



COLEGIO DE POSTGRADUADOS

INSTITUCIÓN DE ENSEÑANZA E INVESTIGACIÓN EN CIENCIAS AGRÍCOLAS

CAMPUS PUEBLA

POSTGRADO EN ESTRATEGIAS PARA EL DESARROLLO AGRÍCOLA REGIONAL

DINÁMICA EMPRENDEDORA DE LAS MUJERES CAMPESINAS Y SU CONTRIBUCIÓN AL MEJORAMIENTO DE SUS CONDICIONES DE VIDA EN SANTA BÁRBARA ALMOLOYA, SAN PEDRO CHOLULA, PUEBLA

EMMANUEL REMILIE

TESIS

PRESENTADA COMO REQUISITO PARCIAL
PARA OBTENER EL GRADO DE

MAESTRO EN CIENCIAS

PUEBLA, PUEBLA

2015



COLEGIO DE POSTGRADUADOS

INSTITUCIÓN DE ENSEÑANZA E INVESTIGACIÓN EN CIENCIAS AGRÍCOLAS
CAMPECHE-CÓRDOBA-MONTECILLO-PUEBLA-SAN LUIS POTOSÍ-TABASCO-VERACRUZ

SUBDIRECCIÓN DE EDUCACIÓN
CAMPUS PUEBLA

CAMPUE-43-2-03

CARTA DE CONSENTIMIENTO DE USO DE LOS DERECHOS DE AUTOR Y DE LAS REGALÍAS COMERCIALES DE PRODUCTOS DE INVESTIGACIÓN

En adición al beneficio ético, moral y académico que he obtenido durante mis estudios en el Colegio de Postgraduados, el que suscribe **Emmanuel Remilien**, alumno de esta Institución, estoy de acuerdo en ser partícipe de las regalías económicas y/o académicas, de procedencia nacional e internacional, que se deriven del trabajo de investigación que realicé en esta Institución, bajo la dirección del Profesor **Dr. Miguel Sánchez Hernández**, por lo que otorgo los derechos de autor de mi tesis **Dinámica emprendedora de las mujeres campesinas y su contribución al mejoramiento de sus condiciones de vida en Santa Bárbara Almoloya, San Pedro Cholula, Puebla**, y de los productos de dicha investigación al Colegio de Postgraduados. Las patentes y secretos industriales que se puedan derivar serán registrados a nombre del Colegio de Postgraduados y las regalías económicas que se deriven serán distribuidas entre la Institución, el Consejero o Director de Tesis y el que suscribe, de acuerdo a las negociaciones entre las tres partes, por ello me comprometo a no realizar ninguna acción que dañe el proceso de explotación comercial de dichos productos a favor de esta Institución.

Puebla, Puebla, 23 de septiembre del 2015.

Emmanuel Remilien

Nombre completo y Firma

Dr. Miguel Sánchez Hernández

Vo. Bo. Profesor Consejero o Director de Tesis

Nombre completo y Firma

La presente tesis, titulada: **Dinámica emprendedora de las mujeres campesinas y su contribución al mejoramiento de sus condiciones de vida en Santa Bárbara Almoloya, San Pedro Cholula, Puebla** realizada por el alumno: **Emmanuel Remilien**, bajo la dirección del Consejo Particular indicado, ha sido aprobada por el mismo y aceptada como requisito parcial para obtener el grado de:

MAESTRO EN CIENCIAS

ESTRATEGIAS PARA EL DESARROLLO AGRÍCOLA REGIONAL

CONSEJO PARTICULAR

CONSEJERO:


DR. MIGUEL SÁNCHEZ HERNÁNDEZ

ASESOR:


DR. IGNACIO CARRANZA CERDA

ASESOR:


DR. JOSÉ HILARIO HERNÁNDEZ SALGADO

ASESORA:


DRA. ROSELIA SERVIN JUÁREZ

Puebla, Puebla, México, Septiembre de 2015

DINÁMICA EMPRENDEDORA DE LAS MUJERES CAMPESINAS Y SU CONTRIBUCIÓN AL MEJORAMIENTO DE SUS CONDICIONES DE VIDA EN SANTA BÁRBARA ALMOLOYA, SAN PEDRO CHOLULA, PUEBLA

Emmanuel Remilien, M.C
Colegio de Postgraduados, 2015

RESUMEN

El emprendimiento rural ha tenido importancia recientemente tanto en instituciones e investigadores, como para las mujeres rurales quienes son pioneras en esta área. El objetivo de este estudio es determinar el proceso de creación y permanencia de microempresas rurales y algunos efectos de este proceso en la vida de los propietarios y en los negocios. El trabajo se desarrolló con 73 microempresarios en la comunidad de Santa Bárbara Almoloya, municipio de San Pedro Cholula, Puebla. Para entender este fenómeno, se usaron las teorías de la motivación y el enfoque de medios de vida sostenibles.

La información se colectó mediante un cuestionario y varias técnicas estadísticas multivariadas fueron usadas para el análisis de dicha información. Se encontró que el 85% de las empresas son microempresas familiares que cuentan con participación femenina, sin embargo, en el estudio, se incluyeron a negocios de hombres; se encontró que cuando una mujer inicia un negocio, hay una probabilidad del 49% de que este negocio se vuelva familiar. La manera de crear los negocios es muy heterogénea; la motivación y el capital financiero son indispensables para crearlas; sin embargo, cuando el capital social es muy alto, el capital financiero pierde su importancia.

Se estimó un modelo logístico para analizar la permanencia de las microempresas; la intención de abandonar los negocios y la obtención de crédito son elementos que ayudan a predecir la posibilidad de cierre de estas microempresas. La obtención de crédito y la edad afectan negativamente el efecto financiero mientras que para el efecto no financiero y la interacción de los dos tipos de efectos, la edad es la única variable que tiene signo negativo. Se discutieron todos los hallazgos y se hacen recomendaciones que pueden ser de utilidad al gobierno, investigadores, instituciones de microfinanzas y a futuros emprendedores, entre otros.

Palabras clave: Análisis multivariado, emprendimiento rural, medios de vida sostenibles, motivación,

ENTREPRENEURIAL DYNAMIC OF RURAL WOMEN AND ITS IMPLICATION ON THE IMPROVEMENT OF THEIR LIVING CONDITIONS IN SANTA BÁRBARA ALMOLOYA, SAN PEDRO CHOLULA, PUEBLA.

Emmanuel Remilien, M.C
Colegio de Postgraduados, 2015

ABSTRACT

Recently rural entrepreneurship has been very important for institution, researchers as well as rural women who are pioneers in this area. The purpose of this study is to determine the process of starting-up and survival of rural small-businesses and some effects of this process in the owners' life and in the businesses. The study was made up with 73 microentrepreneurs, in the community of Santa Bárbara Almoloya, San Pedro Cholula, Puebla. Motivation theories and the sustainable livelihoods approach were used to understand this phenomenon.

The necessary information was gathered with a survey and multivariate analysis was used with different software in order to analyze the data. It was found that about 85% of the businesses are family business with women participation, however business owned by men were included in the study. Moreover, it was found that when women start a business, it has a 49% probability to be a family business. The pattern of the creation of those small-businesses is very heterogeneous; motivation and money are indispensable to create them; however when social capital is very high, the financial capital loses its importance.

A logistic regression model was estimated to analyze the survival of the small businesses, the intention to give up business and credit access are factors that help to predict the possibility of the closure of those small businesses. It was found that age and credit negatively affect the financial effect while for the non-financial effect and the interaction of both types of effects, age is the unique variable with negative sign. Results are discussed and recommendations are made to government, researchers, microfinance institution, people who want to involve in business.

Keywords: Sustainable livelihoods, rural entrepreneurship, motivation, multivariate analysis

DEDICATORIA

A la memoria del Dr. Esteban Martínez Dajui†, quien me ofreció su atención desde el primer día que le escribí y que le presenté el protocolo de investigación para ingresar a la Maestría. Desde el primer día que llegué a México, fue una buena persona y hasta el último día que le vi en el hospital antes de morir unos días después, seguía el Dr. Esteban con este afán de atenderme en lo que tengo que hacer.

A la memoria de Jacky Remilien

A mi padre M. Jacques Remilien, mi madre Mme Jacques Remilien, mi hermana Florence Remilien.

A la gente de la comunidad de Santa Bárbara Almoloya.

AGRADECIMIENTOS

A Dios por brindarme la salud e inteligencia para llevar a cabo este estudio.

A mi familia por creer en mi proyecto, especialmente agradezco a Lautite Félizor quien desde el primer día que le comentaba mi plan, lo recibió de corazón. También a Evangeline Charles, Nadia Félix, Jeanne Cadet, Kernida Dorsainvil.

Al Dr. Antonio Macías López, por su apoyo en el análisis del cuestionario y la interpretación de los datos, además por su paciencia y disposición para brindarme asesorías. Al Dr. Samuel Vargas López por sus múltiples consejos en el análisis los datos, al Dr. José Luis Jaramillo Villanueva por las recomendaciones y apoyos en el análisis de los datos. Al Dr. Benito Ramírez Valverde por las horas de asesoría tanto en el curso de metodología y estadística, así como para el diseño de la metodología e interpretación de los datos de esta tesis.

A los miembros de mi consejo, el Dr. Miguel Sánchez Hernández por haber sido como un verdadero consejero tanto en cuestiones académicas como en mi vivencia diaria. Al Dr. Ignacio Carranza Cerda por las múltiples ideas que me dio para llevar a cabo este trabajo. Al Dr. José Hilario Hernández Salgado por sus amables observaciones en las múltiples horas de reunión y asesoría. A la Dra. Roselia Servin Juárez por los apoyos en documentación, las sugerencias de las pruebas estadísticas y las propuestas de diseño del trabajo.

