e-15
Por favor dígame qué tan de acuerdo o en desacuerdo está con las frases que definen el siguiente criterio (Proactividad)	1.258052e-12
¿Cuántas personas de sus conocidos tienen un negocio esperando que crezca y genere empleos y riqueza?	6.145526e-12
Por favor dígame qué tan de acuerdo o en desacuerdo está con las frases que definen el siguiente criterio (Conciencia / Big Five)	4.223468e-11
Grit / Coraje y determinación	1.734862e-11
¿Tiene pensado iniciar una empresa propia en los próximos doce meses?	1.013576e-11

Variable	P-Value
¿Qué tan bien preparado esta para manejar sus finanzas personales?	5.678459e-08
Edad	4.519150e-07
¿Hay alguien a quien admire por haber comenzado un negocio que haya crecido hasta generar empleos y riqueza?	1.172713e-06
Por favor dígame qué tan de acuerdo o en desacuerdo está con las frases que definen el siguiente criterio (Neuroticismo / Equilibrio emocional)	1.968397e-06
¿Qué tan bien preparado esta para manejar las finanzas de su hogar?	2.329757e-06
¿Usted recuerda quien es Carlos Slim?	3.073403e-06
¿Qué tan importante es la situación que menciono a continuación para que una persona que comienza un negocio pueda hacerlo crecer y logre generar empleos y riqueza?(Tener un conocimiento del mercado de lo que se quiere vender)	3.513707e-06
¿Actualmente es dueño de menos de la mitad de alguna empresa?	1.293237e-15
¿Qué tan bien preparado esta para manejar las finanzas de un negocio con miras a que crezca y genere riqueza?	8.597060e-15
¿Qué tan importante es la situación que menciono a continuación para que una persona que comienza un negocio pueda hacerlo crecer y logre generar empleos y riqueza? (No darse por vencido fácilmente)	1.329598e-05
Por favor dígame qué tan de acuerdo o en desacuerdo está con las frases que definen el siguiente criterio (Apertura)	4.477237e-05
¿Alguien le explicó qué cosas debería hacer para empezar un negocio?	1.224064e-04
¿Qué tan importante es la situación que menciono a continuación para que una persona que comienza un negocio pueda hacerlo crecer y logre generar empleos y riqueza? (Ser una persona ética)	3.295567e-04
¿Qué tan importante es la situación que menciono a continuación para que una persona que comienza un negocio pueda hacerlo crecer y logre generar empleos y riqueza? (Tener una familia con mucho dinero)	5.794541e-04

Variable	P-Value
¿Usted recuerda quien es Bill Gates?	1.736791e-04
¿Qué tan importante es la situación que menciono a continuación para que una persona que comienza un negocio pueda hacerlo crecer y logre generar empleos y riqueza? (Conocer otras personas dueñas de negocios)	4.519150e-07
Por favor dígame qué tan de acuerdo o en desacuerdo está con las frases que definen el siguiente criterio (Agradabilidad / Amabilidad)	1.172713e-06
Si usted fuera el dueño de una empresa con miras a crecer, generar empleos y riqueza, ¿Qué tan dispuesto estaría a realizar la siguiente actividad? (Buscar socios internacionales)	1.968397e-06
¿Qué tan importante es la situación que menciono a continuación para que una persona que comienza un negocio pueda hacerlo crecer y logre generar empleos y riqueza? (Tener una carrera universitaria)	2.329757e-06
Si usted fuera el dueño de una empresa con miras a crecer, generar empleos y riqueza, ¿Qué tan dispuesto estaría a realizar la siguiente actividad? (Pagar todos los impuestos)	2.854081e-03
Sexo	3.138502e-03
¿Qué tan importante es la situación que menciono a continuación para que una persona que comienza un negocio pueda hacerlo crecer y logre generar empleos y riqueza? (Tener capacidad de liderazgo)	3.224498e-03
¿Está usted de acuerdo, con la siguiente afirmación: “La competencia es buena. Estimula a las personas a trabajar duro y a desarrollar nuevas ideas”; o cree que “La competencia es mala. Saca lo peor de las personas”	7.105997e-03

Variable	P-Value
Por favor dígame qué tan de acuerdo o en desacuerdo está con las frases que definen el siguiente criterio (Habilidades cognitivas)	7.899347e-03
¿Qué tan importante es la situación que menciono a continuación para que una persona que comienza un negocio pueda hacerlo crecer y logre generar empleos y riqueza? (Ser muy inteligente definen el siguiente criterio (Apertura)	7.899347e-03
Si usted fuera el dueño de una empresa con miras a crecer, generar empleos y riqueza, ¿Qué tan dispuesto estaría a realizar la siguiente actividad? (Buscar socios que invirtie- ran en el negocio)	8.595483e-03
¿Qué tan importante es la situación que menciono a continuación para que una persona que comienza un negocio pueda hacerlo crecer y logre generar empleos y riqueza? (Tener conocidos importantes)	9.517054e-03
¿Qué tan importante es la situación que menciono a continuación para que una persona que comienza un negocio pueda hacerlo crecer y logre generar empleos y riqueza? (Tener conocimientos básicos sobre finanzas, contabilidad e impuestos)	9.747635e-03
¿Usted recuerda quien es Enrique Coppel?	1.170468e-02
Si usted fuera el dueño de una empresa con miras a crecer, generar empleos y riqueza, ¿Qué tan dispuesto estaría a realizar la siguiente actividad? (Inscribir a todos sus empleados al Seguro Social)	1.350685e-02
Si usted fuera el dueño de una empresa con miras a crecer, generar empleos y riqueza, ¿Qué tan dispuesto estaría a realizar la siguiente actividad? (Invertir en innovación)	1.500483e-02

Variable	P-Value
¿Qué tan importante es la situación que menciono a continuación para que una persona que comienza un negocio pueda hacerlo crecer y logre generar empleos y riqueza? (Ser ambicioso)	1.771579e-02
Si usted fuera el dueño de una empresa con miras a crecer, generar empleos y riqueza, ¿Qué tan dispuesto estaría a realizar la siguiente actividad? (Pagar todos los impuestos)	1.777903e-02
¿Qué tan importante es la situación que menciono a continuación para que una persona que comienza un negocio pueda hacerlo crecer y logre generar empleos y riqueza? (Tener ideas innovadoras)	2.193174e-02
¿Considera usted que los padres de familia hablan suficiente con sus hijos sobre como empezar un negocio?	2.221588e-02
¿Qué tan importante es la situación que menciono a continuación para que una persona que comienza un negocio pueda hacerlo crecer y logre generar empleos y riqueza? (Tener experiencia previa como dueño de algún otro negocio)	2.854081e-03
Está usted de acuerdo con la siguiente afirmación: “Debería haber mayor igualdad de ingresos sin importar el esfuerzo individual”; o cree que “Debería haber mayores diferencias de ingreso como incentivos al esfuerzo individual” (Debería haber mayores diferencias de ingreso como incentivos al esfuerzo individual)	2.490749e-02
¿Qué tan importante es la situación que menciono a continuación para que una persona que comienza un negocio pueda hacerlo crecer y logre generar empleos y riqueza? (Contar con un equipo de trabajo multidisciplinario)	2.539167e-02

Variable	P-Value
¿Qué tan importante es la situación que menciono a continuación para que una persona que comienza un negocio pueda hacerlo crecer y logre generar empleos y riqueza? (Tener muy buena suerte)	2.848462e-02
Imagine que obtiene un ingreso único y extraordinario de \$500,000¿Cuánto de ese dinero dedicaría a empezar un negocio?	2.926179e-02
Por favor dígame qué tan de acuerdo o en desacuerdo está con las frases que definen el siguiente criterio (Mindset / Mentalidad)	3.986136e-02
Si usted fuera el dueño de una empresa con miras a crecer, generar empleos y riqueza, ¿Qué tan dispuesto estaría a realizar la siguiente actividad? (Pedir un crédito/préstamo a un banco)	4.417677e-02

Estas fueron variables que se utilizaron para identificar el posible efecto que pudieran tener sobre las variables dependientes analizadas y también sirvieron para ayudar a mejorar el porcentaje de acierto en el proceso de clasificación de Emprendedores y No Emprendedores de los distintos análisis.

## 2. Bosques de Clasificación Aleatorio

### 2.1 Método de Selección de variables

Para el siguiente análisis, se empleó el método de Mean Decrease Accuracy (MDA) para identificar la importancia de cada una de las variables de la tabla con  $p\text{-valor} \leq 0.05$  en la clasificación de Emprendedores y No emprendedores de la muestra.

Como resultado del procedimiento de Bootstrap, aproximadamente un tercio de los casos de la muestra analizada conformó el conjunto de datos Out-Of-Bag (OOB) del análisis.

Como resultado final de la prueba, las variables ordenadas de acuerdo con los cambios que produjeron en los errores OOB se presentan a continuación. Con estas variables se corrió posteriormente la prueba estadística de Bosques de Clasificación Aleatorios

**Tabla A3.2.** Importancia de las variables con  $p\text{-value} \leq 0.05$  analizadas en la evaluación del modelo de clasificación que determina la diferencia identificada en el nivel de cultura de emprendimiento entre emprendedores y no emprendedores del estudio “La Cultura de Emprendimiento en México” (CEOP / FCPyS / UNAM; Secretaría de Economía y Banco Santander, 2017).

