

El Perfil de los Empresarios y la Creación de Empresas en el Municipio de Villa Hidalgo, Jal.

*The Profile of The Entrepreneurs and The Creation of Companies
In The Municipality of Villa Hidalgo, Jal.*

Investigación

Ing. Claudia Denisse Gómez-González¹, Dra. María de los Angeles Silva-Olvera¹, MTG. Yolanda González-Adame¹,
Dr. Neftalí Parga-Montoya²

TecNM¹/Instituto Tecnológico de Aguascalientes, Departamento de Ciencias Económico Administrativa, Maestría en Ciencias en Administración. Av. Adolfo López Mateos No. 1801 Ote. Fracc. Bona Gens, Aguascalientes, Ags, México. C.P. 20256, Tel: 01(449) 9105002, ext. 189, msilvaomx@yahoo.com.mx,

Universidad Autónoma de Aguascalientes², Departamento de Agronegocios, Av. Prolongación Mahatma Gandhi No. 6601, Col. El Gigante, Ejido Arellano, Centro de Ciencias Empresariales, Campus Sur. Aguascalientes, Ags., México, C.P. 20340

Resumen

El objetivo principal de este estudio fue analizar la relación del perfil del empresario y la creación de empresas en el municipio de Villa Hidalgo, Jal. Se consideraron los aportes de Varela [1] sobre el perfil emprendedor que implica las características, habilidades, conocimientos y actitudes para realizar el emprendimiento. Por su parte Veciana [2], menciona que una idea de negocio debe de estar basada en una oportunidad empresarial que significa que esté orientada a una necesidad. La variable Perfil fue medida con dos dimensiones: perspectivas y características del perfil emprendedor, y la variable creación de empresa con cuatro dimensiones: factores condicionantes formales, económicos, estimulantes y limitantes. Se realizó un estudio cuantitativo, descriptivo, correlacional y transversal, con una población de 249 empresas y una muestra de 70 empresas. De acuerdo a los resultados respecto de la variable perfil emprendedor, el que destaca es el perfil personal, y en la creación de empresas los factores que sobresalen son los condicionantes formales y los estimulantes.

Palabras clave: emprendedores, perfil emprendedor, creación de empresas.

Abstract

The main objective of this study was to analyze the relationship of the profile of the entrepreneur and the creation of companies in the municipality of Villa Hidalgo, Jal. Consider the contributions of Varela [1] on the profile of the entrepreneur that involves the characteristics, skills, knowledge and attitudes to carry out the venture. On the other hand Veciana [2], that a business idea must be in a business opportunity that means that it is oriented to a need.

The Profile variable was measured with two dimensions: perspectives and characteristics of the entrepreneurial profile, and the variable creation of a company with four dimensions: formal, economic, stimulating and limiting factors. A quantitative, descriptive, correlational and transversal study was carried out, with a population of 249 companies and a sample of 70 companies. According to the results regarding the entrepreneurial profile variable, the one that stands out is the personal profile, and in the creation of companies the factors that stand out are the formal conditions and the stimulants.

Keywords: entrepreneurs, entrepreneur profile and business creation

Introducción

El emprendedor es aquella persona innovadora, que tiene ideas, las cuales pone en práctica para después introducirlas en el mercado, o bien creando un mercado con nuevas expectativas, nuevos productos, nuevas metodologías de producción, así mismo forjando un crecimiento económico y generando empleos.

El perfil emprendedor se fundamenta en todas las habilidades, conocimientos y características que poseen las personas para llevar a cabo cualquier idea, sin tener el temor a emprender y así lograr la realización de sus metas con éxito.

La creación de empresas surge primero como una perspectiva para cubrir alguna necesidad del entorno donde vivimos, teniendo un efecto en el nivel socioeconómico de los individuos de una sociedad; disminuyendo el desempleo y generando oportunidades económicas; este proceso inicia al momento de la idea de negocio y concluye cuando ya está establecida.

América Latina y el Caribe han mostrado un nivel bajo de crecimiento y desarrollo económico, es por esto que en los últimos años se han hecho reformas para incrementar la economía, para ello se ha dado un aumento de nuevas empresas.

Aunque se han presentado dificultades para desarrollar actividades tales como la innovación, emprendimiento y la creación de empresas, ya que se ha convertido en un campo de rápida expansión, debido a que el ámbito político está poniendo más hincapié en las actividades empresariales, incluyendo la creación de empresas y el autoempleo [3].

Con estos antecedentes es que se presenta esta investigación para conocer cuál es el perfil del emprendedor y los factores que influyen en la creación de empresas dentro del Municipio de Villa Hidalgo, Jal.

Villa Hidalgo Jalisco fue fundada en 1732 durante la Colonia, está situada en la Región Altos Norte del Estado de Jalisco y es una pequeña comunidad conocida como el “Corazón de la Industria del Vestir”. Dicha industria textil fue emprendida por mujeres que realizaban productos que se elaboran con las manos, los tejidos de punto y los velos eran algunos de estos productos.

Esta industria toma auge con la llegada de la energía eléctrica, lo cual permite adquirir máquinas para la costura. Esto favoreció crear y emprender empresas que en la actualidad todavía existen [4].

Fundamentación teórica

En este apartado se presenta la teoría existente acerca del emprendedor, las características del emprendedor y la creación de empresas, dado que el objetivo de esta investigación fue analizar la relación entre el perfil del empresario y la creación de empresas.

Emprendedor

Para 1934 Schumpeter ya mencionaba que el emprendedor es un innovador que crea nuevos productos, o productos ya existentes, y además, es capaz de implementar nuevos métodos de producción, reorganizar una empresa y crear nuevas ofertas en el mercado; asimismo el emprendedor es un generador del crecimiento económico de la entidad donde se situará. Por otra parte Kirner identifica al emprendedor como el elemento empresarial que busca oportunidades e innovaciones y descubre nuevos caminos a seguir y recursos que antes no eran opción [5] [6].