Al Consejo Nacional de Ciencia y Tecnología (CONACYT) por el apoyo brindado para llevar a cabo este estudio. Al Instituto Interamericano de Cooperación para la Agricultura (IICA) especialmente al personal que labora en la oficina de Haití. Agradecimiento especial a Edeline Tanis (IICA-Haití) quien me dio animo cuando quise abandonar la postulación. A Nandie Pierre, Emmanuella Charles, Agr. Rachelle Chery, Agr. Dieumerite Joseph y el representante Alfredo Mena por sus apoyos.

Agradezco a otros académicos y personal administrativo del Colegio de Postgraduados, especialmente los del Campus-Puebla, quienes hicieron más fácil el proceso de ingreso, de trámites y demás. Gracias por esta amable atención al personal de la Subdirección de Educación: Alma Hernández, Javier Esquivel, Roberto Reyes y

Katia Reyes. A las contadoras Karina Zamora, Sandra Karen, Verónica Monje y Claudia Torres; y al administrador del campus licenciado Levis Manuel Cortes.

Especial agradecimientos a algunos compañeros del Campus-Puebla que siempre me apoyaron con la enseñanza de la cultura mexicana y con la investigación, quiero citar especialmente a Ana Laura Fragoso, Edwin Alfonso Celaya, Ana Lilia Chacón Aguayo, Alfricia de los Santos Villamil, Ana Ramírez, Lusmila Herrera Pérez, Donatian Gustave, Agustín Maceda, Soledad Ramírez Canuto, Lucía Hernández, Rocío Flores, Piedad Munguia y Claudia López.

CONTENIDO

INTRODUCCION	1
CAPÍTULO I. MARCO DE REFERENCIA	5
1.1 Emprendimiento global	5
1.2 Emprendimiento rural	6
1.3 Emprendimiento en el mundo	8
1.4 Emprendimiento de mujeres	10
1.5 Emprendimiento en México	11
1.6 Emprendimiento en el estado de Puebla	13
CAPITULO II. MARCO TEÓRICO.....	15
2.1 Introducción	15
2.2 Teoría económica de la microempresa	16
2.3 Teorías de la motivación	17
2.4 EL ENFOQUE DE MEDIOS DE VIDA RURALES	23
2.5 Teoría del capital social	26
2.6 Teoría de capital humano	29
2.7 La teoría de todero de Lazaer	31
2.8 Teoría del capital financiero	32
2.9 Teoría de la motivación del estudio	34
2.10 Otros capitales	34
2.11 La creación de empresas	35
2.11 La permanencia de las empresas	37
2.12 La teoría del umbral: Gimeno, Folta, Cooper y Woo	38
2.13 Los resultados o consecuencias	39
CAPITULO III: PLANTEAMIENTO DE LA INVESTIGACIÓN	40
3.1 PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN	40
3.1.1 Inicio/creación	40
3.1.2 Permanencia/supervivencia	42
3.1.3 Impacto o efecto de las microempresas	43
3.2 OBJETIVOS	45
3.3 HIPOTESIS	46

CAPITULO IX: EFECTOS DE LAS MICROEMPRESAS.....	116
9.1 Introducción y presentación de resultados	116
9.2 Efectos del capital social en la vida de los microempresarios y en los negocios	120
9.3 Efectos del capital financiero en la vida de los microempresarios y en los negocios	122
9.4 Efectos de la motivación en la vida de los microempresarios y en los negocios	124
9.5 Efectos del capital humano en la vida de los microempresarios y en los negocios	126
9.6 Conclusiones del capítulo	128
10.1 Conclusiones y recomendaciones para tomadores de decisiones	129
10.2 Límites del estudio y recomendaciones para futuras investigaciones.....	131
CAPITULO XI. BIBLIOGRAFÍA	133
11.1 Literaturas citadas	133
11.2 Bibliografía complementaria	147

ÍNDICES DE CUADROS

Cuadro 1: Diferencias entre microempresario rural y empresario capitalista.....	8
Cuadro 2: Teoría de la empresa según la concepción del empresario.....	16
Cuadro 3: Conceptualización del capital social según Bourdieu, Coleman y Putnam...27	
Cuadro 4: Ubicación del tamaño de muestra.....	49
Cuadro 5: Operacionalización de hipótesis.....	52
Cuadro 6: Descripciones de las localidades del municipio de San Pedro Cholula.....	63
Cuadro 7: Análisis descriptivo de las variables edad y escolaridad.....	69
Cuadro 8: Presentación de los cuartiles de edad y escolaridad.....	69
Cuadro 9: Grupos formados por los cuartiles de edad y escolaridad.....	70
Cuadro 10: Tabla cruzada: Género por grupo edad y escolaridad.....	70
Cuadro 11: Frecuencia de sexo por estado civil.....	71
Cuadro 12: Actividad/Ocupación de los hijos.....	73
Cuadro 13: Giro de los micronegocios.....	74
Cuadro 14: Estadísticos descriptivos de años de existencia de los micronegocios.....	75
Cuadro 15: Frecuencia del tipo de negocio por el creador.....	78
Cuadro 16: Resultados de la regresión logística multinomial para la creación de negocios por los hombres y mujeres.....	79
Cuadro 17: Estadísticos descriptivos para las variables usadas en el clúster.....	81
Cuadro 18: Análisis de la varianza unifactorial por rango de Kruskal-Wallis.....	83
Cuadro 19: Causas de la creación de los micronegocios.....	87
Cuadro 20: Objetivos de los dueños para iniciar los micronegocios.....	88
Cuadro 21: Anova de un factor: años de existencia por edad agrupada.....	94
Cuadro 22: Resumen de contraste de hipótesis (inicio).....	99
Cuadro 23: Estadísticos descriptivos para las variables de crecimiento.....	104
Cuadro 24: Resultados del análisis de componentes principales.....	106
Cuadro 25: Análisis descriptivo y correlación para permanencia.....	108
Cuadro 26: Dicotomización de las variables continuas.....	111
Cuadro 27: Resultados del análisis de regresión logística binaria.....	112
Cuadro 28: Prueba de significancia del ACC (Prueba de F).....	118
Cuadro 29: Correlaciones canónica para crecimiento financiero.....	119

Cuadro 30: Correlaciones canónica para crecimiento no financiero.....	119
---	-----

ÍNDICES DE GRAFICAS

Grafica 1: El enfoque de los medios de vida sostenibles.....	24
Grafica 2: Presentación grafica de las hipótesis.....	47
Grafica 3: Ubicación de Santa Bárbara Almoloya.....	65
Grafica 4: Ubicación de los negocios en la comunidad.....	68
Grafica 5: Frecuencia de sexo por conyugue e hijos.....	71
Grafica 6: Frecuencia de número de hijos por sexo.....	72
Grafica 7: Estado formal de los micronegocios.....	74
Grafica 8: Frecuencia de años de existencia por sexo.....	76
Grafica 9: Representación gráfica del anova por rangos.....	86
Grafica 10: Frecuencia de las habilidades empresariales antes de la creación de los micronegocios.....	90
Grafica 11: Frecuencia de Escolaridad por los clústeres.....	92
Grafica 12: Frecuencia de ayuda tangible e intangible por su proveniencia.....	95
Grafica 13: Frecuencia de objetivos para inicio y permanencia.....	100
Grafica 14: Frecuencia de los problemas identificados.....	101
Grafica 15: Frecuencia de la cantidad de problemas.....	102
Grafica 16: Frecuencia de las variables de crecimiento.....	105
Gráfica 17: Frecuencia de la intensidad de la ayuda y su fuente.....	121

ÍNDICES DE ANEXOS

Cuadro A-1: Correlación bivariada entre las variables independientes y dependientes.....	152
Cuadro A-2: Análisis de la redundancia de los valores teóricos independientes para las funciones canónicas (modelo crecimiento financiero).....	153
Cuadro A-3: Diagnostico del modelo logístico.....	153
Gráfica A-1: Grafica del análisis de componentes principales.....	154
Gráfica A- 2: Dendograma utilizando el método Ward (con software JMP).....	155
Anexo 5. Cuestionario.....	156
Anexo 6. Fotografías.....	166
Anexo 7. Árbol de problemas (creación de microempresas).....	168
Anexo 8. Oficio del presidente de la Junta Auxiliar de Santa Bárbara Almoloya.....	169

GLOSARIO Y ABREVIATURAS

- ACP:** Análisis de Componentes principales
- ACC:** Análisis de Correlación Canónica
- AGI:** Actividad Generadora de Ingreso
- DIF:** Desarrollo Integral de la Familia
- DOF:** Diario Oficial de la Federación
- ENAMIN:** Encuesta Nacional de Micronegocios
- ERNA:** Empleo Rural no Agrícola y por su siglas en ingles RNFE
- GEM:** Global Entrepreneurship Monitor
- INADEM:** Instituto Nacional del Emprendedor
- INAES:** Instituto Nacional de la Economía Social
- INEGI:** Instituto Nacional de Estadísticas Geografía e Informática
- IMF:** Instituciones Microfinancieras
- IRNA:** Ingreso Rural no Agrícola
- MVS:** Medios de Vida Sostenibles
- UPR:** Unidad de Producción Rural
- PROMETE:** Programa de Apoyo para la Productividad de la Mujer Emprendedora
- FOMMUR:** Fondo de Microfinanciamiento a Mujeres Rurales
- STPS:** Secretaria de Trabajo y Previsión Social
- SEDATU:** Secretaria de Desarrollo Agrario, Territorial y Urbano
- SHCP:** Secretaria de Hacienda y de Crédito Público

INTRODUCCION

Mejorar las condiciones de vida de la población rural ha sido un elemento que ha recibido mucha atención por parte de los gobiernos, de las organizaciones internacionales como la Organización de las Naciones Unidas (ONU), el Banco Mundial (BM), así como de los investigadores en países en desarrollo. Desde los años 1950 hasta los años 2000 ha habido seis fases diferentes en la práctica del desarrollo rural (Ellis y Biggs, 2001:444). Durante décadas las intervenciones tradicionales en el sector rural han fallado por muchas razones (Schejtman y Berdegué, 2004:17) entre las que destacan la concentración de políticas y proyectos en la actividad agrícola.

