



Revista GEON (Gestión, Organizaciones y Negocios.)  
ISSN: 2346-3910 en línea  
[revistageon@unillanos.edu.co](mailto:revistageon@unillanos.edu.co)  
Universidad de los Llanos  
Colombia

Pérez Paredes, Alfredo<sup>i</sup>; Torralba Flores, Amado<sup>ii</sup>; Cruz de los  
Ángeles, José Aurelio<sup>iii</sup>.  
**Propuestas para fortalecer la cultura emprendedora  
en los municipios de Puebla y Tlaxcala**  
Revista GEON, Vol. 6, No. 2, 2019  
Pág. 37-51

Disponible en: <https://doi.org/10.22579/23463910.172>

<sup>i</sup> <https://orcid.org/0000-0001-8766-5766>

<sup>ii</sup> <https://orcid.org/0000-0003-3802-0501>

<sup>iii</sup> <https://orcid.org/0000-0002-8682-366X>

Esta publicación  
se encuentra bajo  
licencia: Creative  
Commons  
Reconocimiento-  
NoComercial-  
SinObraDerivada  
4.0 Internacional



RevistaGEON

“  
**La Cultura Emprendedora es un  
aspecto fundamental para la  
generación de nuevas empresas y  
fortalecer las ya existentes**  
”



Pérez Paredes, A., Torralba Flores, A., & Cruz de los  
Ángeles, J. (2019). Propuestas para fortalecer la Cultura  
Emprendedora en los Municipios de Puebla y Tlaxcala

<http://revistageon.unillanos.edu.co>

# Propuestas para fortalecer la Cultura Emprendedora en los Municipios de Puebla y Tlaxcala, México

Proposals for strengthen the Enterprising Culture in the municipalities of Puebla and Tlaxcala, México

*Alfredo Pérez Paredes<sup>1</sup> Amado Torralba Flores<sup>2</sup>  
José Aurelio Cruz de los Ángeles<sup>3</sup>*

*Cómo citar este artículo / To reference this article:*

*Pérez Paredes, A., Torralba Flores, A., & Cruz de los Ángeles, J. (2019). Propuestas para fortalecer la Cultura Emprendedora en los Municipios de Puebla y Tlaxcala. Revista GEON (Gestión, Organizaciones Y Negocios), 6(2), 38-52. Recuperado a partir de <http://revistageon.unillanos.edu.co/index.php/geon/article/view/172>*

## Resumen

Artículo de investigación:

Fecha de recepción:  
2019/05/02

Fecha de aceptación:  
2019/06/30

Esta publicación se encuentra bajo licencia:  
Creative Commons Reconocimiento- NoComercial- SinObraDerivada 4.0 Internacional.



El presente trabajo de investigación tiene como propósito fundamental, realizar algunas propuestas para fortalecer la cultura emprendedora en los municipios de Puebla y Tlaxcala en México, considerando los resultados de la aplicación de un instrumento a emprendedores, que para este caso en particular fue una encuesta con nueve aseveraciones, buscando identificar la percepción de los emprendedores de si los aspectos analizados se cumplen, encontrándose que en ambos municipios existen varias similitudes que contribuyen de manera importante en el proceso emprendedor, pero se necesita intensificar algunas acciones que Fomenten una Mentalidad Emprendedora y se concluye que las propuestas realizadas podrían fomentar la cultura Emprendedora existente, pero se requiere de la participación de todos los actores involucrados en el fenómeno emprendedor

<sup>1</sup> Dr. en Administración Pública, Benemérita Universidad Autónoma de Puebla BUAP, México, [alfredo.perez@correo.buap.mx](mailto:alfredo.perez@correo.buap.mx), <https://orcid.org/0000-0001-8766-5766>

<sup>2</sup> Dr. en Administración Pública, Benemérita Universidad Autónoma de Puebla BUAP, México, [admon\\_fabuap\\_at@yahoo.com.mx](mailto:admon_fabuap_at@yahoo.com.mx), <https://orcid.org/0000-0003-3802-0501>

<sup>3</sup> Dr. en Administración Pública, Benemérita Universidad Autónoma de Puebla BUAP, México, [pepejac52@hotmail.com](mailto:pepejac52@hotmail.com), <https://orcid.org/0000-0002-8682-366X>

**Palabras Clave:** Fenómeno Emprendedor, Mentalidad Emprendedora, Motivación

### **Abstract**

The present research work Its main purpose is to make some proposals to strengthen the entrepreneurial culture in the municipalities of Puebla and Tlaxcala in Mexico, considering the results of the application of an instrument to entrepreneurs, which for this particular case was a survey with nine statements, seeking to identify entrepreneurs' perception of whether the analyzed aspects are met, finding that in both municipalities there are several similarities that contribute in an important way in the entrepreneurial process, but it is necessary to intensify some actions that Foster an Entrepreneurial Mindset and it is concluded that the proposals made could improve the existing Entrepreneurial culture, but it requires the participation of all the actors involved in the entrepreneurial phenomenon.