Boda [7] alude a que el emprendedor es capaz de realizar cambios, de renovar las capacidades que puedan determinar el éxito de la empresa, así como la competitividad en el mercado

Se puede concluir que el emprendedor es una persona con una inquietud innovadora y creativa, con un sueño o una idea en mente para llevarla a cabo, ya sea un producto o servicio para desarrollar una necesidad o crear en los consumidores esas necesidades. Un emprendedor es aquella persona que se arriesga a lo desconocido, aportando algo novedoso a la sociedad, aceptando el riesgo y creando empresas persistentes y competitivas.

Perfil emprendedor

Perspectiva del perfil emprendedor

Varela [1] menciona que el perfil emprendedor debe de constar de características, habilidades, conocimientos y actitudes para que se pueda dar el proceso del emprendimiento, que no sólo se obtiene en la formación académica, sino que se necesita de más factores importantes como son: creatividad, innovación, iniciativa, responsabilidad, confianza en sí mismo e independencia para el desarrollo de la misma [5].

De igual manera García, Marco, Molina y Quer [8], estudian el perfil de los empresarios con las siguientes dimensiones: en primer lugar un perfil psicológico del cual se desprenden ciertos rasgos empresariales, tales como compromiso, confianza, superación e inteligencia entre otros. En segundo lugar, un perfil sociológico, en donde se hace referencia a los factores que impulsan la creación y tiene que ver con el entorno donde se encuentra y por último, un perfil demográfico el cual indica el sexo, edad, experiencia, educación y nivel económico, entre otros [6].

Bonilla-Ricardo y García-Restrepo [9], dividen el perfil emprendedor en las siguientes dimensiones: 1) Personales: hacen referencia a un conjunto de cualidades que forman el carácter y la personalidad de un emprendedor, tales como autonomía, toma de decisiones, responsabilidad y creatividad. 2) Sociales: van encaminadas a la búsqueda del bien común, las cuales son liderazgo, trabajo en equipo y solidaridad, 3) Psicológico que está dado por la influencia de valores culturales y sociales que son necesidad de logro y minimizar el temor al riesgo y 4) Sociodemográfico, que son los factores demográficos y económicos, entre los que se encuentran el género, edad, escolaridad y estado civil entre otros.

Por su parte McClelland [10] se ha enfocado en estudiar el perfil psicológico del emprendedor al que considera como atributos la originalidad e innovación, el riesgo, responsabilidad, conocimiento y planificación, además de necesidad de logro, autoconfianza, optimismo creatividad y autonomía [11].

De acuerdo a la revisión de la literatura, se concluye que toda persona que tenga estos rasgos, tiene mayores probabilidades de mostrar un comportamiento

emprendedor como se mencionó anteriormente, sólo es cuestión de tener iniciativa, una idea o un sueño para llevarlo a la realidad, no tener miedo a emprender algo nuevo, correr riesgos, así mismo es muy importante explotar esas características, habilidades y actitudes que se tienen como persona y que son las que ayudarán a lograr la realización de la idea, sin dejar atrás el perfil ya que con estos se podrá lograr satisfactoriamente los objetivos que se tienen como meta.

Características del perfil emprendedor

Todo perfil debe cumplir con ciertas características que apoyan al éxito del emprender, ya sea la creación de una nueva empresa o algún producto y/o servicio, para ello los siguientes autores hacen mención de dichas características.

Münch-Galindo [12], hace referencia a que “las características de un empresario, así como el éxito en cualquier actividad, están sustentadas en un buen juicio y toma de decisiones, dichas características son a) persistencia: tenacidad, confianza en sí mismo y en lo que va emprender, b) visión: visión hacia el futuro y logro de objetivos, c) creatividad: mente abierta a cambios e innovaciones donde la imaginación juega un papel importante, d) comunicación: dentro (miembros de la empresa) como afuera (clientes), e) conocimiento y experiencia: conocimiento de administración y recursos humanos, con lo cual se puede optimizar recursos y f) otras cualidades: buen juicio, don de mando, apreciar el valor del ejemplo, responsabilidad, etc.” (pag. 31.)

De la misma manera Sánchez [13] ha dividido las características de los emprendedores en cinco, las cuales son factores motivacionales, características personales, características físicas, características intelectuales y competencias generales.

Por su parte, John Kao en el año 1989 hacía mención de las características de los emprendedores como compromiso total, determinación y perseverancia, capacidad para alcanzar metas, orientación a las metas y oportunidades, iniciativa y responsabilidad, persistencia en la solución de problemas, realismo, autoconfianza, altos niveles de energía, búsqueda de realimentación, control interno alto, toma de riesgos calculados, baja necesidad de estatus, poder, integridad, confiabilidad y tolerancia al cambio [14].

Por otra parte Chojolán en Marín [15], señala que las características emprendedoras esenciales para alcanzar mayores logros son la planificación, fijar metas, crear redes de apoyo, buscar oportunidades y tener iniciativa, exigir eficiencia y calidad, autoconfianza, persistencia, buscar información, cumplir con los compromisos y correr riesgos

Tanto Sánchez, como John Kao, Münch-Galindo y Chojolán en Marín [15], mencionan similitudes en las

características; entre las principales se encuentran la iniciativa, el logro, la persistencia, la responsabilidad, el riesgo, la motivación, el liderazgo y la confianza en sí mismo, que son parte de su estructura emprendedora y van vinculadas al éxito.

Creación de empresas

La creación de empresas surge inicialmente con una idea de un negocio o bien, de integrar un nuevo producto o servicio al mercado, esto para satisfacer las necesidades de las personas, alcanzar un nivel socioeconómico y/o generar empleo.

La creación de empresas ha sido un factor importante en la solución de problemas en el entorno económico del país, en la creación de nuevos empleos, en la innovación empresarial y además como una ventaja competitiva [16].