Importancia de las variables en el modelo	Importancia	Ponderación
¿Actualmente es dueño de más de la mitad de alguna empresa?	100.00000000	14.26%
¿Actualmente trabaja?	57.16292138	8.15%
¿Usted ha sido dueño o accionista mayoritario de alguna empresa?	35.12514114	5.01%
¿Actualmente es dueño de menos de la mitad de alguna empresa?	34.56217371	4.93%
¿Qué tan bien preparado está usted para manejar las finanzas de un negocio?	34.27013113	4.89%

<b>Importancia de las variables en el modelo</b>	<b>Importancia</b>	<b>Ponderación</b>
¿Tiene pensado invertir en alguna empresa en los próximos doce meses?	27.3725708	3.90%
Edad	23.8958219	3.41%
Proactividad	23.57797396	3.36%
¿Cuántas personas de su familia, amigos y comunidad tienen un negocio para complementar sus ingresos o para sobrevivir?	21.14622414	3.01%
Sexo	16.43039137	2.34%
Si usted fuera el dueño de una empresa con miras a crecer, generar empleos y riqueza, ¿Qué tan dispuesto estaría a realizar la siguiente actividad? (Pedir un crédito/préstamo a un banco)	13.79164831	1.97%
¿Cuántas personas de su familia, amigos y comunidad tienen un negocio con el que esperan generar empleos y riqueza?	13.68825833	1.95%
¿Qué tan importante es la situación que menciono a continuación para que una persona que comienza un negocio pueda hacerlo crecer y lo- gre generar empleos y riqueza? (Contarwcon un equipo de trabajo multidisciplinario)	13.15473468	1.88%
Si usted fuera el dueño de una empresa con miras a crecer, generar empleos y riqueza, ¿Qué tan dispuesto estaría a realizar la siguiente actividad? (Buscar socios que invirtieran en el negocio)	12.18771921	1.74%
¿Qué tan bien preparado está usted para manejar las finanzas de un negocio con miras a que crezca?	11.74053279	1.67%
Conciencia (Rasgos personales / Big Five)	11.17661321	1.59%

<b>Importancia de las variables en el modelo</b>	<b>Importancia</b>	<b>Ponderación</b>
¿Qué tan importante es la situación que menciono a continuación para que una persona que comienza un negocio pueda hacerlo crecer y logre generar empleos y riqueza? (Ser una persona ética)	10.47505745	1.49%
¿Tiene pensado iniciar una empresa propia en los próximos doce meses?	10.11249898	1.44%
Escolaridad	10.08092447	1.44%
Nivel socioeconómico (AMAI)	9.90496638	1.41%
¿Qué tan importante es la situación que menciono a continuación para que una persona que comienza un negocio pueda hacerlo crecer y logre generar empleos y riqueza? (Conocer otras personas dueñas de negocios)	9.60481747	1.37%
¿Usted recuerda quien es Carlos Slim?	9.46195771	1.35%
¿Qué tan importante es la situación que menciono a continuación para que una persona que comienza un negocio pueda hacerlo crecer y logre generar empleos y riqueza? (Tener un conocimiento del mercado de lo que se quiere vender)	9.40437148	1.34%
¿Qué tan importante es la situación que menciono a continuación para que una persona que comienza un negocio pueda hacerlo crecer y logre generar empleos y riqueza? (Tener una familia con mucho dinero)	9.0324288	1.29%
Si usted fuera el dueño de una empresa con miras a crecer, generar empleos y riqueza, ¿Qué tan dispuesto estaría a realizar la siguiente actividad? (Inscribir a todos sus empleados al Seguro Social)	8.59849392	1.23%

<b>Importancia de las variables en el modelo</b>	<b>Importancia</b>	<b>Ponderación</b>
Habilidades cognitivas	8.48405902	1.21%
¿Qué tan bien preparado está usted para manejar sus finanzas personales?	8.2026984	1.17%
Si usted fuera el dueño de una empresa con miras a crecer, generar empleos y riqueza, ¿Qué tan dispuesto estaría a realizar la siguiente actividad? (Invertir en innovación)	8.20112071	1.17%
¿Qué tan importante es la situación que menciono a continuación para que una persona que comienza un negocio pueda hacerlo crecer y logre generar empleos y riqueza? (Ser ambicioso)	8.19778139	1.17%
¿Qué tan importante es la situación que menciono a continuación para que una persona que comienza un negocio pueda hacerlo crecer y logre generar empleos y riqueza? (No darse por vencido fácilmente)	8.09845259	1.15%
Grit / Coraje y determinación	7.56431647	1.08%
¿Qué tan importante es la situación que menciono a continuación para que una persona que comienza un negocio pueda hacerlo crecer y logre generar empleos y riqueza? (Tener experiencia previa como dueño de algún otro negocio)	7.15744415	1.02%
¿Qué tan importante es la situación que menciono a continuación para que una persona que comienza un negocio pueda hacerlo crecer y logre generar empleos y riqueza? (Tener ideas innovadoras)	7.08504872	1.01%

<b>Importancia de las variables en el modelo</b>	<b>Importancia</b>	<b>Ponderación</b>
Está usted de acuerdo, con la siguiente afirmación: “La competencia es buena. Estimula a las personas a trabajar duro y a desarrollar nuevas ideas”; o cree que “La competencia es mala. Saca lo peor de las personas” (La competencia es buena. Estimula a las personas a trabajar duro y a desarrollar nuevas ideas)	6.78951314	0.97%
Si usted fuera el dueño de una empresa con miras a crecer, generar empleos y riqueza, ¿Qué tan dispuesto estaría a realizar la siguiente actividad? (Buscar socios internacionales)	6.62477777	0.94%
Mindset (Mentalidad)	6.50161256	0.93%
Si usted fuera el dueño de una empresa con miras a crecer, generar empleos y riqueza, ¿Qué tan dispuesto estaría a realizar la siguiente actividad? (Pedir un préstamo a familiares o amigos)	6.44787978	0.92%
¿Considera usted que los padres de familia hablan suficiente con sus hijos sobre como empezar un negocio?	6.20041442	0.88%
Cuando usted era pequeño(a), ¿alguien le explicó qué cosas debería hacer para empezar un negocio?	5.86748025	0.84%
¿Qué tan importante es la situación que menciono a continuación para que una persona que comienza un negocio pueda hacerlo crecer y logre generar empleos y riqueza? (Tener conocidos importantes)	5.75898453	0.82%
¿Qué tan importante es la situación que menciono a continuación para que una persona que comienza un negocio pueda hacerlo crecer y logre generar empleos y riqueza? (Tener muy buena suerte)	5.61201615	0.80%

<b>Importancia de las variables en el modelo</b>	<b>Importancia</b>	<b>Ponderación</b>
¿Hay alguien a quien admire por haber comenzado un negocio que haya crecido hasta generar muchos empleos y riqueza?	5.46876673	0.78%
¿Qué tan importante es la situación que menciono a continuación para que una persona que comienza un negocio pueda hacerlo crecer y logre generar empleos y riqueza? (Tener capacidad de liderazgo)	5.36296229	0.76%
¿Qué tan importante es la situación que menciono a continuación para que una persona que comienza un negocio pueda hacerlo crecer y logre generar empleos y riqueza? (Tener conocimientos básicos sobre finanzas, contabilidad e impuestos)	5.19044098	0.74%
Si usted fuera el dueño de una empresa con miras a crecer, generar empleos y riqueza, ¿Qué tan dispuesto estaría a realizar la siguiente actividad? (Pagar todos los impuestos)	5.14957258	0.73%
¿Qué tan importante es la situación que menciono a continuación para que una persona que comienza un negocio pueda hacerlo crecer y logre generar empleos y riqueza? (Tener una carrera universitaria)	5.10502246	0.73%
¿Usted recuerda quien es Bill Gates?	4.93439397	0.70%
¿Qué tan importante es la situación que menciono a continuación para que una persona que comienza un negocio pueda hacerlo crecer y logre generar empleos y riqueza? (Ser muy inteligente)	4.84018661	0.69%
Neuroticismo (Equilibrio emocional)	4.6424138	0.66%
Apertura	4.60035009	0.66%
Cuando usted era pequeño(a), ¿alguien le dijo que de grande podría empezar un negocio?	2.54074529	0.36%

<b>Importancia de las variables en el modelo</b>	<b>Importancia</b>	<b>Ponderación</b>
¿Qué tan bien preparado está usted para manejar las finanzas de su hogar?	2.16470661	0.31%
Está usted de acuerdo con la siguiente afirmación: “Debería haber mayor igualdad de ingresos sin importar el esfuerzo individual”; o cree que “Debería haber mayores diferencias de ingreso como incentivos al esfuerzo individual” (Debería haber mayores diferencias de ingreso como incentivos al esfuerzo individual)	1.37554328	0.20%
Agradabilidad (Amabilidad)	1.2511591	0.18%

## 2.2 Selección del modelo

Para la generación de los indicadores (cultura de emprendimiento, trayectoria, conocimiento, percepción del ecosistema emprendedor, personalidad) se evaluaron ocho distintos modelos, cuatro en los que se tomó el 80% de los datos como entrenamiento y cuatro en los que se tomó el 70 % de los datos como entrenamiento. Al interior de cada grupo los modelos se dividieron en dos: dos con variables de control y dos sin variables de control.

Los valores tenidos en cuenta para la selección del mejor modelo fueron: exactitud, sensibilidad, especificidad.

- **Exactitud:** Entendida como la proporción de aciertos positivos en la clasificación de los individuos como Emprendedores y No Emprendedores. Representa la precisión del resultado predicho.
- **Sensibilidad:** Se refiere a la proporción de aciertos positivos identificados solamente entre la población de Emprendedores.
- **Especificidad:** Se refiere a la proporción de aciertos positivos identificados solamente entre la población de No Emprendedores.