**Keywords:** Entrepreneurial Phenomenon, Entrepreneurial Mentality, Motivation

### **Introducción**

Dentro de las diversas sociedades existentes en este planeta, las personas se comportan de acuerdo con los valores y creencias que se tienen establecidas y a eso se le denomina cultura y la misma se adquiere a través de diversos medios como lo son la familia, la escuela, el trabajo y de las diferentes interacciones con los integrantes de la sociedad.

Si esto ocurre con las personas, también se presenta en los negocios, pero sobre todo en la creación de nuevas empresas, ya que las creencias y valores adquiridos, determinan el actuar de los emprendedores cuando crean una nueva unidad productiva, y seguramente no serán las mismas condiciones culturales si se decide emprender en Japón, en Estados

Unidos o México, porque la mentalidad ya formada en los emprendedores visualizan de manera diferente la creación y administración de las nuevas empresas.

El tema se vuelve todavía más complejo, cuando esas empresas de nueva creación o ya existentes deciden realizar transacciones comerciales con otros países que por ende tienen otros valores culturales y si no se conocen seguramente no se garantizarán relaciones comerciales duraderas.

Por lo antes expuesto resulta esencial conocer algunos aspectos culturales que influyen en el proceso de la creación de empresas, en los municipios de Puebla y Tlaxcala en México, porque ello permitirá realizar propuestas que permitan fomentar y fortalecer una cultura emprendedora que

permita abatir problemas tan fuertes en México, como lo son las altas tasas de Mortalidad en las empresas y los altos índices de informalidad, que tanto daño le causan a los empresarios que sí asumen sus responsabilidades fiscales y en términos generales a la economía de una nación.

Para el presente trabajo de investigación se presentará el Marco Teórico, los Materiales y Métodos utilizados, los resultados obtenidos del instrumento, las propuestas realizadas y las conclusiones generadas del trabajo de investigación. A continuación, se presentan algunos aspectos teóricos que forman la base de este trabajo.

### **Marco Teórico**

El emprendimiento es un concepto muy utilizado en la actualidad y puede definirse, dentro de las múltiples acepciones que existen del mismo, como el desarrollo de un proyecto que persigue un determinado fin económico, político o social y que posee ciertas características, además tiene una cuota de incertidumbre y de innovación. (Formichella, 2004)

Un emprendimiento es realizado por una persona a la que se le denomina emprendedor, dicho concepto proviene del francés entrepreneur que significa pionero, que a su vez viene del latín *imprendere* que significa cometer, que aparece a principios del siglo XVI, es utilizada inicialmente para referirse a esos aventureros que, como Colón, iban al Nuevo Mundo sin saber con certeza qué esperaban encontrar. Posteriormente se fue utilizando para identificar a quien comenzaba una empresa y el término fue ligado a

empresarios innovadores. (Fundación Acción contra el Hambre, 2013)

Por tanto, el comportamiento del emprendedor responde a una interacción directa con su entorno, y al constante esfuerzo por mantener la supervivencia de la especie humana, que le permite guiar la orientación cognoscitiva y generación de ideas a la satisfacción de necesidades básicas que evolucionan junto con el individuo, dando generando la creación de empresas e iniciativas productivas de todo tipo, siendo esto parte del proceso natural de la vida del hombre en toda su historia (Marulanda, et al. 2009)

El proceso de creación de nuevas empresas y formación de empresarios es el resultado de la interacción de distintos factores: ya sea situacionales, sociales, psicológicos, culturales, económicos, etc.; y cada elemento ocurre en un espacio físico y de tiempo determinado que impacta sobre los agentes, cuyas percepciones y acciones están condicionadas por sus experiencias y herencias culturales y sociales. (Proaño, 2014)

Es por esta razón que uno de los factores más importantes que se encuentra implícito en el desarrollo del emprendimiento es la motivación.

**Motivación en el emprendimiento.** Se puede decir que el factor más importante en el emprendimiento es la motivación. Esta se compone de tres componentes, los cuales, en interacción mutua y con el medio ambiente, posibilitan la activación y dirección de la conducta motivada, a saber: a) el componente biológico fundamentado en el

hecho de que la conducta, en parte, depende de la estructura genética del sujeto; b) el componente de aprendizaje o motivos adquiridos, como el logro y el poder; y c) el componente cognitivo relacionado con los procesos de conocimiento.

De igual forma, la percepción, bien sea consciente o no consciente, es una variable imprescindible para que ocurra el proceso motivacional. (Marulanda & Morales, 2016)

Desde el enfoque psicológico el emprendedor se motiva a través de la satisfacción de sus necesidades, ya que el ser humano tiene como obligación en su interior buscar herramientas para sobrevivir y ser reconocido en la sociedad, por lo tanto el emprendedor refiere a una persona que tiene una necesidad, por ejemplo: desarrollarse profesionalmente, ayudar a la sociedad, o satisfacer sus expectativas económicas; de esta manera, dicha necesidad impulsa a esa persona con características especiales como liderazgo, creatividad, valores y entusiasmo, para que le permita lograr su objetivo. (Girón & Orrego, 2010)

Como se aprecia, los emprendedores requieren de un conjunto de características que le permitan visualizar, concretar y poner en marcha un emprendimiento empresarial, por ello, se hablará a continuación sobre las mismas.

