

El Emprendedurismo en el Estado de Hidalgo: Sus Características Económicas y Sociales, Principales Factores Motivacionales y Obstáculos

Tirso Javier Hernández Gracia*

Universidad Autónoma del Estado de Hidalgo, Mexico

Danae Duana Ávila

Universidad Autónoma del Estado de Hidalgo, Mexico

Gracia, T. and Danae Duana (2018), “Entrepreneurship in the State of Hidalgo: Its Economic and Social Characteristics, Main Motivational Factors and Obstacles”

ABSTRACT

The ability and willingness to develop, organize and manage a business along with handling its risks in order to obtain a benefit is the entrepreneurialism that characterizes the population of Hidalgo. The best example of entrepreneurship is the start of new businesses in the state of Hidalgo, which are the initiatives of people who are convinced that business development at any level is a path to success. The study developed below is the result of a research project carried out through the National Research Network of MiPYMES (Micro, Small and Medium Enterprises) to answer the following questions: What are the characteristics and motivations of entrepreneurs in the state of Hidalgo, and what are the conditions they face to consolidate themselves as successful entrepreneurs? The most relevant results indicate that the main economic activities that have been developed in the state are the retail trade and hospitality services. The companies have an average of 3 years since their start of operations. Nearly 50% are run by female entrepreneurs whose main motivation is to increase income and have greater dependence. The main obstacles they face are government bureaucracy and lack of financing.

Key Words: entrepreneurship, initiative, entrepreneurial spirit

* Tirso Javier Hernández Gracia is professor at the Universidad Autónoma del Estado de Hidalgo, México. Danae Duana Ávila is professor at the Universidad Autónoma del Estado de Hidalgo, México. Direct correspondence to Danae Duana Ávila (duana@uah.edu.mx).

INTRODUCCIÓN

El emprendimiento constituye un tema de especial trascendencia para aquellos en quienes recae la toma de decisiones y para la sociedad en general, consecuencia de la situación del mercado de trabajo caracterizada por la insuficiente oferta de puestos laborales y la elevada demanda por fuentes de empleo. En el contexto de la población joven, la creación de una empresa, configura un mecanismo que potencializa la inserción exitosa al mercado laboral a través del autoempleo, y paralelamente representa una vía para la producción de bienes y servicios innovadores (Canales, Román y Ovando 2017).

Al día de hoy es reconocido, tanto por la academia como por los tomadores de decisiones, que el emprendedurismo tiene un papel determinante en el crecimiento económico, en el proceso de innovación, y en la creación de empresas pequeñas y medianas que generan puestos de trabajo (Ramírez 2015). El espíritu empresarial combinado con el medio físico, el trabajo, los recursos disponibles, tanto tangibles e intangibles y el recurso monetario puede producir beneficios para una persona y toda una sociedad. El espíritu que caracteriza a una persona emprendedora se define por la innovación, la creatividad e ingenio y la toma y resolución de riesgos, y forma una parte fundamental de la capacidad de una nación para obtener reconocimiento y competitividad a nivel global aun en condiciones tan cambiantes e incluso inestables como las de la actualidad.

El éxito no se logra de la noche a la mañana, y mucho menos sin esfuerzo y trabajo duro, al decidir innovar y mejorar nuestro entorno, vemos una posibilidad de hacer más sencillo el camino hacia la grandeza. Dicho lo anterior, los autores Jáuregui y Carmona (2014) ofrecen una fórmula para mejorar el mundo que nos rodea y mejorar las condiciones de vida de la sociedad y con mayor auge de aquellas personas que integran una organización que innova, esta consiste en innovación-emprendimiento, con esta combinación de factores se busca la competitividad y siempre pretende la mejora de un todo, además se hace alusión a que la innovación permite a las empresas arrojar productos o servicios finales de calidad y que los límites solo existen en la persona u organización misma (Martínez 2010).