Como respuesta a lo anterior, surgió el concepto de “nueva ruralidad” que trata de ver las áreas rurales en su conjunto y no como una actividad independiente (Cadena Iñiguez, *et al.*, 2013:1015). Los países desarrollados fueron los primeros en usar el término de “nueva ruralidad” (Delgado Campos, 1999:82), la misma tendencia se presenta en el campo latinoamericano y en los países en vías de desarrollo para estudiar el desarrollo rural (Kay, 2009:609). En este sentido, son muy recientes las formas de abordar la problemática del campo por gobiernos, académicos y actores locales. Se da cuenta de la complejidad de los espacios rurales para no verlos como una simple relación agrícola. Estudiar la realidad del campo implica analizarlo desde un enfoque multidimensional, actualmente los campesinos no tienen únicamente problemas y preocupaciones agrícolas, como aumentar sus cosechas, mejorar la producción, luchar contra insectos, utilizar la tecnología agrícola etc. sino que tienen las mismas necesidades que la gente que vive en el sector urbano.

Los campesinos desarrollan múltiples actividades agrícolas y no agrícolas dentro y fuera de la unidad familiar; lo cual se conoce como la multifuncionalidad o pluriactividad. Para algunos campesinos la pluriactividad es considerada como una necesidad (Françoise, 1997:24) y es una de sus estrategias para asegurar ingresos en sus hogares, reducir riesgos de la agricultura como la sequía, bajo rendimiento, entre otros. El Empleo Rural No Agrícola (ERNA) y el Ingreso Rural No Agrícola (IRNA) son dos conceptos a partir de los cuales se puede estudiar la pluriactividad. La revista *World Development* en su volumen 29 y número 3 de marzo de 2001 aborda ERNA e

IRNA en los países latinoamericanos, este número fue traducido por la CEPAL (2004), lo que muestra la importancia de ERNA/IRNA en los países en desarrollo.

En este número de la revista, hay dos artículos que presentan la realidad mexicana. De Janvry y Sadoulet (2001:479) analizaron, por un lado las estrategias de ingreso de los hogares rurales y concluyeron que más de la mitad de los hogares estudiados obtienen sus ingresos de actividades no agrícolas; por otro lado, Yúnez-Naude y Taylor (2004:243) analizaron las actividades y los ingresos rurales no agrícolas haciendo énfasis en la educación y confirman que la educación, independientemente del nivel, tiene efectos positivos sobre los ingresos obtenidos de la producción de cereales básicos. Recientes investigaciones en el Estado de Chiapas en México indican que el ingreso rural depende de las características del hogar y las del jefe de familia en dicho hogar (Godínez Montoya et al., 2015:152). Por otro lado, Alvarado Méndez et al. (2011:21) muestran que en San Mateo Ayecac, Tlaxcala los jóvenes con mayor educación y poca tierra agrícola recurren al empleo no agrícola. Este mismo caso se ha sido encontrado en otro continente donde Ovwigho (2014:81) encontró que la educación y el tamaño de la parcela que tienen los campesinos hacen que éstos se involucren en actividades generadoras de ingreso no agrícola. La situación no es única de los países en desarrollo, un estudio en Estados Unidos muestra que la mayoría de la población rural depende del ingreso no agrícola para sobrevivir (Flora y Flora, 1990:199). Para estudiar el ingreso económico de las UPR es posible abordarlo a través de los activos sociales y económicos (Ramírez Juárez, 2003:315). Dichos activos se conocen en la literatura como capitales social y financiero.

Ambos objetos de estudio (IRNA/ERNA) caen dentro de la economía agrícola. Para unos, la escasez de dinero es el factor principal que impide el desarrollo de la economía agrícola (Liqiu y Yanqiu, 2011:75). Por una parte, los campesinos realizan esfuerzos para obtenerlo y, por otra parte, el gobierno y otras instituciones interesadas en el desarrollo rural se esfuerzan por buscar mecanismos para asignar recursos a las comunidades rurales. Existen varios métodos para financiar el desarrollo: por actividades productivas donde el dinero va a los que hacen estas actividades; por proyectos de infraestructura (construcción de puentes, carreteras, etc.). Algunos

afirman que el financiamiento de las zonas rurales permite la reducción de la pobreza (Almeraya-Quintero, 2011b:189) y otros dicen que el acceso inadecuado al crédito contribuye al empobrecimiento de la población (Akpalu et al., 2012:513). Bajo esta premisa el IRNA y el ERNA tienen dificultad para generarse. El IRNA puede dividirse en tres categorías: el ingreso total no agrícola del hogar, el ingreso que proviene del autoempleo no agrícola, y el ingreso del empleo no agrícola (Berdegué et al., 2001:420).

Bajo esta perspectiva se plantea profundizar más en este estudio sobre el autoempleo que es un elemento que se considera en ambos enfoques IRNA/ERNA. En cualquier calificativo (territorial, local, rural, regional) que se le agregue al término desarrollo, el ingreso, el empleo y el autoempleo, tienen importancia en dicho proceso. En cuanto al aspecto de localización; Peña Legazkue (2008:72) encontró que los territorios, donde hay mayor diversidad empresarial y menor concentración sectorial, ofrecen un entorno favorable para el éxito de los emprendedores.

El objetivo de este trabajo es determinar la dinámica del proceso de creación de los micronegocios y la permanencia de estos por parte de las mujeres campesinas y los efectos de este proceso en el mejoramiento de sus condiciones de vida. Los negocios de las mujeres campesinas nacen, sobreviven y algunos quiebran. Varios factores influyen en la creación, la permanencia y el éxito de los negocios, y estos factores han sido identificados por varios autores. En este estudio se busca entender cómo la motivación, el capital humano, el capital social y el capital financiero influyen en la dinámica emprendedora (inicio y permanencia) y cómo se relacionan estos factores con el crecimiento de las microempresas rurales.

El enfoque de medios de vida sostenibles y las teorías psicológicas de la motivación ayudan a entender la dinámica de estos micronegocios. El enfoque de medios de vida sostenibles trata de los cinco capitales (social, humano, financiero, físico, natural) que tiene toda comunidad y los usa, eficientemente o no, para mejorar el nivel de vida de las personas. En este estudio se consideran los tres primeros capitales debido a que son determinantes para un negocio y de ellos surgen otras teorías. Las

teorías psicológicas se utilizan para entender por qué hay personas que no crean empresas aun cuando existen dichos capitales en el entorno.

La obtención de información primaria de la zona de estudio y la revisión de literatura constituyeron la primera etapa de la metodología. Mediante entrevistas con los dueños de los micronegocios y observaciones en la comunidad de Santa Bárbara Almoloya y entrevistas, se levantó la información necesaria para el estudio. Varias técnicas estadísticas, paramétricas y no paramétricas fueron utilizadas para el análisis e interpretación de los datos obtenidos, así como varios paquetes estadísticos (SAS 9.00, SPSS 19, STATA 10.1, JMP 10, INFOSTAT).

Se espera que este trabajo contribuirá a cubrir los vacíos de conocimiento que hay en el tema de emprendimiento de mujeres en zonas rurales. Este conocimiento podrá servir a los emprendedores nacientes, a los diferentes niveles de gobierno, a las instituciones de microfinanzas y a los interesados en el desarrollo rural, entre otros.

La estructura del documento es la siguiente: en el primer capítulo, se presenta el marco de referencia y en el segundo se aborda el marco teórico. El planteamiento del problema de investigación, las hipótesis y los objetivos se encuentran en el tercer capítulo. La metodología se describe en el capítulo cuarto. En el capítulo quinto se presenta la zona de estudio y en el capítulo siguiente se detalla un análisis descriptivo y explicativo de las características de los dueños y de los micronegocios. En el capítulo séptimo, se presenta el análisis y discusión de los resultados para la creación de las microempresas. El capítulo octavo se destina al estudio de la permanencia mientras que el capítulo que sigue al crecimiento o al impacto de las microempresas en la vida de los dueños. Con base en el análisis y la discusión de los resultados se generan las conclusiones y se plantean propuestas que derivan del estudio en el capítulo décimo. El documento concluye con las referencias bibliográficas y algunos anexos que se presentan en el capítulo onceavo.

CAPÍTULO I. MARCO DE REFERENCIA

1.1 Emprendimiento global

El emprendimiento se refiere a negocios creados por sus propietarios y que son a la vez empleados (Carosio, 2004:84) y es el proceso de creación, constitución y mantenimiento de empresas por la definición del término inglés "entrepreneurship" y francés "entreprenariat. En la lengua española se encuentra varios tipos de traducciones como emprendimiento, empresarismo, emprendurismo y emprendedurismo (Toca Torres, 2010:45). Diversos estudios definen el concepto de entrepreneurship como la creación de un negocio para generar ingresos (Elam, 2006:47). Para Upananda y Kumara (2014:3) el término entrepreneurship se refiere a los operadores de negocio, no necesariamente emprendedores. Existen dos definiciones del término emprendedor: ocupacional y de comportamiento (Acs, 2006:105). La primera se refiere a personas que son propietarias y administradoras de una empresa y en la segunda a personas que se dedican a crear empresas únicamente y no a administrar. Este trabajo se enfoca en la primera definición que considera la creación y el mantenimiento de las empresas.