**Características del emprendedor.** El emprendedor dispone de una serie de características que van ligadas a la personalidad. A partir del surgimiento de las nuevas corrientes del pensamiento, existe una visión más amplia del

emprendedor, la cual contempla el ecosistema, el entorno, el contexto y su comportamiento. (Guerra, 2012)

Algunas de las características que definen al emprendedor son las siguientes:

1. Tiene claro cuál es su objetivo (lo visualiza y se enfoca en él) y hasta dónde quiere llegar.
2. Sabe planificarse y organizarse, controlando el tiempo del que dispone.
3. Aprende constantemente.
4. Colaborador y capaz de trabajar en equipo.
5. Con madera de líder.
6. Sociable, desinteresado y generoso, que se relaciona y que participa en redes sociales, de apoyo o de contacto.
7. Se hace notar.
8. Asume sus errores y que aun siendo consciente de sus limitaciones y está en disposición de aprender.
9. Considera el fracaso como un factor de aprendizaje.
10. Capaz de adaptarse a los cambios que se presentan.

Todo lo anterior, son algunos aspectos que caracterizan a los emprendedores, las variaciones de clasificación y de conceptualización pueden ser amplias y para este trabajo se presenta las que se consideran más representativas, sin embargo, la cultura emprendedora influye en el actuar del emprendedor y es por ello, que es importante conocer el concepto y cómo se estructura.

**Cultura Emprendedora.** La cultura se enfoca en un número de niveles por los que se experimenta durante la existencia de los individuos, dichos niveles van relacionándose entre sí, estos se encuentran en el medio ambiente. (Ramírez, et al, 2013) La cultura es un fenómeno invisible e inconsciente y que constituyen a las instituciones, a las prácticas laborales y a las organizaciones profesionales y de negocios de una sociedad.

Entre los niveles ya mencionados se encuentra en primera instancia el contexto, es decir, el medio, después la cultura general o universal, esta proviene de las prácticas usuales de la vida cotidiana, la cultura nacional se refiere a la identidad que se obtiene por una nacionalización, más adelante comienzan las que están relacionadas con el ambiente empresarial, tal como se muestra a continuación.

La cultura emprendedora incluye el estudio de las fuentes de oportunidades, los procesos de descubrimiento, evaluación y explotación de estas mismas, y las personas que las descubren, evalúan e innovan. (Hernández & Arano, 2015). Además, busca el desarrollo humano del individuo y de la comunidad propiciando comportamientos benéficos para la mejora personal, profesional y a su vez del empleo y el desarrollo socioeconómico.

Para el diagnóstico de la cultura emprendedora se identifican distintos componentes que son mencionados a continuación:

**Espíritu emprendedor:** Se refiere a la forma de pensar, razonar y actuar vinculada y suscitada por la búsqueda y la

persecución de una oportunidad. (Alemany, et al, 2011) Siete dimensiones del espíritu emprendedor son ampliamente reconocidos: la autoconfianza, el comportamiento innovador, la motivación de logro, la autoeficacia emocional, el liderazgo, la proactividad y la tolerancia a la incertidumbre. (Ornelas, et al, 2015)

· **Consideración de Riesgo:** Está definida como la orientación del individuo a asumir retos en su proceso de decisión y es medida por el nivel de incertidumbre percibido. (Contento, 2015)

· **Creatividad e innovación:** El proceso creativo y la innovación consiste en la unión de muchas ideas y en la colaboración de personas con diferentes conocimientos que tienen una gran influencia en todas las fases que hacen que la idea inicial tome forma dando lugar a nuevos productos, procesos o servicios (Flores, 2015)

· **Generación de valor:** Les permite elaborar los medios adecuados para identificar expectativas latentes o tácitas de sus clientes actuales o potenciales y transformarlas en productos, bienes o servicios con un alto contenido en calidad y precio competitivo, de esta manera agregan valor a su producto y reconocimiento del mercado. (Molina Sánchez|, López Salazar, & Contreras Soto, 2014)

· **Proactividad:** Desarrollar una conducta proactiva ayuda a afrontar problemas, prever consecuencias y orientarse a la innovación, de manera que pueda mejorar el perfil de competencias de cara a los retos que plantean los nuevos yacimientos de empleo. (Parra, 2004)

· **Búsqueda de información:** Es la capacidad de encontrar y analizar distintas fuentes y datos para recopilar la información requerida y dar solución a un problema o situación.