Según Veciana [2], esta idea de negocio está basada en una **oportunidad empresarial**, que significa que está orientada a una necesidad latente o manifiesta que el nuevo empresario quiere satisfacer a través de la nueva empresa. Para esto, es necesario explorar la oportunidad empresarial donde hay que adquirir, organizar y cambiar los factores que son necesarios al momento de producir un producto o prestar un servicio, así como hacer que los costos y precios sean competitivos

Los ingredientes para la creación de empresas según Veciana [2], son la identificación de una oportunidad empresarial que es el punto de partida de la idea empresarial, los factores de producción (bienes, materiales, inmateriales y humanos) necesarios para el desarrollo y la explotación de la oportunidad empresarial, el mercado, nicho del mercado o segmento en el cual va a operar la nueva empresa, además de la estrategia que el empresario piensa adoptar para la combinación adecuada de los medios de producción y la forma de dirigirse a los consumidores o usuarios potenciales. La estrategia o la relación objetivos-instrumentos o fines-medios define y concreta la realización de la idea empresarial y la explotación de la oportunidad empresarial, así como la motivación, preparación y habilidades adecuadas que el empresario debe poseer para la toma de las cuatro decisiones anteriores.

De igual manera, Reynolds [17] diseñó un proceso de creación de empresas que se inicia cuando se tiene una idea y finaliza cuando la misma ya está establecida y consolidada en el mercado; este diseño cuenta con cuatro etapas: 1) la concepción: es cuando la persona se involucra en generar un nuevo proyecto, teniendo el interés de llevar a cabo la idea asumiendo acciones para concretarla, pero sin que aún haya iniciado, se denomina población adulta, 2) la gestación: es cuando ya la persona que está involucrada con la idea, realiza

acciones concretas para llevarla a cabo, haciendo uso de sus habilidades, capacidades y destrezas para desarrollarla y conseguir los recursos necesarios para la misma, en esta etapa se denomina emprendedores nacientes, 3) la infancia: es la etapa del aprendizaje y consolidación de la empresa que por lo regular dura aproximadamente cinco años, esta etapa es conocida como incubación y 4) la adolescencia: cuando las empresas ya están establecidas y consolidadas en el mercado.

Por otra parte, desde la perspectiva económica se desarrolla otro modelo que se enfoca en la decisión para la creación de empresas. Dicho modelo consiste en la maximización de las utilidades, dando como principal motivación al emprendedor una ganancia esperada; esta decisión está condicionada a una serie de cálculos que se realizan al momento de iniciar la creación de empresa, efectuando una ganancia neta y de acuerdo a esto el emprendedor decide si crea o no la empresa [18].

Otro estudio relacionado con el proceso de creación de empresas es el de Bhave [19], quien menciona que este proceso está constituido por tres escenarios, en el cual se consideran estímulos internos como externos, teniendo al mercado como una oportunidad de negocios y a su vez satisfacer las necesidades. Estos tres escenarios son las oportunidades, la creación física (proceso de elaboración de productos con ayuda de tecnología) y el intercambio (oferta y demanda, clientes).

Factores determinantes en la creación de empresas

Al iniciar una empresa se desglosan múltiples factores, los cuales son necesarios para llevar a cabo la puesta en marcha de la empresa. Estos factores pueden ser limitantes o estimulantes para la misma y así llevar el proceso de creación. Según Alonso y Galve [20] existen tres elementos claves para la creación de empresa que son el empresario, la empresa y el entorno.

Factores condicionantes

Estos factores se encuentran dentro de la clasificación de las instituciones que establece Douglas North, donde señala que “Las instituciones son imposiciones ideadas por los seres humanos que estructuran y limitan sus interacciones” (North). “Las instituciones reducen la incertidumbre, ya que establecen una estructura en la que se realiza la interacción humana en la vida diaria, determinando y construyendo el conjunto de elecciones de los individuos” (North, en Díaz, Urbano y Hernández [21]; así mismo el concepto de “institución que incluye tanto estructuras objetivas como aspectos subjetivos” Hodgson, (1998:179) en Aponte [22].

Como ya se ha comentado anteriormente, North (1993) clasificó los factores institucionales que inciden en la creación de empresas:

“Factores condicionantes formales- los factores condicionantes formales incluyen normas políticas, legales, económicas y contratos (North, 1990:47) Aponte, [22]; esto es la constitución nacional, las leyes, los reglamentos y los contratos privados. Incluyen además el concepto de *organizaciones*, definidas como grupos de individuos unidos por un propósito común, tales como entidades políticas, económicas, sociales y educativas. Algunas de estas son: partidos políticos, Cámara y Senado, agencias reguladoras, empresas, uniones de obreros, cooperativas, iglesias, clubes, escuelas, universidades y centros de educación vocacional. Tanto las organizaciones que se crean como la evolución de las mismas son influenciadas por las instituciones formales. A su vez, las organizaciones, en su desempeño, generan cambios en las normas o instituciones formales” (North, 1990:5) en Aponte [22].

“Factores condicionantes informales - los factores condicionantes informales incluyen códigos y normas de conducta, convenciones sociales, valores, ideas, actitudes y percepciones - *la cultura* - de las personas miembros de un sociedad. Éstos guían nuestra interacción cotidiana con otras personas” tal como se presenta en la figura 2 (North, 1990:36) en Aponte, [22].

Factores económicos

Este factor es uno de los más importantes que debe considerar el emprendedor al crear una empresa; este factor se podría obtener por cuenta propia o por diferentes fuentes de financiamiento ya que es prioridad para llevar a cabo la creación de empresa [23].

Para Bonfil [24] la primera fuente de financiamiento se da por préstamos de los familiares o amigos, y estos son otorgados por dos razones: a) esperan contar con una favor del mismo valor cuando lo requieran y b) como una forma de ahorro, ya que cuando lo tiene prestado no lo pueden gastar. La segunda fuente se trata de los propios ahorros, por los ingresos de jubilación y por el finiquito de un despido. Y como tercera fuente se encuentran los préstamos o créditos otorgados por una institución bancaria.

