

**ANÁLISIS DE LA CAPACIDAD EMPRENDEDORA EN PUERTO VALLARTA,
JALISCO, MÉXICO, A PARTIR DE LA METODOLOGÍA DESARROLLADA
POR EL GLOBAL ENTREPRENEURSHIP MONITOR (GEM)**

Dra. Stella Maris Arnaiz Burne¹

Mtra. Rosa Elizabeth Vargas Muñoz²

Dr. Carlos Gauna Ruiz de León³

vamre@hotmail.com

Para citar este artículo puede utilizar el siguiente formato:

Stella Maris Arnaiz Burne, Rosa Elizabeth Vargas Muñoz y Carlos Gauna Ruiz de León (2017): "Análisis de la capacidad emprendedora en Puerto Vallarta, Jalisco, México, a partir de la metodología desarrollada por el Global Entrepreneurship Monitor (GEM)", Revista TECSISTECATL (junio 2017).

En línea: <http://www.eumed.net/rev/tecsistecatln21/capacidad-emprendedora-vallarta.html>

Handle: <http://hdl.handle.net/20.500.11763/tecsistecatln21capacidad-emprendedora-vallarta>

RESUMEN

El interés por conocer la capacidad emprendedora en una región como un elemento indispensable para el desarrollo local, donde las comunidades utilicen sus potenciales para generar empresas y que usen de manera sustentable al territorio, es el objetivo de este trabajo de investigación.

La metodología desarrollada por el *Global Entrepreneurship Monitor* (GEM), aplicada en más de 100 países, permite hacer análisis de las capacidades emprendedoras de la sociedad de estudio. A partir de ello, se han realizado importantes aportes empíricos que demuestran la importancia que la sociedad cuente con personas que desarrollen empresas, que tengan la capacidad las empresas de mantenerse en el tiempo y que generen beneficios a la sociedad.

Uno de los principios básicos en los que se mueven estas empresas tiene que ver con la

¹ Profesor de Tiempo Completo titular "C", Cucosta, Universidad de Guadalajara y Miembro del S. N. I. Nivel II.

² Estudiante del Doctorado en Ciencias para el Desarrollo, Cucosta, Universidad de Guadalajara, inscrito en el PNPC de Conacyt.

³ Profesor de Tiempo Completo titular "C", Cucosta, Universidad de Guadalajara y Miembro del S. N. I. Nivel I.

capacidad del uso de sistemas y herramientas innovadoras, que les permitan incidir en el mercado de forma efectiva.

La base teórica usada en la descripción de este proceso es el desarrollo local, toda vez que una comunidad debe conocer sus capacidades (productivas y distributivas) y usarlas para la mejora social y económica de sus habitantes, en el caso de no contar con alguno de sus elementos, deben ser capaces de conseguirlos a través de procesos de aprendizajes o apoyos externos.

Uno de estos elementos, cuando se trata de proyectos productivos, es la capacidad emprendedora de la sociedad, de allí resulta la importancia y trascendencia de este trabajo.

La aplicación del instrumento desarrollado por el GEM a nivel de un territorio específico, resultó que existen condiciones emprendedoras en el grupo de la sociedad que se tomó como referencia en el estudio, los resultados están determinados por las condiciones propias de las actividades económicas preponderantes que se desarrollan en la región, como el turismo de masas en un destino de clase mundial, con intereses de grandes corporativos de servicios hoteleros, trasportes y servicios complementarios.

Palabras Claves: Emprendimiento, Desarrollo Local, Empresas productivas.

ABSTRACT

To know the entrepreneurial capacities of a region as a fundamental element for local development, in order to be used by local communities as an element that enhances business' creation and the sustainable use of the territory, is the main research purpose.

The methodology developed by Global Entrepreneurship Monitor (GEM), which has been applied in more than 100 countries, allows the analysis of the entrepreneurial capacities of studied society. Henceforth, important empiric contributions have been developed showing the relevance of the creation of business by particularities in a society. Also, it had been showing the importance for businesses to be maintained and the need of these to generate social and economic benefits. One of the key elements allowing business to effectively influence the market has been the use of innovative systems and tools.

The Local Development is used as the fundamental theory to describe this process as it shows that a community needs to know their productive and distributive capacities, and moreover, the need to use them for economic and social improvements. Whenever the community lacks from one of these elements, it is important to obtain them using a learning process or by using of external support.

One of these elements, whenever dealing with productive projects, is the entrepreneurship capacity of a society. This capacity is the main reason why this research it is important and essential in the study of local development and entrepreneurship.

The qualitative instrument developed by GEM, used in a specific territory, shows the existences of entrepreneurs' conditions in the study group. Important is to understand that the results are determined by the leading economic activities of the region, as is the mass tourism in a world-class destination led by large corporations such as hotelier, transportation and complementary services.

Keywords: Entrepreneurship, Local Development, Producing Companies.

1. EL PROCESO EMPRENDEDOR Y EL DESARROLLO LOCAL

Uno de los postulados básicos del desarrollo local tiene que ver con el conocimiento de las capacidades de la población y del territorio donde se van a generar proyectos productivos, otro es que a partir de ese conocimiento y aceptación de los interesados (normalmente la comunidad) se defina la ruta a seguir para el logro de los objetivos que se pretenden alcanzar. (Vazquez Barquero, 2000) (Boisier, 2005) (Albuquerque, 2004).

La participación de los miembros de la comunidad, aunque se pretende sea de manera casi espontánea, esta situación no resulta tan fácil que suceda, por ello se requiere la participación de otros actores también importantes en los procesos de gestión del desarrollo local, particularmente al gobierno local que es quien debe (en muchos casos) propiciar las condiciones de un impulso inicial, creando políticas públicas que permitan acercar recursos a las comunidades para la generación del proceso de desarrollo.

Una discusión permanente, en el análisis del desarrollo local, tiene que ver con la participación de empresas, ya sea como agentes o como producto del proceso de la comunidad, esto seguramente se resuelve, dependiendo el tipo de proyecto que se piense desarrollar, dado que algunas comunidades encuentran problemáticas de índole social que no necesariamente requieren la participación de empresas.

En el caso de que los intereses de la comunidad sean la generación de proyectos productivos, que les permitan integrarse al mercado (según sea el caso, interno o globalizado), entonces se requiere pensar en procesos de generación de empresas productivas, que estimulen la actividad económica, generando riqueza para que sea distribuida de forma adecuada y los beneficios sean alcanzados por la mayor parte de la comunidad.