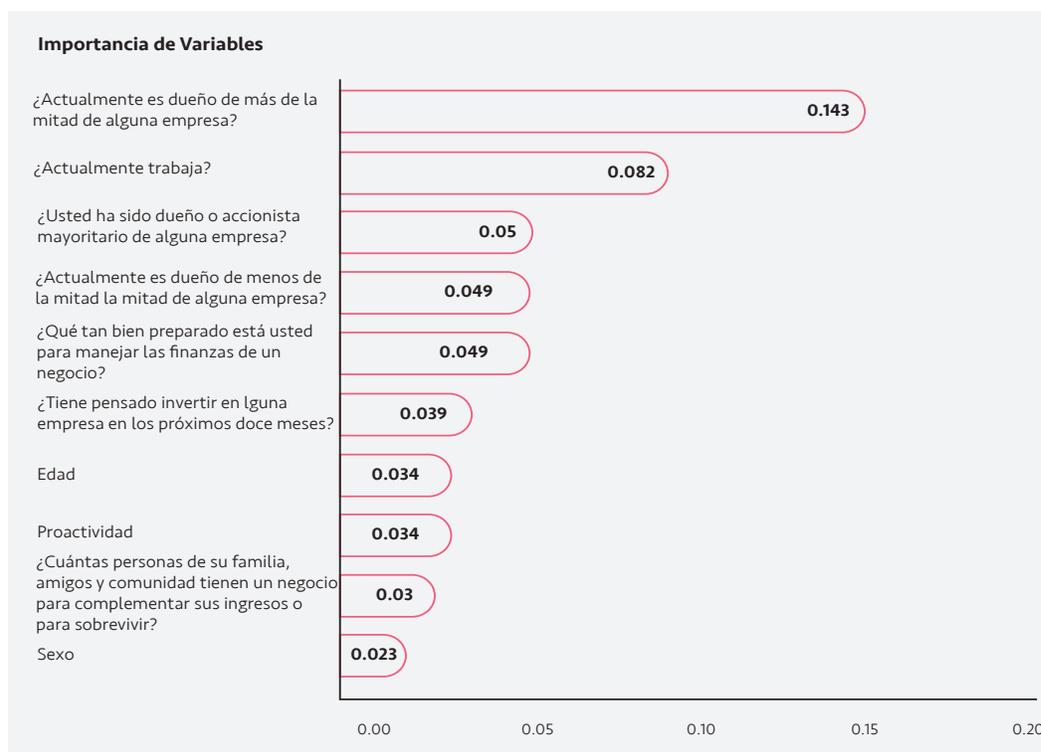
**Tabla A3.3.** Diferencia entre los valores calculados y esperados que predicen la exactitud de la clasificación de Emprendedores y No Emprendedores en la muestra. Valores de 0 a 1 para cada uno de los indicadores seleccionados (exactitud, sensibilidad, especificidad) (CEOP / FCPyS / UNAM; Secretaría de Economía y Banco Santander, 2017).

<b>Emprendimiento</b>	<b>Modelo 1</b>	<b>Modelo 2</b>	<b>Modelo 3</b>	<b>Modelo 4</b>	<b>Modelo 5</b>	<b>Modelo 6</b>	<b>Modelo 7</b>	<b>Modelo 8</b>
Sensibilidad	0.33	0.39	0.36	0.30	0.25	0.34	0.29	0.28
Especificidad	0.95	0.96	0.97	0.97	0.96	0.96	0.98	0.96
Exactitud	0.82	0.80	0.81	0.81	0.82	0.83	0.84	0.82
<b>Trayectoria</b>	<b>Modelo 1</b>	<b>Modelo 2</b>	<b>Modelo 3</b>	<b>Modelo 4</b>	<b>Modelo 5</b>	<b>Modelo 6</b>	<b>Modelo 7</b>	<b>Modelo 8</b>
Sensibilidad	0.22	0.18	0.32	0.36	0.31	0.37	0.26	0.38
Especificidad	0.97	0.97	0.96	0.95	0.97	0.96	0.92	0.97
Exactitud	0.86	0.90	0.85	0.88	0.86	0.87	0.82	0.88
<b>Ecosistema</b>	<b>Modelo 1</b>	<b>Modelo 2</b>	<b>Modelo 3</b>	<b>Modelo 4</b>	<b>Modelo 5</b>	<b>Modelo 6</b>	<b>Modelo 7</b>	<b>Modelo 8</b>
Sensibilidad	0.00	0.08	0.00	0.12	0.00	0.10	0.02	0.05
Especificidad	1.00	0.98	0.99	0.97	0.99	0.98	0.99	0.99
Exactitud	0.81	0.84	0.84	0.85	0.84	0.84	0.84	0.85
<b>Conocimiento</b>	<b>Modelo 1</b>	<b>Modelo 2</b>	<b>Modelo 3</b>	<b>Modelo 4</b>	<b>Modelo 5</b>	<b>Modelo 6</b>	<b>Modelo 7</b>	<b>Modelo 8</b>
Sensibilidad	0.06	0.06	0.04	0.00	0.02	0.09	0.01	0.00
Especificidad	0.99	0.98	1.00	1.00	0.99	0.98	0.99	1.00
Exactitud	0.84	0.84	0.83	0.85	0.84	0.85	0.85	0.85
<b>Personalidad</b>	<b>Modelo 1</b>	<b>Modelo 2</b>	<b>Modelo 3</b>	<b>Modelo 4</b>	<b>Modelo 5</b>	<b>Modelo 6</b>	<b>Modelo 7</b>	<b>Modelo 8</b>
Sensibilidad	0.04	0.00	0.00	0.00	0.08	0.01	0.05	0.01
Especificidad	0.99	0.98	0.99	0.98	0.98	0.99	0.98	0.99
Exactitud	0.85	0.84	0.85	0.85	0.85	0.84	0.84	0.84

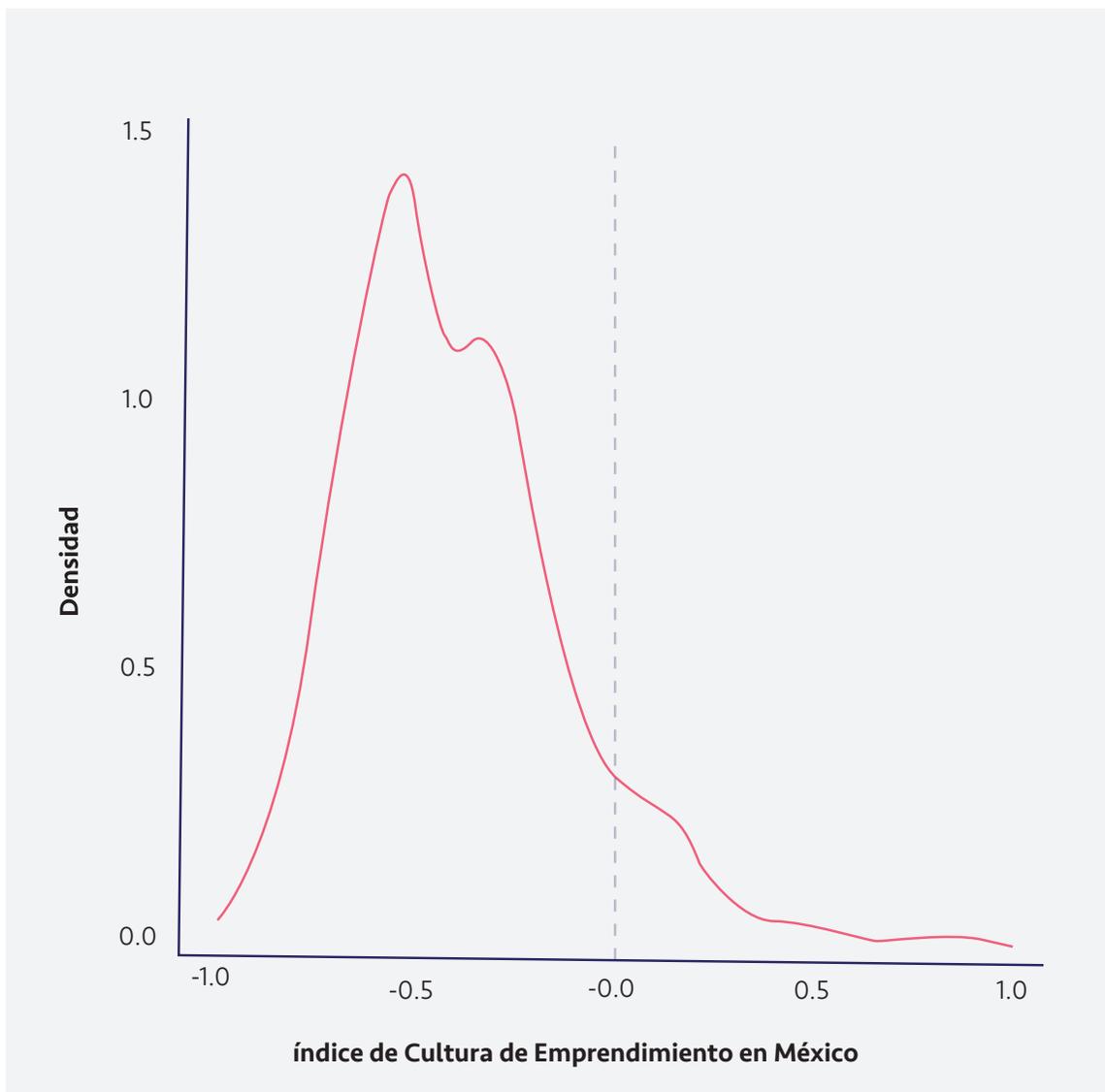
Como resultado del proceso de selección de los modelos de predicción, teniendo en cuenta los cinco constructos que son de interés para este estudio (emprendimiento, trayectoria, percepción del ecosistema emprendedor, conocimiento y personalidad) se identificó que el modelo que mejor predice la clasificación de Emprendedores y No Emprendedores de la muestra es el modelo número 4 – que incluye 80% de los datos en el conjunto de los datos de prueba y en el cual no se tienen en cuenta las variables de control.

### 3. Elaboración del Índice de Cultura del Emprendimiento en México

Empleando los valores de importancia de las variables obtenidas por medio del análisis de Bosques Aleatorios se generó un índice sobre cultura de emprendimiento. Para su elaboración se tuvieron en cuenta los pesos de las variables y se ponderaron haciendo que la suma de todas fuera de 100% (ver figura A3.1). Estos nuevos valores se utilizaron para evaluar a cada uno de los individuos de la muestra. Para esto se hizo con una multiplicación de una matriz de 1600xn por una de nx1, lo que permitió asignar un valor a cada uno de los individuos analizados. Este valor se estandarizó para que el intervalo de resultados se encontrara entre -1 y 1, dónde -1 representa el nivel más bajo de cultura de emprendimiento y 1 el nivel más alto (ver figura A3.2). Posteriormente este mismo análisis se llevó a cabo teniendo en cuenta, por separado, las respuestas de los individuos emprendedores y las de los individuos no emprendedores de la muestra. Los resultados de este análisis se pueden observar en la (figura A3.3).



**Figura A3.1.** Variables ponderadas más importantes para la evaluación del modelo de clasificación que determina la diferencia identificada en la cultura de emprendimiento de emprendedores y no emprendedores para la elaboración del Índice de Cultura de Emprendimiento en México (CEOP / FCPyS / UNAM; Secretaría de Economía y Banco Santander, 2017).



