



Universidad del Mar

Campus Huatulco

**EMPRENDIMIENTO:
ASPECTOS CONDUCTUALES DEL
EMPRENDEDOR INNOVADOR EN MÉXICO (2015)**

T E S I S

Que para obtener el título de
Licenciado en Economía

Presenta

Fernando Velasco Melchor

Director de Tesis

Dr. Emmanuel Anguiano Mondragón

Codirector de Tesis

Mtro. Cristhian Jesús Hernández Cervantes

Bahías de Huatulco, Oaxaca, 2023

INTRODUCCIÓN

A lo largo de la historia, el mundo ha reconocido a ciertos individuos que, con su ingenio, creatividad u otras cuestiones, lograron aportar a la humanidad importantes formas de innovación. Además, debido a que sus actividades logran tener efectos tanto en la economía como en la sociedad en conjunto, los emprendedores se han vuelto un tema relevante de análisis.

Tanto el emprendimiento como la innovación son cuestiones que han cobrado mayor relevancia de forma reciente ya que el surgimiento de innovaciones y la adquisición de nuevas y más avanzadas tecnologías resultan ser piezas claves para la competitividad de un país o región (Robayo Acuña, 2016). Por otra parte, la OCDE (2016) apuntó que los emprendimientos que generan innovaciones, “rejuvenecen” el tejido empresarial, aceleran la competitividad en materia de innovación, introducen nuevos productos y servicios, crean nuevos mercados y contribuyen a encontrar nuevas soluciones a los problemas emergentes. En esa línea, la creación de empresas innovadoras se considera como una posible solución a los retos como el crecimiento económico, la creación de empleos y en particular la innovación (Díaz Casero et al. 2007).

En 2018, el Índice Mundial de Innovación (GII por sus siglas en inglés) mostró que, de 126 países considerados, México ocupó el lugar 56 (Staff, 2018), si bien el país se situó por encima del promedio, aún se encuentra alejado de los países más innovadores. El GII considera en su medición los siguientes pilares; 1) instituciones, 2) capital humano e investigación, 3) infraestructura, 4) sofisticación de los mercados, 5) sofisticación empresarial, 6) producción de conocimientos y tecnología y 7) producción creativa. De ese modo, se puede conocer la situación en la que se encuentra México en materia de emprendimiento e innovación lo cual genera interrogantes que conducen a analizar dicha situación debido a la importancia que tiene la innovación en los países.

Una forma de entender la situación del país en temas de emprendimiento e innovación es conociendo a los individuos que lo propician. Para Díaz Pérez (2011), es común que los empresarios mexicanos no busquen desarrollar tecnología e innovación como estrategia competitiva para mantener su competitividad, sino que implementan estrategias

orientadas a la reducción de costos y, por lo tanto, no contribuyen a que se generen más innovaciones en México. Esto podría sugerir que el problema de que las empresas no sean innovadoras se debe a que no son creadas específicamente con ese propósito, sino que siguen un propósito general como generar ganancias por medio de otras estrategias. Por esta razón, cabe preguntarse ¿cuáles factores podrían influir sobre los emprendedores para que sean innovadores? Al respecto, Galindo Martín, et al. (2012) señalaron que es necesario un clima adecuado para la generación de innovaciones, por lo tanto, el entorno podría ser un factor importante por considerar a la hora de analizar el emprendimiento.

El emprendimiento como tema de análisis resulta ser complejo e incluso pueden encontrarse datos contradictorios. De acuerdo con el Reporte Global de Emprendedores 2015 sobre la percepción del emprendedor mexicano, el 87% de los mexicanos encuestados consideraron que el miedo al fracaso es el mayor obstáculo al que se enfrentan internamente para emprender. Sin embargo, el mismo reporte señaló que el 92% de los encuestados tiene una actitud positiva hacia el emprendimiento (Tolama, 2016). No obstante, el reporte señaló que los niveles de innovación que reportan las nuevas empresas son muy bajos debido a que el 70% de las nuevas empresas no ofrecen un producto o servicio nuevo para ninguno de sus clientes potenciales y solo el 9% son las que logran ofrecer algo nuevo a todos sus clientes.