De esto depende la generación de empleos permanentes, bien remunerados y con cobertura de seguridad social y de las acciones del gobierno para que a través del sistema fiscal genere redistribución del ingreso al aplicar adecuadamente los ingresos fiscales en gasto público.

Que existan esquemas empresariales donde los participantes tengan claridad del proceso y en el caso de intervención de empresas externas, se conozcan los criterios de asociación entre las comunidades y las empresas.

Dos asuntos que pudieran pasar como marginales, pero que es necesario su identificación son: el trato que se le da al entorno natural como un factor fundamental en el proceso, donde se le identifique como un sujeto que es parte activa permanente y no un objeto de uso meramente económico, y la manera que se trata a la equidad y no exclusión, particularmente a sectores de la población vulnerable, como pueden ser las mujeres, ancianos o personas en pobreza extrema, entre otros.

En el caso que ocupa este trabajo, el interés tiene que ver con el reconocimiento de las capacidades emprendedoras de una población en una localidad con un alto crecimiento económico basado en la actividad turística, pero también con serios desequilibrios sociales y económicos, como los propiciados por el crecimiento poblacional desmedido y la aparición de nuevas necesidades no cubiertas por el mercado y que requiere un reimpulso a partir de procesos emprendedores que atiendan esta problemática o que apuntalen el mercado actual con nuevas opciones productivas asociadas a la actividad turística, fundamental en la región. (CEDESTUR/ CEED, 2001) (Cesar & Arnaiz, 2006) (Gauna, 2011) (Virgen & Gauna, 2011).

2. EL PERFIL DEL EMPRENDEDOR

Existen una serie de características que son necesarias para ser considerado emprendedor, como la capacidad para asumir riesgos calculados, el tener un carácter innovador, ser creativo, curioso, optimista, audaz, tener capacidad de organización con dotes de liderazgo, saber elegir a los colaboradores y trabajar en equipo, espíritu competitivo, autoconfianza, tenacidad e imaginación para intentarlo de nuevo, ser muy trabajador, dinámico, etc. "...es una persona que tiene sensibilidad especial para detectar oportunidades y la capacidad de movilizar recursos externos (generalmente propiedad de otros)" (Priede, Lopez- Cozar, & Benito, 2010, pág. 65)

Los emprendedores pueden contar con las habilidades, capacidades y aptitudes, que los distinguen, que les permite comerciar, organizar, dirigir, controlar un negocio o empresa, así como habilidades, para obtener los recursos humanos, materiales, técnicos, y financieros, además de tener la capacidad de generar una misión/ visión empresarial.

El perfil del empresario se articula por la visión y la misión empresarias. La visión es la empresa deseada y la misión es el negocio percibido. La visión resulta de equilibrar dos grupos de fuerzas que pujan por definir el destino de la institución: los resultados tangibles perseguidos (beneficios, participación en mercados dimensión, etc.) y los compromisos con los públicos internos y externos de cuyo comportamiento, a su vez, depende la institución, a medida que amplía el horizonte de planteamiento. La misión, por el contrario, indica el "teatro de operaciones" elegido. Los clientes y los servicios ofrecidos a los mismos, los productos y las tecnologías que los posibilitan. (Bertagnini, 2015, pág. 84)

Esto como un proceso de aprendizaje continuo, porque a pesar de que muchos de los atributos pueden ser propios de los individuos emprendedores, no son suficientes en un mundo donde la premisa de subsistencia es la adaptación al cambio de forma permanente.

Conforme crecen las empresas, los empresarios necesitan aprender las siguientes habilidades para manejarlas en forma eficaz: utilizar sistemas de flujos de efectivo para toma de decisiones, financiamiento para crecer, incremento del valor del negocio, compensación del trabajo propio y de los socios, contratar, capacitar y motivar a sus empleados, manejo de ambiente y entorno que cambia constantemente, desarrollo para la sucesión administrativa y comprensión de las situaciones que se vayan presentando durante el crecimiento de la empresa. (Hitt , Ireland, & Hoskisson, 1999, pág. 496)

Esta idea, aunque tiene un carácter novedoso, no lo es tanto, de hecho desde principios del siglo XX, ya había sido formulada por el economista austríaco Joseph A. Schumpeter.

La función del empresario consiste en reformar o revolucionar el sistema de producción, explotando un invento, o de una manera más general, una posibilidad técnica no experimentada para producir una mercancía nueva o una mercancía antigua

por un nuevo método, para abrir una nueva fuente de provisión de materias primas o una nueva salida para los productos, para reorganizar una industria, etc. (1983, pág. 181)

En el mundo de los negocios existen muchas oportunidades para iniciar un nuevo proyecto, particularmente en las pequeñas y medianas empresas (Pymes), pues dentro del proceso productivo encadenado siempre hay necesidades que cubrir y son las Pymes quienes más pronto pueden influir en el proceso.

Las pymes son las protagonistas del fenómeno emprendedor, ya que son el sector en el que nacen los emprendedores. Las grandes empresas se alimentan de directivos profesionales, cuyas características y objetivos personales son muy distintos que los del emprendedor; las empresas públicas, por tamaño y misión, están aún más alejadas de esta idea... El modelo de gestión, la cultura y los valores que inspiran la administración de la pequeña empresa permiten afrontar en mejores condiciones los retos que plantea la situación económica actual, caracterizada por la crisis económica (Priede, Lopez- Cozar, & Benito, 2010, pág. 75).

3. EL MODELO GLOBAL ENTREPRENEURSHIP MONITOR (GEM)

La Universidad de Babson College, (E. U. A) y el London Bussiness School (Reino Unido) desarrollaron el Proyecto *Global Entrepreneurship Monitor* (GEM), que se aplica desde el año 1999 y actualmente se analiza la información recabada en más de 100 países del mundo, es un esfuerzo académico que resulta novedoso, toda vez que a través de una metodología simple logra conocer los alcances que tiene la capacidad emprendedora en un país (GEM).

La construcción de una base de datos que permita el estudio armonizado de la capacidad emprendedora entre distintos países; más en concreto, la determinación de un índice anual de creación de empresas en cada uno de los países participantes, establecido de forma conceptual y metodológicamente uniforme (Rodríguez Castellanos, 2010, pág. 9)

El estudio genera información de las características emprendedoras que hacen diferentes a los individuos que se animan a iniciar un negocio y que sus iniciativas contribuyen a la creación de riqueza y desarrollo de un país. De lo que trata es de generar una caracterización de las personas emprendedoras en función del tiempo que llevan frente de un negocio y del interés que tienen de desarrollar algún proyecto productivo en un futuro inmediato.