**Figura A3.2.** Densidad de los resultados de las respuestas que conforman el índice de Cultura de Emprendimiento. Valores obtenidos de la importancia de las variables vs. los resultados de cada uno de los individuos (1600xn \* nx1) (CEOP / FCPyS / UNAM; Secretaría de Economía y Banco Santander, 2017).

**Figura A3.3.** Distribución de frecuencias de las respuestas que conforman el índice de Cultura de Emprendimiento comparando Emprendedores y No Emprendedores. Valores obtenidos de la importancia de las variables vs. los resultados de cada uno de los individuos (1600xn \* nx1). (CEOP / FCPyS / UNAM; Secretaría de Economía y Banco Santander, 2017).

Una vez identificada la diferencia estadística que existe en el nivel de cultura de emprendimiento entre Emprendedores y No Emprendedores se procedió a analizar con detalle, por medio de estadística descriptiva, las variables relacionadas con los rasgos de personalidad (Big Five) que permitieron identificar las mayores diferencias entre los Emprendedores y los No Emprendedores del estudio. Los resultados de este análisis se presentan a continuación:

#### 4. Análisis detallado de las variables de clasificación más importantes relacionadas con la cultura financiera y los rasgos de personalidad de los individuos

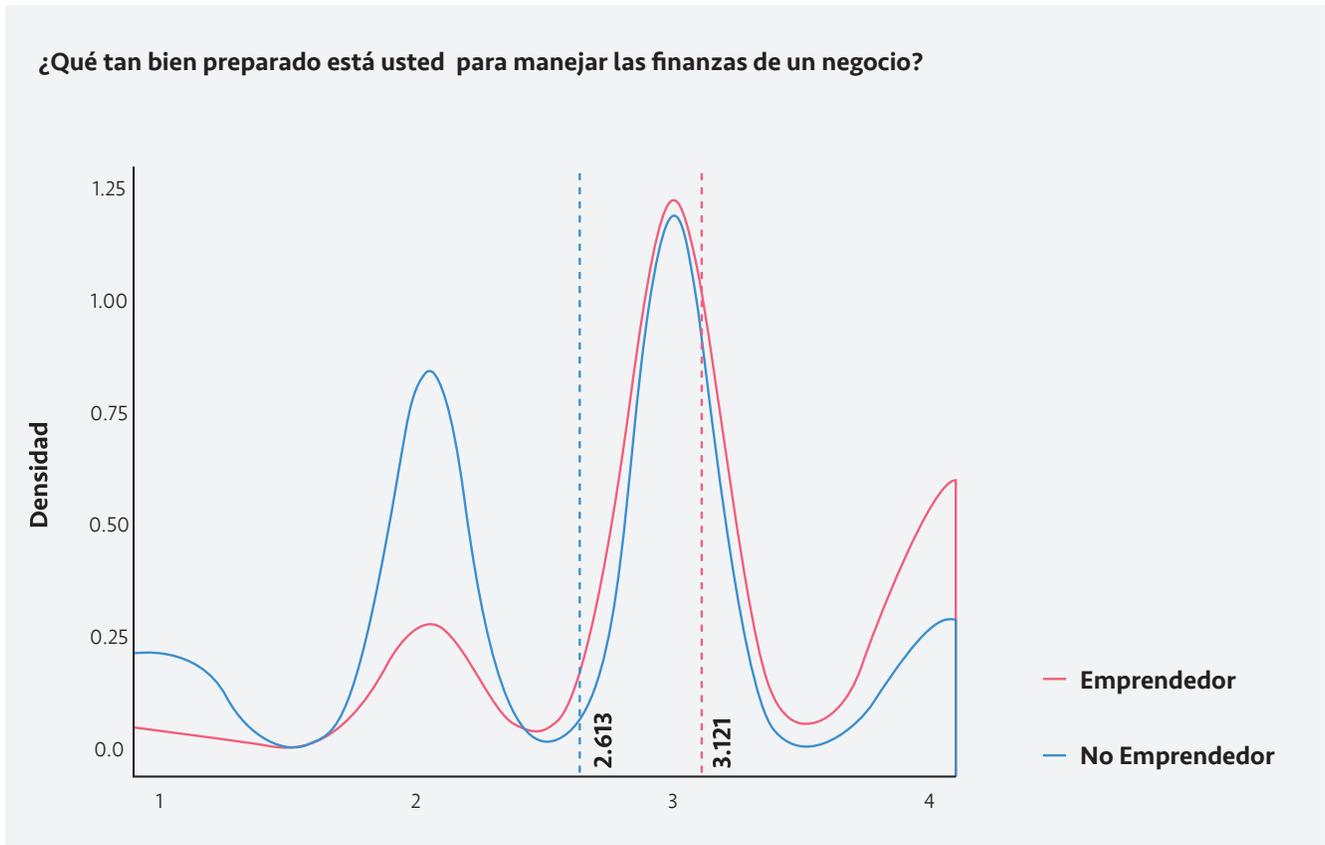
##### 4.1 Cultura financiera

##### 4.1.1 ¿Qué tan bien preparado está usted para manejar las finanzas de un negocio? (Importancia de la variable en el modelo: 4.89%)

**Tabla A3.4.** Porcentajes de respuesta de Emprendedores y No Emprendedores a la pregunta ¿Qué tan bien preparado está usted para manejar las finanzas de un negocio? de la encuesta titulada “Índice de Cultura de Emprendimiento en México” (CEOP / FCPyS / UNAM; Secretaría de Economía y Banco Santander, 2017).

##### ¿Qué tan bien preparada está usted para manejar las finanzas de un negocio?

Grupo	Muy mal	Mal	Bien	Muy bien
Emprendedores	1.21%	12.99%	57.40%	28.40%
No emprendedores	8.27%	33.57%	46.65%	11.51%



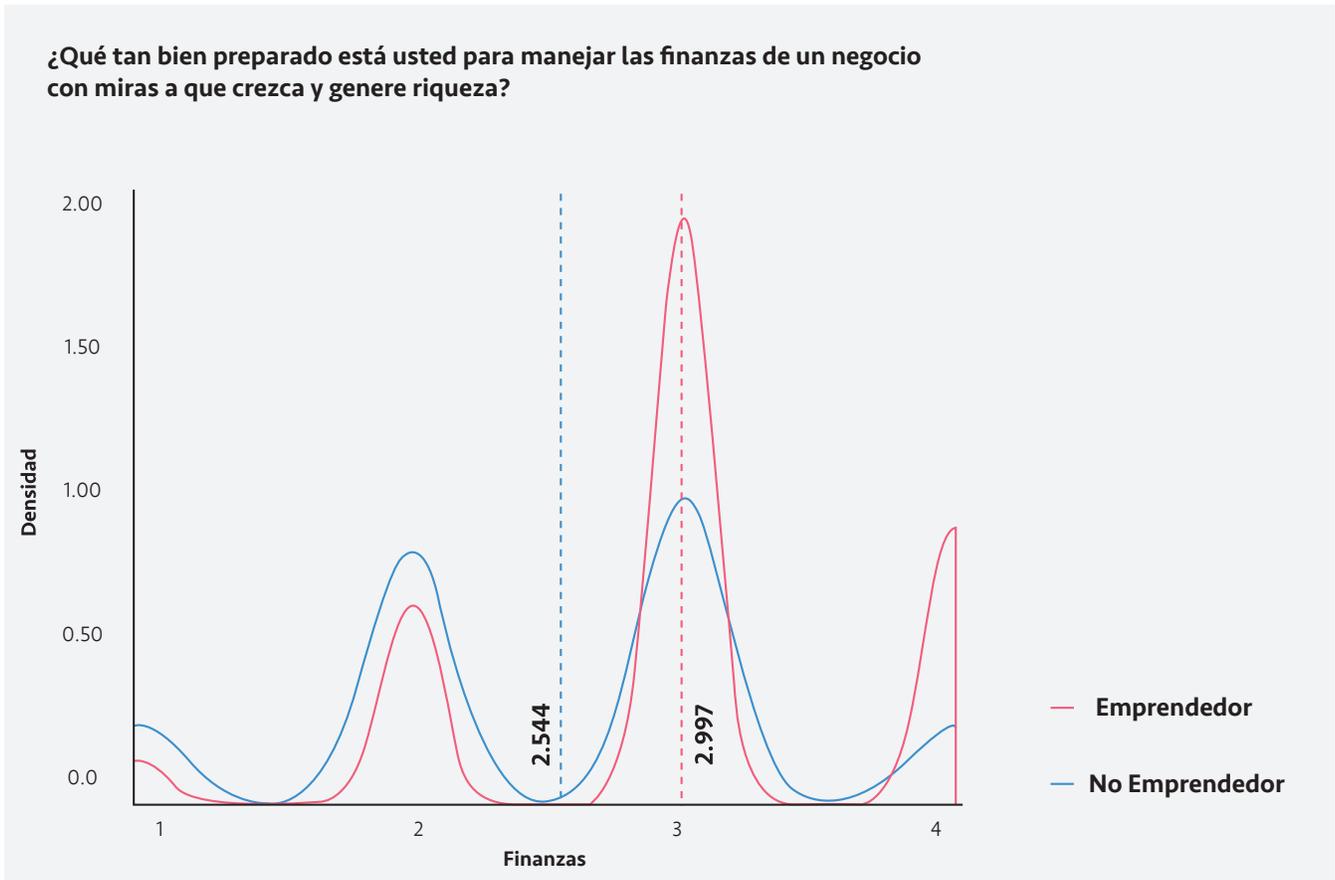
**Figura A3.4.** Densidad de los resultados de las respuestas de Emprendedores y No Emprendedores para la variable ¿Qué tan bien preparado está usted para manejar las finanzas de un negocio? de la encuesta titulada “Índice de Cultura de Emprendimiento en México” (CEOP / FCPyS / UNAM; Secretaría de Economía y Banco Santander, 2017).

#### 4.1.2 ¿Qué tan bien preparado está usted para manejar las finanzas de un negocio con miras a que crezca y genere riqueza? (Importancia de la variable en el modelo: 1.67%)

**Tabla A3.5.** Porcentajes de respuesta de Emprendedores y No Emprendedores a la pregunta ¿Qué tan bien preparado está usted para manejar las finanzas de un negocio con miras a que crezca y genere riqueza? de la encuesta titulada “Índice de Cultura de Emprendimiento en México” (CEOP / FCPyS / UNAM; Secretaría de Economía y Banco Santander, 2017).

