

# Revista de Ciencias Sociales

# Orientación emprendedora en Hidalgo-México: Percepción de actores participantes en emprendimientos

Hernández-Gracia, Tirso Javier\*  
Duana Avila, Danae\*\*  
Estrada Bárcenas, Roberto\*\*\*  
Martínez Muñoz, Enrique\*\*\*\*

## Resumen

La competitividad de los mercados es un gran desafío para empresas mexicanas, particularmente en el estado de Hidalgo, donde la principal vocación empresarial es el comercio, centrandó la atención de nuevos emprendedores que desean incursionar buscando oportunidades de negocio. El objetivo del estudio fue analizar la orientación emprendedora en Hidalgo-México a través de la percepción de actores participantes en emprendimientos, con el fin de reconocer la situación actual y señalar oportunidades para su atención. El instrumento utilizado en esta investigación descriptiva, correlacional, transversal, consta de 9 dimensiones, diseñado por la red nacional de MIPYMES en México en el año 2019, basado en el estudio realizado en 1997 por Global Entrepreneurship Monitor. El mismo se aplicó a 350 participantes en emprendimientos, quienes fueron seleccionados por conveniencia. Los principales resultados reflejan la necesidad de un mayor fortalecimiento en la orientación emprendedora, sobre todo en elementos que tienen que ver con fuentes de financiamiento, programas establecidos por el gobierno, mayores aperturas en los mercados internos y en materia de regulaciones, así como aspectos asociados a cuestiones sociales y culturales. En conclusión, los participantes en emprendimiento consultados tienen una opinión global a favor de la orientación emprendedora que existe en el estado de Hidalgo-México.

**Palabras clave:** Emprendimiento; aspectos positivos; aspectos negativos; fuentes de financiamiento; programas gubernamentales.

- 
- \* Doctor en Ciencias Administrativas. Profesor Investigador en la Universidad Autónoma del Estado de Hidalgo, Pachuca, Hidalgo, México. E-mail: [therman@uaeh.edu.mx](mailto:therman@uaeh.edu.mx) ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-0425-0800>
- \*\* Doctor en Economía. Profesor Investigador en la Universidad Autónoma del Estado de Hidalgo, Pachuca, Hidalgo, México. E-mail: [duana@uaeh.edu.mx](mailto:duana@uaeh.edu.mx) ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-2286-2843> (Autor de correspondencia).
- \*\*\* Doctor en Planeación Estratégica. Profesor Investigador en la Universidad Autónoma del Estado de Hidalgo, Pachuca, Hidalgo, México. E-mail: [roberto\\_estrada3019@uaeh.edu.mx](mailto:roberto_estrada3019@uaeh.edu.mx) ORCID: <https://orcid.org/0009-0000-6783-2483>
- \*\*\*\* Doctor en Ciencias Administrativas. Profesor Investigador en la Universidad Autónoma del Estado de Hidalgo, Pachuca, Hidalgo, México. E-mail: [emmuno@uaeh.edu.mx](mailto:emmuno@uaeh.edu.mx) ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-6418-5292>

Recibido: 2025-04-15

• Aceptado: 2025-07-03

Disponible en: <https://produccioncientificaluz.org/index.php/rcs/index>

# Entrepreneurial orientation in Hidalgo, Mexico: Perceptions of actors involved in entrepreneurship

## Abstract

Market competitiveness is a major challenge for Mexican companies, particularly in the state of Hidalgo, where trade is the main business focus, attracting new entrepreneurs seeking to enter the market by seeking business opportunities. The objective of this study was to analyze entrepreneurial orientation in Hidalgo, Mexico, through the perceptions of stakeholders involved in entrepreneurship, in order to identify the current situation and identify opportunities for their attention. The instrument used in this descriptive, correlational, cross-sectional research consists of nine dimensions. It was designed by the national network of MSMEs in Mexico in 2019, based on the study conducted in 1997 by the Global Entrepreneurship Monitor. The survey was administered to 350 entrepreneurial participants, who were selected by convenience. The main results reflect the need for further strengthening of entrepreneurial orientation, especially in terms of financing sources, government-established programs, greater openness in domestic markets and regulations, as well as aspects associated with social and cultural issues. In conclusion, the entrepreneurship participants consulted have an overall opinion in favor of the entrepreneurial orientation that exists in the state of Hidalgo-Mexico.

**Keywords:** Entrepreneurship; positive aspects; negative aspects; sources of financing; government programs.

## Introducción

La creación, crecimiento, viabilidad y desempeño general de las empresas están fuertemente asociados al nivel de desarrollo económico y social sustentable de sus países (Jiménez et al., 2018; Škačkauskienė et al., 2019). En este contexto, surge de manera natural el concepto de emprendimiento donde individuos y organizaciones contribuyen al medio ambiente, creando valor y riqueza (Campo-Ternera et al., 2018; Varela y Ramírez, 2019; Mayer et al., 2020). El tema del emprendimiento ha llamado la atención de académicos, empresarios y gobiernos alrededor del mundo (Phillips y Oviatt, 2000; Sieg et al., 2023) y, particularmente, de América Latina, la cual enfrenta el desafío de formar parte de procesos vertiginosos de cambios en materia de emprendimiento (Rincón et al., 2022; Pérez, 2024).

El emprendedor es considerado un motor para el desarrollo de una sociedad,

un elemento estratégico para el crecimiento económico y un potenciador de actividades, el cual es fomentado por diversas instituciones y promovido para el desarrollo humano (Paz et al., 2020; Zemlyak et al., 2023).