El modelo GEM propone a este respecto que, además de las condiciones del entorno para emprender, el proceso completo de creación y éxito empresarial depende de variables personales relativas al propio emprendedor... estudio se apoya en tres factores principales del emprendedor considerados en el ámbito del modelo GEM: el temor al fracaso empresarial, la percepción de buenas oportunidades para emprender y la posesión de habilidades y conocimientos en relación con la creación de empresas. (García, Martínez, & Fernández, 2010, pág. 34)

El estudio a nivel país se realiza con la aplicación de por los menos dos mil encuestas que se encuentran dentro de la actividad empresarial, donde se les pregunta sobre las condiciones macroeconómicas para la generación de empresas, además de cómo se ven ellos en el proceso y qué capacidades tienen para emprender un negocio. Este estudio se complementa con entrevistas a profundidad a expertos y un análisis con datos de fuentes

secundarias para conocer los indicadores sociodemográficos, educativos, de transferencia tecnológica y de forma particular sobre las políticas públicas en los que se desarrolla en procesos, educativos y de transferencia tecnológica. (Rodríguez Castellanos, 2010)

Es importante que este esfuerzo se tome en consideración para que cada país pueda medir las diferencias en los niveles de actividad emprendedora con otros países, identificar los factores determinantes de los niveles nacionales de actividad emprendedora y las políticas nacionales que pueden mejorar los niveles de actividad emprendedora. (Amorós, 2011)

El proyecto emprendedor es un elemento importante en los procesos de desarrollo local, como lo comenta García, Martínez y Fernández *“La creación y el desarrollo de nuevas empresas contribuye decisivamente a lograr el deseado bienestar para la sociedad, dado que permite incrementar el nivel de empleo, impulsar la innovación y mejorar la competitividad”* (2010, pág. 31)

Incluso se tiene como un elemento indispensable *“Ante la necesidad de estrategias de desarrollo endógeno para países y regiones, surge el emprendimiento como uno de los principales mecanismos de crecimiento económico y social”* (Alvarez & Urbano, 2011, pág. 16)

A partir de la información recolectada, se determinan tres niveles de personas según el tiempo que tienen en el ciclo de vida de los negocios: el que tiene menos de tres meses, pero tiene todo el interés de mantener su empresa, al cual se le nombra emprendedor naciente, aquel que tiene más de tres meses pero menos de 42 meses, se le denomina dueño de un nuevo negocio y aquel que ha superado esta etapa y tiene más de 42 meses con su empresa, a éstas se les considera negocios establecidos (Amorós, 2011, pág. 4)

Uno de los puntos más importantes en el proyecto GEM es la definición de que es un emprendedor, de acuerdo a la información contenida en sus reportes se trata de

Un individuo sin miedo al fracaso, que identifica buenas oportunidades de negocio en el entorno, que considera poseer los conocimientos y habilidades necesarios para crear y dirigir una nueva empresa, y que reconoce haber conocido personalmente a algún emprendedor en los últimos años. Desde el punto de vista sociodemográfico, el perfil de este sujeto correspondería al de un hombre, con una edad próxima a los 40 años y con un nivel de ingresos elevado. Por el contrario, no se advierten diferencias en las características individuales de emprendedores nacientes y nuevos, excepto con respecto a su capacidad para percibir oportunidades de negocio en el entorno, donde los primeros se encuentran claramente por delante (García, Martínez, & Fernández, 2010, pág. 43)

De acuerdo información del GEM para los países latinoamericanos, éstos tienen un comportamiento donde los jóvenes son más propensos a emprender y a crear redes sociales de emprendimiento, además mientras más preparación académica mayor interés por desarrollar negocios, las mujeres son menos propensas que los hombres, y aquellas personas que tienen un empleo tienen mayor interés por desarrollar un negocio sobre aquellos que están desempleados o jubilados (Merino & Vargas, 2011, pág. 45)

Es importante mencionar que a pesar de que los indicadores que se determinan en el GEM son importantes en la toma de decisiones, se debe tener en consideración lo que se comentó en el informe 2004 que retoma Rodríguez Castellanos (2010, pág. 10)

La relación entre la capacidad emprendedora y el nivel de renta de un país adquiere forma de “U”, de modo que países con bajos niveles de PIB per cápita muestran una

elevada actividad emprendedora; a medida que aumenta el nivel de desarrollo económico de los países, su actividad emprendedora disminuye paralelamente hasta un punto determinado, a partir del cual esa actividad emprendedora vuelve a aumentar al incrementarse el nivel de PIB per cápita. En consecuencia, países con distintos niveles de renta afrontan distintos retos. Así, políticas o instrumentos que son válidos o efectivos en una nación no necesariamente lo son en otras.

Debido a lo anterior a pesar de que el informe de Merino y Vargas Chanes (2011, pág. 46), donde México está en las posiciones inferiores del ranking de países latinoamericanos, esto se debe a su capacidad económica, lo que se debe fomentar ahora son políticas de gobierno que permitan el fomento de nuevos negocios, para romper este momento de inercia en el que se encuentra el país, por lo que el desarrollo emprendedor generado en las universidades es un buen camino para el logro de este objetivo, además de la disponibilidad de créditos y el acceso a las tecnologías de la información, buscando que más jóvenes opten por carreras de alto impacto de uso de la innovación tecnológica.

Como lo comentan Alvarez y Urbano (2011), existen una gran cantidad de artículos y publicaciones académicas que han utilizado la base de datos del GEM, y éstos se pueden identificar por la forma de abordar la temática, particularmente los análisis a nivel país y de identificación individual de las características emprendedoras, pero existen pocos estudios que hagan análisis de la situación emprendedora a nivel regional. También hacen un análisis de los tipos de investigación realizada, destacando los de uso de métodos cuantitativos y poco menos los de análisis cualitativos, dentro de los primeros existen diversas metodologías empleadas para determinar la calidad y pertinencia estadística de los análisis.

El informe GEM 2016 para México denominado “*El ecosistema de emprendimiento en México: la voz de los expertos*” (GEM, 2016), tiene los siguientes resultados, en el 2015 (año que se realizó el estudio) fue poco alentador para el desarrollo del emprendimiento; en cuanto a políticas públicas se destaca el apoyo a empresas nuevas y el crecimiento empresarial es una prioridad del gobierno federal; existe una carencia de estrategias en términos de fomento al emprendimiento en la educación básica; no existe un sistema de apoyo a la ciencia y tecnología que permita la creación de empresas de base tecnológica competitivas por lo menos en un campo concreto; existe una buena base de infraestructura comercial y profesional que apoye la generación de negocios; la apertura del mercado interno que se ha generado en los últimos años fue el elemento mejor evaluado en el informe; el contar con infraestructura física presenta valoraciones positivas en la mayoría de sus elementos y; finalmente sobre las normas sociales y culturales, que tiene que ver con los cambios de actitud favorables al proceso emprendedor no tuvieron diferencias significativas en los resultados del ciclo anterior.