Hoy día, es posible encontrar un gran número de emprendedores que se lanzan a la aventura de levantar un negocio con el fin de alcanzar el éxito en sus diferentes dimensiones, tales son el éxito económico, profesional y personal. El emprendedurismo en su naturaleza misma, busca

aquella innovación que es capaz de perdurar y trascender gracias a su capacidad de mejorar notablemente el entorno, social, económico y o tecnológico, según sea el caso (Sung y Duarte 2015).

En el presente estudio se pretende identificar las características económicas y sociales del emprendedurismo en el estado de Hidalgo, así como los principales motivadores que impulsan a las personas a emprender y los principales obstáculos que enfrentan durante este proceso para alcanzar el éxito.

SIGNIFICANCIA DEL EMPRENDEDURISMO

La literatura empresarial nos brinda aproximaciones al significado del emprendimiento y lo remonta al entrepreneurship, que es sinónimo de innovación, cambio de paradigmas o toma de riesgos. Ser empresario está asociado con el inicio de un negocio, pero esta es una aplicación muy laxa de un término que tiene una rica historia y un significado mucho más importante. El término tiene su origen en la economía francesa, entre los siglos XVII y XVIII, y significa alguien que se compromete; no un empresario en el sentido de ser director, sino alguien que lleva a cabo una proyecto o actividad importante. Más específicamente, el término llegó a ser usado para identificar a los individuos que estimulan el progreso económico mediante la búsqueda de nuevas y mejores formas de hacer las cosas. En el siglo XX, Joseph Schumpeter era el economista más asociado con el término emprendedor; describió a los empresarios como los innovadores que conducían un proceso de creación destructiva. En sus palabras, la función del emprendedor es reformar o revolucionar el patrón de producción. Esto es posible mediante la explotación de una innovación —más adelante se detallará qué es— o mediante la apertura de una nueva fuente de suministros de materiales o una novedosa salida al mercado para el excedente productivo, o por medio de la reorganización de una empresa. Todas estas son formas de revolucionar la manera de hacer las cosas. Por otro lado, los emprendimientos muchas veces surgen de ideas innovadoras personales, es decir, de origen meramente heurístico, sin embargo, se suscriben a la metodología de los proyectos empresariales para ser sostenibles económicamente y viables en lo que concierne a la generación de valor social. Para ello es deseable la capacitación y el acompañamiento durante el proceso de formación de una empresa de tipo social (García, Ordoñez y Avilés 2016).

El panorama schumpeteriano constituye el enfoque pionero respecto

al estudio económico del emprendimiento. En este marco, el eje central alude a la figura del empresario emprendedor distinguido por ostentar capacidades innatas para asumir riesgos, aprovechar contextos ignorados por otros, introducir nueva tecnología y crear oportunidades para la innovación. Alternativamente, es un sujeto que posee la facultad para incidir sobre la conformación de los procesos denominados destrucción creativa y ciclo de negocios, ambos indispensables en la dinámica y evolución de las sociedades (Canales, Román y Ovando 2017).

El entorno macro es comparable con los preceptos schumpeterianos dado que examina la incidencia del emprendedor sobre las variables macroeconómicas, esencialmente, los niveles de crecimiento económico, la creación de empleos, la generación de innovaciones y la apertura de nuevos mercados (Jolonch y Ferreira 2016). Tal ambiente puede ejemplificarse mediante los planteamientos del Global Entrepreneurship Monitor (GEM) y el Sistema de Desarrollo Emprendedor. El GEM es una propuesta sustentada en la construcción de indicadores y reportes anuales focalizados a la cuantificación del emprendimiento en más de un centenar de países. Para ello, establece un marco conceptual incluyente de diversos factores agrupados en dos secciones: actitudes emprendedoras y ambiente nacional para el emprendimiento. La virtud radica en reconocer divergencias entre países respecto a las cualidades emprendedoras, y a partir de ello, posibilitar el establecimiento de políticas y recomendaciones (GEM 2016).