Desde hace más de 10 años en México existen políticas de apoyo al emprendimiento, las cuales reflejan, como resultado, una de las tasas de nacimiento empresarial más altas, con base en el reporte emitido por el *Global Entrepreneurship Monitor* (GEM), donde la Actividad Empresarial Temprana Total (TEA) se ubica en 19,9% entre los países de la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económicos (OCDE) en la región de América Latina, y su actividad empresarial crece rápidamente. Las Micro, Pequeñas y Medianas Empresas (MIPYMES) representan el 99,8% de las empresas del país y aportan el 72,3% del empleo, significativamente mayor que el promedio de la OCDE, que constituye el 99% y el 60% del empleo en América Latina y el Caribe (Vega et al., 2020).

Los datos anteriores reflejan que la Orientación Empresarial tiene efectos positivos en el aumento de las utilidades, traducéndose en innovación, por lo que es un elemento esencial. El concepto se refiere a la combinación de iniciativa empresarial y agresividad competitiva que permiten un nuevo comportamiento (Muangmee et al., 2021). Este constructo hace una gran diferencia en la economía y el desarrollo de una organización, los emprendedores buscan identificar nuevas oportunidades, responder a los cambios del entorno y tomar las medidas adecuadas para lograr el éxito (Rof et al., 2020).

Es importante justificar que las micro y pequeñas empresas mexicanas son las que se encuentran en riesgo de poder sobrevivir ante las crisis económicas y sociales del país, por lo que requieren de ser estudiadas y encontrar estrategias que permitan fortalecer su operatividad y crecimiento. Así mismo, a partir de la pandemia por coronavirus del 2019, muchas micro, pequeñas y medianas empresas vieron disminuidos sus ingresos, lo cual trajo consigo cierres temporales, falta de liquidez, desempleo, entre otros aspectos (Valencia y Chiatchoua, 2021).

Hoy en día aún se tienen problemas para poder recuperarse e incluso enfrentar obligaciones financieras adquiridas durante la crisis sanitaria, por lo que es necesario analizar desde diversas perspectivas de emprendimiento con la finalidad de conocer lo que actualmente se está viviendo y qué oportunidades se pueden tener.

Es por ello que esta investigación tiene como objetivo analizar la orientación emprendedora en Hidalgo-México a través de la percepción de actores participantes en emprendimientos con el fin de reconocer la situación actual y señalar algunas oportunidades para su atención

refiere a la existencia de un comportamiento emprendedor en las empresas, lo que implica que estas sean proactivas en el análisis del entorno en el que operan, buscando respuestas innovadoras a los retos que enfrentan (Pastor et al., 2019). La orientación empresarial ayuda a entender cómo y por qué algunas empresas pueden renovarse regularmente a lo largo del tiempo a través de nuevos caminos de crecimiento. Las empresas orientadas al emprendimiento, es decir, las que están en la búsqueda de nuevos retos e innovaciones para crecer, estando dispuestas a involucrarse en proyectos arriesgados (Rodrigo-Alarcón et al., 2018), por lo tanto, se espera que sean más innovadoras en entornos turbulentos y tengan mejores resultados (Lechner y Gudmundsson, 2014; Wolff et al., 2015; Herrmann et al., 2017).

El término Orientación Emprendedora nace como parte de los estudios en el desarrollo de la Teoría de la Dirección y la Estrategia Organizacional (Covin y Slevin, 1993; Lumpkin y Dess, 1996; Miller, 2011), con múltiples enfoques y definiciones a lo largo de la literatura, de las cuales, se puede formar una definición integradora, la cual hace referencia a que derivado de la Orientación Emprendedora, los directivos desarrollan una serie de elementos importantes asociados al fortalecimientos de la toma de decisiones basada en riesgos, la capacidad para poder apostar a nuevos procesos de innovación con base a oportunidades y mostrar una personalidad más agresiva para poder lanzar nuevos productos o servicios al mercado (Covin y Wales, 2012).

## **1.2. Estudios sobre orientación emprendedora**

Los primeros estudios publicados en la literatura sobre orientación emprendedora consideraban que las empresas emprendedoras generalmente tendían a tomar mayores riesgos que las demás empresas, específicamente cuando existían condiciones ambientales adversas (Maldonado et al., 2016). La

## **1. Fundamentación teórica**

### **1.1. Concepción de la orientación emprendedora**

La Orientación Emprendedora se

evolución de este constructo ha tenido un gran auge desde la década de 1990, continuando su crecimiento y mayor efervescencia en las ciencias administrativas a partir del año 2000; sin embargo, su crecimiento ha propiciado nuevos cuestionamientos en un entorno contemporáneo sorprendente. Como consecuencia de las crisis económicas y de diversos movimientos institucionales y generacionales, las tendencias en el área del emprendimiento han sido muy variables, especialmente en los últimos 30 años (Ferreira et al., 2015).

Esta corriente invita a indagar en el proceso emprendedor y las dimensiones que lo conforman en entornos regionales. Siendo el emprendimiento un área relativamente joven, esta investigación permitirá obtener una perspectiva avalada por especialistas sobre el comportamiento de la orientación emprendedora en el estado de Hidalgo-México, lo que ayudará a identificar cuáles son los elementos más fuertes y cuáles los más débiles (Álvarez-Torres et al., 2018).

En el Estado de Hidalgo, en México, no existen estudios enfocados en la orientación emprendedora, particularmente en la opinión de actores participantes en emprendimientos, entre ellos, aquellas personas que han logrado iniciar y mantener un negocio exitoso, académicos especializados en emprendimiento y funcionarios públicos que trabajan para el gobierno local, que puedan compartir sus experiencias sobre el apoyo con el que cuentan y los principales problemas que enfrentan. Asimismo, no se ha prestado suficiente atención a conocer las dimensiones que constituyen la orientación emprendedora y analizar cada una de ellas de manera individual (Zemlyak et al., 2023).