Sobre los datos del informe del GEM desarrollado por el Tecnológico de Monterrey, es de resaltar que la Tasa de Actividad Emprendedora (TEA, por sus siglas en Inglés), la cual incluye a las empresas nacientes y las que tienen menos de 3.5 años de operar, se duplicó al pasar de 10.5% en 2010 a 21% de la población adulta en 2015 y la tasa de empresas establecidas llegó a 6.9% de la población (GEM, 2016)

El informe GEM aunque arroja un ranking mundial de emprendimiento, el hacer de este proceso una competencia entre países resulta de lo más ociosa, toda vez que de lo que debería tratarse es sólo de analizar las condiciones particulares emprendedoras de cada país, en base a sus características socio demográficas, de políticas públicas y desarrollar ideas para su mejora como país.

El emprendimiento que genera nuevas micro y pequeñas empresas, pierde mucho al no disponer de líderes (sus propietarios), debidamente informados, preparados, asesorados, de tal forma que se garantice la sustentabilidad de las empresas nuevas.

4. TRABAJO EMPÍRICO SOBRE LA APLICACIÓN DE LA ENCUESTA DEL GEM EN PUERTO VALLARTA, JALISCO, MÉXICO.

El trabajo explica a partir de la aplicación de la encuesta generada por el GEM, cual es la situación de la capacidad emprendedora en la región. La encuesta se aplicó a 384 personas que trabajan como encargados o son dueños de empresas asentadas en Puerto Vallarta, Jalisco, durante los meses de octubre de 2016 y abril de 2017, para conocer su percepción sobre la capacidad de emprendimiento, a partir de tomar como base la encuesta que realiza el “*Global Entrepreneur Monitor*” (GEM, 2016).

Las cuatro variables independientes son el sexo (Masculino y Femenino), la edad (de acuerdo a grupos de edad tomados de las bases del GEM), los ingresos con tres niveles (alto, medio y bajo, también tomado de la base del GEM) y el nivel de estudio, de acuerdo al criterio de los niveles que se tienen en México, en el caso de carreras técnicas se agruparon con el nivel medio superior.

La información de las preguntas básicas sobre la capacidad emprendedora desarrollada por el GEM, permitió realizar un análisis con los resultados del estudio del 2015 en México con los resultados obtenidos.

Un aporte de este trabajo, es que de las variables de perfil (sexo, edad, ingreso y educación) se hace un cruce con las variables propuestas por el GEM que nos permite explorar de mejor manera cual es la situación emprendedora de Puerto Vallarta.

Un elemento siempre en discusión es el territorio donde se realiza la investigación, dado que Puerto Vallarta es parte de una zona conurbada que está integrada con Bahía de Banderas del vecino estado de Nayarit. Por conveniencia del trabajo de investigación se realizó solo en Puerto Vallarta por tiempo y recursos para su realización, entendiendo que el trabajo se podría explicar de mejor manera si se amplía la zona de estudio a toda la Bahía.

Siendo uno de los tres destinos turísticos más importantes en el país y un referente mundial, tanto por la cantidad de turistas nacionales y extranjeros que lo visitan, como por los atractivos naturales con los que cuenta, esto ha permitido que la ciudad de Puerto Vallarta sea la segunda zona poblacional más importante en el estado de Jalisco.

Puerto Vallarta es parte de una zona metropolitana junto a poblaciones del municipio de Bahía de Banderas, del vecino estado de Nayarit, que hacen de esta región un territorio grande y dinámico con características particulares.

Este trabajo se realizó para identificar las características de emprendimiento y con ello hacer un análisis comparativo de estos indicadores con similares que se tienen como referencia a nivel nacional e internacional.

De acuerdo a la hipótesis de trabajo planteada se pretende determinar el nivel de emprendimiento que tiene la población de Puerto Vallarta. Una vez que se ha determinado que la región en la que se encuentra es de las de más alto crecimiento económico y demográfico, tanto a nivel país como en el estado de Jalisco.

Los resultados obtenidos de la investigación realizada fueron los siguientes.

Cuadro 1. Variables de perfil de los entrevistados			
Pregunta	Variables	Resultado	Porcentaje
¿Cuál es su sexo?	Masculino	192	50%
	Femenino	192	50%
¿Cuál es su edad actual?	18-24	60	15%
	25-34	133	35%
	35-44	87	23%
	45-54	68	18%
	55-64	36	9%
¿Cuál de estos rangos describe mejor el ingreso mensual total de todos los miembros de su hogar?	Bajo	91	24%
	Medio	238	62%
	Alto	55	14%
¿Cuál es el nivel más alto de educación que ha completado?	Preescolar	5	1%
	Primaria	5	1%
	Secundaria	50	13%
	Bachillerato	128	34%
	Universidad	192	50%
	Posgrado	5	1%

Fuente: presentada por los autores

De acuerdo al cuadro 1, el 50% de los encuestados fueron del sexo masculino y el 50% del sexo femenino, este dato fue determinado desde la construcción de la muestra con el interés de la investigación de poder hacer una comparación sobre la percepción desde la óptica de cada género.

En cuanto a la edad, en la encuesta, se determinó solo aplicarla a personas mayores de edad, lo que generó que el 15% tuvieron entre 18 y 24 años, el 35% entre 25 y 34 años, el 23% entre 35 y 44 años, el 18% entre 45 y 54 años y el 9% entre 55 y 64 años, no hubo personas mayores a esa edad en la muestra.

Se tuvo en la muestra que el 24% tienen ingresos bajos (menores a \$10,000 pesos), el 62% tienen ingresos medios (entre \$10,001 y \$30,000 pesos) y el 14% tienen ingresos altos (superiores a \$30,001 pesos).

Sobre el nivel educativo, con 1% estaban aquellos que tuvieron nivel educativo menor a

primaria el mismo porcentaje fue para personas con estudios de primaria y con estudios de posgrado. El 13% manifestaron tener estudios de secundaria, el 34% con estudios de preparatoria o carrera técnica y el 50% con estudios profesionales universitarios.