En el entorno mesoanalítico, se trata de un punto intermedio entre los ambientes macro y micro, específicamente, puntualiza la conformación de vínculos entre el emprendedor con su entorno inmediato. Es factible ilustrar este contexto mediante los estudios pioneros de Gibb y Ritchie (1982), Shapero (1984); y recientemente, la metodología CANVAS (Osterwalder y Pigneur 2009).

El ámbito microanalítico, examina las cualidades ostensibles del sujeto emprendedor (Jolonch y Ferreira 2016). Si bien, en este eje no existe un panorama único al respecto, es factible reconocer el estudio pionero de McClelland (1961) y una serie de trabajos posteriores (Lerma 2007; Hisrich et al. 2013) que tratan de identificar los atributos inherentes a la personalidad emprendedora.

Aunque el concepto de emprendimiento se definió por primera vez hace más de 250 años, muchos lo han considerado como una de las fuerzas misteriosas que se encuentra en la propia naturaleza humana. La práctica del emprendedurismo es, por supuesto, tan antigua como el comercio o trueque entre tribus y pueblos. Se han utilizado muchos

enfoques diferentes y útiles para describir y analizar el espíritu emprendedor. Tendiendo a caer dentro Stevenson y Jarillo (citado en Austin, Stevenson y Wei-SkillerI 2012) arrojan un foco en los resultados del emprendimiento en tres corrientes de la investigación, las causas del emprendimiento, y la dirección emprendedora:

- En la primera corriente de investigación, los economistas han explorado los impactos y resultados del emprendimiento.
- La segunda corriente de investigación se ha centrado en los propios empresarios. La investigación en esta corriente examina el emprendimiento desde una perspectiva psicológica y sociológica.
- Por último, la tercera corriente se ha centrado en el proceso de gestión empresarial. Esta literatura diversa incluye investigaciones sobre cómo fomentar la innovación dentro de corporaciones establecidas.

Muchas veces, el emprendedurismo está determinado por el contexto, y este a su vez, se define como aquellos elementos fuera del control del emprendedor que influirán en el éxito o el fracaso de su idea. Como factores contextuales podemos identificar al entorno macroeconómico, la normatividad reguladora, además del entorno político y social. El entorno económico, las políticas fiscales, los niveles de empleo, los avances tecnológicos y los movimientos sociales como el trabajo, la religión y la política son ejemplos de factores contextuales determinantes para enmarcar las oportunidades y los riesgos a los que se enfrenta una nueva empresa. Con esta definición, está claro que uno de los elementos críticos para el éxito es la definición de los elementos que deben ser conscientemente tratados, y los que simplemente pueden jugar como quieren sin perjudicar el éxito de la idea. La atención a todo puede significar la atención a nada. Por otro lado, dejar de lado un solo elemento crítico del contexto puede ser el precursor del fracaso (Austin, Stevenson y Wei-SkillerI 2012).

Las situaciones actuales a las que se enfrenta México, hoy día se presentan más fuertes y cruciales que en otras partes del mundo, dan como resultado la necesidad de generar nuevas alternativas de negocio que permitan a la sociedad y a su economía salir adelante y encontrar estabilidad y reconocimiento.

Para enmarcar la concepción del emprendedurismo, se debe destacar la condición de que sí una sociedad en el nivel que sea o pueda tiene una iniciativa de negocio y destaca la creación de empresas desde micro hasta grandes, su esfuerzo y dedicación recae en la sociedad misma, esto con la creación de empleos, mejora de infraestructuras, nuevos horizontes de mercado, etc. Ahora bien, las empresas necesitan de personas con

iniciativa, empresarios íntegros y visionarios, que no son más que emprendedores con el firme propósito de mejorar su entorno.

CARACTERÍSTICAS DEL EMPRENDEDURISMO

El emprendedurismo, en su sentido más amplio, posee características uniformes, pero cabe destacar que estas pueden variar según el tipo de emprendedor. Dichas variaciones suelen estar sujetas al contexto donde se pretende desarrollar la idea, se habla de un contexto social, político y económico, y en algunos casos más, el contexto profesional. Resultaría un tanto errado definir características únicas para todos los niveles de emprendedurismo, sin embargo es posible considerar algunas como más frecuentes y distintivas: se pueden mencionar, la innovación, la iniciativa, la creatividad, la visión y la pasión (Pérez y Torralba 2015).