Se han desarrollado diversas investigaciones para conectar la orientación emprendedora con diferentes disciplinas (Petuškienė y Glinskienė, 2016), las cuales varían de acuerdo al interés de cada área de conocimiento y a las problemáticas específicas relacionadas con qué sucede cuando los emprendedores actúan, por qué actúan y cómo actúan. Esto significa que se han analizado

parcialmente los aspectos económicos, geográficos, gerenciales, psicológicos y sociológicos del emprendimiento y su impacto en la sociedad (Terán-Yépez y Guerrero-Mora, 2020).

Si bien la literatura admite que la orientación emprendedora conduce a un mayor desempeño, pocos trabajos empíricos aportan evidencia suficiente al respecto; sólo se encontró evidencia débil en años previos respecto de la relación positiva entre la orientación emprendedora y el desempeño de las empresas de nueva creación (Cardona et al., 2020).

El campo de investigación de la orientación emprendedora en América Latina, y en especial el contexto mexicano, es un área de oportunidad para académicos que buscan, a través de sus hallazgos, recomendar elementos que constituyan una estrategia emprendedora a los emprendedores, dependiendo del giro de su industria y del contexto en el que se desenvuelven (Ferreira et al., 2015; Álvarez-Torres et al., 2018). Es importante evaluar las condiciones que constituyen el ecosistema emprendedor de una región, desde la perspectiva de especialistas en áreas afines a las dimensiones que conforman el marco emprendedor (Pita et al., 2021; Pitre et al., 2024).

### **1.3. El emprendimiento en México**

En México, al igual que en otros países de América Latina, las instituciones educativas, el gobierno y el sector empresarial, entre otros actores, han establecido estrategias para promover el emprendimiento con el fin de lograr un mayor número de oportunidades laborales para la fuerza laboral y, con ello, un mayor nivel de bienestar económico en la población; sin embargo, también se sabe que el 75% de los emprendimientos fracasan (Pérez et al., 2020).

Las principales causas de esto son las siguientes: Finanzas débiles, falta de objetivos, mala planeación, falta de estrategias para cautivar el mercado, falta de habilidades,

entre otras (Hernández, 2017; Canales et al., 2017). Además, la pandemia de COVID-19 ha afectado a todos (Khalid, 2021), y en específico a los emprendedores en México, puesto que el 93,2% de las empresas en el país sufrieron algunos impactos, como disminución de ingresos, reducción de ventas, despido de personal y cierres temporales (Santamaría et al., 2021).

El Estado de Hidalgo-México, de acuerdo con el Índice de Participación Efectiva del Emprendimiento, se ubica en el lugar 27 de 33 estados que conforman la República Mexicana, con mayores obstáculos para el emprendimiento a causa de falta de financiamiento, limitaciones propias del mercado interno y falta de políticas públicas favorables (García, 2023).

Identificar las principales barreras y retos que enfrentan los emprendedores mexicanos es de suma importancia, para asegurar que ellos, las instituciones y el gobierno, puedan sumarse y enfocar sus esfuerzos para lograr que el mayor número de emprendimientos logren el éxito y, en consecuencia, tengan un impacto positivo en la economía del país (Robichaud et al., 2024).

A la luz de la opinión de los actores participantes en emprendimientos, se pueden reconocer áreas de oportunidad para seguir estimulando el aumento de la creación de empresas, apoyar a las Pequeñas y Medianas Empresas (PYMES) innovadoras y a las empresas emergentes, incrementar su productividad, así como su rentabilidad, y facilitar el crecimiento de las empresas de menor tamaño (Secretaría General Iberoamericana – [SEGIB], 2020; OCDE, 2020).

## 2. Metodología

La investigación es de enfoque cuantitativo, con diseño de tipo descriptivo, correlacional y transversal. Las hipótesis que la sustentan son:

H1: La percepción de los expertos en emprendimiento en cada una de las

dimensiones es diferente a la visión global que éstos tienen.

H0: La percepción de los expertos en emprendimiento en cada una de las dimensiones no es diferente a la visión global que éstos tienen.

La muestra en estudio estuvo compuesta por 350 actores participantes en emprendimientos del Estado de Hidalgo-México, quienes fueron seleccionados por conveniencia, por cercanía, facilidades de acceso, experiencia, reputación y área de influencia; entre estos se encontraban académicos de universidades, dueños de negocios, nuevos emprendedores y representantes de dependencias gubernamentales. La información se recopiló a través de encuestas en línea y entrevistas directas.

El instrumento utilizado fue adaptado por la Red Nacional de MIPYMES, con base en la encuesta utilizada por el *Global Entrepreneurship Monitor* (Godin et al., 2008), la cual consta de nueve dimensiones: FN = Financiamiento, PG = Políticas Gubernamentales, PO = Programas Gubernamentales, EC = Educación y Capacitación, TD = Transferencia de Investigación y Desarrollo, IC = Infraestructura Comercial, AM = Apertura del Mercado Interno, AI = Acceso a Infraestructura Física, y NS = Normas Sociales y Culturales. Se obtuvo un coeficiente de confiabilidad Alfa de Cronbach de 0.83. La escala utilizada se denota de la siguiente manera: (1) Totalmente falso, (2) falso, (3) ni verdadero ni falso (neutral), (4) verdadero, y (5) totalmente verdadero.

## 3. Presentación y discusión de los resultados

En la Tabla 1, se observa que el promedio obtenido de la escala de respuesta con base al instrumento aplicado (1 a 5), se ubica por arriba ligeramente del valor 3 en la percepción global del estudio, lo que indicaría una posición neutral; mientras que la dimensión más representativa fue la de Financiamiento,

la cual se ubicó cerca de la escala cuatro (4) en el instrumento aplicado, es decir apenas arriba del promedio lo cual es ligeramente positivo. Esto indica que el financiamiento presenta un nivel positivo, pero bajo, es decir los expertos

perciben que pocas empresas lo han obtenido de manera fácil en cuanto a su acceso y que hay más disponibilidad para obtenerlo en aquellas empresas nuevas y en crecimiento.