Sobre las preguntas de percepción, se aplicaron aquellas que están señaladas en los reportes del GEM y que nos permiten dar respuesta al trabajo de esta investigación, que se pretende aportar a la percepción de las personas para el desarrollo de un proceso emprendedor en Puerto Vallarta.

Cuadro 2. Variables de la investigación

Pregunta	SI	NO	No sabe, no
¿Conoce a alguien personalmente que comenzó un negocio los últimos 2 años?	256	128	
	67%	33%	
¿Sabe si en los próximos seis meses, habrá buenas oportunidades para iniciar un negocio en el área donde usted vive?	151	146	87
	39%	38%	32%
¿Usted tiene los conocimientos, habilidades y experiencia necesarios para iniciar un nuevo negocio?	270	114	
	70%	30%	
¿El miedo al fracaso le impide iniciar un negocio?	105	261	18
	27%	68%	5%
¿En México, la mayoría de la gente preferiría que todo el mundo tenga un nivel de vida similar?	261	82	41
	68%	21%	11%
¿En su México, la mayoría de la gente considera que iniciar un nuevo negocio es una elección de una carrera deseable?	210	133	41
	55%	34%	11%
¿En su México los empresarios al iniciar un nuevo negocio tienen un alto nivel de estatus y respeto?	169	187	28
	44%	49%	7%
¿En su México, usted ve a menudo historias en los medios públicos sobre éxitos de nuevos negocios?	165	219	
	43%	57%	
¿Actualmente tiene un negocio o esta tratando de iniciar solo o con otros un nuevo negocio?	274	110	
	71%	29%	
¿Actualmente esta usted, solo o con otros, tratando de iniciar un nuevo negocio o una nueva empresa para su empleador (patrón) como parte de su trabajo?	101	283	
	26%	74%	
¿Durante los últimos doce meses han hecho algo para ayudar a iniciar o crecer este nuevo negocio?	201	183	
	52%	48%	
Total	384		

Fuente: presentada por los autores

De acuerdo a la información del cuadro 2, el 67% de los encuestados manifiesta conocer alguien que ha iniciado un negocio los últimos dos años, esto se puede explicar por el alto crecimiento poblacional y de actividades económicas en la región.

Sobre las expectativas de oportunidades de negocios, están casi al 50% quienes consideran que sí y quienes no lo consideran (sin considerar a quienes no quisieron responder), esto está influido por las condiciones estructurales del país, los problemas asociados a los graves conflictos sociales a los que se enfrenta la sociedad y a las condiciones mundiales, donde un destino turístico es altamente sensibilizado que los efectos son inmediatos y de graves consecuencias, solo ver la última crisis del 2008 y como el destino se recuperó después de siete años.

De acuerdo a la información del GEM (2015), el 44.8% de la población del país ven oportunidades los próximos seis meses, mientras que en la muestra de Puerto Vallarta ésta es solo del 39%, vale comentar que en el estudio del GEM hacen una referencia a Latinoamérica, de acuerdo a los países analizados mediante esta metodología y allí el resultado es más favorable con el 47%.

El 70% de los entrevistados considera que tiene las habilidades y experiencia necesarias para emprender un nuevo negocio. Sobre las capacidades y experiencia en México lo manifestaron el 45.5%, aquí existe una diferencia con lo obtenido en Puerto Vallarta, esto se explica por la forma de tomar la muestra, pero es claro que existe una tendencia similar, de hecho, con los datos de Latinoamérica este porcentaje es del 60%.

Aunque el miedo al fracaso sólo lo tienen el 27% de los entrevistados, esto es casi la tercera parte de la muestra. Es similar a la que muestra la encuesta nacional tiene que el 33% de las personas encuestadas tienen miedo al fracaso, este dato si es similar al que resulta de la encuesta de Latinoamérica del 27%.

El 68% de los entrevistados ven que sería preferible que todas las personas tengan el mismo nivel económico mientras que el 21% supone que no debe ser así.

Sobre la elección de vida, solo el 55% de los entrevistados creen que iniciar un negocio es una elección de carrera deseable, contra el 34% que suponen que no es esta una buena elección de carrera. El hacer negocios como una opción de vida deseable, la muestra nacional tiene que el 49% de los entrevistados así lo ve y en Latinoamérica llega al 64%, siendo muy superior con respecto a México.

El 44% de los entrevistados consideran que los empresarios al iniciar un nuevo negocio logran un mejor nivel estatus y respeto, contra el 49% de los entrevistados que consideran que este no es el motivo para alcanzar este estatus y respeto. La muestra nacional determina que el 52% de los entrevistados así lo ven, contra el 64% en Latinoamérica.

El 43% de los entrevistados identifica que los medios públicos presentan historias de éxito en los nuevos negocios, lo que dice dos cosas que este tipo de historias: no son un buen insumo para los medios o que no existen buenas historias.

Sobre la información de los medios públicos son similares los datos para México (con el 40%), no así en Latinoamérica, donde esta percepción, llega al 64%.

La interesante es que el 71% de las personas entrevistadas manifestó que en este momento está iniciando un nuevo negocio, lo que se puede considerar un buen síntoma de emprendimiento.

La encuesta de Puerto Vallarta tiene un alto índice de nuevos negocios con el 71%, cuando en México es solo del 18% y Latinoamérica es del 29%, cabe aclarar aquí que esto es producto del crecimiento sociodemográfico de la región de estudio que ha sido

relatado.

Finalmente, solo el 52% de los entrevistados han hecho algo para ayudar a iniciar o crecer un nuevo negocio.

La segunda parte del trabajo, se hizo un cruce de variables entre las de perfil, (sexo, edad, ingreso y educación) para poder identificar en cuales grupos se perciben mejores condiciones de emprendimiento, teniendo resultados interesantes. Es necesario apuntar que en dicha tabla se excluyeron a las personas que no quisieron contestar alguna pregunta (el cuadro 3 de referencia se encuentra al final de esta sección).

En la variable edad, ambos grupos tienen el mismo porcentaje de entrevistados, en las siguientes tres variables, dado que las respuestas son diferentes para cada categoría, el análisis se hace para cada uno de estas categorías con respecto a las respuestas obtenidas (positivas o negativas), además se hará la reflexión para cada pregunta en todas las categorías.

El conocimiento de nuevos negocios, los hombres tienen una mayor percepción con el 64%. En los grupos de edad es mayor en los jóvenes (de 18 a 24 años) con un 91.7%. En cuanto a los ingresos es mayor el conocimiento en los ingresos medios (71%) y los universitarios son los que por el nivel educativo tienen mayor conocimiento de nuevas empresas con 72.9%.