En la literatura ha habido una larga discusión sobre la definición de dueño de micronegocio y emprendedor. Carland et al. (1984:358) dan una definición para cada uno de ellos y las diferencias radican en que el emprendedor tiene como objetivos ganar y crecer, por un lado, e innovar por el otro. Estos autores no ven la creación como un elemento que puede caracterizar a ambos sujetos (dueño de negocio y emprendedor) porque algunas personas se basan en la noción de comportamiento para definir el emprendimiento; de esta manera, las personas que no crean un negocio no son consideradas como emprendedores. En la realidad, hay varias maneras en las que las personas pueden tener un negocio. Veciana (2005:21) clasifica las formas en que una persona se convierte en empresario por grado de innovación y riesgo, y enumera algunos tipos como la creación propia, la herencia, la compra y la franquicia.

En la actualidad existe una diversidad de empresas con diversos intereses como el productivo y/o el económico. La empresa se diferencia del concepto de explotación y

sociedad mercantil; es un concepto más amplio y se define desde varios puntos de vista. Según Gil Estallo y de la Fuente (2013), la empresa se define como:

- 1- **Institución** del empresario, en donde no hay diferencias entre el propietario y el administrador;
- 2- **Unidad de beneficio** en donde el objetivo es obtener excedentes económicos;
- 3- **Explotación de producción independiente** en donde se caracteriza por el objetivo de cubrir la necesidad de terceros, la independencia económica y la necesidad de tomar decisiones empresariales;
- 4- **Objeto jurídico y financiero;**
- 5- **Objeto de conocimiento formal** de la economía de la empresa con un carácter de beneficio y riesgo;
- 6- **Concepto diferenciado del de explotación;**
- 7- Como **combinación de factores**, factores elementales como trabajo, equipos, materias primas y factores dispositivos (factor originario: la dirección, y factores instrumentales de planificación, organización y control.

En todas las concepciones, un solo acto resume a la empresa: “venta”, lo que representa un enfoque economicista de la empresa dado que dicha operación de venta ocurre en un contexto de mercado. Desde el punto de vista sociológica del emprendimiento, existen dos perspectivas; la primera se enfoca a la oferta donde los investigadores analizan los rasgos y características de los emprendedores, y la segunda es la demanda, donde Thornton propone el estudio del contexto que da lugar a la creación de las empresas (Thornton, 1999:19). En cualquier contexto, rural o urbano, estas dos perspectivas permiten estudiar el fenómeno del emprendimiento

1.2 Emprendimiento rural

Las comunidades rurales se definen por la predominancia o cercanía con la actividad agrícola. El enfoque de la nueva ruralidad muestra que los campesinos no solamente desarrollan las actividades agrícolas, sino otros tipos de actividades para obtener ingresos. En los países en desarrollo, siempre se consideran como pobres a los campesinos. El ingreso es un factor que se ha estudiado mucho como elemento determinante de la pobreza. Se identifica al pobre como aquel que gana menos de un dólar al día (Banerjee y Duflo, 2007:142). Las actividades agrícolas proveen esta cantidad de ingreso. Aunque la agricultura es importante en la definición de las regiones rurales, el ingreso no agrícola es considerablemente mayor al ingreso obtenido del salario agrícola (de Janvry y Sadoulet, 2001:469).

Los tipos de emprendimiento se diferencian por su ubicación tanto en los países desarrollados como en vías de desarrollo. Mientras que en el sector urbano existe una diversidad de empresas de tipo capitalista (tecnológica, industrial), en el sector rural el emprendimiento se caracteriza por su vinculación con la agricultura. Aunque pueden existir empresas capitalistas en el medio rural, el tipo de propietario es lo que marca la diferencia. El productor rural, aunque vive de la agricultura de subsistencia, se convierte en empresario cuando lleva al mercado el excedente de su consumo. El objetivo de llevar su excedente al mercado es la sobrevivencia y no obtener una ganancia como el empresario capitalista. Desde la perspectiva de la economía de la empresa agraria, el campesino es quien toma el mayor riesgo y es el mejor empresario. La agricultura es una actividad riesgosa ya que desde el momento de la siembra, existe la probabilidad de que el productor pierda su inversión. Algunos factores que afectan la producción agrícola son la calidad del suelo, las plagas y enfermedades y las condiciones climáticas, entre otros. Desde esta perspectiva, cada Unidad de Producción Rural (UPR) es un emprendimiento y debería ser considerada como una empresa (SAGARPA, 2006:12); no en el sentido de empresa capitalista, sino en el sentido de iniciar algo y tomar riesgos.

La actividad agrícola genera ingresos al productor temporalmente, por lo cual desarrollan actividades no agrícolas. En esta investigación, no se estudian las actividades agrícolas ni las UPR como empresa, sino únicamente las actividades no agrícolas que toman formas de empresas muy pequeñas, es decir la temporalidad de la generación de ingresos es más flexible. Se adopta la definición de empresa rural que provee Bosworth (2012:503); según él, este tipo de empresa se caracteriza por tres elementos:

- 1-Atiende a una población rural
- 2-Vende un producto rural o del campo
- 3-Se ubica en una zona rural

El emprendimiento rural difiere mucho del emprendimiento urbano (Fortunato, 2014:400). Ambos emprendimientos funcionan en dos tipos de economía diferente. En el medio rural es posible encontrar trueque, que es típico de la economía no monetaria y consiste en intercambiar productos por otras mercancías es decir en una economía

de reproducción simple (M-D-M). Este tipo de economía tiene grandes diferencias con la reproducción ampliada (D-M-D) de una economía capitalista, en la cual el dinero predomina. El cuadro 1 presenta más detalles sobre los tipos de emprendedores.

Cuadro 1. Diferencias entre microempresario rural y empresario capitalista

	Empresario capitalista	Microempresario rural
Objetivos	Ganancia	Sobrevivir
Plan de negocio	Si	No
Estudio de mercado	Si	No
Enfoque en la economía	Reproducción ampliada	Reproducción simple
Visión del futuro	Planean y prevén	Viven al día
Innovación	Si	No
Dedicación	Horarios fijos y extras	Horarios muy flexibles

Fuentes: Elaboración propia

Cantillon (1755:18) fue el pionero en la definición del emprendedor. Su obra magistral “**Essai sur la nature du commerce en général**” considera como emprendedor a aquella persona que realiza una transacción comercial (trueque, circulación de mercancía) y produce estas mercancías. Hoy día, esas características solo se pueden encontrar en los emprendedores rurales debido a que no entran en la definición moderna del emprendimiento, la cual se basa en la innovación y oportunidad de mercado.

1.3 Emprendimiento en el mundo

La empresa que se conoce en la actualidad ha evolucionado, su historia se remonta a la época del feudalismo donde había unidades de transformación artesanales y una organización sencilla de carácter familiar. Con el tiempo, los artesanos llegaron a las ciudades y formaron organizaciones gremiales para regular la producción y la distribución de bienes manufacturados en el campo (Dobb y Sweezy, 1977:45). En estos tiempos, los comerciantes empezaron a tener importancia porque compraban y vendían los productos de los artesanos. La función comercial tomó mayor impulso y dio inicio al mercantilismo. Con esto aparecieron las primeras formas de crédito en Italia (Pirenne, 1939:92) dejando a un lado los tipos de transacciones

tradicionales del feudalismo descritas por Cantillon. En el siglo XVI, en Inglaterra, los comerciantes empezaron como patrones suministrando la materia prima (lana) a los artesanos. El gran desarrollo de la empresa se dio en el siglo XVIII con la primera Revolución Industrial. Este tipo de empresa es la empresa capitalista que busca la maximización de la ganancia y que más impacta al mundo de hoy. Los autores, que investigan recientemente el emprendimiento, no consideran como emprendedor a las personas que antes del capitalismo realizaban actividades de comercio.

En la modernidad, a nivel mundial, se considera al emprendimiento como un instrumento de combate a la pobreza (Verrest, 2013:58; Woodward *et al.*, 2014:34), de reducción de la tasa de desempleo y de crecimiento económico (Abdullahi, 2012:456) o desarrollo económico (Rodríguez Pose y Palavicini Corona, 2013:305; Toma *et al.*, 2014:439). En todas partes del mundo hay emprendimientos tanto formales como informales y la definición de empresa varía de un país a otro. La clasificación que se conoce a nivel mundial va desde la microempresa hasta la grande empresa; cada país define el concepto micro, pequeño, mediano o grande, según el tamaño de los negocios. Los elementos utilizados para definir este tamaño son generalmente: el número de empleados, el ingreso total y el giro de actividad.

Generalmente, en el sector informal de los países pobres hay más emprendimientos; aunque existen los mercados, la gente sigue creando puestos en la calle o en su casa. Un estudio en Colombia, indica que la informalidad es un fenómeno generalizado, y que en la mayoría de los casos, con el crecimiento de estos negocios, este carácter informal tiende a desaparecer (Santa María S. y Rozo V., 2009:270). En Bolivia se conoce a los **Tambos** (Aramayo, 2013:123) que son lugares de distribución de alimentos que llegan de las comunidades indígenas; en México el equivalente son los **Tianguis** (López Velázquez, 2010). Tanto en los mercados como en las tiendas, los propietarios desempeñan un papel importante tanto para proveer productos a los consumidores como para mantener la armonía en la comunidad (Coen *et al.*, 2008:335). Con el título de su trabajo “**Si no comemos tortilla no vivimos:” women, climate change, and food security in central Mexico**, Bee (2014:1) no solamente trata de ver la importancia de las tortillas en la canasta básica de los mexicanos, sino

que va más allá para ver quien lo produce (enfoque de género) y dentro del cambio climático y de la seguridad alimentaria. Así aparece la importancia de las microempresas, en un nivel más amplio de las acciones de los propios dueños.

Viendo las microempresas desde el enfoque de seguridad alimentaria, la acción de emprender un negocio es resultado de la búsqueda de un satisfactor para el hogar, para la vida propia de la gente. Es la misma idea de la seguridad alimentaria en donde el esfuerzo permite asegurar que los hijos y el hogar tengan mínimamente algo que comer diariamente en cantidad y calidad.