**Tabla 1**  
**Medias de las dimensiones**

| Dimensiones                                   | Media       |
|-----------------------------------------------|-------------|
| Financiamiento (FN)                           | 3.70        |
| Políticas Gubernamentales (PG)                | 3.24        |
| Programas Gubernamentales (PO)                | 2.91        |
| Educación y Formación (EC)                    | 2.95        |
| Investigación y Desarrollo Transferencia (TD) | 3.40        |
| Infraestructura Comercial (IC)                | 3.19        |
| Apertura del Mercado Interno (AM)             | 2.74        |
| Acceso a Infraestructura Física (AI)          | 3.35        |
| Normas Sociales y Culturales (NS)             | 3.39        |
| <b>Promedio</b>                               | <b>3.18</b> |

**Fuente:** Elaboración propia, 2025.

En términos descriptivos, la información anterior permite tener una visión general del estudio. Sin embargo, se realizó una Prueba de *Wilcoxon* para determinar si existen diferencias entre una media poblacional y un valor de referencia objetivo, todo ello con la finalidad de probar las hipótesis establecidas.

Cuando el resultado muestra que el nivel de significancia estadística es menor a 0.05, significa que se acepta la H1 y se rechaza H0, de lo contrario se acepta la H0

y se rechaza H1. En la Tabla 2, se muestran los resultados obtenidos por esta prueba. Los resultados indican cuatro dimensiones con una significancia menor a 0.05: Financiamiento, programas gubernamentales, apertura del mercado interno, y normas sociales y culturales. Es decir, estas variables muestran una diferencia en relación con la percepción global del emprendimiento en el Estado de Hidalgo-México.

**Tabla 2**  
**Estadísticas de la prueba de *Wilcoxon***

|                        | FN     | PG     | PO     | EC     | TD     | IC     | AM     | AI     | NS     |
|------------------------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|
| Z                      | -2.398 | -0.650 | -2.545 | -1.479 | -1.354 | -0.411 | -2.655 | -1.004 | -2.329 |
| Asymp. Sig. (2-tailed) | 0.014  | 0.512  | 0.010  | 0.137  | 0.170  | 0.669  | 0.006  | 0.311  | 0.017  |

**Fuente:** Elaboración propia, 2025.

Las dimensiones restantes, cinco de las nueve, tienen una significancia mayor a 0.05, es por lo que se acepta la hipótesis nula, al ser la mayoría de las variables analizadas las que coinciden con la percepción de los actores participantes en emprendimientos en cada

una de las dimensiones a la percepción global que éstos tienen. No obstante, es importante considerar que la percepción general de este constructo es más positiva que si se analiza de manera individual.

Es importante recordar que la media



de la percepción global de los actores participantes en emprendimientos, mostró una tendencia hacia una posición neutral, por lo que, al contrastarla con las cuatro variables señaladas anteriormente, los resultados pueden interpretarse de la siguiente manera: Con relación a la dimensión Financiamiento-Global, el financiamiento tuvo una percepción positiva puesto que se consideró de fácil acceso y con disponibilidad para empresas nuevas y en crecimiento; sin embargo, en términos globales, hubo una percepción de incertidumbre (escala 3) de que esto sea así.

Analizando con mayor detalle la dimensión financiamiento, la Tabla 3 muestra el comportamiento de la media de las seis variables que lo conforman. El valor de la media de la variable capital de riesgo, hace referencia a que los actores participantes en emprendimientos consideraron cierto que, en el estado de Hidalgo-México, existe suficiente oferta para financiar a las empresas que se crean, y que no cuentan con un historial que permita confiar en sus resultados o certeza de rendimientos por el dinero que se les presta.

**Tabla 3**  
**Percepciones del Financiamiento Global**

| Variables                  | Media |
|----------------------------|-------|
| Disponibilidad             | 3.80  |
| Capital de riesgo          | 4.30  |
| Inversión privada informal | 3.70  |
| Subvenciones               | 3.60  |
| Medios financieros         | 3.65  |
| Capital propio             | 3.00  |

**Fuente:** Elaboración propia, 2025.

Con respecto al resto de las variables, como la que se refiere a disponibilidad de financiamiento, inversión privada informal, los subsidios públicos, el financiamiento privado y, sobre todo, la variable capital propio, la percepción de los actores participantes en emprendimientos se ubica en un nivel medio, es decir, no se observan que dichas variables sean utilizadas de manera frecuente por parte de los emprendedores.

La Prueba de *Wilcoxon* para los Programas gubernamentales-Global, indicó

que hubo una diferencia entre ambas percepciones, puesto que, en términos globales, se superó para una perspectiva neutral, pero, por dimensiones, los programas gubernamentales mostraron una mayor tendencia a tener una percepción negativa de su efectividad, el acceso y la información que se brinda a los emprendedores, tal como se muestra en la Tabla 4, donde en los resultados respecto al nivel de significancia de la Prueba de *Wilcoxon*, la mayoría de las variables no superan el valor de cuatro.

**Tabla 4**  
**Percepción de los Programas Gubernamentales**

| Variables                                   | Media |
|---------------------------------------------|-------|
| Eficacia                                    | 2.50  |
| Fácil acceso                                | 2.40  |
| Profesionales competentes                   | 2.75  |
| Número de programas existentes              | 3.10  |
| Incubadoras                                 | 3.10  |
| Información sobre programas gubernamentales | 2.35  |

**Fuente:** Elaboración propia, 2025.



Se advierte incertidumbre respecto a las variables número de programas e incubadoras; es decir, no existe certeza por parte de los actores participantes en emprendimientos para afirmar que la suma de estos factores promueva adecuadamente la creación y crecimiento de nuevas empresas. También existe incertidumbre respecto a la efectividad de las incubadoras para el mismo caso, es decir, los valores se encuentran en su mayoría por debajo del promedio, es decir, menos de 3, lo cual denota que los actores participantes en emprendimientos no lo perciben de manera positiva.