En cuanto a percepción de oportunidades, los hombres ven mejores oportunidades con un 58.2%. En los grupos de edad es mayor con los jóvenes, 63.6%, y le siguen los adultos de edad entre 45 y 54 años con el 57%. En cuanto a niveles de ingresos es mayor la percepción de oportunidades en los de altos ingresos con el 62.2% y en el nivel educativo es mayor en los niveles bajos de educación con el 75 y 80%, con un nivel importante en el nivel de universidad con el 62.1%.

Sobre contar con conocimientos, habilidades y experiencias necesarios para iniciar un nuevo negocio, tampoco hay diferencia en ambos sexos. Es alto para las categorías medias de edad (entre 25 y 54 años) con un porcentaje alrededor del 73%. En cuanto a los ingresos, es significativo que el 90% de los de altos ingresos manifiestan conocimientos y a nivel educativo a mayor educación mayor nivel educativo.

En el miedo al fracaso por iniciar un negocio, ambos sexos tienen similares opiniones. Es mayor entre los adultos mayores (más de 45 años), con un 36% promedio y en los jóvenes con un 35%. Los de bajos ingresos tienen un miedo en el 39.1% de los entrevistados y a nivel educativo son los de educación básica quienes tienen un porcentaje mayor con el 50%.

En cuanto a la percepción que todas las personas deben tener un nivel de vida similar, esta condición es vista un poco mejor en las mujeres que los hombres. Es mayor en las personas de edades superiores a 45 años, (con más del 85% de opiniones). Con respecto a los ingresos son los de bajos ingresos quienes mayormente opinan a favor de este tema, con el 82.1% y los de mayor nivel educativo (mayor a bachillerato) con opiniones favorables mayores al 75%.

Los negocios como una elección deseable de carrera, las mujeres lo ven mejor en un 66.%. Es una opinión mayor con los grupos de edad jóvenes (18 a 24 años) con un 75% y de manera absoluta con los de mayor edad (más de 55 años). En cuanto a los niveles de ingreso esta opinión es similar en los grupos medios y superiores con un 63% en promedio y en el nivel educativo es mayor con los extremos con educación de posgrado

(100%) o menos de primaria con 75%.

La opinión sobre que las personas que inician un negocio obtienen un mayor status y respeto, el mayor está en las mujeres con el 57.8% de sus opiniones. No hay gran diferencia, promedio de un 50%, en ningún grupo de edad media (entre 25 y 54 años), las personas de menores ingresos tienen una opinión más favorable (58.1%) y en los niveles educativos, son significativamente menores los de nivel primaria y bachillerato (menor al 35%) el resto son entre el 50 y 57%.

Las historias sobre negocios en los medios públicos, las mujeres perciben que si hay, con menciones en un 45%. Son más altos en los grupos de mayor edad, en los niveles de ingresos no hay diferencia entre los tres grupos y a nivel educativo también es bajo en los que cuentan solo con nivel de bachillerato con el 29.9%.

Finalmente, quienes están iniciando un nuevo negocio, los hombres tienen un mayor trabajo con el 76%. Todos los grupos de edad son similares, entre 70% y 75% (con una diferencia cercana a 60% en el grupo de 45 a 54 años). Los del grupo de mayor ingreso son quienes están realizando proyectos empresariales y en el nivel educativo son los de mayor nivel educativo los universitarios con el 76.6% y los de posgrado con el 80%.

Cuadro 3.1 Cruce de variables de perfil con variables de investigación

Pregunta	Sexo					Edad					Ingreso					Educación				
		Si	No	Total	% Si	18-24	25-34	35-44	45-54	55-64	Si	No	Total	% Si	Preescolar	Primaria	Secundaria	Bachillerato	Universidad	Posgrado
¿Conoce a alguien personalmente que comenzó un negocio los últimos 2 años?	Masculino	123	69	192	64.1%	18-24	55	5	60	91.7%	Bajo	50	41	91	54.9%	Preescolar	2	3	5	40.0%
	Femenino	133	59	192	69.3%	25-34	96	37	133	72.2%	Medio	169	69	238	71.0%	Primaria	3	2	5	60.0%
						35-44	37	50	87	42.5%	Alto	37	18	55	67.3%	Secundaria	30	20	50	60.0%
						45-54	50	18	68	73.5%						Bachillerato	79	48	127	62.2%
						55-64	18	18	36	50.0%						Universidad	140	52	192	72.9%
	Total	256	128	384		Total	256	128	384		Total	256	128	384		Total	256	128	384	
¿Sabé si en los próximos seis meses habrá buenas oportunidades para iniciar un negocio en el área donde usted vive?	Masculino	96	69	165	58.2%	18-24	32	18	50	63.6%	Bajo	27	45	72	37.5%	Preescolar	4	1	5	80.0%
	Femenino	55	78	133	41.4%	25-34	55	55	110	50.0%	Medio	101	87	188	53.7%	Primaria	3	1	4	75.0%
						35-44	14	32	46	30.0%	Alto	23	14	37	62.2%	Secundaria	14	24	38	36.8%
						45-54	37	27	64	57.1%						Bachillerato	46	68	114	40.4%
						55-64	14	14	27	50.0%						Universidad	82	50	132	62.1%
	Total	151	146	297		Total	151	146	297		Total	151	146	297		Total	151	146	297	
¿Usted tiene los conocimientos, habilidades y experiencia necesarios para iniciar un nuevo negocio?	Masculino	133	59	192	69.3%	18-24	37	23	60	61.8%	Bajo	59	32	91	64.8%	Preescolar	1	4	5	20.0%
	Femenino	137	55	192	71.4%	25-34	96	37	133	72.2%	Medio	160	78	238	67.2%	Primaria	4	1	5	80.0%
						35-44	64	23	87	73.6%	Alto	50	5	55	90.9%	Secundaria	38	12	50	76.0%
						45-54	50	18	68	73.2%						Bachillerato	81	46	127	63.8%
						55-64	23	13	36	63.9%						Universidad	142	50	192	74.0%
	Total	270	114	384		Total	270	114	384		Total	270	114	384		Total	270	114	384	
¿El miedo al fracaso le impide iniciar un negocio?	Masculino	50	137	187	26.7%	18-24	20	37	57	35.1%	Bajo	34	53	87	39.1%	Preescolar	1	4	5	20.0%
	Femenino	55	124	179	30.7%	25-34	32	95	127	25.2%	Medio	66	167	233	28.3%	Primaria	2	2	4	50.0%
						35-44	18	67	85	21.2%	Alto	5	41	46	10.9%	Secundaria	18	29	47	38.3%
						45-54	23	41	64	35.9%						Bachillerato	42	83	125	33.6%
						55-64	12	21	33	36.4%						Universidad	41	140	181	22.7%
	Total	105	261	366		Total	105	261	366		Total	105	261	366		Total	105	261	366	
¿En México, la mayoría de la gente preferiría que todo el mundo tenga un nivel de vida similar?	Masculino	124	46	170	72.9%	18-24	45	14	59	76.3%	Bajo	64	14	78	82.1%	Preescolar	0	4	4	0.0%
	Femenino	137	36	173	79.2%	25-34	87	37	124	70.2%	Medio	174	50	224	77.7%	Primaria	1	3	4	25.0%
						35-44	46	18	64	71.9%	Alto	23	18	41	56.1%	Secundaria	33	12	45	73.3%
						45-54	55	9	64	85.9%						Bachillerato	92	23	115	80.0%
						55-64	28	4	32	87.5%						Universidad	132	39	171	77.2%
	Total	261	82	343		Total	261	82	343		Total	261	82	343		Total	261	82	343	