1.4 Emprendimiento de mujeres

La importancia de los emprendimientos de las mujeres se reconoce a nivel mundial, por eso, hay muchas investigaciones que se enfocan a ver cómo se les puede apoyar más. En el sector rural, cuando se trata de microempresas o actividades generadoras de ingreso, las mujeres son pioneras en su creación (Anthopoulou, 2010:394). De Vita *et al.*, (2013:7) afirman que el rol de las mujeres en la creación y desempeño de negocios contribuye al crecimiento económico y desarrollo comunitario. Desde el punto de vista social, estos autores subrayan que la opción emprendedora permite a las mujeres y la familia el empoderamiento.

Enumerando las distintas barreras que enfrentan las mujeres en la economía formal, Heller afirma que hay diferencias entre las mujeres en los diferentes países de América Latina y el Caribe (Heller, 2010:12). Una de estas barreras es el acceso al crédito. La manera más fácil de obtener un crédito para las mujeres rurales es acudir a fuentes informales de financiamiento (prestamista local, caja de ahorro, tandas, etc.). Las instituciones microfinancieras han surgido para cubrir estas demandas. Estas IMF cada día justifican más sus acciones con el apoyo que dan más a las mujeres que a los hombres. Generalmente son grupos de mujeres los que se unen para participar en una caja de ahorro o en una tanda para generar pequeños préstamos entre ellas. Estas actividades que realizan las mujeres no son espontáneas y tienen mucha importancia para ellas porque les permite, en varios aspectos, mejorar sus condiciones de vida.

El crecimiento de cualquier negocio requiere recursos y hay una alta relación entre este crecimiento y el mejoramiento de las condiciones de vida de los dueños.

Para algunos autores, este mejoramiento depende de las IMF. Según Lacalle Calderón (2001:134), el éxito de los microcréditos ha ido más allá de lo esperado. Para Hidalgo-Celarié *et al.* (2005:358), el crédito es un estabilizador de los negocios, sin éste no podrían seguir funcionando. En el mismo sentido van Arora y Singhal (2013:354) dicen que las microfinanzas pueden resolver los problemas de disponibilidad de dinero para las microempresas. Aunque hay autores que opinan lo contrario debido a que las mujeres que obtienen los microcréditos enfrentan muchos problemas (Belwal *et al.*, 2012:84).

El objetivo de las microfinanzas es brindar servicios financieros a microempresarias excluidas del sector tradicional de las finanzas convencionales, de manera que puedan incrementar sus negocios y de ahí mejorar sus condiciones de vida. No hay microcréditos para quienes no tengan como mínimo una actividad generadora de ingreso (AGI). Castillo Polanco y Sansores Guerrero (2009:121) afirman que el desarrollo de una microempresa no depende exclusivamente de las IMF sino de otros factores como la capacitación, el mercado y la experiencia del propietario. A estos elementos se les podría agregar otros como la edad, la voluntad del dueño, entre otros. Algunas mujeres no tienen microcréditos y siguen haciendo sus AGI, con base en esto se podría plantear la pregunta siguiente: ¿De qué depende el mejoramiento de las condiciones de vida de las mujeres: de las microfinanzas o de la AGI? Esta pregunta llevaría a una comparación entre dos grupos de mujeres: las que reciben microcréditos y las que no reciben. En este trabajo no se pretende hacer dicha comparación, dada la naturaleza de la comunidad donde se llevó a cabo esta investigación. La mayoría de las microempresas de esta comunidad funcionan sin recibir crédito de alguna institución de microfinanzas o del sector formal. Aunque existan múltiples intervenciones de financiamiento en todas sus formas (ahorro, crédito, seguro), el financiamiento es un factor elemental para hacer negocio; sin embargo, no hay duda de que hay muchas personas que todavía no tienen acceso a servicios financieros.

1.5 Emprendimiento en México

El emprendimiento tiene mucha importancia para el Gobierno de México; lo que se traduce en la existencia de varias instituciones y programas que tienen la intención

de fomentar el emprendimiento (Fondo Emprendedor, INADEM). En el sector de las finanzas existen varias instituciones financieras (bancos, uniones de crédito) cuyo objetivo es prestar recursos financieros a los empresarios para sus negocios. En este sentido, hay varios programas e instituciones gubernamentales que atienden al sector rural (FIRA, INAES) y muchos más en la parte de las microfinanzas donde intervienen instituciones privadas (SOFOM, Uniones de crédito, Asociaciones civiles, etc.) y algunos programas del gobierno (PATMIR, PROMETE).

El Diario Oficial de la Federación (DOF) publica cada año las reglas de operación de los programas del gobierno federal. En el ámbito del emprendimiento se encontraron programas específicos como Programa de Fomento al Autoempleo de la STPS¹, el Programa de Apoyo a Jóvenes Emprendedores Agrarios de la SEDATU². Estos programas manifiestan una vez más el interés del gobierno para el emprendimiento.

Para algunos autores el emprendimiento de mujeres en México es una estrategia de vida (Macho Morales y Rosales Ortega, 2011:95). En los hogares pobres, y generalmente en el medio rural, las mujeres sufren la segregación laboral de trabajo (Guerrero, 1999); siempre se ha enfatizado su rol reproductivo en demerito de su rol productivo. La tendencia va cambiando porque se sabe que las mujeres participan en el trabajo agrícola junto a su esposo y trabajan de manera individual en ciertas ocasiones. El Gobierno mexicano considera el papel productivo de las mujeres rurales y diseña un conjunto de programas con el propósito de apoyarlas (PROMETE, FOMMUR).

Uno de los propósitos de las IMF es apoyar a las microempresas con préstamos para impulsar su crecimiento y diversificar sus actividades (Olu, 2009:540), este es un incentivo para la creación de empresas y para reducir la pobreza. En el sector rural mexicano, no solamente existen las instituciones de microfinanzas para proporcionar a los microempresarios recursos financieros, sino existen otros grupos e instituciones informales (tandas, agiotistas) o instituciones formales (IMF, SOFINCO, SOFOM).

¹ Diario Oficial de la Federación, reglas de operación, Fecha de publicación: Martes 23 de diciembre de 2014

² Diario Oficial de la Federación, reglas de operación, Fecha de publicación: Miércoles 31 de diciembre de 2014

La **Encuesta Nacional de Micronegocios** (INEGI, 2012) presenta la realidad en torno a la microempresa en México. Fue una iniciativa de la Secretaría del Trabajo y Previsión Social (STPS) que en 1988, se llamaba: “Encuesta Nacional de Economía Informal (**ENEI**)”, y desde 1992 cambió el nombre a lo que hoy día se llama así. Su objetivo es obtener información directamente de los dueños de los micronegocios sobre las principales características de los recursos productivos, de organización, del monto y de la distribución de gastos e ingresos de éstos emprendimientos.

En el año 2012, la Encuesta Nacional de Micronegocios (ENAMIN) obtuvo una muestra total de 2 321 150 micronegocios, con 1 482 885 personas que trabajaron por su cuenta, contra 838 265 que fueron empleados. En cuanto al número de empleados, 1 074 549 de los micronegocios estuvieron encabezados y dirigidos solo por el dueño y los que contaban con dos trabajadores fueron 605 556. En esta encuesta se cuantifican los negocios con un alto grado de antigüedad; así por ejemplo, 470 306 negocios, que fue el mayor número, tenían en promedio más de 20 años, mientras que 462 641 negocios tenían de 6 a 10 años y 401 201 de 3 a 5 años de antigüedad. Al relacionar la edad de los dueños, 339 072 propietarios tienen entre 40 y 44 años, mientras en 12 124 negocios, los dueños tienen entre 14 y 19 años. El carácter informal de los micronegocios se refiere a un registro en las instituciones, 1 188 234 micronegocios no tenían ningún registro, y unos 464 394, si estaban registrados en su Delegación o Municipio.

1.6 Emprendimiento en el estado de Puebla

En Puebla, el Delegado Federal de Economía en el Estado dice que el emprendimiento es un sector importante tanto para el Estado como para el país por generar empleo y combatir la pobreza, con lo cual el estado deja de ser paternalista (Revista Milenio digital, 23/11/2013). El programa de Crédito a la Palabra del estado de Puebla, busca contribuir al empoderamiento de las mujeres y su integración en actividades productivas. Este programa da acceso a ambas, la mujer que vive en el medio rural, así como la que vive en los centros urbanos. Este trabajo es desarrollado por la institución Desarrollo Integral de la Familia (DIF), en los centros del sistema estatal DIF hay cursos de capacitación empresarial. En la presentación del 18 de abril

de 2015 sobre las reglas de operación de este programa, en el listado de cursos ofrecidos por el DIF, no hay cursos que tuvieran un vínculo con la agricultura en términos de valor agregado y de transformación de productos agrícolas, ni cursos sobre estrategias de comercialización, aspectos fundamentales que requieren todos los emprendedores.

Específicamente, en el medio rural hay investigaciones hechas sobre distintos tipos de microempresa. Para entender el proceso de creación y permanencia de las microempresas de las mujeres rurales, es necesario consultar teorías sobre el emprendimiento de ellas y revisar algunos resultados de investigaciones realizadas sobre éste tema.

CAPITULO II. MARCO TEÓRICO

2.1 Introducción

Existen diversas teorías sobre el emprendimiento y no hay una sola definición del término emprendimiento (Bula, 2012:81). Este trabajo identifica algunas de las teorías y definiciones con el fin de lograr una mejor comprensión sobre éste concepto. Primeramente, se define lo que se entiende por empresa y dentro de muchas definiciones se considera la que mejor pueda explicar el término y que este pueda servir para el ámbito rural. "La empresa es una explotación de producción independiente, se caracteriza por su objetivo de cubrir la necesidad de terceros, la independencia económica y la necesidad de tomar decisiones empresariales" (Gil Estallo y de la Fuente, 2013: 32). Para este estudio, a nivel micro parece más adecuado considerar la siguiente definición de microempresa:

La microempresa es aquella actividad que genera ingreso económico a lo menos cada ocho días (ingreso semanal) durante el año y que toma un carácter comercial identificable.