Desde un sentido o enfoque propio a la investigación, es determinante conjuntar las características del emprendedurismo en dos grandes grupos, en económicas y sociales.

Comprender las características del emprendedurismo desde un enfoque meramente económico, obliga a ver al emprendedor como empresario, empresa o sistema económico, todo en un contexto de racionalidad económica (Sung y Duarte 2015). En este enfoque se enlistan algunas características a continuación:

- Se pretende el beneficio económico del empresario sometido a un cierto grado de riesgo e incertidumbre.
- Promueve el desarrollo de una economía global mediante la innovación.
- Calcula los costos y recursos que implica levantar una empresa.

Al hablar de una perspectiva social, encontramos que el emprendedurismo “examina los factores sociales, políticos, familiares y la influencia del apoyo institucional en la decisión del crear una empresa” (Sung y Duarte 2015).

EMPRENDEDURISMO EN EL ESTADO DE HIDALGO

El espíritu empresarial es un tema que no puede pasar desapercibido por parte del estado, investigadores, académicos y por supuesto, empresarios a lo largo y ancho del mundo. Por lo tanto, se trata de un fenómeno

internacional (Phillips y Oviatt 2000).

Los emprendedores en el nivel que sea representan un segmento vital y determinante para el desarrollo de una economía, dado que se consideran generadores de bienes y servicios y activan la economía mediante la generación de empleos. En Hidalgo existen factores determinantes para las decisiones de emprender un negocio, por ello los resultados a exponer en este trabajo de investigación tiene por objetivo, identificar las características y motivaciones que tienen los emprendedores en el estado para medir el nivel de emprendedurismo existente y las posibles condiciones que propiciaron su desarrollo.

En los últimos años, en el estado de Hidalgo se le ha dado al tema del emprendedurismo el lugar que se merece en cuanto a políticas de desarrollo económico. Tratándose de un estado, en teoría, pequeño y con apenas una economía en vías de desarrollo, son diversos los obstáculos que un emprendedor tiene que superar para lograr el éxito. Por mencionar algunos podemos enlistar los siguientes:

- Burocracia ineficiente
- Falta de fuentes de financiamiento, ya sea público o privado
- Estructura empresarial deficiente
- Falta de asesoría
- Complicaciones en el acceso a servicios

Los obstáculos dados por el contexto, combinados con la falta de iniciativa son una problemática muy seria que impide el desarrollo y activación de la economía hidalguense. Dichas todas estas condiciones, es imperativo promover e impulsar el espíritu emprendedor en toda la población desde el público infante hasta los adolescentes y adultos con el fin de despertar en la sociedad la intención de ser personas productivas, apasionadas por el trabajo, ambiciosas de éxito profesional y personal, y generadoras de empleo, que en conjunto, permitan a toda una economía salir a flote aun en condiciones tan inestables y llenas de incertidumbre.

Los programas que se brindan para fomentar el emprendimiento al menos en México y entre los jóvenes, necesita notablemente una modificación, ya que estos programas no toman en cuenta la cuestión del género y se da por sentado que tanto hombres como mujeres reaccionan a los mismos estímulos y obstáculos al momento de decidir emprender un negocio (García, Ordoñez y Avilés 2016).

A pesar de las dificultades y obstáculos que puede representar emprender un negocio, en el estado de Hidalgo, en sus diferentes municipios, existen quienes se atreven a iniciar su propia empresa, por lo que resulta sumamente

importante conocer qué los motiva y que puede frenarlos en el cumplimiento de su objetivo, además de todas las condiciones sociales y económicas en las que se encuentran inmersos como emprendedores.