Otro aspecto importante son las ayudas públicas para la creación de empresas, las cuales pueden ser de gran apoyo, ya que además de la captación de recursos financieros, proporcionan asistencia técnica durante el proceso de la creación de la empresa hasta los primeros meses de la puesta en marcha de la misma. Sin embargo, aunque muchas dependencias han puesto módulos para el asesoramiento del mismo y reducido los trámites burocráticos, eso no se traduce en incremento de la tasa de creación de empresas, dado que también influyen las

habilidades y experiencias que tenga el empresario para poder aprovechar los recursos presentados [25].

Factores motivadores

García de Junco, Álvarez y Reyna [26] hacen referencia a que los factores que influyen en el éxito de la creación de empresas son la selección de sus equipos, buen carácter, independencia, constancia y conocimiento; así mismo, Gómez y Lloréns [27] mencionan que el motivo más relevante al emprender el proceso de creación de empresas es la independencia personal, es decir, el deseo de libertad de decisión y acción, seguido de poner en práctica las propias ideas y crear algo propio. También sostienen que como segundo nivel se encuentra el afán de independencia económica, afán de ganar más dinero de manera independiente y por último conseguir un patrimonio. Y en tercer lugar se encuentra la imposibilidad o dificultad de encontrar un empleo.

Por otro lado, Morales-Gualdrón y Pineda-Zapata [28] hacen mención que en los últimos años la motivación emprendedora se debe a que las personas no pueden encontrar un empleo, es decir, se tiene la necesidad de crear una empresa, lo que lleva a dichas empresas a registrar un tiempo menor de supervivencia respecto de otras empresas creadas por otros motivos (oportunidad).

Factores limitantes

Las limitaciones que se presentan de acuerdo a Nava-Villarreal [23] al momento de crear una empresa son: el financiamiento, el trato a las personas, la falta de fondos suficientes para el arranque de su operación, tipo de prioridad estratégica y el riesgo.

Otros aspectos que frenan el proceso de creación de empresas de acuerdo a Gómez y Lloréns [27] son miedo a fracasar, situación financiera, trámites burocráticos, falta de capital inicial (éste como principal freno a la creación de empresas), además de falta de espíritu empresarial, falta de preparación y conocimiento, no estar dispuestos a asumir riesgos, mentalidad empresarial inadecuada, demanda de mucho esfuerzo y poca remuneración.

La Escuela de Organización Industrial (EOI 2006) [29], señala que las dificultades que se pueden presentar al momento de la creación de empresas son: aversión al riesgo al comenzar un nuevo negocio, socios no adecuados, dinamismo del entorno, falta de capital necesario para la puesta en marcha, factores sociales, políticas y programas gubernamentales, legislación, relación con los proveedores, falta de planificación en el proceso emprendedor, falta de espíritu emprendedor y los procedimientos administrativos y trámites.

Se puede concluir con lo anterior, que los factores que condicionan la creación de empresas se dividieron en

cuatro de acuerdo a los autores consultados: 1) *factores condicionantes formales* que hacen referencia a todas las facilidades que brinda el gobierno para lograr la creación de empresa, 2) los *factores económicos* referentes a las fuentes de financiamiento que se proporcionan al emprendedor al momento de realizar una actividad emprendedora, la cual suele ser principalmente con recursos propio; 3) los *factores motivadores* que de acuerdo a los autores revisados sobresalen la experiencia y conocimientos, independencia, realización de ideas, obtención de un patrimonio, poder, logro y satisfacción y finalmente, 4) los *factores limitantes* presentes en el proceso de creación de empresas, referentes al fracaso, situación financiera, riesgos demasiado elevados, falta de conocimiento y falta de capacitación.

Materiales y métodos

El tipo de estudio utilizado en esta investigación fue cuantitativo, descriptivo, correlacional y transversal. Para poder realizar este estudio se realizó la recopilación de información primaria, la cual fue obtenida con la aplicación de un instrumento para medir la variable perfil emprendedor en la dimensión de perspectiva con base a García, Marco, Molina y Quer [8], Bonilla-Ricardo y García-Restrepo [9], así como la dimensión de características retomada de Münch-Galindo (2006:31) [12]. La variable creación de empresas se retomó de Díaz (2003) y Silva-Olvera [30], con cuatro dimensiones: factores condicionantes formales, factores económicos, factores estimulantes y factores limitantes.

La población universo estuvo formada por las empresas del Municipio de Villa Hidalgo, Jal., de acuerdo al Directorio Estadístico Nacional de Unidades Económicas (DENUE 2015) [31]; la población estuvo conformada por 249 empresas de acuerdo a la actividad económica (30-30) empresas manufactureras de dicho municipio que se dedican a la elaboración de prendas de vestir. Acorde a la población y utilizando la fórmula para las muestras finitas por el método de proporción, con un tamaño de población (N) de 249 empresas, 1.96 del valor de Z para una distribución normal estándar en el eje de la x ($Z\alpha$), una proporción esperada (p) del 50%, un inverso de proporción (q) del 50% y una precisión (d) del 10%, lo que se obtuvo fue una muestra de 69.5092 \approx 70 empresas.

El instrumento estuvo conformado de la siguiente forma: en el primer apartado los aspectos demográficos del informante clave se midieron con 8 reactivos, seguidos por los datos de las empresas que se evaluaron con 7 reactivos, el perfil emprendedor incluyó 69 reactivos y por último la creación de empresas que estuvo compuesto por 50 reactivos. Se utilizó una escala Likert de 5 puntos donde las opciones de respuesta fueron: 1. Totalmente en desacuerdo, 2. Parcialmente

en desacuerdo, 3. Ni en acuerdo ni en desacuerdo, 4. Parcialmente de acuerdo y 5. Totalmente de acuerdo. La técnica que se utilizó para este estudio fue el cuestionario estructurado. Se utilizaron dos medios: a) Aplicación vía internet, la cual fue generada con ayuda de una plataforma de Google Forms y b) Aplicación personalizada del instrumento.