En las zonas rurales, existen varios tipos de AGI, pero no todas tienen un carácter comercial; por ejemplo, la crianza de animales para el consumo de la familia. Este tipo de actividad puede ser de carácter comercial cuando el campesino decide llevar los productos al mercado para obtener un ingreso. La definición propuesta facilita la identificación de los microempresarios, ya que existen microempresas informales que no se ven en las comunidades rurales como las ventas de productos por catálogo. La definición que se considera, discrimina a las actividades agrícolas y a los micronegocios temporales.

No hay una teoría, como tal para la microempresa, las teorías sobre las cuales se basa este estudio son las de la empresa capitalista, ya que es el producto del crecimiento de las microempresas. El centro de atención es el actor que hace las actividades o tareas para conducir una empresa: "Empresario". El cuadro 2 muestra las teorías y los autores según su concepción de empresario.

Cuadro 2. Teorías de la empresa según la concepción del empresario

Autor	Año	Teoría	Fuentes
Adam Smith	1776	El empresario como capitalista	Cuevas Moreno (2009:225)
Richard Cantillon	1755	El empresario como agente u hombre de negocio	Cantillon (1755:18)
Alfred Marshall	1890	El empresario como cuarto factor de producción: factor organizativo	Alonso Nuez y Galve Górriz (2008)
Frank H. Knight	1921	Tomador de riesgo	Bula (2012:85)
Joseph Schumpeter	1934	Innovador	Valencia de Lara y Patlán Pérez (2011:22)
Hébert y Link	1947	Tomador de decisión	Hébert y Link (1989:39)

Fuentes: Elaboración propia

Cabe señalar que las teorías a que se hace referencia en el cuadro no permiten entender la dinámica de las empresas rurales salvo al trabajo de Cantillon quien trabajó por primera vez el termino de emprendedor. Estas teorías se ubican dentro del enfoque economicista y administrativo de la empresa.

2.2 Teoría económica de la microempresa

La empresa como cuarto factor de producción: esta teoría es el enfoque económico de la creación y gestión de la empresa, se presenta la función empresarial como cuarto factor de producción de lo que se ha conocido generalmente por el trabajo de Adam Smith: “L=tierra, W=trabajo, K=capital” (Smith, 2014:437). El empresario entra como un elemento en la función de producción (Mungaray et al., 2004:56). En esta parte, el empresario hace la combinación y organización de estos factores para crear la empresa. El capital presentado aquí se refiere al dinero, solo el dinero se consideraba como capital mientras que la tierra y el trabajo (mano de obra) no se consideraba como un tipo de capital (Uphoff, 2003:118). Más adelante, se desarrolla la teoría que se basa en el mismo aspecto economicista y se presenta una explicación de porqué estos elementos son considerados como capitales. No todas las personas son empresarios, y llegar a serlo requiere ciertas características de la persona; así entra el enfoque psicológico del emprendimiento. Otros aspectos de esta teoría se ven en la parte de los recursos mismos; para eso surgen las dos preguntas siguientes:

1. ¿Por qué hay personas que sin tener tierra, ni mano de obra llegan a crear empresas y las mantienen?
2. ¿En esta creación de empresas, qué papel desempeñan elementos como la intención emprendedora, las ayudas de otras personas, que no es la mano de obra, que también influyen en la creación y el mantenimiento de las empresas?

La creación de la empresa tiene que ver con los valores de las personas. En un sentido contrario a la teoría de los capitales surge la pregunta: ¿Si en todos los entornos están presentes los recursos o capitales, por qué ciertas personas no llegan a crear empresas? La respuesta a esta pregunta se encuentra en la psicología, la creación de empresas tiene que ver con los rasgos de personalidad del emprendedor. Varios son los atributos que caracterizan al emprendedor como:

- a) Necesidad de logro o de autorrealización
- b) Afán de poder e independencia
- c) Espíritu de riesgo o propensión a asumirlo
- d) Control interno y autoconfianza

Así la creación de empresas debe relacionar los rasgos de personalidad (objetivo personal) con los elementos del entorno: los capitales (Shabbir y Di Gregorio, 1999:508). Para entender este proceso, es necesario revisar las teorías de la motivación, porque es un factor determinante en la creación de la empresa.

2.3 Teorías de la motivación

McClelland fue un pionero en investigar las características del empresario (Kantis et al., 2004:21), él presenta tres tipos de motivación: logro, poder y afiliación. En el primero, "**logro**", el ser humano tiene un impulso de sobresalir, a tener éxito y eso le conlleva a fijar metas. Estas personas tienen necesidad de desarrollar actividades. Mientras que aquel cuya motivación es el **poder**, tiene necesidad de influir y controlar a otras personas o grupos y obtener reconocimiento de ellos. Finalmente hay personas que son motivadas por la **afiliación** siempre que quieren estar con otra persona.

Teoría de las expectativas: esta teoría sostiene que las personas son seres pensantes, que tienen expectativas respecto a los sucesos futuros de sus vidas. Las personas altamente motivadas perciben metas e incentivos como valiosos y alcanzarlos es muy importante para ellos. Esta teoría explica la motivación con un

modelo que se basa en tres tipos de relaciones VIE (Valence, Instrumentality, Expectancy). Renko et al, (2012:669) describen las letras de la siguiente manera: La letra **V** significa *valencia* y es tomado como el valor que da un individuo a los efectos de un negocio (por ejemplo ingreso); la letra **I** para *instrumentación* es la creencia para alguien que si crea un negocio el cual le dará un ingreso; finalmente la letra **E** para *expectativa* es la probabilidad de que el esfuerzo de alguien conducirá al logro de sus objetivos. Otros autores presentan la Valencia como una satisfacción anticipada de los resultados (Edelman et al., 2010:176). El producto de estos tres elementos es llamado “**fuerza motivacional**” (Renko et., 2012:669). Los resultados o efectos implícitos en el modelo VIE generalmente son los siguientes: “auto-realización, éxito financiero, crecimiento personal, estatus social y autonomía”. Un punto débil de esta teoría es que no se enfoca en los factores que inciden en la creación del negocio.

El enfoque de GEM (Global Entrepreneurship Monitor) distingue dos tipos de objetivos por los cuales las personas inician una empresa: “Necesidad y Oportunidad”. Desde el surgimiento de este enfoque, varios autores lo consideran como el más reciente y efectivo para explicar el emprendimiento (Naudé y van der Walt, 2006:249; Djankov *et al.*, 2006:348). En este estudio las mujeres rurales entran en la parte de la necesidad pero cada quien ve la vida de una manera, tiene objetivos a corto y a largo plazo por lo que el estudio no enfoca a un solo modelo.

La Teoría ERC de Alderfer es una teoría de contenido mientras que la de las expectativas es una teoría de proceso (Zapico Aldeano et al., 2011:181). Para Alderfer las personas tienen tres motivaciones básicas que son de **Existencia**, de **Relación** y de **Crecimiento**. La primera motivación básica del ser humano es la satisfacción de necesidades fisiológicas y de seguridad. Como lo afirma Maslow (1943:375) cuando se satisfacen las motivaciones básicas, otras necesidades surgen, es en este sentido, la motivación de relacionarse viene y se trata de personas que buscan una afiliación, otras que buscan poder, entre otros. Finalmente el crecimiento se refiere al desarrollo y crecimiento personal.

Teoría de fijación de metas de Locke. La meta es la fuente básica de motivación y es importante en cualquier actividad. La meta es algo que una persona u

organización se esfuerza para lograr. Según la teoría de la jerarquía de necesidades de Maslow, las personas se motivan a satisfacer sus necesidades superiores cuando se cumplen las necesidades inferiores o básicas (Maslow, ídem). Las personas están en la búsqueda de algo satisfactorio para su vida y eso se puede traducir en independencia económica personal, ser activa, de una necesidad de interacción social o también para obtener un reconocimiento social como respeto, admiración y gratitud (Anthopoulou, 2008).

Las metas pueden cambiarse de un momento a otro. En el curso de la vida de los negocios, los dueños enfrentan problemas. La motivación es el factor que permitirá sobresalir a estas dificultades. Este trabajo se enfoca en la definición de Francisco Herrera Clavero e Inmaculada Ramírez Salguero³ quienes mencionan que “La motivación constituye una de las grandes claves explicativas de la conducta humana, que, en general, se refiere a entender las razones del comportamiento humano (del latín, motus: movimiento; motivación: lo que mueve). Dicho de otra forma, la motivación representa qué es lo que originariamente determina que una persona inicie una acción (**activación**), se desplace hacia un objetivo o meta (**dirección**) y persista en sus tentativas para alcanzarlo (**permanencia**)”. En el mismo sentido Zapico Aldeano *et al.*, (2008:190) presentan los elementos de la activación como impulsos iniciales y los del mantenimiento como impulsos posteriores para alcanzar las metas. Algunos autores consideran la motivación en dos aspectos: intrínsecos y extrínsecos. En la motivación intrínseca las personas perciben a los problemas como un desafío y tienen placer de la propia actividad de resolverlo (Ramos citado por Altamirano Peceros, 2013:143). Esta motivación es el impulso posterior o la dimensión de mantenimiento mientras que la motivación extrínseca es la activación o impulso inicial. En la página web de Wikipedia⁴ se lee lo siguiente: “**la motivación extrínseca puede ser útil para iniciar una actividad, pero esta puede ser después mantenida mediante los motivadores intrínsecos de ésta**”.