METODOLOGÍA

Basados en el objetivo de identificar todas aquellas características y motivaciones que tienen los emprendedores en el estado de Hidalgo, para medir el nivel de emprendedurismo y las posibles condiciones que propiciaron su desarrollo, se presenta el siguiente estudio realizado a todo el público en general que haya tenido la intención de poner en marcha una idea de negocio sin ser un experto en la materia. El total la población fue de 119,128 unidades económicas, distribuidas en 18 distritos del estado de Hidalgo. Se determina una muestra de 396 unidades económicas a encuestar en las siguientes actividades económicas:

- Construcción
- Industria Manufacturera
- Comercio al por mayor
- Comercio al por menor
- Transporte correo y almacenamiento
- Información en medios masivos
- Servicios financieros y de seguros
- Servicios inmobiliarios y de alquiler de bienes muebles e intangibles
- Servicios profesionales científicos y técnicos
- Servicios de apoyo a los negocios y manejo de desechos y servicios de remediación
- Servicios educativos
- Servicios de salud y asistencia social
- Servicios de esparcimiento culturales y deportivos
- Servicios de alojamiento temporal
- Otros servicios excepto actividades legislativas
- Actividades legislativas

Los distritos en donde dichas entidades económicas se encuentran son:

- | | |
|---------------------|-------------------------|
| • Huejutla de Reyes | • Tulancingo de Bravo |
| • Ixmiquilpan | • Pachuca de Soto |
| • Huichapan | • Tula de Allende |
| • Mixquiahuala | • Tepeji del río |
| • Actopan | • Tizayuca |
| • Metepec | • Mineral de la Reforma |
| • Apan | • Tepeapulco |

El instrumento de medición utilizado está basado en el Global Entrepreneurship Monitor (GEM). Los rubros de evaluación fueron los siguientes:

- Impresiones sociales del ambiente
- Actitudes y sus percepciones
- Actividad emprendedora
- Causal de cierre de empresas
- Razones para emprender
- Perfil del emprendedor

RESULTADOS

El nivel de emprendedurismo en los últimos años ha interesado a hombres y mujeres como una forma de mejorar el ingreso de los hogares o complementar, el proceso se acelera con la crisis vivida por el país en los años 90, la muestra analizada nos da como resultado que el 48.5% son mujeres, lo que indica que las mujeres además de participar en actividades del hogar también realizan actividades relacionadas con los diferentes sectores industriales, la principal razón por la que han decidido emprender un negocio es el estatus social que les dará, el 56% mencionó que los ubicara como personas exitosas en un nivel alto.

Por otro lado cabe destacar las oportunidades que se ofrecen a través de dependencias gubernamentales como: la secretaria de economía. PROMEXICO, instituciones bancarias, las cuales han motivado a que las personas soliciten un financiamiento, el 66% perciben como una buena oportunidad de iniciar su propio negocio, ya que cuentan con habilidades para iniciarlo y no piensan en el fracaso.

El tipo de empresas analizadas dio como resultado que 283 son empresas establecidas con un promedio de tres años en el mercado y que además pagan salarios, es decir ofrecen prestaciones de ley, en segundo lugar tenemos 83 empresas con menos de 3 años en promedio de operaciones sin ofrecer ninguna prestación.

En la tabla 1 se puede ver el porcentaje de participación de las empresas por sector, sobre salen las actividades dedicadas al comercio con un porcentaje en promedio de 44%, en segundo lugar se encuentran otros servicios con 14% y en tercer lugar actividades manufactureras, ya que dadas las condiciones geográficas y la cercanía que se tiene con la Ciudad de México (CDMX) se han instalado empresas armadoras de autos, partes para aviones y de carros de ferrocarril principalmente junto con los servicios

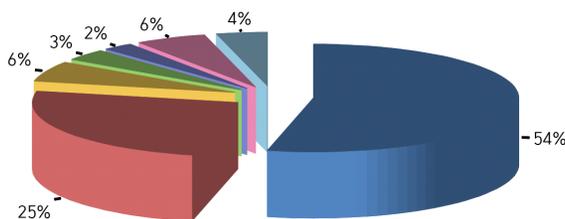
de alojamiento, por el número de estudiantes que buscan hospedaje al trasladarse a la Universidad Autónoma del Estado de Hidalgo (UAEH), la cual se ubica en Pachuca, quien es la capital del estado de Hidalgo.