Sin duda alguna, todos los elementos mencionados anteriormente reflejan el perfil ideal de un emprendedor y lamentablemente esta cultura emprendedora no siempre existe en quienes desean crear una empresa, debido a que los factores sociales, económicos y políticos de las naciones latinoamericanas no permite que esto se fomente y fortalezca como una alternativa detonadora en el desarrollo económico de las personas y de los países.

Como ejemplo, se presenta la situación de Japón que, como país, ha generado un ecosistema emprendedor y empresarial que les permite ser una nación económicamente fuerte. A continuación, se presenta como esta potencia japonesa gracias a su cultura ha podido ser un referente a nivel mundial de altos niveles de producción y competitividad.

**Japón y su Cultura Emprendedora.** En la actualidad, a pesar del estancamiento económico de Japón en los últimos veinte años, es una de las grandes potencias de la economía mundial. En años recientes esta experiencia de Japón ha sido de interés para muchos países en desarrollo, en particular para los que están enfrentándose a dificultades causadas por la reformas económicas y políticas basadas en el “Consenso de Washington” y que buscan esforzarse para lograr un crecimiento

económico con dinamismo y equidad. (Restrepo, 2017)

En la organización industrial de este país existe una “estructura dual”, es decir, la división en tres “grandes empresas” y “pequeñas y medianas empresas”. Muchas pequeñas fabricantes son típicamente “filiales” de grandes empresas, y trabajan como subcontratistas. Tradicionalmente se considera que las pequeñas empresas emplean a trabajadores temporales o de temporada con baja técnica, les pagan bajo sueldo y ofrecen escasos beneficios. Sin embargo, a pesar de esto se considera que la calidad de los trabajadores de pequeñas empresas es mucho mayor. (Nishijima, 2009)

Por estas razones, saber las características de estos trabajadores, y como es que influyen en el éxito del desarrollo de un proyecto, es de suma importancia, así mismo conocer el origen de tales conocimientos y si realmente existen filosofías que deben ser cumplidas por los trabajadores.

Algunas características que se identifican en la cultura nipona son:

- Orden y limpieza
- Disciplina
- Estandarización
- Puntualidad
- Visión

En Japón, las filosofías de trabajo son sumamente importantes para realizar con éxito cualquier actividad, de esta manera se hacen cumplir los objetivos y metas establecidas.

Un ejemplo de esto es la filosofía de Kaizen, la cual es la más popular, resulta muy interesante esta perspectiva motivadora del trabajo, que anima a los empleados a hacer su contribución personal llevando a cabo tareas que afectan positivamente al bienestar de los demás.

La filosofía del bien ser, bien hacer, bien estar y bien tener; se trata de una filosofía de trabajo que trata de mostrar el camino para que un profesional o una empresa alcancen el éxito y el beneficio material, el primer paso es el “bien ser”, actuar con honestidad y sinceridad, el siguiente es el “bien hacer”, desempeñar el trabajo de forma correcta, si se cumplen estos dos pasos se puede llegar a la autorrealización, es decir, el “bien estar”, una vez hayamos cumplido todos los requisitos llegará la recompensa económica, se refiere al “bien tener”. (Merche Aranda, 2018)

Como se observa la cultura es un aspecto fundamental para el desarrollo de cualquier nación, y en el ámbito empresarial influye de manera importante en el actuar de los emprendedores y es por ello importante que todos los actores que intervienen en este proceso (gobiernos, universidades, empresarios y sociedad) contribuyen con su quehacer cotidiano a promover e incrementar una cultura emprendedora que permita el mejoramiento económico y social de las naciones.

En el siguiente apartado se presentan los aspectos de la Metodología utilizada para el presente trabajo de investigación.

## Materiales y Métodos

Para esta indagación se determinó como objeto de estudio a empresarios de tamaño micro y pequeño, establecidos en los municipios de Puebla y Tlaxcala, considerando todos los giros y determinando un total de 366 encuestas en cada ubicación geográfica.

Se utilizó un instrumento que consistió en una encuesta con nueve afirmaciones con escala de Likert con 5 valores que iban del 1 al 5, representando el 1 poco cumplimiento y el 5 máximo cumplimiento y que para su análisis se determinó el porcentaje de cumplimiento de cada uno de los aspectos analizados para identificar qué tanto se cuenta con una Cultura Emprendedora.

En la siguiente parte de este documento se presentan los principales resultados después de haber aplicado la encuesta.

## Resultados

Primero se presentarán algunos aspectos generales de los encuestados que permita identificar las principales características.

Tabla No. 1 Edad de los Encuestados

Rango Edad	Tlaxcala	Puebla
18-27	13.00%	9.00%
28-37	20.00%	21.00%
38-47	41.00%	38.00%
48-57	17.00%	23.00%
58-67	4.00%	6.00%
68-77	3.00%	2.00%
78-87	2.00%	1.00%

Fuente: Elaboración propia con datos de la Encuesta

Como se observa el rango de Edad más representativo de es de las edades del 38 a 47 años en ambos Municipios, seguido de la edad de 28 a 37 años por lo que se considera que la edad con más actividad emprendedora es de los 28 a los 47 años.