³ Francisco Herrera Clavero y Inmaculada Ramírez Salguero: Motivación, Universidad de Granada, <http://www.ugr.es/~iramirez/Motivacion.htm>

⁴ http://es.wikipedia.org/wiki/Motivaci%C3%B3n_intr%C3%ADnseca) acceso el 10 de noviembre de 2014.

Aguilar Barceló *et al.*, (2011:6), usando los datos de la Encuesta Nacional de Micronegocio del INEGI de 1994 a 2008, agrupan los motivos para iniciar una microempresa en dos: “voluntarios e involuntarios”. Lo que presenta en estos dos grupos en realidad es el objetivo para el grupo de voluntarios y de desplazamiento o suceso disparador como lo maneja Shapero para el grupo de involuntarios. Por otro lado, Cuevas Rodríguez *et al.*, (2005:41) analizan los mismos datos de la ENAMIN del año 1998 enfocándose en elementos como las características sociodemográficas de los encuestados y variables económicas y de mercado como la rama de actividad, la región geográfica y la cantidad de horas dedicadas al negocio para determinar la ganancia de las microempresas. En estos dos estudios, se encuentran las tres dimensiones de la motivación que se maneja en este trabajo.

Las metas son las razones por las cuales las personas inician la microempresa y la mantienen. El término de meta en varios estudios de la motivación, basado en la teoría de las expectativas de Vroom desarrollada por Gatewood, se estudia como la valencia. En este estudio sobre las mujeres rurales, se considera que éstas metas les permitirán cambiar sus condiciones de vida, aunque dicha acción (cambiar las condiciones de vida) depende de muchos otros factores (políticos, medio ambiente, etc.). Para algunos, la motivación para emprender es un elemento del capital humano (Jaramillo Villanueva *et al.*, 2013:935) pero basado en la definición misma del capital que es como un stock, no cabe este planteamiento de igual forma que el capital social, que se ha venido trabajando desde las últimas tres décadas, tiene críticas muy fuertes (Robison *et al.*, 2003:60). Según estos últimos autores que defienden el capital social lo presentan como algo duradero, flexible, fungible y sustituible. Dichos elementos no se cumplen para definir la motivación como capital.

La teoría de rol: Un emprendedor que existe en una comunidad influye, o es fuente de inspiración para otros miembros de la comunidad y favorece la creación de empresas. Algunos autores presentan una relación líder-seguidor donde el segundo toma como ejemplo el primero (Toledo *et al.*, 2012:1662). Eso no se da solo en la comunidad, se puede estudiar dentro de una familia misma, los integrantes de la familia inician o continúan con una empresa por lo que ha hecho otra persona de la misma

familia. La familia es un factor motivador de impulso, de inculcación de valores emprendedores, también puede ser un factor negativo porque los problemas familiares influyen en el negocio hasta que logran quebrarlo (Hani *et al.*, 2012:279). Para estudiar el emprendimiento en mujeres Brush *et al.*, han desarrollado un modelo 5 M (citado por Dianne *et al.*, 2013:759) que son Market, Money, Management, Motherhood y Meso/Macro Environment. Los tres primeros son un paso necesario para cualquier emprendedor para iniciar e incrementar sus actividades y el cuarto es específicamente para las mujeres (hogar y familia). De este modelo similar al enfoque económico de creación y desarrollo de empresas, se ven varias otras teorías que se presentarán a continuación. El hecho de ser madre tiene un doble impacto en la vida de las mujeres, uno le puede ayudar para tener un negocio y el otro está en la carga familiar (Anthopoulou, 2010:402). Otros autores confirman que dedicarse a la labor del hogar disminuye la probabilidad de que una mujer pueda ser emprendedora (Álvarez *et al.*, 2012:50). Aun con la presencia de estas dificultades, causadas por la familia, hay estudios que encuentran que las mujeres no pueden hablar de ellas mismas con el negocio sin asociarse con otra persona, sea alguien de la familia o de la comunidad (Sigalia y Carney, 2012:550). Hay aspectos que no abarca esta teoría como:

- 1- ¿Por qué en una comunidad en donde hay empresarios exitosos, todos los miembros no llegan a crear empresas? O al revés.
- 2- ¿Por qué en una comunidad en donde no existen ningún empresario modelo o líder, la gente llega a crear empresas?

Con eso, se destaca que la existencia de empresarios modelo o de la motivación/impulso o incitación que puede dar los miembros de la familia no son elementos suficientes para que una persona pueda tomar una iniciativa empresarial.

La teoría de la marginación: esta teoría explica que las personas crean empresas por una situación dada o provocada como grupos étnicos, individuos marginados, migrantes, desempleados etc. El primer punto de esta teoría es el suceso crítico o disparador o el evento emprendedor (Shapero citado por Kantis *et al.*, 2002:4) el cual es generalmente negativo, es el caso de las mujeres jefas de familia, viudas, desempleadas. Este suceso llamado “**desplazamiento**”, raramente en los casos positivos, va a influir en la creación de una empresa; al contrario, puede ser un camino

hacia la búsqueda de empleo, este sería el caso de un recién graduado. En la creación de empresas, el desplazamiento es un comienzo o un punto de partida, muchas personas viven esta situación, algunas crean sus propias empresas otras no. Hay gente que prefiere quedarse en estas situaciones, aguantarlas (resiliencia) y superarlas cuanto puedan. No solamente el desplazamiento provoca la creación de empresas, faltan elementos como la idea empresarial, qué negocio hacer y con qué dinero iniciar.

La teoría de la ecología de la población o teoría de las organizaciones: El entorno se considera como una estructura de oportunidad y las empresas deben adaptarse al entorno para seguir existiendo. Esta teoría explica que la creación de empresas está influida por la densidad de población, tasa de natalidad y la tasa de mortalidad de empresas anteriores. El termino de competitividad existe porque hay varias empresas que compiten entre sí, algunas mujeres temen la competitividad y la quiebra (Hani *et al.*, 2012:280) pero la situación no necesariamente puede ser tan grave si hacen negocio diversificando sus servicios, productos etc. De tal manera que no es tan importante la desaparición de ciertas microempresas para que surjan otras.

La teoría institucional: La gente tiende a crear empresa en tanto haya instituciones que ofrecen apoyos o subsidios para iniciar una empresa o que apoyan a empresarios (Díaz Casero *et al.*, 2005:225), en este trabajo, las instituciones de microfinanzas son un factor importante a considerar. Para ciertas mujeres campesinas las microfinanzas son un incentivo para crear microempresas, pero generalmente las instituciones de microfinancieras no prestan dinero para iniciar; así, las mujeres se esfuerzan para iniciar un negocio con el fin de obtener luego el apoyo de esas instituciones. Los límites de esta teoría consisten en que ciertas mujeres han iniciado una microempresa y siguen operando sin las instituciones de microfinanzas aunque necesiten dinero para crecer o diversificar sus actividades. Algunas mujeres no quieren los préstamos de estas instituciones pues lo consideran como una droga. Terjesen y Amoros (2010:322) subrayan la importancia de estas instituciones formales e informales en el mejoramiento de la calidad y cantidad de mujeres emprendedoras. En el medio rural, las instituciones informales que prestan dinero pueden ser vistas como

agiotista, pero si el objetivo primordial de la gente es tener un negocio o ingreso, es posible contactarlas.

En algunos países donde hay pobreza extrema, las mujeres inician los micronegocios con apoyos, donativos del gobierno, de organizaciones filantrópicas, etc. En México, esto lo hacen los programas Prospera, Sin Hambre, Fondos Regionales Indígenas etc. y las asociaciones civiles (AC) o instituciones de asistencia privada (IAP). La teoría institucional no tiene sentido para los que consideran la unidad de producción rural como una empresa (Sagarpa, 2006:11) porque los campesinos no esperan algún apoyo para llevar al mercado el producto de su cosecha y dicha operación lleva el nombre de negocio. Las instituciones desarrollan un papel tan importante para unos investigadores que implica que algunos las consideren como un capital, más adelante se presenta en las categorías de capitales.

Todas estas teorías tienen su importancia en la creación de microempresas entre las mujeres pero tienen sus límites; además, algunas contribuyen para agregar ciertos aspectos al enfoque de medios de vida rurales. El enfoque de capitales o economicista (Schumpeter) refleja un poco los medios de vida rurales dejando a un lado el capital físico.