Se plantearon cinco hipótesis:

1. H_a No existe una relación entre el perfil del empresario y la creación de empresas en el municipio de Villa Hidalgo, Jal.
2. H_b No existe una relación entre el perfil del empresario y los factores condicionantes formales de la creación de empresas en el municipio de Villa Hidalgo, Jal.
3. H_c No existe una relación entre el perfil del empresario y los factores económicos de la creación de empresas en el municipio de Villa Hidalgo, Jal.
4. H_d No existe una relación entre el perfil del empresario y los factores que estimulan la creación de empresas en el municipio de Villa Hidalgo, Jal.
5. H_e No existe una relación entre el perfil del empresario y los factores que limitan la creación de empresas en el municipio de Villa Hidalgo, Jal.

Para medir la confiabilidad del instrumento se utilizó el coeficiente de alpha de cronbach, cuyos resultados mostraron valores de 0.963 para la variable perfil emprendedor y 0.827 para la variable creación de empresas; valores de 0.25 reportan baja confiabilidad y 0.90 elevada confiabilidad.

Resultados y discusión

En cuanto a los resultados del informante clave, sobresale la edad promedio de los empresarios encuestados que fue de 46 años, con más de 10 años al frente de la empresa y que son dirigidas tanto como por hombres como por mujeres (50-50%), casados, con una escolaridad de secundaria y bachillerato (33%). Por su parte, en las características de las empresas sobresale que cuentan entre 1 y 30 empleados, con origen de capital nacional que atiende mercados regionales, con una posición en el mercado sostenible dada la antigüedad de las mismas de más de 21 años en el mercado.

Los resultados de la variable perfil emprendedor, que fue medida con dos dimensiones (perspectiva y características) se muestran a continuación. De forma global en la dimensión de perspectivas del perfil emprendedor, la figura 1 indica que los empresarios tienen mayormente desarrollado el perfil personal (4.52) que hace referencia a la autonomía, toma de decisiones, responsabilidad y creatividad, etc., posteriormente el

perfil social (4.43) concerniente al liderazgo, trabajo en equipo y solidaridad entre otras características. El área de oportunidad se encuentra en el perfil sociológico (4.35) es decir, en los factores que impulsan la creación y tiene que ver con el entorno donde se encuentra, así como en el perfil psicológico (4.38) relativo a la relación de valores culturales y sociales como lo son: necesidad de logro y minimización del temor al riesgo.

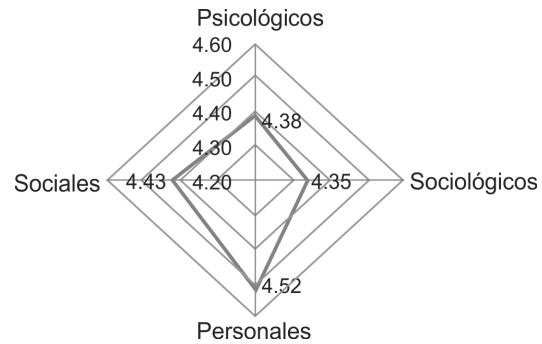


Figura 1. Descripción de la dimensión perspectiva.

Fuente: Elaboración propia.

La figura 2 da evidencia de las características presentes en el perfil emprendedor y resaltan cualidades como el buen juicio, don de mando, apreciar el valor de responsabilidad (4.65); con el mismo puntaje se encuentran la persistencia y la comunicación (4.50) y aquella que requiere mayor atención es la creatividad (4.26).

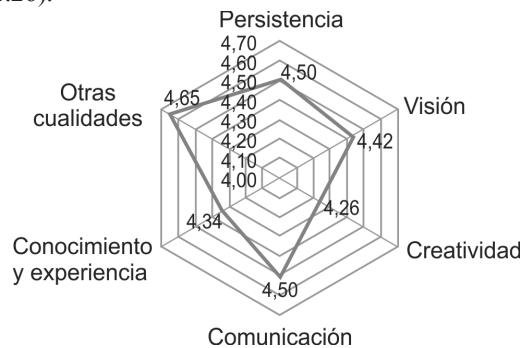


Figura 2. Descripción de las características del perfil emprendedor.

Fuente: Elaboración propia.

La figura 3 muestra de forma integral las dimensiones de la creación de empresas, resaltando que los empresarios tienen mayormente desarrollados los factores condicionantes formales (4.13 puntos) donde se hace referencia a la realización de trámites y programas de apoyo y fondos públicos, seguido de los factores estimulantes (4.10 puntos) donde se encuentran todos los factores que motivan al emprendedor a crear su empresa, tales como crear algo propio, conseguir un patrimonio e independencia económica entre otras. Y entre los factores con área de oportunidad se

encuentran los factores económicos (3.25 puntos) que hace referencia a las fuentes de financiamiento para realizar el proceso de creación de empresas como son ayudas oficiales y programas de apoyo y finalmente los factores limitantes con 3.17 puntos, donde sobresale la situación económica, falta de capital y temor a fracasar entre otros.

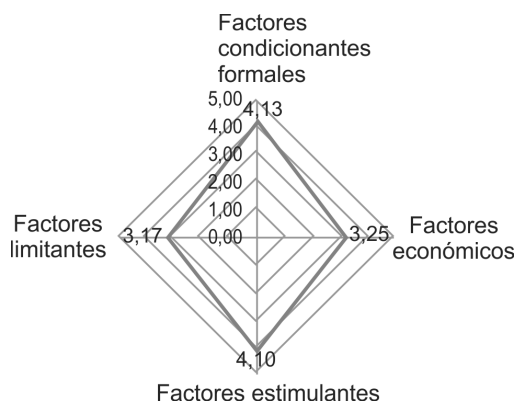


Figura 3. Descripción de las dimensiones de creación de empresas.