Tabla No.2 Nivel Académico de los Encuestados

Nivel Académico	Tlaxcala	Puebla
Educación Básica	14%	15.00%
Educación Media Superior	27%	41.00%
Educación Superior	41%	35.00%
Posgrado	18%	9.00%

Fuente: Elaboración propia con datos de la Encuesta

En esta parte se encontró que en Tlaxcala el nivel académico es más alto debido a que se tiene un porcentaje más alto en estudios de nivel superior y en el caso de Puebla el mayor porcentaje es en los estudios de nivel medio superior, sin embargo, esto refleja que tienen estudios, pero no necesariamente en la administración de empresas.

Tabla No.3 Genero de los Encuestados

Género	Tlaxcala	Puebla
Hombres	52%	58%
Mujeres	48%	42%

Fuente: Elaboración propia con datos de la Encuesta

Para esta parte se encontró que en ambos municipios el mayor porcentaje de emprendedores es del género masculino, sin embargo, la participación de las mujeres en el ámbito empresarial, así como en más actividades, cada vez es mayor, por lo que se debe dar importancia a impulsar a este género.

En esta parte se determinó que en ambos Municipios el giro más representativo es el comercial y en menor

medida es el de transformación, lo que representa una característica muy particular de estos estados de la República Mexicana.

Tabla No.4 Giro de las Empresas

Giro	Tlaxcala	Puebla
Comercial	51%	53%
Transformación	17%	11%
Servicios	32%	36%

Fuente: Elaboración propia con datos de la Encuesta

A continuación, se presentan los resultados obtenidos para la presente investigación, una vez que se dieron a conocer a los encuestados las nueve afirmaciones vinculadas con la cultura emprendedora, considerando que esta tiene que ver con una variable denominada Fomentar la mentalidad empresarial de acuerdo con lo que dice la (Comisión Europea, 2004), y que se analiza a continuación de acuerdo con lo obtenido en cada municipio objeto de estudio.

Primero que nada se observa que los encuestados ante la afirmación “Percibe buenas oportunidades de iniciar un negocio”, para el caso de Tlaxcala y Puebla, indicaron que así lo consideran tal y como se observa en la tabla, lo que sin duda es un aspecto positivo como parte de la cultura emprendedora, debido a que el ecosistema emprendedor conformado por instancias de gobierno, instituciones educativas, empresarios y sociedad en general han generado un escenario propicio para la creación de nuevas empresas, sin embargo, el porcentaje restante que lo calificó de manera negativa no es menor y sería importante identificar las causas por las cuales lo consideran así.

En segundo lugar, se encontró que en la afirmación “Tiene las habilidades necesarias para iniciar un negocio” se encontró que para el caso del municipio de Tlaxcala el porcentaje fue menor y en el caso de Puebla el porcentaje fue mayor, lo que refleja que para el primer municipio sería importante intensificar estrategias

para otorgar las habilidades necesarias para administrar una empresa y para el caso de Puebla habría que reforzar temas específicos, porque sin duda las personas deben de estar en un proceso de aprendizaje continuo.

Tabla No.5 Porcentaje de percepción de los encuestados hacia la cultura emprendedora

Afirmación	% de cumplimiento	
	Tlaxcala	Puebla
Percibe buenas oportunidades de iniciar un negocio	65.95%	67.50%
Tiene las habilidades necesarias para iniciar un negocio	52.91%	75.14%
Tiene planes para iniciar un negocio en los próximos tres años	63.24%	57.57%
Se decide emprender por necesidad y aprovechar una oportunidad	56.22%	52.09%
Existe algún antecedente empresarial en su familia	63.24%	64.80%
La idea de la empresa fue propia	65.81%	67.23%
El fracaso es un aspecto negativo en el ámbito empresarial	52.91%	57.57%
Anteriormente, ha fracasado en el ámbito empresarial	57.30%	58.31%
Cuenta con algún Tipo de Financiamiento	51.55%	52.84%

Fuente: Elaboración propia con datos de la Encuesta

Para el tercer punto, se identificó que para esta aseveración “Tiene planes para iniciar un negocio en los próximos tres años” en Tlaxcala tuvo un porcentaje mayor que en el municipio de Puebla respondieron positivamente, sin embargo, en el municipio de Tlaxcala se percibe ligeramente un porcentaje mayor y sin duda este es un aspecto nuevamente

positivo, porque los emprendedores siempre buscan tener otras opciones y no depender de un solo ingreso y por ello andan en búsqueda de nuevas oportunidades de negocios.