Las variables que muestran una percepción más baja son las que se refieren al

fácil acceso e información sobre programas gubernamentales, con valores promedio de 2.40 y 2.35, respectivamente, puesto que los actores participantes en emprendimientos consideran que no todo emprendedor que necesita ayuda de un programa gubernamental para crear o hacer crecer una empresa, puede encontrar uno que se ajuste a sus necesidades.

Con referencia a la apertura del mercado interno-Global, como se puede observar en la Tabla 5, la dimensión de apertura del mercado interno también mostró una diferencia en relación con la percepción global de los actores participantes en emprendimientos, tal como se aprecia en las cuatro variables que a continuación se muestran.

**Tabla 5**  
**Percepciones de la apertura del mercado interno-Global**

| Variables                                            | Media |
|------------------------------------------------------|-------|
| Legislación antimonopolio eficaz                     | 2.50  |
| Costos de entrada a nuevos mercados                  | 2.60  |
| Entrada a nuevos mercados sin bloqueos               | 2.80  |
| Cambios en los nuevos mercados de bienes y servicios | 2.10  |

**Fuente:** Elaboración propia, 2025.

Todas las variables muestran que los actores participantes en emprendimientos tienden a creer que es falsa la idea de que el mercado interno es de fácil acceso para los empresarios del Estado de Hidalgo en México; consideran que la legislación antimonopolio es ineficaz y que los costos de entrada no pueden ser fácilmente identificados por las empresas nuevas y en crecimiento.

La última dimensión de análisis corresponde a las normas sociales y culturales, la cual contiene cinco variables. Es importante señalar que, en términos de las medias la diferencia es mínima y, con la prueba de

*Wilcoxon*, se obtuvieron datos estadísticamente más precisos. En este caso, se puede observar en la Tabla 6, que las afirmaciones, el individuo es responsable de gestionar su propia vida y las normas apoyan y valoran el éxito individual que se logró mediante el esfuerzo personal, tienen el nivel promedio más alto, pero con una tendencia a la incertidumbre, puesto que los actores participantes en emprendimientos no pueden asegurar que las normas sociales y culturales fomenten personas con una visión individual sobre su propia responsabilidad por sus vidas, y que el éxito sea apoyado y valorado a través de sus esfuerzos.

**Tabla 6**  
**Percepciones de las normas sociales y culturales**

| Variables                                                                                  | Media |
|--------------------------------------------------------------------------------------------|-------|
| El individuo es responsable de gestionar su propia vida                                    | 3.50  |
| Las normas estimulan la creatividad y la innovación                                        | 3.25  |
| Las normas fomentan la asunción de riesgos empresariales                                   | 2.75  |
| Las normas enfatizan la autosuficiencia, la autonomía y la iniciativa personal             | 3.10  |
| Las normas apoyan y valoran el éxito individual que se logró mediante el esfuerzo personal | 3.50  |

**Fuente:** Elaboración propia, 2025.

Lo mismo ocurrió con la creación e innovación de las personas que emprenden un negocio y su autosuficiencia e iniciativa propia. Hubo coincidencia en la variable riesgo empresarial, puesto que los actores participantes en emprendimientos consideran que es falso que las normas sociales y culturales estimulen la toma de riesgos empresariales.

Al igual que otros hallazgos en diferentes países de América Latina, las cuatro dimensiones más importantes que se deben fortalecer para promover el desarrollo del emprendimiento en el Estado de Hidalgo-México son: Financiamiento, programas gubernamentales, apertura del mercado interno, y normas sociales y cultura (Zamora-Boza, 2018; Cota y Rivera, 2020).

En cuanto al financiamiento, los emprendedores deben contar con capital propio para crear y desarrollar empresas, pues a pesar de existir diversas fuentes de financiamiento, los especialistas no consideran que estas sean suficientes y opinan que no hay una adecuada promoción ni difusión. Estos resultados coinciden con otros estudios en los que las empresas mexicanas fracasan en más del 60% de los casos (García-Macías et al., 2018; García et al., 2021).

En relación con los programas gubernamentales de financiamiento, cuya media global fue de 2.92 y de manera individual se ubican ligeramente por arriba de 3, estos no son de fácil acceso para los interesados; sin embargo, ya existen algunas medidas de apoyo a las MIPYMES para facilitar el acceso al crédito, entre las que se encuentran la creación de nuevos programas y mejoras a los existentes, montos de crédito, requisitos de acceso, ampliación de plazos de pago y

líneas especiales de crédito como los fondos de garantía, entre otros; con el fin de mejorar la inclusión financiera de los beneficiarios de los programas sociales (Heredia y DIni, 2021).

En cuanto a la dimensión de la apertura del mercado interno, cuya media global fue de 2.74, y de manera individual se ubican incluso más bajo de dicho valor, los actores participantes en emprendimientos coinciden en que el acceso al mercado para empresas nuevas y en crecimiento, continúa siendo difícil en términos de competencia, legislación y costos; estos obstáculos han estado presentes desde hace tiempo, de algunos años, en las empresas de México y América Latina (Sánchez et al., 2016; Molina-Ycaza y Sánchez-Riofrio, 2016; Dini y Stumpo, 2020; Heredia y DIni, 2021).