Fuente: Elaboración propia.

Para la prueba de hipótesis se utilizó el coeficiente de Rho de Spearman cuyos resultados se presentan a continuación.

Las correlaciones existentes con un nivel de significancia del 99% de confianza y 1% de probabilidad de error (**) fueron:

Factores condicionantes formales de la creación de empresa (CEFCF) se relacionan con:

El perfil emprendedor: en su perspectiva sociológica (0.424**), perspectiva personal demográfica (0.310**) y perspectiva social (0.425**).

Características del perfil emprendedor: en comunicación (0.408**), conocimiento y experiencia (0.341**) y por último otras cualidades (0.386**).

Factores estimulantes de la creación de empresas (CEFEST) se relacionan con:

Perspectiva sociológica (0.309**) y la perspectiva social (0.322**).

De igual manera las que tuvieron correlación significativa al nivel de 0.05 (*) de los factores condicionantes formales y estimulantes con las características del perfil emprendedor como se presentan a continuación:

Factores condicionantes formales de la creación de empresas (CEFCF) con:

Perfil emprendedor con una perspectiva psicológica (0.305*).

Características del perfil emprendedor en sus dimensiones: visión (0.279*) y creatividad (0.302*).

Factores estimulantes de la creación de empresas (CEFEST) se relacionan con:

Características del perfil emprendedor en sus dimensiones: visión (0.278*) creatividad (0.258*) comunicación (0.278*) conocimiento y experiencia (0.294*) y otras cualidades (0.287*) como se representa en la tabla 1.

Tabla 1. Correlaciones entre las variables con sus respectivas dimensiones.

		Perfil emprendedor										
		Perspectivas					Características					
		Psicológico	Sociológico	Personales	Sociales	Persistencia	Visión	Creatividad	Comunicación	Conocimiento y experiencia	Otras cualidades	
Creación de empresas	Condiciones formales	Coefficiente de correlación	.305*	.424**	.310**	.426**	0.211	0.279*	.302*	.408**	.342**	.388**
		Sig. (o lateral)	0.01	0	0.009	0	0.079	0.019	0.011	0	0.004	0.001
	Económicos	Coefficiente de correlación	0.093	0.134	-0.041	0.112	-0.028	-0.151	-0.044	0.144	0.063	0.011
		Sig. (o lateral)	0.445	0.268	0.739	0.354	0.817	0.213	0.715	0.235	0.602	0.925
	Estimulantes	Coefficiente de correlación	0.17	.309*	0.23	.322**	0.159	.278*	.268*	.278*	.284*	.287*
		Sig. (o lateral)	0.158	0.009	0.055	0.007	0.19	0.02	0.031	0.02	0.013	0.016
	Limitantes	Coefficiente de correlación	-0.163	-0.114	-0.192	-0.146	-0.054	-0.001	-0.206	-0.207	-0.139	-0.057
		Sig. (o lateral)	0.165	0.347	0.112	0.228	0.657	0.992	0.087	0.086	0.252	0.642

** . La correlación es significativa al nivel 0,01 (bilateral), * . La correlación es significativa al nivel 0,05 (bilateral).

Fuente: Elaboración propia

De acuerdo a la literatura y a los resultados obtenidos dentro del perfil emprendedor, los autores García, Marco, Molina y Quer [8], Rodríguez-Renovato [6], McClelland [10] y Fuentes-García y Sánchez Cañizares [11] señalan que el perfil psicológico es lo más importante, ya que es el que contiene los atributos esenciales para el emprendedor, seguido por el perfil sociológico y por último el demográfico. Bonilla-Ricardo y García-Restrepo [9] indican que como primer punto se encuentra los personales, en segundo lugar los sociales en tercer lugar se encuentran los psicológicos y por último los sociodemográficos. De acuerdo a los resultados arrojados por esta investigación se puede denotar que el perfil personal es el que tiene mayor relación con los empresarios del municipio de Villa Hidalgo, Jal., seguido por el perfil social; en tercer lugar el perfil psicológico y por último el perfil sociológico.

Cabe destacar que los anteriores resultados están en concordancia con los aportes de Bonilla-Ricardo y García-Restrepo [9]; por su parte, existen discrepancias con los autores García, Marco, Molina y Quer [8], Rodríguez-Renovato [6], McClelland [10] y Fuentes-García y Sánchez Cañizares [11], ya que no se encuentra ninguna semejanza a lo estipulado por ellos de acuerdo a los perfiles de mayor importancia.

También es necesario mencionar en cuanto al perfil demográfico que los diferentes autores lo mencionan como el perfil menos sobresaliente, ya que sólo es utilizado como datos personales del empresario.

En los resultados arrojados por esta investigación, se menciona que la principal característica del perfil emprendedor que tienen los empresarios son primeramente otras cualidades, seguido por persistencia, comunicación, visión, conocimientos y experiencia y por último creatividad en base a Münch-Galindo [12], Sánchez [13], Chojolán (2007) en Marín [15].

Respecto a la variable creación de empresas con 4 dimensiones: factores condicionantes formales, factores económicos, factores estimulantes y por último los factores limitantes, de acuerdo a los resultados se menciona que los factores que tienen un gran peso al momento de tomar la iniciativa de crear una empresa se encuentran los estimulantes, seguido de los condicionantes formales y los de menor peso en este proceso se encuentran los limitantes y por último los económicos.

Conclusiones

El emprendimiento en la actualidad es de gran importancia, ya que no solamente contribuye a la economía, sino que genera oportunidades satisfactorias para los emprendedores al momento de crear algo

nuevo por medio de una idea innovadora y a su vez la generación de nuevos empleos.