Tabla 1. Actividades económicas por municipio en el estado de Hidalgo, 2017

Actividad	Porcentaje de participación
Agricultura	0.1%
Minería	0.1%
Generación transmisión	0.2%
Construcción	0.4%
Industria Manufacturera	11.0%
Comercio al por mayor	2.5%
Comercio al por menor	43.9%
Transporte correo y almacenamiento	0.5%
Información en medios masivos	0.5%
Servicios financieros y de seguros	0.8%
Servicios inmobiliarios y de alquiler de bienes muebles e intangibles	1.2%
Servicios profesionales científicos y técnicos	1.7%
Corporativos	0.0%
Servicios de apoyo a los negocios y manejo de desechos y servicios de remediación	2.4%
Servicios educativos	2.3%
Servicios de salud y asistencia social	3.7%
Servicios de esparcimiento culturales y deportivos	1.2%
Servicios de alojamiento temporal	11.2%
Otros servicios excepto actividades legislativas	14.1%
Actividades legislativas	2.2%

Fuente: elaboración propia con datos de la encuesta 2017.

Principales razones del cierre de empresas, el negocio no era rentable 54%, problemas para conseguir financiamiento 25%, surgió otro trabajo u oportunidad de negocio 6%, la salida fue planeada con anticipación 3%, retiro 2%, motivos personales 6%, un incidente 4% (Gráfica 1).



Fuente: elaboración propia con datos de la encuesta 2017.

Gráfica 1. Razones del cierre de empresas

La tabla 2 nos muestra las principales razones del cierre de empresas siendo la principal la rentabilidad de los mismos, por otro lado las actividades relacionadas con las MYPIMES representan una fuente de ingreso importantes para el estado pues en los últimos cinco años la industria manufacturera se ha recuperado en un 15% en promedio, con la instalación de empresas como FAW, la reapertura de DINA principalmente lo que impacto de manera positiva en el comercio al por menor con la creación de 52242 nuevos negocios y destacar el impacto directo que tiene la Universidad Autónoma del Estado de Hidalgo (UAEH) en sus diferentes campus pues han generado 13302 nuevos establecimientos dedicados a brindar alojamiento principalmente a jóvenes universitarios (tabla 3).

Tabla 2. Principales causas del cierre de empresas

El negocio no era rentable	201
Problemas para conseguir financiamiento	93
Surgió otro trabajo u oportunidad de negocio	23
La salida fue planeada con anticipación	13
Retiro	9
Motivos personales	21
Un incidente	15

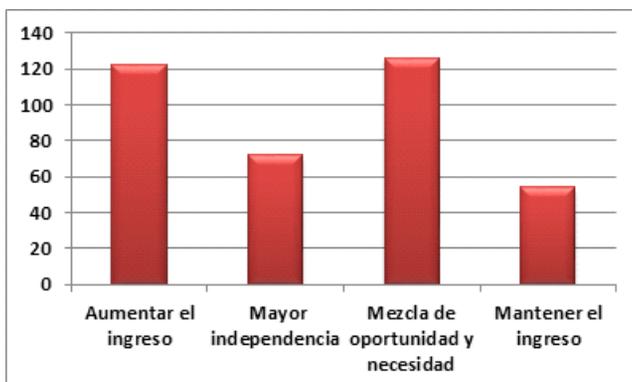
Fuente: elaboración propia con datos de la encuesta 2017.