Fuente: presentada por los autores

Cuadro 3.2 Cruce de variables de perfil con variables de investigación

Pregunta	Sexo					Edad					Ingreso					Educación				
		Si	No	Total	% Si	18-24	Si	No	Total	% Si	Bajo	Si	No	Total	% Si	Preescolar	Si	No	Total	% Si
¿En su México, la mayoría de la gente considera que iniciar un nuevo negocio es una elección de una carrera deseable?	Masculino	100	78	178	56.2%	18-24	42	14	56	75.0%	Bajo	41	32	73	56.2%	Preescolar	3	1	4	75.0%
	Femenino	110	55	165	66.7%	25-34	64	64	128	50.0%	Medio	137	83	220	62.3%	Primaria	2	2	4	50.0%
						35-44	32	32	64	50.0%	Alto	32	18	50	64.0%	Secundaria	27	15	42	64.3%
						45-54	40	23	63	63.5%						Bachillerato	77	47	124	62.1%
						55-64	32	0	32	100.0%						Universidad	97	68	165	58.8%
	Total	210	133	343		Total	210	133	343		Total	210	133	343		Total	210	133	343	
¿En México los empresarios al iniciar un nuevo negocio tienen un alto nivel de estatus y respeto?	Masculino	69	114	183	37.7%	18-24	20	37	57	35.1%	Bajo	50	36	86	58.1%	Preescolar	2	2	4	50.0%
	Femenino	100	73	173	57.8%	25-34	62	64	126	49.2%	Medio	96	128	224	42.9%	Primaria	1	3	4	25.0%
						35-44	37	38	75	49.3%	Alto	23	23	46	50.0%	Secundaria	27	21	48	56.3%
						45-54	36	28	64	56.3%						Bachillerato	43	82	125	34.4%
						55-64	14	20	34	41.2%						Universidad	94	77	171	55.0%
	Total	169	187	356		Total	169	187	356		Total	169	187	356		Total	169	187	356	
¿En México, usted ve a menudo historias en los medios públicos sobre éxitos de nuevos negocios?	Masculino	78	114	192	40.6%	18-24	23	37	60	38.3%	Bajo	41	50	91	45.1%	Preescolar	3	2	5	60.0%
	Femenino	87	105	192	45.3%	25-34	50	83	133	37.6%	Medio	101	137	238	42.4%	Primaria	3	2	5	60.0%
						35-44	41	46	87	47.1%	Alto	23	32	55	41.8%	Secundaria	20	30	50	40.0%
						45-54	36	32	68	52.9%						Bachillerato	38	89	127	29.9%
						55-64	15	21	36	41.7%						Universidad	98	94	192	51.0%
	Total	165	219	384		Total	165	219	384		Total	165	219	384		Total	165	219	384	
¿Actualmente tiene un negocio o está tratando de iniciar solo o con otros un nuevo negocio?	Masculino	146	46	192	76.0%	18-24	46	14	60	76.7%	Bajo	64	27	91	70.3%	Preescolar	1	4	5	20.0%
	Femenino	128	64	192	66.7%	25-34	96	37	133	72.2%	Medio	165	73	238	69.3%	Primaria	3	2	5	60.0%
						35-44	65	22	87	74.7%	Alto	46	9	55	83.6%	Secundaria	31	19	50	62.0%
						45-54	41	27	68	60.3%						Bachillerato	88	39	127	69.3%
						55-64	26	10	36	72.2%						Universidad	147	45	192	76.6%
	Total	274	110	384		Total	274	110	384		Total	274	110	384		Total	274	110	384	

Fuente: presentada por los autores

5. CONCLUSIONES

La información que se logró con la aplicación de la encuesta del GEM en Puerto Vallarta permite entender la situación emprendedora que existe en la ciudad, que guardado proporción con los datos a nivel México y Latinoamérica, tienen similares explicaciones, entendiendo el contexto particular de la zona de estudio, que tiene un alto crecimiento económico a partir de la actividad turística y como polo de desarrollo de una importante región que abarca el litoral de la costa de dos estados de la república mexicana.

Una primera conclusión tiene que ver con la percepción de oportunidades que es menor a lo que tiene el análisis nacional, esto es alto, entendiendo que la pérdida de confianza de las personas por los efectos de la inestabilidad se manifiesta en esta respuesta.

El miedo al fracaso tiene la misma explicación, pero también es influido por la preocupación del estado de la sociedad en un mundo globalizado y la pérdida de confianza por la denominada sociedad líquida, aquí se puede apuntalar cuando se analiza por grupos de edad, y que los jóvenes y adultos jóvenes tienen una mayor preocupación sobre estos temas.

La opinión que tienen con respecto a que ser empresarios es una opción de carrera deseable y que da un estatus y respeto, los datos de Puerto Vallarta son más similares con México que con los datos que arroja la investigación agregada de Latinoamérica. En este punto es más favorable a las personas que tienen mejores ingresos y a quienes tienen mejor nivel educativo.

Finalmente, el dato que es más diferenciado tiene que ver con las personas que están iniciando un negocio, pero este dato se explica por la forma que se construyó la muestra de Puerto Vallarta, donde solo se escogieron a dueños o encargados de establecimientos, y que la investigación sucede en un territorio donde hay un gran número de nuevos negocios de forma permanente.