De acuerdo a los resultados arrojados por esta investigación, se rechaza la H_a , la cual plantea que no existe una relación entre el perfil emprendedor y la creación de empresas. La hipótesis H_b se rechaza, dado que no existe una relación entre el perfil emprendedor y los factores económicos. La hipótesis H_c no se rechaza, ya que sí se encontró relación entre el perfil emprendedor y los factores estimulantes y por último la hipótesis H_d se rechaza, ya que no existe una relación entre el perfil emprendedor y los factores limitantes de la creación de empresas en el municipio de Villa Hidalgo, Jal.

El objetivo general fue analizar la relación del perfil de los empresarios y la creación de empresas en el municipio de Villa Hidalgo, Jal. De acuerdo con el análisis estadístico que se realizó en esta investigación, se encontró una relación entre estas dos variables, aunque dicha relación es débil, ya que de los cuatro factores solamente tuvo relación con los factores condicionantes formales y los estimulantes.

De acuerdo a la literatura revisada en esta investigación, se confirma que el perfil emprendedor debe de ser primeramente el perfil personal, el social, el psicológico, el sociodemográfico como lo menciona Bonilla-Ricardo y García-Restrepo [9], a pesar de esto es muy difícil estipular un perfil, pues varía de acuerdo a cada emprendedor.

En la variable creación de empresas no se encuentra literatura que englobe los cuatro factores de esta investigación o que señale cuál de ellos tiene mayor influencia al momento de tener la iniciativa emprendedora, pero con esta investigación se encontró que los factores más relevantes de los empresarios al momento de crear una empresa son los estimulantes, seguidos por los factores económicos y los limitantes, esto en el contexto de los empresarios de Villa Hidalgo, Jal.

Uno de los hallazgos que se encontraron fue la gran participación que tienen las mujeres al momento de emprender un negocio.

De acuerdo a los resultados el 50% de los empresarios son mujeres, tal y como lo mencionan Fuentes-García y Sánchez-Cañizares [11] y Carter et al [33], con lo que se reconoce la participación de la mujer como emprendedora en las últimas décadas, no sólo en Europa, sino también en otros contextos.

Los aportes podrán coadyuvar en el municipio estudiado para desarrollar estrategias que permitan tener mayores condiciones favorables para el surgimiento y permanencia de un mayor número de empresas del sector.

Referencias

- [1] Varela, R. (1998). Cambios hacia el Nuevo Siglo. Ponencia en *XII Congreso Latinoamericano sobre Espiritu Empresarial*, TEC-ICESI, San José, Costa Rica, Nov. 9,10 y 11. Recuperado de https://www.researchgate.net/publication/44228445_Cambios_hacia_el_nuevo_siglo
- [2] Veciana, J. M. (2005). *La creación de empresas. Un enfoque gerencial* (1ra edición) Barcelona: “La Caixa”
- [3] Amorós, J. E. (2011). El proyecto Global Entrepreneurship Monitor (GEM) una aproximación desde el contexto Latinoamericano. *Revista Latinoamericana de administración*. 46:1-15
- [4] Archivo histórico de Jalisco (1982), Guadalajara, Jalisco. Recuperado de <https://www.jalisco.gob.mx/en/jalisco/municipios/villa-hidalgo>
- [5] Marín, M. E. (2011). Perfil emprendedor de los gerentes de las empresas lácteas del Municipio Colon del estado Zulia. *Revista Visión Gerencial*, 10(1), 120–135. Recuperado de <http://go.galegroup.com/ps/i.do?id=GALE%7CA307524603&sid=googleScholar&v=2.1&it=r&linkaccess=fulltext&issn=13179926&p=AONE&sw=w>
- [6] Rodríguez-Renovato, J. C. (2014). *Perfil de los empresarios y la relación con la cooperación interempresarial en empresas del estado de Aguascalientes*. Tesis en Maestro en Ciencias en Administración. Instituto Tecnológico de Aguascalientes.
- [7] Boda, T. (2015). The role of innovative entrepreneurs in rural development. *European Scientific Journal*, 11(32), 35–45. Recuperado de <http://go.galegroup.com/ps/i.do?id=GALE%7CA441690415&sid=googleScholar&v=2.1&it=r&linkaccess=fulltext&issn=18577881&p=AONE&sw=w>
- [8] García, F., Marco, B., Molina, J., & Quer, D. (1999). Factores de éxito y fracaso de las nuevas empresas: propuestas de un marco teórico integrador. *La Gestión de La Diversidad : XIII Congreso Nacional, IX Congreso Hispano-Francés, Logroño (La Rioja), 16, 17 Y 18 de Junio, 1999*, 2(84-95301-11-3), 565–571. Recuperado de <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=565260>
- [9] Bonilla-Ricardo, R. F. y García-Restrepo, J. O. (2014). *Caracterización del perfil emprendedor en graduados de la maestría en administración de negocios: un análisis empírico en la ciudad de Manizales* (Tesis de maestría). Universidad Autónoma De Manizales, Colombia. <http://repositorio.autonoma.edu.co/jspui/bitstream/11182/839/1/TESIS%20-%20INFORME%20FINAL.pdf>
- [10] McClelland, D. C. (1961). *The Archiving Society*. Nueva York, Estados Unidos América: D. Van Nostrand Company. Recuperado de <https://babel.hathitrust.org/cgi/pt?id=mdp.39015003646802;view=1up;seq=8>
- [11] Fuentes-García, F. J. y Sánchez-Cañizares, S. M. (2010). Análisis del perfil emprendedor: una perspectiva de género. *Estudios económicos*. 23(3), 1-28. Recuperado de <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=30120334014>
- [12] Münch-Galindo, L. (2006). *Fundamentos de administración, casos prácticos*. (2ª edición). México. Editorial Trillas.
- [13] Sánchez, L. (2003). *Perfil psicológico del autoempleado*. Tesis Doctoral. Universidad Complutense de Madrid. Recuperado de <http://biblioteca.ucm.es/tesis/psi/ucm-t26888.pdf>
- [14] Alcazar-Rodriguez, R. (2011). *Emprendedor Exito* (4ta edición). Mexico: Mc Graw. Hill.
- [15] Marín, M. E. (2011). Perfil emprendedor de los gerentes de las empresas lácteas del Municipio Colon del estado Zulia. *Revista Visión Gerencial*, 10(1), 120–135. Recuperado de <http://go.galegroup.com/ps/i.do?id=GALE%7CA307524603&sid=googleScholar&v=2.1&it=r&linkaccess=fulltext&issn=13179926&p=AONE&sw=w>
- [16] Chávez-Jiménez, E. A. & Vargas-Hernández, J. G. (2012). Estrategias para la creación de nuevas empresas, un enfoque sociocultural o institucional. *Ciencias Económicas*, 30(2), 239+. Recuperado de <http://go.galegroup.com/ps/i.do?id=GALE%7CA345882531&sid=summon&v=2.1&u=pu&it=r&p=IFME&sw=w&asid=f29c147776c6de8d26eed2e12ec91246>
- [17] Reynolds, P. (1997). Who Starts New Firms? - Preliminary Explorations of Firms in Gestation. *Small Business Economics* 9: 449-462. DOI: 10.1023/A:1007935726528
- [18] Campbell, C. (1992). A decision theory model for entrepreneurial acts. *Entrepreneurship: Theory and Practice*, 17(1), 21. Recuperado de <http://go.galegroup.com.etchconricyt.idm.oclc.org/>