**¿Qué tan bien preparado está usted para manejar las finanzas de un negocio con miras a que crezca y genere riqueza?**

Grupo	Muy mal	Mal	Bien	Muy bien
Emprendedores	4.23%	19.34%	52.87%	23.56%
No emprendedores	10.56%	34.36%	43.50%	11.58%



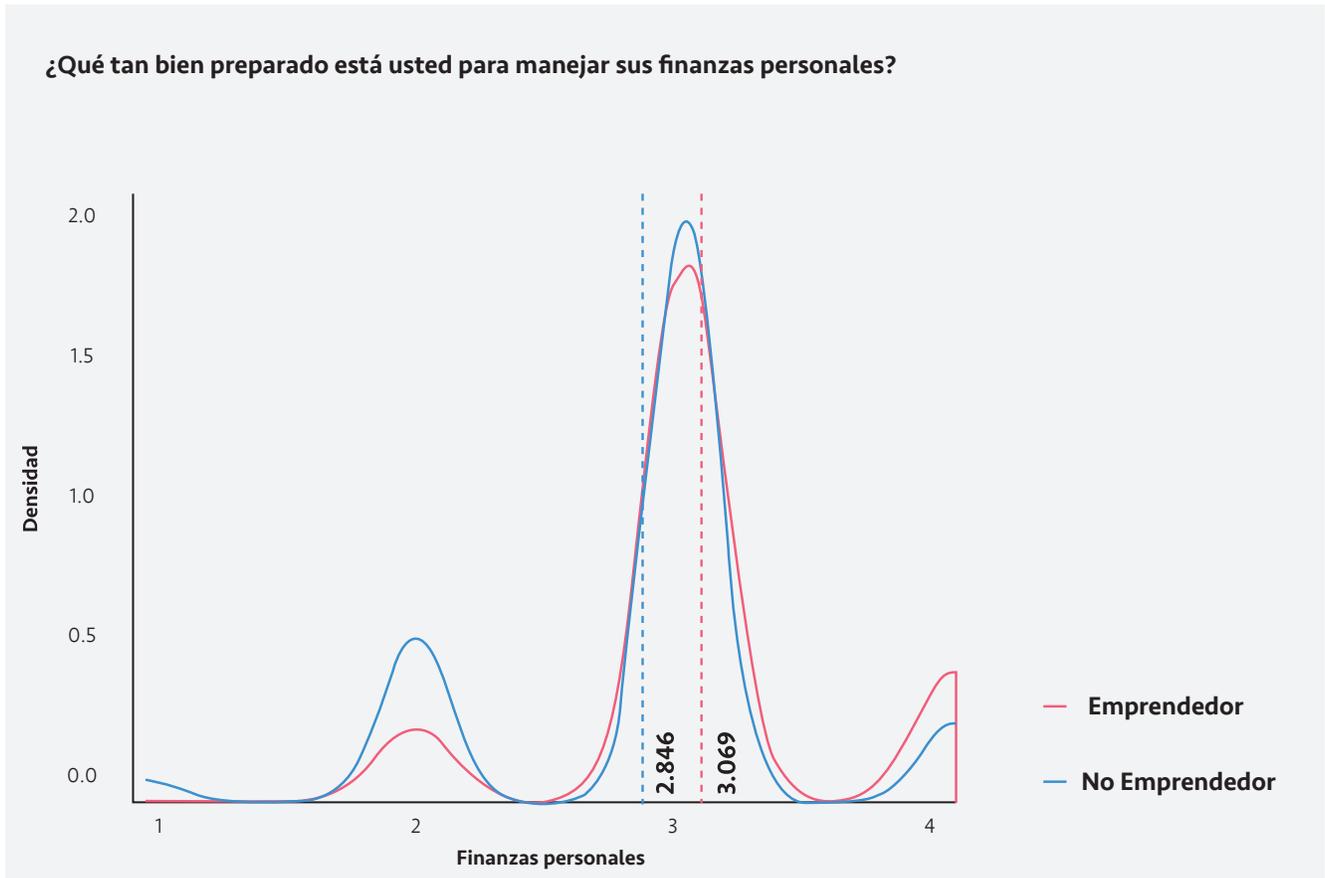
**Figura A3.5.** Densidad de los resultados de las respuestas de Emprendedores y No Emprendedores para la variable ¿Qué tan bien preparado está usted para manejar las finanzas de un negocio con miras a que crezca y genere riqueza? de la encuesta titulada “Índice de Cultura de Emprendimiento en México” (CEOP / FCPyS / UNAM; Secretaría de Economía y Banco Santander, 2017).

### 4.1.3 ¿Qué tan bien preparado está usted para manejar sus finanzas personales? (Importancia de la variable en el modelo: 1.17%)

**Tabla A3.6.** Porcentajes de respuesta de Emprendedores y No Emprendedores a la pregunta ¿Qué tan bien preparado está usted para manejar sus finanzas personales? de la encuesta titulada “Índice de Cultura de Emprendimiento en México” (CEOP / FCPyS / UNAM; Secretaría de Economía y Banco Santander, 2017).

**¿Qué tan bien preparado está usted para manejar las finanzas de un negocio con miras a que crezca y genere riqueza?**

Grupo	Muy mal	Mal	Bien	Muy bien
Emprendedores	4.23%	19.34%	52.87%	23.56%
No emprendedores	10.56%	34.36%	43.50%	11.58%



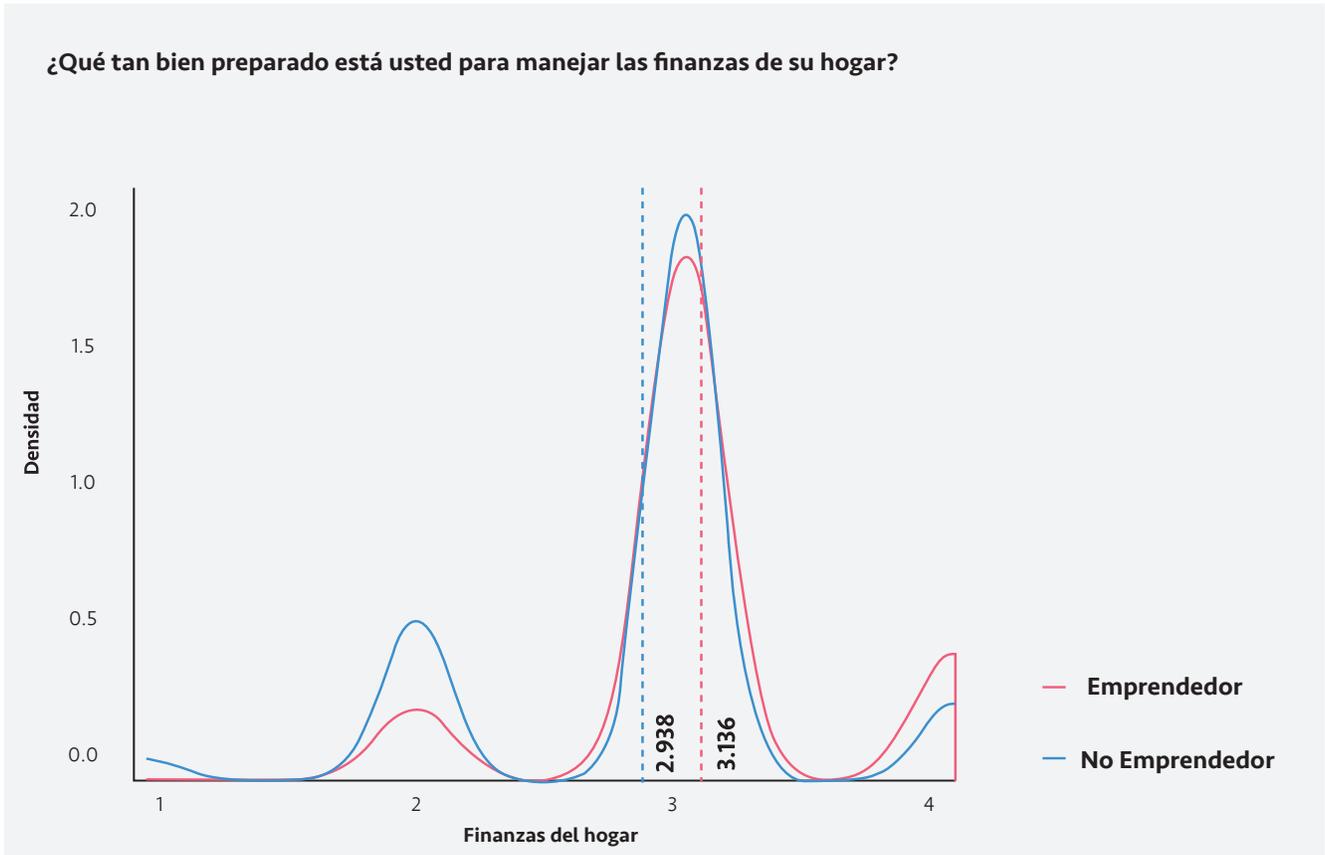
**Figura A3.6.** Densidad de los resultados de las respuestas de Emprendedores y No Emprendedores para la variable ¿Qué tan bien preparado está usted para manejar sus finanzas personales? de la encuesta titulada “Índice de Cultura de Emprendimiento en México” (CEOP / FCPyS / UNAM; Secretaría de Economía y Banco Santander, 2017).

#### 4.1.4 ¿Qué tan bien preparado está usted para manejar las finanzas de su hogar? (Importancia de la variable en el modelo: 0.31%)

**Tabla A3.7.** Porcentajes de respuesta de Emprendedores y No Emprendedores a la pregunta ¿Qué tan bien preparado está usted para manejar las finanzas de su hogar? de la encuesta titulada “Índice de Cultura de Emprendimiento en México” (CEOP / FCPyS / UNAM; Secretaría de Economía y Banco Santander, 2017).