Finalmente, las normas sociales y culturales, cuya media global fue de 3.39, y de manera individual en cada una de sus dimensiones fue ligeramente superior, son un factor determinante en el desarrollo del emprendimiento y de las personas. Sin embargo, los actores participantes en emprendimientos indican principalmente que estas regulaciones no estimulan la toma de riesgos empresariales en los individuos, lo que coincide con el discurso clásico y la insistencia de que, en este país, es necesario cultivar una cultura empresarial que fomente la toma de decisiones sin miedo al riesgo (Hernández y Arano, 2015; Guerrero y Santamaría-Velasco, 2020).

**Conclusiones**

Los actores participantes en emprendimientos consultados tienen una

opinión global a favor de la orientación emprendedora que existe en el Estado de Hidalgo-México, la cual refleja los esfuerzos de universidades, instituciones gubernamentales y otros organismos financieros, que apoyan el desarrollo de nuevas ideas empresariales. Sin embargo, las cuatro dimensiones más relevantes analizadas en este estudio reflejan, con mayor detalle, las diferencias en la percepción general de los actores participantes en emprendimientos, lo que permitió conocer la realidad de cada componente.

En el rubro de financiamiento, es evidente que el problema radica en la falta de estados financieros sólidos y registros contables adecuados para las empresas en crecimiento, y esto quizás signifique falta de propiedad física, nula garantía de compromiso y baja formalización, lo que puede derivar en un menor acceso al crédito financiero.

En el caso de la dimensión de programas gubernamentales, los factores que llaman la atención son la información sobre los programas y el fácil acceso, los cuales fueron evaluados por los actores participantes en emprendimientos por debajo del promedio. Esto indica que las estrategias que utiliza el gobierno para dar a conocer los apoyos a los emprendedores y los requisitos que se necesitan cumplir para acceder a ellos no son del todo buenas.

La dimensión de apertura al mercado interno muestra diferencias en la percepción general de los actores participantes en emprendimientos, puesto que el acceso al mercado para las nuevas empresas no es fácil. Esto denota la necesidad de un observatorio empresarial de emprendedores que pueda actuar como un monitor que supervise y permita la participación colaborativa de todos los involucrados en el proceso.

La última dimensión significativa, que trata sobre la percepción de las normas sociales y culturales, muestra que los emprendedores tienen miedo al riesgo porque no sienten que cuentan con el respaldo legal de su lado, lo que refleja que, en México, existe una débil educación financiera.

## Referencias bibliográficas

- Álvarez-Torres, F. J., López-Torres, G. C., y Álvarez-Rodríguez, E. (2018). El análisis de la Orientación Emprendedora por medio de ecuaciones estructurales en la PYME guanajuatense del sector cuero-calzado. *VinculaTégica EFAN*, 4(1), 56-63. <https://doi.org/10.29105/vtga4.1-853>
- Campo-Terrena, L., Amar-Sepúlveda, P., Olivero, E., y Huguett, S. (2018). Emprendimiento e innovación como motor del desarrollo sostenible: Estudio bibliométrico (2006 - 2016). *Revista de Ciencias Sociales (Ve)*, XXIV(4), 26-37. <https://produccioncientificaluz.org/index.php/rcs/article/view/24907>
- Canales, R. A., Román, Y. G., y Ovando, W. (2017). Emprendimiento de la población joven en México. Una perspectiva crítica. *Entreciencias: Diálogos en la Sociedad del Conocimiento*, 5(12), 1-23. <https://doi.org/10.21933/J.EDSC.2017.12.211>
- Cardona, R. A., Martins, I., y Velásquez, H. (2020). Orientación Emprendedora y Emprendimiento Corporativo: Diferencias y complementariedad en un modelo intención-acción. *Revista Mexicana de Economía y Finanzas*, 15, 551-576. <https://doi.org/10.21919/remef.v15i0.546>
- Cota, R., y Rivera, M. (2020). Política pública de fomento al emprendimiento juvenil para el desarrollo local en el municipio de Colima 2009-2013. *Sapientiae: Ciências sociais, Humanas e Engenharias*, 5(2), 328-342. <https://doi.org/10.37293/sapientiae52.06>
- Covin, J. G., y Slevin, D. P. (1993). A response to Zhara's «critique and extension» of the Covin-Slevin entrepreneurship model. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 17(4), 23-28. <https://doi.org/10.1177/0898010193017004002>