- ps/i.do?p=ITOF&sw=w&u=pp&v=2.1&it=r&id=GALE%7CA13832534&sid=summon&asid=1418cd164da55f6301bdba3a4caa75c4
- [19] Bhave, M. (1994). "A process model of entrepreneurial venture creation", *Journal of Business Venturing*, 9(3), 223-242. DOI: 10.1016/0883-9026(94)90031-0
- [20] Alonso, M y Galve, C. (2008). El emprendedor y la empresa: una revisión teórica de los determinantes a su constitución. *Acciones e Investigaciones Sociales*. 26, 5-44. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=2975142>
- [21] Díaz, J. C., Urbano, D. y Hernández, R. (2005). Teoría económica institucional y creación de empresas. *Investigaciones europeas de dirección y economía de la empresa*, 11(3), 209-230.
- [22] Aponte, M. (2002). *Factores condicionantes de la creación de empresas en Puerto Rico: Un enfoque institucional* (Tesis doctoral). Universidad Autónoma de Barcelona, Barcelona. <http://ddd.uab.cat/pub/tesis/2002/tdx-1104102-181004/mag1de1.pdf>
- [23] Nava-Villarreal, A. (2013). Factores que Influyen la Creación de Empresas Pymes y Empresas Familiares Factors Influencing SME and Family Business Creation. *Daena: International Journal of Good Conscience*, 8(1), 11-22.
- [24] Bonfil, C. C. (2003). Fuentes de financiamiento para la microempresa en México. *Aportes: revista mexicana de estudios sobre la cuenca del pacífico*, 31(5), 61-85. Recuperado de <http://www.portesasiapacifico.com.mx/?p=articulo&id=145>
- [25] Valencia, M., García, P. y Jiménez, J. (2006). Factores determinantes de la creación: valores culturales, redes sociales y ayudas públicas. *Conocimiento, innovación y emprendedores: Camino al futuro*. 1141-1155 recuperado de <https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/2233359.pdf>
- [26] García del Junco, J., Álvarez, P. y Reyna, R. (2007). Características del emprendedor de éxito en la creación de PYMES españolas. *Estudios de Economía Aplicada*. 25 (3), 1-26.
- [27] Gómez, E. M. y Lloréns, F. J. (1997). La creación de empresas en Andalucía: motivaciones y obstáculos. *I Congreso de Ciencia Regional de Andalucía: Andalucía en el umbral del siglo XXI*. 241-259 recuperado de http://www2.uca.es/escuela/emp_je/investigacion/congreso/mbp007.pdf
- [28] Morales-Gualdrón, S. T. y Pineda-Zapata, U. (2015). Factores del perfil emprendedor y la gestión del servicio que indican en la supervivencia empresarial: caso del oriente de Antioquia (Colombia). *Pensamiento y Gestión: Universidad del norte*, (39), 176-207. DOI: <http://dx.doi.org/10.14482/page.37.7020>
- [29] Escuela de Organización Industrial (EOI, 2006). Factores que influyen en la creación y consolidación de empresas en Andalucía. *Fundación EOI*, España. Recuperado de <https://www.eoi.es/es/savia/publicaciones/19332/factores-que-influyen-en-la-creacion-y-consolidacion-de-empresas-en-andalucia>
- [30] Silva-Olvera, M. A. (2010). *Empresas incubadas y su articulación con el programa de apoyo, caso de una incubadora en Tlaxcala* (Tesis Doctoral). Colegio de Tlaxcala, San Pablo, Apetatitlán, Tlaxcala.
- [31] Directorio Estadístico Nacional de Unidades Económicas (DENUE). (2015) en el municipio según la actividad económica (30-33). Recuperado de <http://www3.inegi.org.mx/sistemas/mapa/denue/Cuantificar.aspx>
- [32] Díaz, J. C. (2003). *La creación de empresas en Extremadura: Un análisis institucional* (Tesis Doctoral). Universidad De Extremadura, España.
- [33] Carter, S., Anderson, S. & Shaw, E. (2001). Women's Business Ownership: A Review of the Academic, Popular and Internet Literature. University of Strathclyde. Estados Unidos. Recuperado de https://www.researchgate.net/publication/237222197_Women's_Business_Ownership_A_Review_of_the_Academic_Popular_and_Internet_Literature

Recibido: 26 de febrero de 2018

Aceptado: 18 de mayo de 2018