##### ¿Qué tan bien preparado está usted para manejar sus finanzas personales?

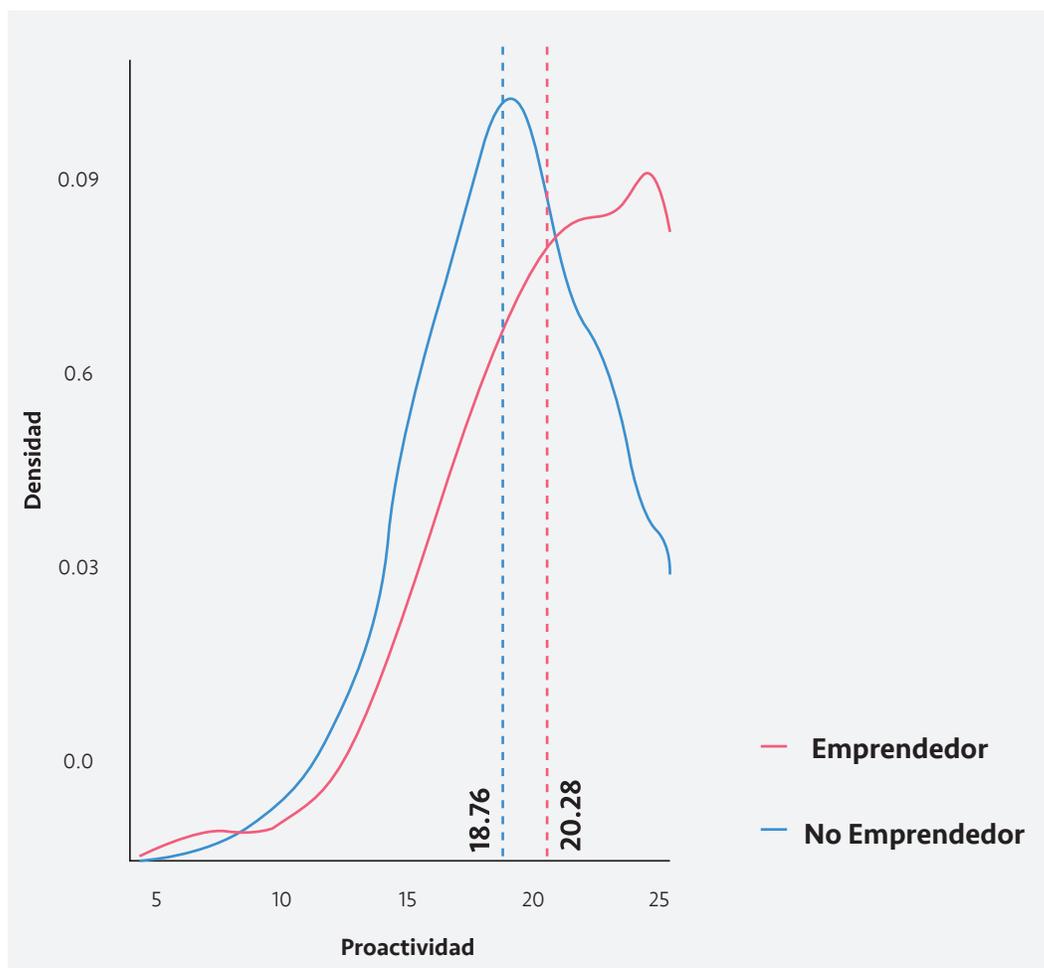
Grupo	Muy mal	Mal	Bien	Muy bien
Emprendedores	0.30%	9.97%	72.21%	17.52%
No emprendedores	2.68%	19.39%	68.56%	9.37%



**Figura A3.7.** Densidad de los resultados de las respuestas de Emprendedores y No Emprendedores para la variable ¿Qué tan bien preparado está usted para manejar las finanzas de su hogar? de la encuesta titulada “Índice de Cultura de Emprendimiento en México” (CEOP / FCPyS / UNAM; Secretaría de Economía y Banco Santander, 2017).

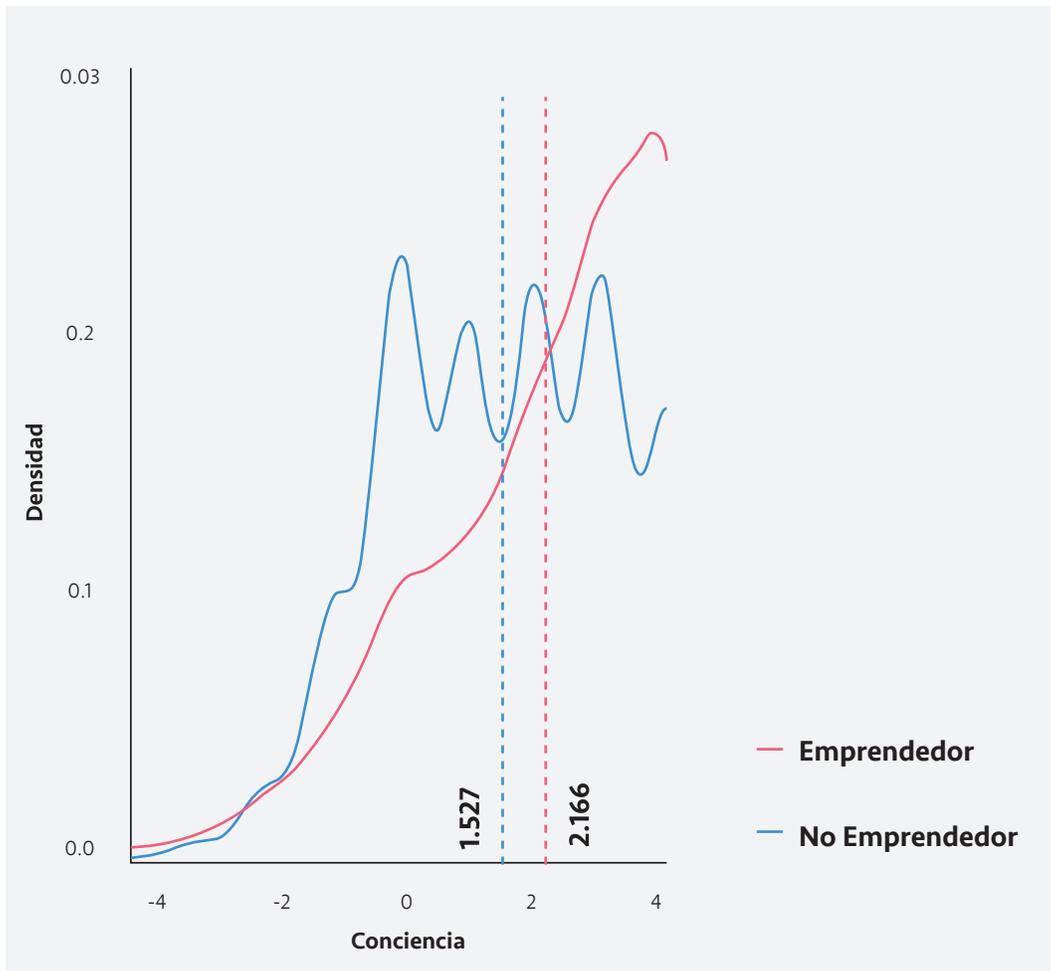
## 4.2 Rasgos de personalidad de los individuos

### 4.2.1 Proactividad (Importancia de la variable en el modelo: 3.36%)



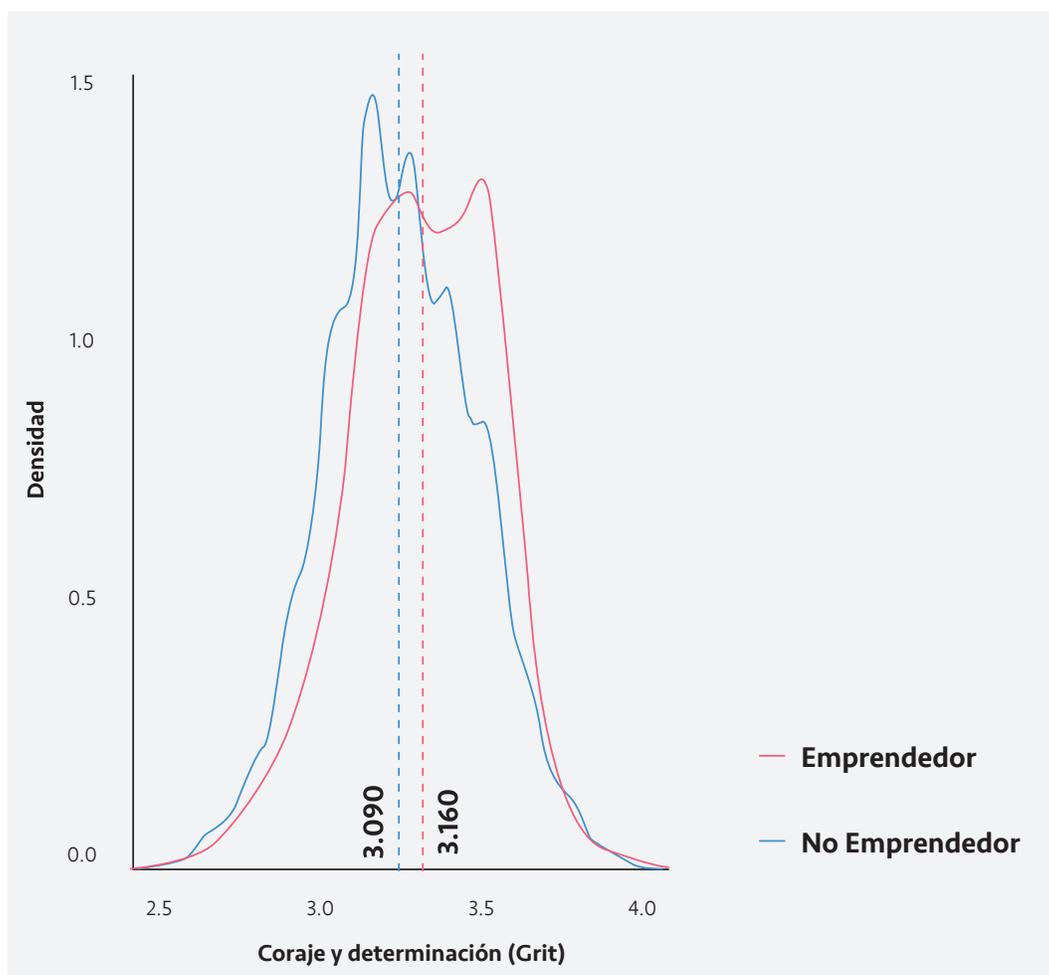
**Figura A3.8.** Densidad de los resultados de las respuestas de Emprendedores y No Emprendedores para la variable "Proactividad" de la encuesta titulada "Índice de Cultura de Emprendimiento en México" (CEOP / FCPyS / UNAM; Secretaría de Economía y Banco Santander, 2017).