En la cuarta afirmación “Se decide emprender por necesidad y aprovechar una oportunidad” se encontró que el porcentaje fue mayor en Tlaxcala y menor en el

municipio de Puebla, lo que evidencia que más del 50% en estos municipios consideran ambos tipos de motivación como razones para emprender, aspectos que son evidentes cuando el emprendedor decide crear una empresa, debido a que no tiene una fuente de ingresos (necesidad) o cuando si tiene una fuente de ingresos y percibe una nueva opción de negocio (oportunidad) para ambos casos las motivaciones pueden ser diferentes de acuerdo a las características y condiciones de cada emprendedor.

Para la aseveración número cinco, “Existe algún antecedente empresarial en su familia” se refleja que en Tlaxcala se obtuvo un porcentaje ligeramente menor en relación al porcentaje en Puebla, pero reflejan que los antecedentes familiares son fundamentales para la creación de nuevas empresas y sin duda esto forma parte de la cultura emprendedora y a pesar de que en el municipio de Puebla el porcentaje es un poco mayor para ambos municipios es un aspecto positivo que influye dentro del ecosistema emprendedor.

Para la afirmación número seis, “La idea de la empresa fue propia” se muestra un porcentaje mayor en Tlaxcala y un tanto menor en Puebla, muestra que los emprendedores tuvieron una idea que buscaba resolver a través de un producto o servicio, alguna necesidad o problemática, característica preponderante de los emprendedores cuando deciden crear una empresa, debido a que el proceso emprendedor inicia cuando se identifica una idea de negocio que puede ser viable.

En cuanto la aseveración siete “El fracaso es un aspecto negativo en el ámbito empresarial”, los porcentajes son muy parecidos en Tlaxcala y en Puebla, evidencia un tema preocupante toda vez que en ambos municipios consideran al fracaso como un aspecto desfavorable y sin duda de acuerdo a que afirman algunos autores se debe de percibir como una oportunidad de aprendizaje, debido a que se considera que de las malas experiencias se puede aprender para mejorar en los futuros proyectos empresariales.

En la penúltima afirmación, es decir, el número 8, “Anteriormente, ha fracasado en el ámbito empresarial” existe un porcentaje menor en Tlaxcala y mayor en Puebla, refleja que los emprendedores han conocido el fracaso, lo que se considera un aspecto positivo, toda vez que los emprendedores que a pesar de fracasar deciden volver a emprender, muestra una de las características fundamentales que debe de tener cualquier emprendedor y que es no temerle al fracaso.

Por último, la aseveración número nueve, “Cuenta con algún Tipo de Financiamiento”, se observan porcentajes similares en Puebla Tlaxcala, muestra la existencia de algún tipo de financiamiento, de acuerdo a la percepción de los encuestados, mostrando con ello que si han recurrido a este tipo de acceso a recursos económicos, pero no son necesariamente de alguna institución bancaria o de gobierno, en la mayoría de los casos son prestamos de familiares o amigos, que no cobran intereses o son más flexibles con los periodos de pagos. Lo anterior refleja la importancia del financiamiento cuando el emprendedor no

tiene todos los recursos para iniciar una empresa.

Como se observa en el análisis, se perciben indicios de una cultura emprendedora existente en ambos municipios, percibiendo en menor o mayor escala la existencia de aspectos más sobresalientes en algunos de los municipios, sin embargo, es necesario fortalecer e impulsar una cultura emprendedora que permita a las empresas ser más productivas y competitivas

### **Propuestas**

A partir de los resultados obtenidos en las encuestas aplicadas en los Municipios de Puebla y Tlaxcala, se realizan las siguientes propuestas con el propósito de incrementar una Cultura Emprendedora, no solamente en los municipios ya referidos si no en todo el país.

Adicionalmente se dirá que también las propuestas deben considerar el marco contextual que actualmente en México se enfrenta a un tema del envejecimiento de la población, si se revisan las edades de los encuestados se observa que la mayor población emprendedora va de los 28 a 47 años y esto agravará las actividades empresariales con el tiempo, si se considera que una de las mega tendencias a nivel mundial es el envejecimiento de la población y por ende de los emprendedores. Dicho esto, es un tema preocupante y por ello, se deben generar y mantener estrategias que impulsen el espíritu empresarial, destacando que, si no se lleva a cabo, se sumará un desequilibrio al carecer de unidades económicas dentro del país.

Otro tema tiene que ver con las cargas administrativas y nominativas (requisitos fiscales) se consideran con mayor complejidad a las Pymes. En consecuencia, se puede afirmar que es una característica importante donde se puede cambiar la perspectiva del emprendedor al decidir si crea una empresa o no por todos los trámites y pagos de impuestos a realizar.

Para enfrentar la problemática actual, es necesario crear relaciones y permitir organizar la afiliación a cámaras empresariales que apoyen las necesidades reales de las empresas y que se conviertan en un verdadero interlocutor con los demás actores del ecosistema emprendedor.

Dicho lo anterior se presentan las propuestas para fomentar y generar una verdadera cultura emprendedora.