Es importante notar que, a pesar del miedo a fracasar, los emprendedores mexicanos tienen actitudes positivas hacia el emprendimiento, pero son pocos quienes logran innovar, lo cual genera la duda de si es una cuestión de actitud o características propias del emprendedor lo que lo lleva a innovar.

En el presente trabajo de investigación se analiza la relación entre el emprendimiento y la innovación con un enfoque particular sobre aspectos conductuales del emprendedor mexicano, para ello, se pretende responder a la siguiente interrogante ¿En qué sentido influyen los aspectos conductuales, tales como las actitudes emprendedoras, las motivaciones, las percepciones y las aspiraciones empresariales de los emprendedores en la toma de decisiones respecto a su empresa especialmente para ser innovadores, dadas las condiciones del marco empresarial en México, a partir de los datos del Monitor Global del Emprendimiento (GEM) durante el año 2015?

Siguiendo la interrogante principal, la hipótesis del presente trabajo establece que, los aspectos conductuales del emprendedor influyen de manera positiva en la decisión que toman en sus empresas para ser innovadores, es decir, dichos factores pueden definir si un emprendedor es innovador o no. Tales aspectos conductuales son complejos y poseen diversas características, por ello, se propone una serie de hipótesis por categoría donde las primeras 4 pertenecen a la categoría *Actitudes emprendedoras*, las hipótesis del 5 al 8 se encuentran en la categoría *Percepciones*, la número 9 pertenece a la de *Motivaciones* y, por último, las hipótesis 10 y 11 pertenecen a la categoría *Aspiraciones empresariales*.

1. Los emprendedores que declaran tener actitudes optimistas respecto a las actividades emprendedoras al declarar que “es deseable tener vidas similares a la de los emprendedores”, son quienes tienden a ser innovadores al ofrecer productos nuevos para los clientes y de los que ninguna o pocas empresas ofrecen.
2. Los emprendedores que declaran tener actitudes optimistas respecto a las actividades emprendedoras al declarar que “aquellos exitosos en iniciar un negocio tienen un alto nivel de estatus y respeto” son quienes tienden a ser innovadores al ofrecer productos nuevos para los clientes y de los que ninguna o pocas empresas ofrecen.
3. Los emprendedores que declaran tener actitudes optimistas respecto a las actividades emprendedoras al declarar que “abrir un negocio es una buena opción de carrera profesional”, son quienes tienden a ser innovadores al ofrecer productos nuevos para los clientes y de los que ninguna o pocas empresas ofrecen.
4. Los emprendedores que declaran tener actitudes optimistas respecto a las actividades emprendedoras al declarar que “*a menudo ven historias en los medios públicos sobre nuevos negocios exitosos*”, son quienes tienden a ser innovadores al ofrecer productos nuevos para los clientes y de los que ninguna o pocas empresas ofrecen.
5. Los emprendedores que declaran conocer personalmente a alguien que inició un negocio en los últimos dos años, son los más proclives a ser innovadores.
6. Los emprendedores que declaran percibir buenas oportunidades para iniciar un negocio son quienes son innovadores.
7. Los emprendedores que declaran contar con los conocimientos y habilidades necesarias para emprender son quienes son innovadores.

8. Los emprendedores que declaran que la idea de que el miedo al fracaso les impediría iniciar un negocio, son quienes resultan ser innovadores.
9. Los emprendedores que emprenden motivados por oportunidad o necesidad son quienes logran ser innovadores.
10. Las aspiraciones empresariales de los emprendedores como el hecho de tener altas expectativas de empleo en los próximos 5 años influyen en que sea innovador.
11. Las aspiraciones empresariales de los emprendedores como el hecho de estar orientados a la exportación son factores que influyen en un sentido positivo en que los emprendedores sean innovadores.