#### 4.2..2 Conciencia / Big Five (Importancia de la variable en el modelo: 1.59%)



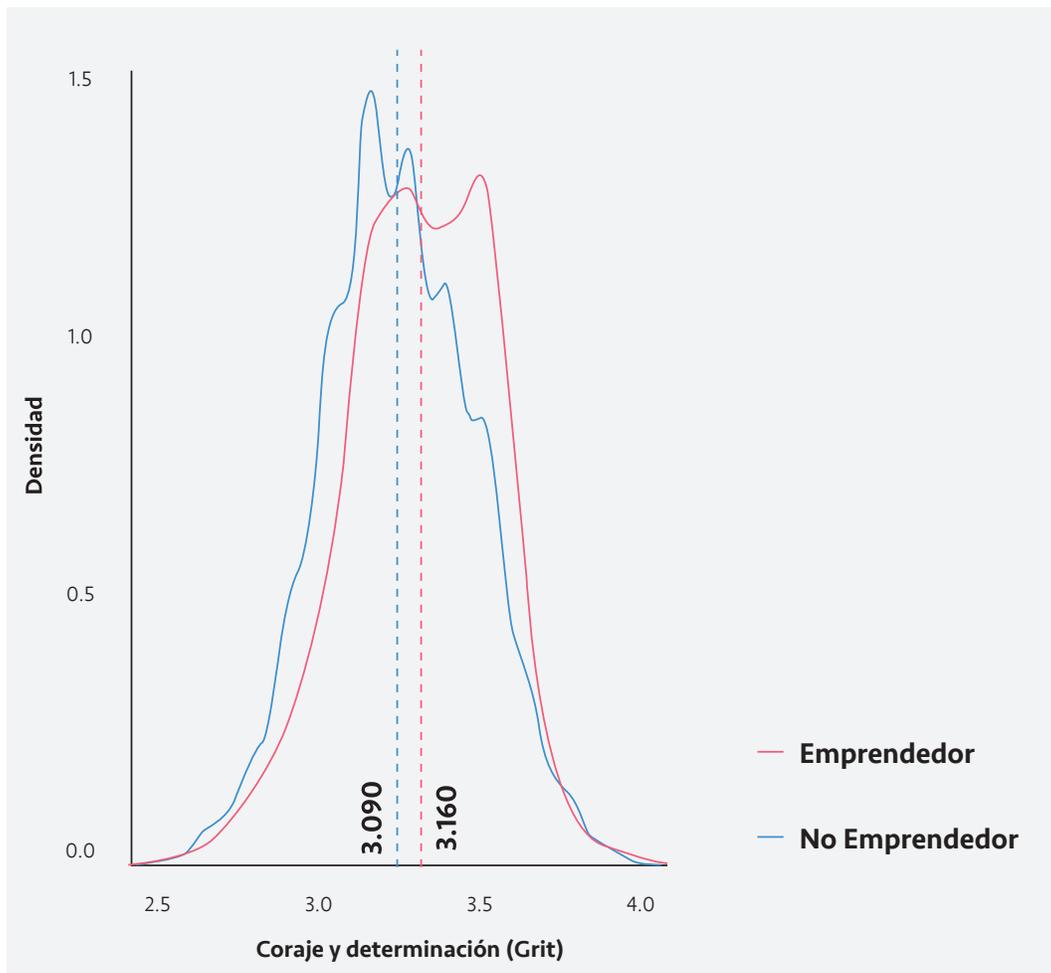
**Figura A3.9.** Densidad de los resultados de las respuestas de Emprendedores y No Emprendedores para la variable “Conciencia / Big Five” de la encuesta titulada “Índice de Cultura de Emprendimiento en México” (CEOP / FCPyS / UNAM; Secretaría de Economía y Banco Santander, 2017).

### 4.2.3 Habilidades cognitivas (Importancia de la variable en el modelo: 1.21%)



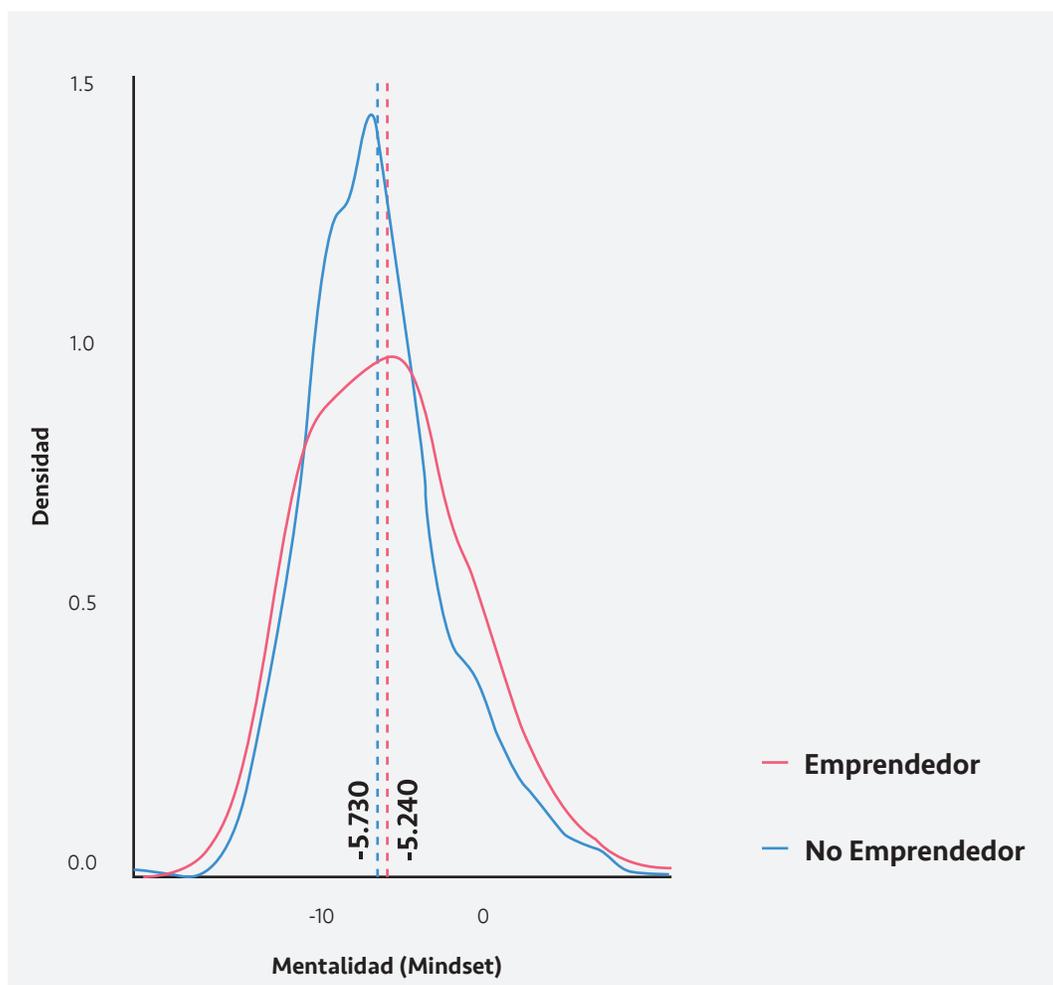
**Figura A3.10.** Densidad de los resultados de las respuestas de Emprendedores y No Emprendedores para la variable "Habilidades cognitivas" de la encuesta titulada "Índice de Cultura de Emprendimiento en México" (CEOP / FCPyS / UNAM; Secretaría de Economía y Banco Santander, 2017).

#### 4.2.4 Grit (Coraje y determinación) (Importancia de la variable en el modelo: 1.08%)



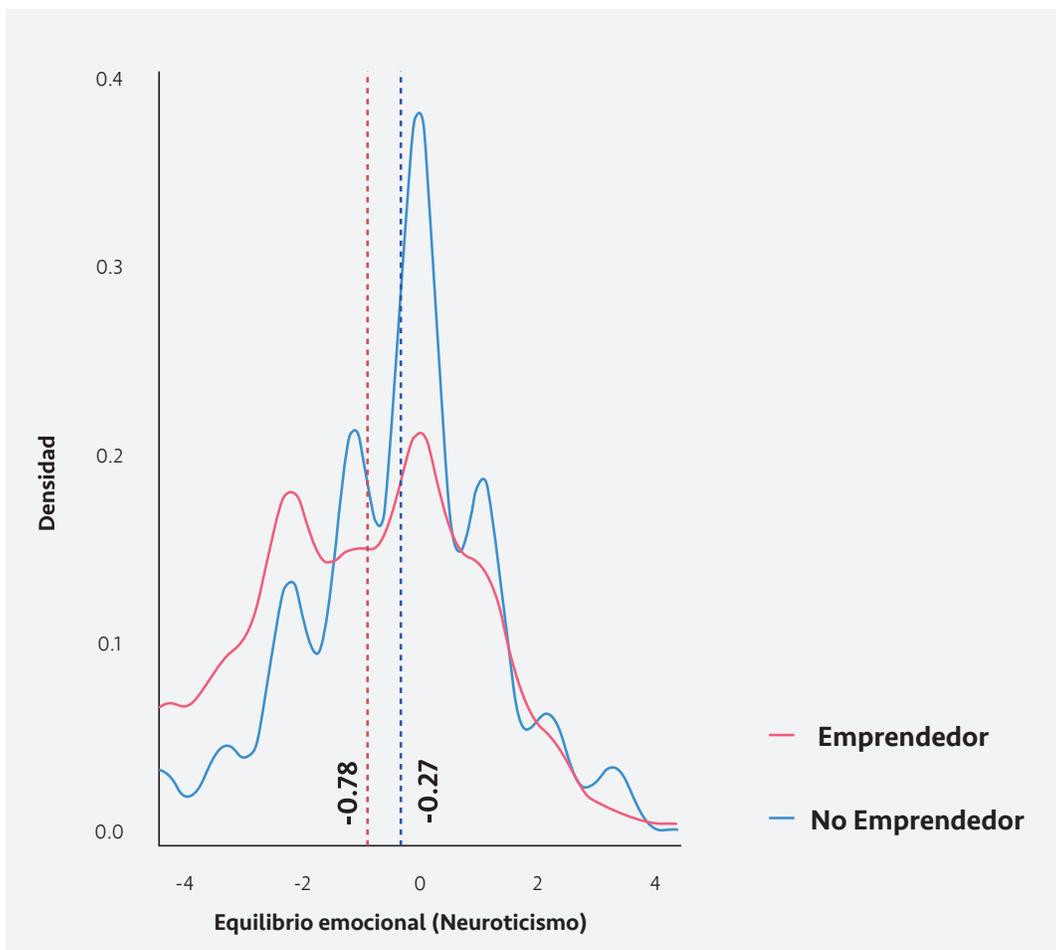
**Figura A3.11.** Densidad de los resultados de las respuestas de Emprendedores y No Emprendedores para la variable "Grit / Coraje y determinación" de la encuesta titulada "Índice de Cultura de Emprendimiento en México" (CEOP / FCPyS / UNAM; Secretaría de Economía y Banco Santander, 2017).