#### ***a) Incentivar la Cultura Emprendedora a través de la formación***

Un factor fundamental para generar y fomentar una Cultura Emprendedora es la formación de los emprendedores, buscando modificar la mentalidad empresarial sobre todo en las nuevas generaciones y la mejor vía para alcanzar este objetivo es la educación (Formal y No Formal) para propiciar un espíritu emprendedor, buscando que se implemente en todos los niveles educativos, reflejado en programas escolares con el apoyo de diversos actores como empresarios, académicos universitarios expertos en el tema y de personal de las diversas instancias de gobierno que a través de su experiencia, sean capaces de transmitir, esta visión de tipo empresarial y que permitirá que las

nuevas empresas y las ya existentes sobrevivan más tiempo.

### ***b) Persuadir a las personas a ser empresarios***

Adicionalmente una propuesta estratégica es animar a las personas a convertirse en empresarios, actualmente muy pocos le dan el debido valor a las personas que han decidido ser dueños de una organización productiva, debido a que la imagen que se muestra es la de personas que se enriquecen con sus empresas, sin embargo, no se valora el esfuerzo que realizan por generar empleos y sacar adelante su proyecto, además un empresario no cuenta en la mayoría de los casos con seguridad social y sin embargo, está dispuesto a continuar, por ello es importante revalorizar el significado de ser empresario y buscar que más personas, vean la actividad empresarial como una opción de carrera, que como en cualquier actividad tiene sus altibajos, pero sin duda, contribuirán al desarrollo de su comunidad y de su país.

### ***c) Reconsiderar el Fracaso como opción de Aprendizaje***

En muchas de las ocasiones a las personas desde pequeños se les estimula para alcanzar sus objetivos, motivándolos siempre a lograr sus sueños, sin explicarles, que parte del proceso para lograrlo, es fracasar y al no tener esta información, cuando se presentan los tropiezos las personas se decepcionan, por ello es importante darle una connotación positiva al fracaso, toda vez que esto permite identificar los errores cometidos y se vuelve un aprendizaje para no volverlo a repetir y es por ello, que debe apreciarse

como un esquema positivo y esta sin duda representa una característica muy clara de los emprendedores.

### ***d) Generar esquemas normativos favorables para la creación de empresas***

Cuando los emprendedores deciden crear una empresa, lamentablemente se encuentran con demasiados tramites y con un tiempo de repuesta demasiado lentos, esto desmotiva a lo potenciales empresarios y provoca que ya no quieren emprender o si lo hacen, optan por la informalidad, por ello resulta fundamental, que los diferentes órdenes de gobierno del País, generen esquemas de apertura mucho más flexibles y rápidos para que se generen condiciones favorables cuando se decida iniciar una nueva empresa,.

### ***e) Promover esquemas Fiscales atractivos para crear empresas***

Establecer regímenes fiscales atractivos para los emprendedores, abatirían uno de los problemas más fuertes que se tienen en el país y que es la informalidad que propicia la evasión de impuestos. Por ejemplo, el Régimen de Incorporación Fiscal (RIF) que actualmente existe en México, permite que las personas se den de alta y vayan pagando impuestos de forma paulatina hasta llegar al pago del 100% de los impuestos después de diez años, lamentablemente no todos conocen este esquema y prefieren trabajar en la clandestinidad, si el gobierno se preocupará por este tema debiera fortalecer la transmisión de este tipo de información y generar las condiciones

para que los emprendedores registren sus empresas a la Autoridad Fiscal.

#### ***f) Fortalecer el esquema de Empresa Familiar***

Lamentablemente una problemática relevante de las micros y pequeñas empresas es que la gran mayoría son empresas familiares y no consideran que al presentarse un momento de transición, no se ha preparado a la generación siguiente para recibir y administrarla adecuadamente, toda vez que no se ha inculcado un tema de gobierno corporativo que facilite la administración y la toma de decisiones en beneficio de la organización y de la familia, es importante conocer cómo funciona este tipo de empresas y como garantizar su supervivencia al presentarse un momento de transición generacional.

#### ***g) Revisar la generación de regímenes de seguridad social para empresarios***

En la actualidad se observa que existe un temor por convertirse en empresario por no tener alguna afiliación de seguridad social. Los diferentes órdenes de gobierno deben propiciar su acceso a este tipo de beneficio médico, debido a que una enfermedad o un accidente puede acabar en un instante con toda una historia exitosa de emprendimiento y se requiere que los que emprenden se sientan respaldados en ese sentido y no vean como única opción para esta parte, el tener que buscar un empleo.

#### ***h) Esquemas de Financiamiento para crear y fortalecer empresas***

Una de las grandes limitantes para la generación de nuevas empresas es el acceso a créditos flexibles y baratos, lo que propicia que los emprendedores decidan no emprender. Se requiere establecer esquemas de Educación Financiera que permita a los nuevos empresarios comprender la importancia del ahorro y como esto puede generar las condiciones para obtener préstamos y sobre todo garantizar que la operación de la empresa permita generar los pagos necesarios. Lo anterior refleja que no solo es necesario generar el financiamiento, si no, generar una cultura financiera que permita el éxito empresarial.