Es importante mencionar que la duración de los nuevos negocios será un elemento para nuevos estudios, dado que la aparición de tantos nuevos negocios podría tener referencia con la alta rotación de los mismos.

Esta investigación demuestra que sí existen personas capaces de crear empresas innovadoras que, a pesar de los cambios vertiginosos, son capaces de estar a la vanguardia, y que pueden dar empleo a tantas personas que lo necesitan.

El tomar como referencia un proyecto global permite que el diseño de la investigación parta de procesos probados, guardando proporciones con las formas de cada muestra, se ha podido hacer una comparación para entender el proceso emprendedor, particularmente si las personas entrevistadas tienen las capacidades, experiencia y fundamentalmente el interés por iniciar un nuevo negocio.

La utilización del modelo GEM sirve para contar con elementos suficientes y pertinentes para la toma de decisiones, que son una base confiable para que las instituciones públicas y privadas, asociaciones de empresarios y asociaciones de trabajadores cuenten con información pertinente que dé certeza para apoyar a las empresas de nueva creación, fortalecer a las que existen, empujar el espíritu emprendedor a los nuevos empresarios y encontrar financiamientos flexibles, ya que se

ha probado que la innovación sin financiación no genera emprendimiento.

Dentro del concepto de desarrollo se encierra todo aquello que desea el ser humano para sí y para los demás habitantes, en los diversos factores como el económico, social, sostenible, muestra la importancia de apoyar a todos aquellos seres humanos menos favorecidos socialmente para salir de la situación compleja que viven.

El desarrollo local postula que uno de los tres actores que participan en las comunidades, son los empresarios locales que deben generar capacidades productivas, utilizando las potencialidades que ofrece el territorio, haciéndolo de manera sustentable y con responsabilidad social.

Por ello se debe pensar en aquellos que tienen el ímpetu de crear empresas, las cuales generan empleos y que las personas que trabajan en ellas tengan la posibilidad de mejorar su calidad de vida y la de su familia, que reciban un salario digno, no solo ingresos monetarios sino un concepto superior que es acceso a la seguridad social para toda su vida.

Es de suma importancia que estos emprendedores estén atentos a los cambios y que necesitan también contar con conocimientos para que estas empresas se puedan innovar, que una empresa requiere dedicación y empeño, capacitarse en el ámbito empresarial.

El nuevo emprendedor debe contar con una visión socialmente responsable, esto es que los procesos productivos tengan la capacidad de regenerar los impactos provocados al medio natural y, por otro lado, que se le retribuya al trabajo lo que aporte en el proceso productivo, generando empleo de calidad y con ingresos integrados adecuados (que integren salario y prestaciones sociales)

Un emprendedor debe contar con atributos particulares que permiten afrontar riesgos y contar con liderazgo para generar proyectos, además de capacidades técnicas para la organización de un negocio, por lo que es necesario provocar en la sociedad a individuos que generen estos atributos, necesarios para generar riqueza y, a partir de allí, empleos y provoquen beneficios para toda la sociedad.

El papel que juegan en el proceso de generación de empresas otros actores como el gobierno (en sus tres niveles), como promotor y regulador de los procesos, las instituciones educativas, formadoras de talentos y desarrolladoras de innovación y las personas que forman la sociedad civil quienes son necesarios para mantener los equilibrios sociales y ambientales.

De acuerdo a lo revisado es pertinente la aplicación de la metodología en una región que potencialmente tiene las capacidades y se encuentra en el entorno para el desarrollo de negocios en un mundo global. Para ello se pueden tomar referentes que permitan medir a los potenciales emprendedores, además de conocer que áreas de oportunidad existen para impulsar la economía local.

BIBLIOGRAFÍA

- Albuquerque, F. (2004). Desarrollo económico local y descentralización en America Latina. *Revista de la Cepal*, No. 82.
- Alvarez, C., & Urbano, D. (2011). Una década de investigación basada en el GEM: logros y retos. *Academia, Revista Latinoamericana de Administración*, No. 46.
- Amorós, J. (2011). El proyecto Global entrepreneurship monitor (GEM): una aproximación desde el contecxto latinoamericano. *Academia, Revista Latinoamericana de Administración*.
- Bertagnini, A. (2015). *Las Diagonales del Cambio Empresario*. Buenos Aires, Argentina: Macchi Grupo Editor SA.
- Boisier, S. (2005). ¿Hay espacio para el desarrollo local en la globalización? *Revista de la CEPAL*, No. 86.
- CEDESTUR/ CEED. (2001). *Bahía de Banderas a Futuro "Construyendo el porvenir" 2000-2025*. México: Universidad de Guadalajara
- César D., Alfredo y Stella M. Arnaiz B. (2006). *Bahía de Banderas a Futuro Construyendo el porvenir 2000-2025* (2ª edición actualizada ed.). México: Universidad de Guadalajara.
- García, C., A. Martínez, y R. Fernández, (2010). Características del emprendedor influyentes en el proceso de creación empresarial y en el éxito esperado. *Revista europea de dirección y economía de la empresa, Volumen 19 No. 2*.
- Gauna, C. (2011). *Participación social en los procesos de desarrollo local*. México: Universidad de Guadalajara.
- GEM. (2016). *Global Entrepreneurship Monitor*. Recuperado el 20 de 10 de 2016, de <http://www.gemconsortium.org/country-profile/87>
- Hitt , M., R. Ireland, y R. Hoskisson (1999). *Administración*. Internacional Thomson Editores SA de CV.
- Merino, M., y D. Vargas Chanes (2011). Comparativa del potencial emprendedor de Latinoamérica: una perspectiva multinivel. *Academia, Revista Latinoamericana de Administración*, No. 46, Pgs. 38-54.
- Priede, T., C. López- Cozar y S. Benito (2010). *Creación y desarrollo de empresas*. Madrid, España: Ed. Pirámide.
- Rodríguez Castellanos, A. (2010). Proyecto GEM: Medición de la capacidad emprendedora. *Revista europea de dirección y economía de empresa, Volumen 19, No. 2, Pg. 9*.
- Schumpeter, J. (1983). *Capitalismo, socialismo y democracia* (Vol. 1). España: Ediciones Orbis, S. A.

Vázquez Barquero, A. (2000). *Desarrollo local y descentralización: una aproximación a un marco conceptual*. Recuperado el 10 de 06 de 2010

Virgen, C., y C. Gauna (2011). Información demográfica y económica de la región de Puerto Vallarta-Bahía de Banderas: Datos para la toma de decisiones. *Revista Turismo y Desarrollo TuryDes*. Junio.