#### 4.2.5 Mindset (Mentalidad) (Importancia de la variable en el modelo: 0.93%)



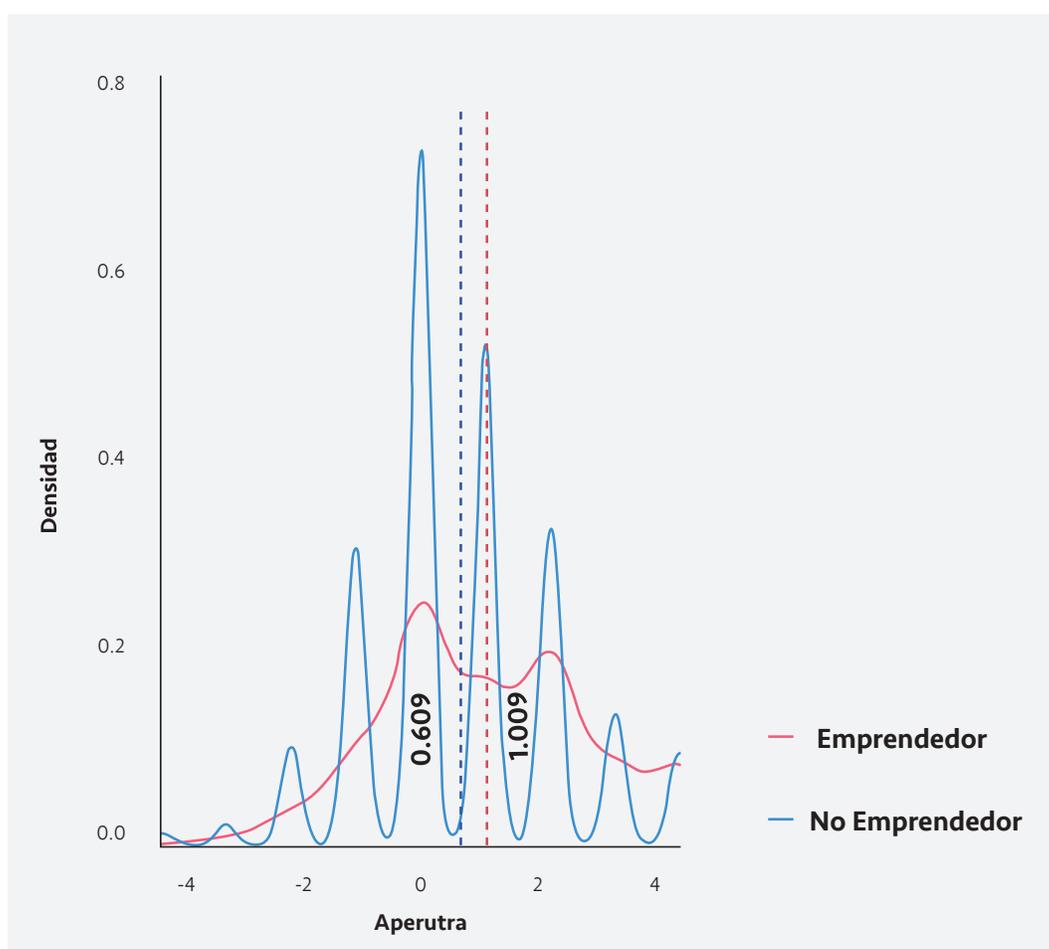
**Figura A3.12.** Densidad de los resultados de las respuestas de Emprendedores y No Emprendedores para la variable “Mindset / Mentalidad” de la encuesta titulada “Índice de Cultura de Emprendimiento en México” (CEOP / FCPyS / UNAM; Secretaría de Economía y Banco Santander, 2017).

#### 4.2.6 Neuroticismo (Equilibrio emocional) / Big Five (Importancia de la variable en el modelo: 0.66%)



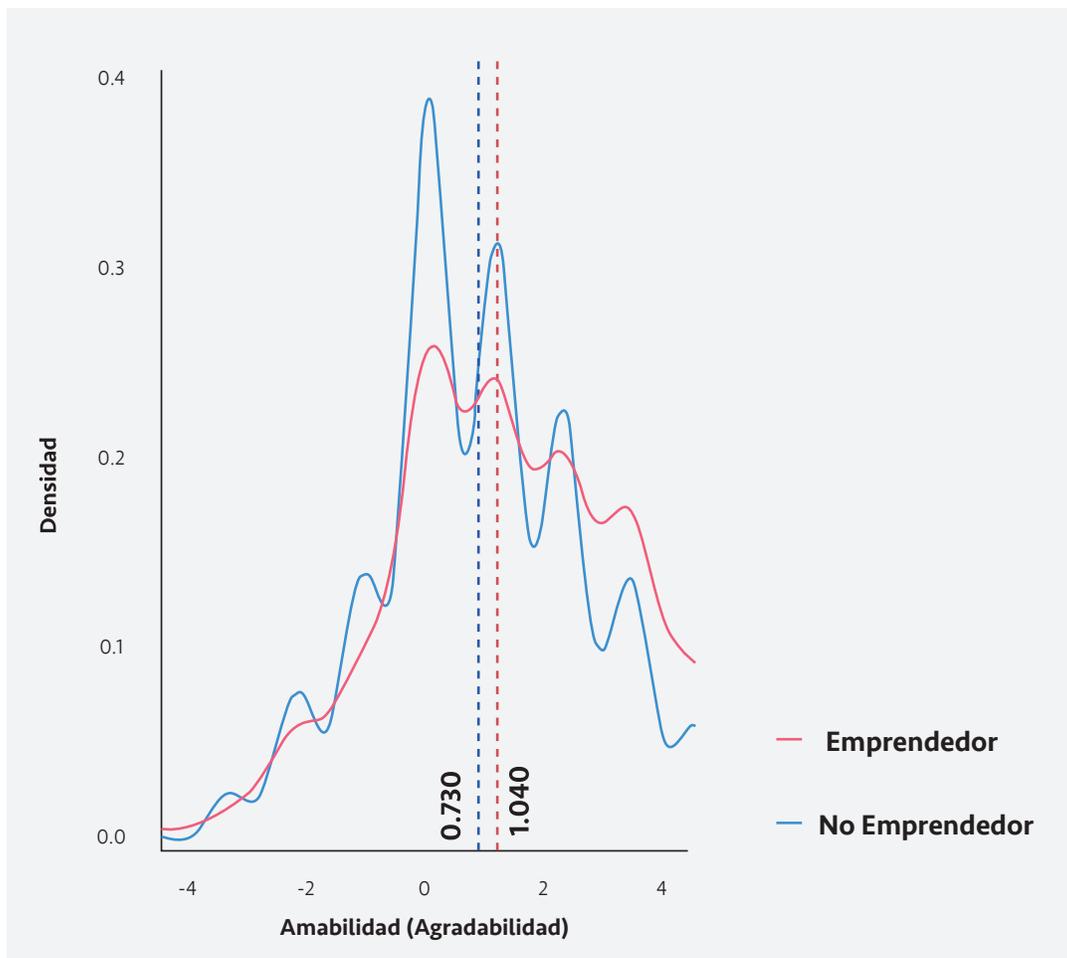
**Figura A3.13.** Densidad de los resultados de las respuestas de Emprendedores y No Emprendedores para la variable "Neuroticismo / Equilibrio emocional" de la encuesta titulada "Índice de Cultura de Emprendimiento en México" (CEOP/FCPyS/UNAM; Secretaría de Economía y Banco Santander, 2017).

#### 4.2.7 Apertura / Big Five (Importancia de la variable en el modelo: 0.66%)



**Figura A3.14.** Densidad de los resultados de las respuestas de Emprendedores y No Emprendedores para la variable “Apertura” de la encuesta titulada “Índice de Cultura de Emprendimiento en México” (CEOP / FCPyS / UNAM; Secretaría de Economía y Banco Santander, 2017).

#### 4.2.8 Agradabilidad (Big Five) (Amabilidad) (Importancia de la variable en el modelo: 0.18%)



**Figura A3.15.** Densidad de los resultados de las respuestas de Emprendedores y No Emprendedores para la variable "Agradabilidad / Amabilidad" de la encuesta titulada "Índice de Cultura de Emprendimiento en México" (CEOP / FCPyS / UNAM; Secretaría de Economía y Banco Santander, 2017).

## REFERENCIAS

- ▶ Joaquín – Amat, R. (2017). Análisis de Componentes Principales (Principal Component Analysis, PCA) y t-SNE. En: R Pubs. Disponible en: [https://rpubs.com/Joaquin\\_AR/255596](https://rpubs.com/Joaquin_AR/255596)
- ▶ Medina – Merino, R. F. y Ñique – Chacón, C. I. (2017). Interfases. Ed. n.º 10 // Enero-diciembre 2017. Pp. 165 – 189. // ISSN 1993-4912. Disponible en: <https://dialnet.unirioja.es/download/articulo/6230447.pdf>