Para dar respuesta a la interrogante principal y siguiendo la hipótesis planteada, el objetivo de esta investigación es analizar cómo influyen los aspectos conductuales, tales como las actitudes emprendedoras, las percepciones, las motivaciones y las aspiraciones empresariales de los emprendedores en la toma de decisiones respecto a su empresa especialmente para ser innovadores, dadas las condiciones del marco empresarial en México, a partir de los datos del Monitor Global del Emprendimiento (GEM) durante el periodo 2015. Para cumplir con dicho objetivo, de manera individual se propone alcanzar los objetivos siguientes:

1. Examinar en qué sentido influyen las actitudes emprendedoras del mexicano para que sea innovador o no.
2. Examinar en qué sentido influyen las percepciones empresariales del mexicano para que sea innovador o no.
3. Examinar en qué sentido influyen los motivos de emprendimiento por oportunidad o por necesidad para que el emprendedor mexicano sea innovador
4. Examinar en qué sentido influyen las aspiraciones empresariales del mexicano para que sea innovador o no.

En el primer capítulo se muestran los antecedentes teóricos relativos al tema de estudio de acuerdo con los objetivos que persigue la investigación. Para ello, primero se muestran los antecedentes teóricos y las aportaciones que han hecho diversos autores sobre el tema, luego, se presenta el enfoque Neoschumpeteriano para analizar aspectos conductuales del emprendedor como actitudes emprendedoras, motivaciones para

emprender, percepciones y aspiraciones empresariales que estarían influyendo sobre el individuo para que este sea innovador o no.

El segundo capítulo presenta la metodología empleada la cual consistió en la búsqueda y manipulación de datos provenientes de la encuesta del GEM para obtener los elementos necesarios que sirvieron para la elaboración de un índice que permitió la aplicación de un modelo logit para contrastar las hipótesis planteadas bajo la perspectiva teórica adoptada. En tal sentido, se presentan las fuentes de información, las variables que muestran información de cada elemento respecto a los aspectos conductuales del emprendedor, así como las herramientas estadísticas que se emplearon.

El tercer capítulo se presenta los primeros resultados de la investigación. En primer lugar, se muestran los resultados de estadística descriptiva de las etapas de emprendimiento TEA (actividad emprendedora en etapa temprana) y Negocios Establecidos, de dichas etapas, se muestran las estadísticas de aspectos conductuales como actitudes emprendedoras, percepciones, motivaciones y aspiraciones empresariales.

En el cuarto capítulo, se presentan los resultados principales de la aplicación de un modelo logit para cada una de las tres etapas de emprendimiento. A partir del modelo, se realiza el contraste de las hipótesis planteadas en donde los resultados muestran que los factores tales como conocer a otros emprendedores que iniciado un negocio nuevo en los últimos dos años y la percepción de contar con los conocimientos necesarios son factores que aumentan las posibilidades de que un emprendedor sea innovador. Asimismo, se presenta un caso singular en donde el miedo al fracaso resulta ser un factor que podría influir de manera positiva sobre el emprendedor.

Por último, se dan las principales conclusiones de la investigación, las limitaciones que presenta y las líneas de investigación que pueden surgir a partir de los resultados obtenidos debido que estos dan pie a investigaciones que podrían generar resultados relevantes sobre temas que aún se siguen discutiendo en temas económicos.

La investigación se diferencia de otros estudios al emplear teorías económicas y no desde una óptica holística de otras ciencias sociales como la Sociología o la Psicología las

cuáles se centran más en las características personales del individuo. En este caso, el individuo bajo estudio se limita a alguien que administra sus recursos disponibles para satisfacer las necesidades humanas y cuyas actividades y decisiones influyen de manera significativa en la economía del país. No obstante, es importante tener en cuenta que algunas teorías consideradas en la propuesta teórica como las que emplea la economía del comportamiento provienen de los aportes de la Psicología.

Esta investigación espera ser útil al momento de implementar políticas más acertadas encaminadas a fomentar e impulsar la creación de nuevas empresas con probabilidades de generar nuevas innovaciones en el país ya que puntualiza la importancia de un análisis conductual de los emprendedores al momento de iniciar una empresa. De esa forma, el fin último de la investigación es invitar a los emprendedores mexicanos a analizar internamente sus motivaciones y aspectos conductuales para aumentar las probabilidades de supervivencia de la empresa en el largo plazo al perseguir objetivos específicos utilizando estrategias basadas en la innovación.