### **Conclusiones**

Como se observa la Cultura Emprendedora es un aspecto fundamental para la generación de nuevas empresas y fortalecer las ya existentes, como se evidencio en los resultados de la encuesta, existe varios aspectos que contribuyen a cimentar las bases de un nuevo perfil empresarial en los Municipios de Puebla y Tlaxcala.

Se determinó que la mayoría de los emprendedores considera que existen condiciones para la creación de nuevas empresas, que, si están pensando en crear una nueva empresa en los próximos tres años, que existen antecedentes familiares que si propician la creación de una nueva organización y que de alguna manera cuentan con un tipo de financiamiento.

El presente trabajo de investigación ha generado algunas propuestas que pueden ser consideradas para generar una Cultura Emprendedora, no solo en los Municipios encuestados si no en el resto

del país, sin embargo, se requiere de la intervención decidida de todos los actores involucrados en el ecosistema emprendedor, es importante, conocer las condiciones actuales de los emprendedores y buscar los esquemas adecuados para garantizar la permanencia de las empresas en el tiempo y estimular a que nuevas personas decidan emprender y lo consideren como una opción de carrera.

Por lo antes expuesto se considera que se deja un antecedente importante para la contribución a futuras investigaciones sobre el tema, debido a que cada municipio, cada estado y cada país tienen particularidades que las diferencian, por ello resulta importante indagar sobre el tema y valorar si se las propuestas realizadas se cumplen o no dependiendo del contexto en el que se desarrollan.

## Referencias

Aleman, L., Álvarez, C., Planellas, M., & Urbano, D. (2011). Libro blanco de la iniciativa emprendedora. Barcelona: FPDGi.

Carlos Ornelas, C., Contreras González, L. E., Silva Olvera, M. d., & Liquidano Rodríguez, M. d. (2015). El espíritu emprendedor y un factor que influencia su desarrollo temprano. *Conciencia Tecnológica*, 46-51.

Contento, A. M. (2015). *bdigital*. Obtenido de <http://bdigital.unal.edu.co/51167/1/1097397327.2015.pdf>

Flores, A. M. (Junio de 2015). Creatividad, motivación y emprendimiento dentro de las empresas.

Obtenido de <https://repositorio.comillas.edu/rest/bitstreams/5833/retrieve>

Formichella, M. M. (Enero de 2004). Municipios. Obtenido de <http://municipios.unq.edu.ar/modules/mislibros/archivos/MonografiaVersionFinal.pdf>

Fundación Acción contra el Hambre. (2013). *Acción contra el hambre*. Obtenido de [https://www.accioncontraelhambre.org/sites/default/files/documents/u.d.1\\_la\\_persona\\_emprendedora.pdf](https://www.accioncontraelhambre.org/sites/default/files/documents/u.d.1_la_persona_emprendedora.pdf)

Girón Junco, R. E., & Orrego Carvajal, P. X. (2010). *Repository.lasalle*. Obtenido de <http://repository.lasalle.edu.co/bitstream/handle/10185/3412/T11.11%20G444m.pdf;jsessionid=38386CF2F1463D33D574204865621C45?sequence=1>

Guerra, C. E. (2012). Una investigación en emprendimiento. *Económicas CUC*, 191-204.

Hernández Rodríguez, C., & Arano Chávez, R. M. (2015). El desarrollo de la cultura emprendedora en estudiantes universitarios para el fortalecimiento de la visión empresarial. *Ciencia Administrativa*, 28-37.

Marulanda Montoya, J. A., Correa Calle, G., & Mejía Mejía, L. F. (2009). *Emprendimiento: visiones desde las teorías del comportamiento humano*. EAN, 153-168.

Marulanda Valencia, F. Á., & Morales Guardón, S. T. (2016). Entorno y motivaciones para emprender. *Revista EAN*, 12-28.

Merche Aranda. (4 de Octubre de 2018). EAE Business School. Obtenido de <https://retos-directivos.eae.es/5-filosofias-del-trabajo-tipicas-de-japon/>

Molina Sánchez|, R., López Salazar, A., & Contreras Soto, R. (2014). El emprendimiento y crecimiento de las pymes. *Acta Universitaria*, 59-72.

Nishijima, S. (2009). Desarrollo económica y política industrial de Japón. *RIEB*, 1-18.

Parra, A. A. (2004). La conducta proactiva de los emprendedores. *Portularia*, 493-498.

Proaño, L. F. (2014). La cultura del emprendimiento y su formación. *Alternativas*, 46-50.

Ramírez Calvillo, R., Ramírez Berumen, I. E., & Acero Soto, I. O. (2013). La cultura emprendedora y los proyectos financiados con remesas en Zacatecas. *Ciencias Administrativas*, 1-18.

Restrepo, F. C. (2017). Desarrollo económico de Japón. *Facultad de Ciencias Económicas: Investigación y Reflexión*, 57-73.