Tabla 3. Número de empresas por rama industrial en el estado de Hidalgo

Actividades Legislativas	Número de MYPIMES
Agricultura	133
Minería	136
Generación transmisión	216
Construcción	424
Industria Manufacturera	13096
Comercio al por mayor	2996
Comercio al por menor	52242
Transporte correo y almacenamiento	589
Información en medios masivos	573
Servicios financieros y de seguros	969
Servicios inmobiliarios y de alquiler de bienes muebles e intangibles	1416
Servicios profesionales científicos y técnicos	2043
Corporativos	0
Servicios de apoyo a los negocios y manejo de desechos y servicios de remediación	2861
Servicios educativos	2710
Servicios de salud y asistencia social	4377
Servicios de esparcimiento culturales y deportivos	1371
Servicios de alojamiento temporal	13302
Otros servicios excepto actividades legislativas	16824
Actividades legislativas	2471

Fuente: elaboración propia con datos de encuesta 2017.

Al verse reducidas las oportunidades para incorporarse al mercado laboral surge a nivel familiar e individual la necesidad de satisfacer necesidades básicas y el emprender un negocio es una oportunidad para aumentar el ingreso o mantenerlo y a nivel personal mayor independencia o una mezcla de ambos.



Fuente: elaboración propia con datos de encuesta 2017.

Gráfica 2. Razones para emprender un negocio

Dentro de las principales razones que motivaron a las personas que emprendieron es el aspecto económico, 122 de los encuestados manifestaron que lo hicieron para aumentar su ingreso, 54 para mantenerlo, 72 para obtener una independencia y 126 por oportunidades y necesidades lo que pone de manifiesto que la principal restricción de las personas es el aspecto monetario, 99 de los encuestados tienen educación de nivel medio superior, 153 educación superior o técnica.

De acuerdo al sector que pertenece tenemos que el 40% se encuentra en actividades relacionadas al comercio, 30% a los servicios, 20% a la manufactura y 10% a las actividades agrícolas.

Sin embargo podemos concluir que de los 84 municipios que forman el estado de Hidalgo 18 fueron los analizados por la dinámica y aportación al Producto Interno Bruto (PIB) estatal, sobresalen la capital en dos rubros construcción la cual en los últimos años ha sobresalido principalmente por la construcción de fraccionamientos en Pachuca de Soto y la zona metropolitana, en segundo lugar el número de establecimientos de alquiler de vivienda principalmente, Zacualtipán y Apan muestran un mayor dinamismo en lo que se refiere a la manufactura principalmente automotriz.

Los otros 16 municipios su principal rama de la economía por encima del comercio ha sido la construcción.

Tabla 4. Actividades por sector de los municipios encuestado

Municipio	Actividades	
Zimapán	Construcción	
Zacualtipán de los Ángeles	Construcción	Industrias manufactureras
San Felipe Orizatlán	Comercio al por menor	
Huejutla de Reyes	Construcción	
Ixmiquilpan	Construcción	
Huichapan	Construcción	
Mixquiahuala de Juárez	Construcción	
Actopan	Construcción	
Metepec	Construcción	
Apan	Industrias manufactureras	
Tulancingo de Bravo	Construcción	
Pachuca de Soto	Construcción	Servicios de alojamiento
Tula de Allende	Construcción	
Tepeji del Río de Ocampo	Construcción	
Tizayuca	Industrias manufactureras	
Mineral de la Reforma	Construcción	
Tepeapulco	Construcción	

Fuente: elaboración propia con datos de encuesta 2017.

CONCLUSIONES

Podemos decir que en los últimos cinco años y después de la crisis hipotecaria de Estados Unidos, México se vio en la necesidad de ver otras formas de reactivar la economía por lo que los emprendedores y el empendurismo juegan un papel importante, ya que son personas que buscan el éxito económico, profesional y personal a través de la innovación.

Las personas saben que existe riesgo e incertidumbre por lo que aún así han decidido tomar el riesgo como empresario, empresa o sistema económico con el objetivo de mejorar su ingreso o mantenerlo.