- [org/10.1177/104225879301700402](https://doi.org/10.1177/104225879301700402)
- Covin, J. G., y Wales, W. J. (2012). The measurement of entrepreneurial orientation. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 36(4), 677-702. <https://doi.org/10.1111/j.1540-6520.2010.00432.x>
- Dini, M., y Stumpo, G. (2020). *Mipymes en América Latina. Un frágil desempeño y nuevos desafíos para las políticas de fomento*. CEPAL. <https://www.cepal.org/es/publicaciones/44148-mipymes-america-latina-un-fragil-desempeno-nuevos-desafios-politicas-fomento>
- Ferreira, M. P., Reis, N. R., y Miranda, R. (2015). Thirty years of entrepreneurship research published in top journals: Analysis of citations, co-citations and themes. *Journal of Global Entrepreneurship Research*, 5, 17. <https://link.springer.com/article/10.1186/s40497-015-0035-6>
- García, I. (24 de mayo de 2023). Hidalgo, entre los estados con más obstáculos para emprendimiento. *El Sol de Hidalgo*. <https://oem.com.mx/elsoldehidalgo/local/hidalgo-entre-los-estados-con-mas-obstaculos-para-emprendimiento-17449831>
- García, P., Carrillo, S., y Bravo, L. M. (2021). Análisis del financiamiento no convencional para PYMES, fondos perdidos. *Brazilian Journal of Business*, 3(4), 3386-3398. <https://doi.org/10.34140/bjbv3n4-041>
- García-Macías, M. A., Zerón-Félix, M., y Sánchez-Tovar, Y. (2018). Factores de entorno determinantes del emprendimiento en México. *Entramado*, 14(1), 88-103. <https://doi.org/10.18041/entramado.2018v14n1.2712>
- Godin, K., Clemens, J., y Veldhuis, N. (2008). *Measuring entrepreneurship: Conceptual frameworks and empirical indicators*. Studies in Entrepreneurship and Markets, No.7. Fraser Institute
- Guerrero, M., y Santamaría-Velasco, C. A. (2020). Ecosistema y actividad emprendedora en México: Un análisis exploratorio. *Perfiles Latinoamericanos*, 28(55), 227-251. <https://doi.org/10.18504/pl2855-009-2020>
- Heredia, A., y Dini, M. (2021). *Análisis de las políticas de apoyo a las pymes para enfrentar la pandemia de COVID-19 en América Latina*. CEPAL. <https://repositorio.cepal.org/server/api/core/bitstreams/80534966-a18e-49c4-bdc-c53021bbaebf/content>
- Hernández, C., y Arano, R. M. (2015). El desarrollo de la cultura emprendedora en estudiantes universitarios para el fortalecimiento de la visión empresarial. *Revista Ciencia Administrativa*, (1), 28-37. <https://cienciaadministrativa.uv.mx/index.php/cadmiva/article/view/1858>
- Hernández, L. G. (2017). *El Espíritu Emprendedor: Jornada anecdótica rumbo a la creación de valor*. Mentor Publishing.
- Herrmann, J. D., Sangali, L. C., y Teece, D. J. (2017). Dynamic capabilities: Fostering an innovation-friendly environment in Brazil. *Revista Administración de Empresas*, 57(3), 283-287. <https://doi.org/10.1590/S0034-759020170309>
- Jiménez, A., Hernández, H. G., Pitre, R. (2018). Emprendimiento social y su repercusión en el desarrollo económico desde los negocios inclusivos (Colombia). *Logos Ciencia & Tecnología*, 10(2), 198-211. <https://doi.org/10.22335/rict.v10i2.462>
- Khalid, B. (2021). Entrepreneurial insight of purchase intention and co-developing behavior of organic food consumption.

- Polish Journal of Management Studies*, 24(1), 142-163. <https://doi.org/10.17512/pjms.2021.24.1.09>
- Lechner, C., y Gudmundsson, S. V. (2014). Entrepreneurial orientation, firm strategy and small firm performance. *International Small Business Journal: Researching Entrepreneurship*, 32(1), 36-60. <https://doi.org/10.1177/0266242612455034>
- Lumpkin, G. T., y Dess, G. G. (1996). Clarifying the entrepreneurial orientation construct and linking it to performance. *Academic of Management Review*, 21(1), 135-172. <https://doi.org/10.2307/258632>
- Maldonado, G., Pinzón, S. Y., y Marín, J. T. (2016). Orientación emprendedora y rendimiento en las pequeñas empresas de México. *Revista de Ciencias Sociales (Ve)*, XXII(4), 10-23. <https://produccioncientificaluz.org/index.php/rcs/article/view/24873>
- Mayer, E. L., Blanco, F. J., Alonso, M. Á., y Charles, J. A. (2020). Emprendimiento y crecimiento económico: El sistema mexicano de incubadoras de negocios. *Revista de Ciencias Sociales (Ve)*, XXVI(1), 107-127. <https://doi.org/10.31876/rcs.v26i1.31314>
- Miller, D. (2011). A reflection on EO research and some suggestions for the future. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 35(5), 873-894. <https://doi.org/10.1111/j.1540-6520.2011.00457.x>
- Molina-Ycaza, D., y Sánchez-Riofrío, A. (2016). Obstáculos para la micro, pequeña y mediana empresa en América Latina. *Revista Pymes, Innovación y Desarrollo*, 4(2), 21-36. <https://revistas.unc.edu.ar/index.php/pid/article/view/17700>
- Muangmee, C., Dacko-Pikiewicz, Z., Meekawekunchorn, N., Kassakorn, N., y Khalid, B. (2021). Green entrepreneurial orientation and green innovation in Small and Medium-Sized Enterprises (SMEs). *Social Sciences*, 10(4), 136. <https://doi.org/10.3390/socsci10040136>
- Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económicos - OCDE (2020). Gross Domestic Spending on R&D. OCDE. <https://www.oecd.org/en/data/indicators/gross-domestic-spending-on-r-d.html>
- Pastor, M. D. P., Rodríguez, P. I., y Balbinot, Z. (2019). Orientación emprendedora, orientación al mercado y capacidades dinámicas en pequeñas y medianas empresas. *Gestão & Regionalidade*, 35(105), 67-82. <https://doi.org/10.13037/gr.vol35n105.5302>
- Paz, A. I., Salóm, J. A., García, J., y Suarez, H. B. (2020). Perfil emprendedor en la formación universitaria venezolana. *Revista de Ciencias Sociales (Ve)*, XXVI(1), 161-174. <https://doi.org/10.31876/rcs.v26i1.31317>
- Pérez, A., Torres-Flórez, D., Torralba, A., y Salgado, W. F. (2020). Características y elementos del fenómeno emprendedor en Villavicencio, Colombia. *Cuadernos Latinoamericanos de Administración*, 16(30), 1-10. <https://doi.org/10.18270/cuaderlam.v16i30.2782>
- Pérez, L. R. (2024). Emprendimiento rural. Definiciones y tipologías en América Latina desde los Andes colombo-venezolanos. *Revista de Ciencias Sociales (Ve)*, XXX(1), 188-204. <https://doi.org/10.31876/rcs.v30i1.41646>
- Petuškienė, E., y Glinskienė, R. (2016). Promoting Lithuania's competitiveness through entrepreneurship: The results of expert assessment. *Socialiniai Tyrimai*, 39(1), 13-26. <https://doi.org/10.21277/sc.v1i39.72>
- Phillips, P., y Oviatt, B. M. (2000). International