La situación actual en el país exige la necesidad de generar nuevas alternativas que permitan encontrar estabilidad económica; las principales actividades que se han desarrollado en el Estado son el servicio de alojamiento

como un negocio que no requiere grandes inversiones y que su ciclo económico de recuperación es en el corto plazo, comercio al menudeo y la reactivación de las empresas grandes dedicadas a la industria automotriz.

En el estado de Hidalgo siguen existiendo obstáculos que limitan el emprendurismo, el principal es burocracia, ya que a pesar de que los gobiernos federal y estatal han apoyado, sigue siendo un factor que limita proyectos. También la falta de financiamiento, y por último, la estructura empresarial deficiente, en la que han crecido las empresas entre otros, a pesar de las dificultades por las que atraviesa el estado hay quienes inician su propia empresa.

REFERENCIAS

- Austin, J., H. Stevenson y J. Wei-Skiller(2012), "Social and Commercial Entrepreneurship: Same, Different, or Both," *Revista de Administração*, Vol. 47, No. 3, pp. 370-384.
- Canales, R., Y. Román y W. Ovando(2017), "Emprendimiento de la población joven en México: una perspectiva crítica," *Revista Entreciencias*, Vol. 5, No. 12, pp. 1-12.
- García, E., L. Ordoñez y Edgar Avilés(2016), "Motivaciones y obstáculos para el emprendedurismo: una perspectiva de género desde los jóvenes universitarios," *Revista Retos*, Vol. 6, No. 11, pp. 43-53.
- Gibb, A. y J. Ritchie(1982), "Understanding the Process of Starting Small Businesses," *European Small Business Journal*, Vol. 1, No. 1, pp. 26-45.
- Hisrich, R., M. Peters y D. Shepherd(2013), *Entrepreneurship*, Estados Unidos: McGraw Hill.
- Jáuregui, F. y L. Carmona(2014), *1001 consejos para triunfar como emprendedor*, (1ra ed.), Editorial Almuzara, S.L., <http://cicde.mx/libros/1001-CONSEJOS-PARA-TRIUNFAR-COMO-EMPRENDEDOR.pdf>
- Jolonch, X. y S. Ferreira(2016), "¿De qué están hechos nuestros emprendedores?," *Revista Universidad & Empresa*, Vol. 18, No. 30, pp. 179-189.
- Lerma, A.(2007), *Liderazgo emprendedor. Cómo ser emprendedor de éxito y no morir en el intento*, México: Thompson.
- McClelland, D.(1961), *The Achieving Society*, Princeton, N.J.: Van Nostrand.
- Osterwalder, A. y Y. Pigneur(2009), *Generación de modelos de negocio*, España: Deusto.
- Pérez Paredes, A. Y A. Torralba Flores(2015), "Medición del emprendedurismo en el municipio de Puebla: diagnóstico para el desarrollo empresarial," *TEC empresarial*, Vol. 9, No. 1, pp. 19-30, <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=5053600>
- Phillips, M. y B. Oviatt(2000), "International Entrepreneurship: The Intersection of Two Research Paths," *Academy of Management Journal*, Vol. 1, No. 43, pp. 902-906, http://www.rcmewhu.com/upload/file/20150528/20150528103459_3993.pdf
- Ramirez, A.(2015), "El emprendedurismo y la educación superior en México," *Revista de Desarrollo Económico*, Vol. 2, No. 2, pp. 131-140, http://www.ecorfan.org/bolivia/researchjournals/Desarrollo_Economico_2/1.pdf
- Shapero, A.(1984), "The Entrepreneurial Event," en Kent(ed.), *The Environment for Entrepreneurship*, Boston: The Lexington Press, pp. 21-40.
- Sung Park, S. y S. Duarte Masi(2015), "El perfil del emprendedor y los estudios relacionados a los emprendedores Iberoamericanos," *Revista Internacional*

de Investigación en ciencias sociales, Vol. 11, No. 2, pp. 291-314, <http://scielo.iics.una.py/pdf/riics/v11n2/v11n2a10.pdf>

Article Received: 2018. 10. 09.
Revised: 2018. 11. 11.
Accepted: 2018. 11. 19.