- Entrepreneurship: The Intersection of Two Research Paths. *The Academy of Management Journal*, 43(5), 902-906. <https://www.jstor.org/stable/1556418>
- Pita, M., Costa, J., y Carrizo, A. (2021). Entrepreneurial ecosystems and entrepreneurial initiative: Building a multi-country taxonomy. *Sustainability*, 13(7), 4065. <https://doi.org/10.3390/su13074065>
- Pitre, R., Jiménez, M., y Celedon, M. D. L. M. (2024). Ecosistema emprendedor en entornos interculturales: Una propuesta para el desarrollo regional y local. *Revista de Ciencias Sociales (Ve)*, XXX(E-9), 281-291. <https://doi.org/10.31876/rcs.v30i.42264>
- Rincón, I. B., Rengifo, R. A., Hernández, C., y Prada, R. (2022). Educación, innovación, emprendimiento, crecimiento y desarrollo en América Latina. *Revista de Ciencias Sociales (Ve)*, XXVIII(3), 110-128. <https://doi.org/10.31876/rcs.v28i3.38454>
- Robichaud, Y., Cachón, J. C., Barragán-Codina, J. N., y Guerra-Rodríguez, P. (2024). Motivos, Factores de Éxito y Barreras en el Emprendimiento en las PYMES en México. *Innovaciones de Negocios*, 21(41), 85-116. <https://doi.org/10.29105/revin21.41-440>
- Rodrigo-Alarcón, J., García-Villaverde, P. M., Ruiz-Ortega, M. J., y Parra-Requena, G. (2018). From social capital to entrepreneurial orientation: The mediating role of dynamic capabilities. *European Management Journal*, 36(2), 195-209. <https://doi.org/10.1016/j.emj.2017.02.006>
- Rof, A., Bikfalvi, A., y Marquès, P. (2020). Digital transformation for business model innovation in higher education: Overcoming the tensions. *Sustainability*, 12(12), 4980. <https://doi.org/10.3390/su12124980>
- Sánchez, S., Hernández, C. A., y Jiménez, M. (2016). Análisis de la percepción sobre iniciativa empresarial y el espíritu emprendedor en estudiantes de un tecnológico federal. *Acta Universitaria*, 26(6), 70-82. <https://doi.org/10.15174/au.2016.1016>
- Santamaría, C. A., Montañez, G. S., y Gutiérrez, S. (2021). Emprendimiento en México: El antes y el después de la COVID-19. *RIO, Revista Internacional de Organizaciones*, (27), 35-57. <https://doi.org/10.17345/rio27.35-57>
- Secretaría General Iberoamericana - SEGIB (2020). *XIV Encuentro de Economistas CAF-SEGIB. Impactos Económicos del COVID-19 en Iberoamérica: Hacia la recuperación del crecimiento*. SEGIB. [https://www.segib.org/wp-content/uploads/14\\_ENCUESTRO\\_ECO1.pdf](https://www.segib.org/wp-content/uploads/14_ENCUESTRO_ECO1.pdf)
- Sieg, P., Posadzińska, I., y Józwiak, M. (2023). Academic entrepreneurship as a source of innovation for sustainable development. *Technological Forecasting and Social Change*, 194, 122695. <https://doi.org/10.1016/j.techfore.2023.122695>
- Skačkauskienė, I., Ślusarczyk, B., Baryń, M., Kot, S., y Navickas, V. (2019). Assessment of sustainable economic development facets: Peculiarities of family businesses size in selected economies. *Journal of Security and Sustainability*, 9(1), 51-62. <https://journals.lka.lt/journal/jssi/article/983/info>
- Terán-Yépez, E., y Guerrero-Mora, A. M. (2020). Teorías de emprendimiento: Revisión crítica de la literatura y sugerencias para futuras investigaciones. *Revista Espacios*, 41(7), 7-22. <https://www.revistaespacios.com/a20v41n07/a20v41n07p07.pdf>
- Valencia, E., y Chiatchoua, C. (2021). Supervivencia de las micro, pequeñas y medianas empresas mexicanas frente al



- COVID-19. *Revista Latinoamericana de Investigación Social*, 4(1). 1-17. <https://revistasinvestigacion.lasalle.mx/index.php/relais/article/view/2948>
- Varela, R., y Ramírez, R. R. (2019). Emprendimiento empresarial, inversión en I+D y marco institucional en México. *Análisis Económico*, XXXIV(86), 133-156. <https://doi.org/10.24275/uam/azc/dcsh/ae/2019v34n86/Varela>
- Vega, J. E., Bautista, M. D. C., y Martínez, M. D. C. (2020). Orientación emprendedora en la innovación de las pequeñas y medianas empresas en México. *Revista de Ciencias Sociales (Ve)*, XXVI(4), 97-114. <https://doi.org/10.31876/rcs.v26i4.34651>
- Wolff, J. A., Pett, T. L., y Ring, J. K. (2015). Small firm growth as a function of both learning orientation and entrepreneurial orientation: An empirical analysis. *International Journal of Entrepreneurial Behavior & Research*, 21(5), 709-730. <https://doi.org/10.1108/IJEBR-12-2014-0221>
- Zamora-Boza, C. S. (2018). La importancia del emprendimiento en la economía: El caso de Ecuador. *Revista Espacios*, 39(7), 1-15. <https://www.revistaespacios.com/a18v39n07/a18v39n07p15.pdf>
- Zemlyak, S., Gusarova, O., y Khromenkova, G. (2023). Entrepreneurial initiatives, education and culture: Hubs for enterprise innovations and economic development. *Sustainability*, 15(5), 4016. <https://doi.org/10.3390/su15054016>