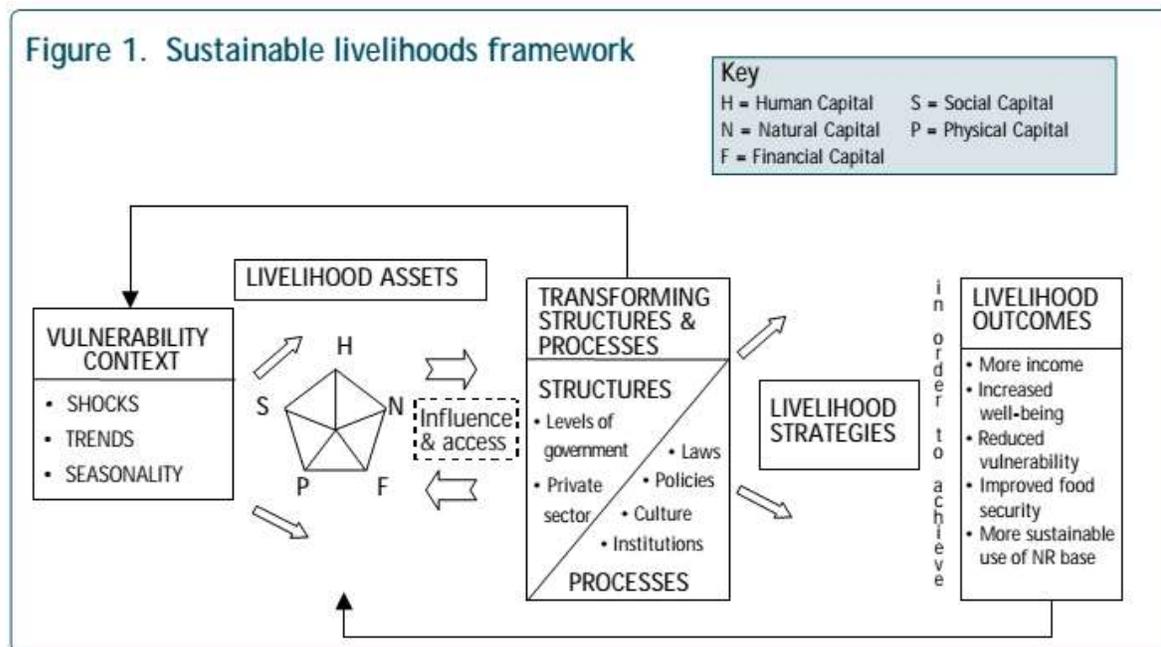
2.4 EL ENFOQUE DE MEDIOS DE VIDA RURALES

Medios de vida rurales (livelihoods): es un modelo desarrollado por el DFID (Department for International Development) de Inglaterra, bajo el nombre de “**medios de vida rurales sostenibles**” (**sustainable rural livelihoods**), el pionero en esta cuestión fue Chambers en los años 80 y luego trabajó con Conway en los 90 (Chambers y Conway, 1991:1). Este enfoque, por un lado, es usado por investigadores en el ámbito del desarrollo rural y, por otro lado, por varias organizaciones no gubernamentales como herramienta para poder intervenir (Hussein, 2002:13). En cuanto a las investigaciones el enfoque está en varias áreas, por ejemplo, Ansoms y McKay (2010) hicieron perfiles de medios de vida en de Rwanda; Cahn (2008:3) estudió los medios de vida que tienen las mujeres con sus microempresas. Verrest usó el enfoque de medios de vida para entender la pobreza y el microemprendimiento, según ella este enfoque da oportunidad para comprender los desafíos,

comportamientos, necesidad y oportunidad de los vulnerables (Verrest, 2013:58). Para Soares Moraes y Vargas Velázquez (2012:51) este enfoque, aplicado a las comunidades rurales, permite caracterizar la vulnerabilidad ante el cambio climático. El enfoque se inició para dar una respuesta a la necesidad de desarrollar políticas más eficientes para la reducción de la pobreza. Como lo afirma Haan (2012:346), con este enfoque “se esperaba ser más eficiente que el enfoque de abajo-hacia-arriba y los métodos participativos⁵”. El enfoque se basa en la vida diaria de la gente (cómo la organizan y qué necesitan).

Aunque presenta ventajas este enfoque no quiere decir que no haya recibido críticas. Uno de los autores que lo critica es Scoones, él menciona que tiene debilidad al involucrarse en los procesos de globalización económica, con los debates de políticas y gobernanza, con la sostenibilidad ambiental y con los cambios transformadores en la economía rural (Scoones, 2009:182). Independientemente de las críticas, para este trabajo, el enfoque proporciona suficientes elementos para abordar el emprendimiento rural. La figura siguiente lo describe.

Figura 1. El enfoque de los medios de vida sostenible



Fuente: DFID (1999:1)

⁵ Hay varios modelos de desarrollo participativos que se ha desarrollado para solucionar los problemas de los pobres, varían de unas instituciones a otras. Los más comunes son: PRA (partipatory rural apraisal) de PNUD

Según Scoones en el enfoque hay un marco de 5 tipos de análisis, el último consiste en los resultados (figura 1). Primeramente está el contexto en que se encuentran todos los elementos relacionados con las políticas (historia, demografía, clima); segundo, están los recursos que se desarrolla en el estudio (Scoones, 2009:177). La tercera fase consiste en dos aspectos, uno que es la estructura (papel del gobierno y sector privado) y el otro es el proceso que involucra los factores culturales, políticas; en la fase siguiente se determinan las diferentes estrategias que la gente tiene como la migración, la diversificación agrícola para terminar con el resultado (punto 5) que puede ser la reducción de la pobreza o bienestar. Ellis (2000:289) plantea que las personas diversifican sus medios de vida por necesidad y por selección; los determinantes de esta diversificación son: “la temporalidad, el riesgo, el mercado de trabajo, el mercado crediticio, las estrategias de los capitales y el comportamiento y adaptación para afrontar las fallas”. Este último se refiere a los métodos usados por los hogares para sobrevivir cuando llega un efecto anticipado malo. Como se mencionó anteriormente, dentro de este enfoque se toma solamente la parte de los recursos (activos) para este estudio que se definen como los activos o capitales. Los capitales se describen de la manera siguiente

Humano: aptitud, conocimientos, capacidades laborales, salud

Social: redes, participación en grupo

Natural: acceso y calidad de recursos naturales (agua, tierra, animales, arboles)

Físico: infraestructura básica y bienes de producciones

Financiero: disponibilidad del dinero

Según Chambers (1995:194) los capitales pueden ser divididos en dos: “los recursos tangibles e intangibles”. Cuando son tangibles, toman la forma de un stock como alimentos en bodega, joyas, ahorros en efectivos, y recursos como tierra, ganadería, arboles mientras que un recurso intangible agarra la forma de demanda y acceso. Las características de los medios de vida de cada hogar rural son diferentes y eso sirve para entender el proceso de la creación de empresas y de qué manera eso puede contribuir a la reducción de la pobreza (Verrest, 2013:60). De cada uno de los

capitales que se ha desarrollado, ha habido varias teorías mucho más antes que la DFID iniciara con este enfoque en los 90's. Un ejemplo completo de los capitales fue el planteamiento de Bourdieu con las formas del capital considerando los capitales social, simbólico, económico y cultural (Bourdieu, 1986:243). Así que cada uno de los capitales del enfoque de medios de vida se consideran como una teoría; en este trabajo se usan los tres tipos de capitales más relevantes para la creación de empresas.

Se puede combinar o no estos capitales para dar inicio a una microempresa. Recientes investigaciones muestran que las personas que combinan el capital social y humano con sus experiencias están más dispuestos a iniciar un micronegocio (Backes-Gellner y Moog, 2013:70). Para Bennett y Franzel (2009:65) una alta acumulación de uno de los capitales puede conducir a un aumento de otros. Por otro lado, Sosa González (2013:83) plantea que los capitales social y financiero pueden ser utilizados de manera eficiente o ineficiente, dicho planteamiento se puede generalizar para los otros capitales.

2.5 Teoría del capital social

Ciertas teorías que se ha desarrollado anteriormente (la teoría institucional, el enfoque de maternidad, teoría de rol) caen dentro del capital social. El capital social es el recurso que la gente obtiene al relacionarse con otros (Parker y Belghitar, 2006:90). Para Miranda y Monzó (2003:3) el capital social puede ser definido como un activo de cooperación, confianza y reciprocidad, que reside en las relaciones sociales y facilita el acceso a recursos escasos a través de redes personales y emprendimientos colectivos. De estos recursos la gente puede desarrollar estrategias para el logro de medios de vida y que requieren acción colectiva. Casares Arrangoiz maneja el capital social como riqueza social y afirma que: "se compone de las amistades, contactos, prestigio y estatus personal que facilitan la obtención de información y oportunidad de trabajo, educación, económicas, políticas, de negocios, amistades, ascensos y de todo tipo" (Casares Arrangoiz, 2010:72).

Según Portes (1998:4) la definición de Bourdieu al capital social permite descomponerlo en dos elementos principales. Primero, es una relación que permite a

los individuos de pedir el acceso a los recursos de sus asociados; y segundo, la cantidad y calidad de estos recursos. Así, este capital cuenta con impactos tanto positivos como negativos, que los investigadores no se dan cuenta fácilmente dado que es un fenómeno social complejo. Los tres factores; acceso, cantidad y calidad; son algunos determinantes a considerar en el marco del emprendimiento. El siguiente cuadro presenta la concepción del capital social por los tres primeros autores que trabajaron este tema en los años 1985-1993, se puede encontrar más autores e información de este tipo en Ramírez et al. (2008).

Cuadro 3: Conceptualización del capital social por Bourdieu, Coleman y Putnam

Autores	Bourdieu	Coleman	Putnam
Definición	Es el agregado de los actuales o potenciales recursos que están relacionados con la posesión de una red perdurable de relaciones más o menos institucionalizadas de conocimiento y reconocimiento mutuo.	Es el valor que tienen para los actores aquellos aspectos de la estructura social, como los recursos que pueden utilizar para perseguir sus intereses.	Se refiere a aspectos de organización social, como las redes, las normas y la confianza, que facilitan la coordinación y la cooperación en beneficio mutuo.
Consecuencias	El volumen del capital social poseído por una persona depende del tamaño de la red de conexiones que pueda movilizar y del volumen de otros capitales que tenga cada una de aquellas con quien está relacionado.	Es una variedad de entidades que tienen dos características en común: consisten en algún aspecto de la estructura social, y facilitan a los individuos que están dentro de la estructura realizar ciertas acciones	Contribuye al buen gobierno y al progreso económico al generar normas de reciprocidad generalizada, difundir información sobre la reputación de otros, facilitar la comunicación y la coordinación y enseñar a la gente a colaborar

Fuente: Elaboración propia basada en Vargas Forero (2002).

El mayor interés de Bourdieu es buscar la transformación de un capital en otros, este autor ve el capital social por medio de las relaciones que se producen en las

redes. Para Coleman, la definición del capital social depende de las funciones que desempeña este, mientras que Putnam desarrolla más la parte del compromiso cívico que tienen las personas en organizaciones, redes entre otros. Varios autores hacen una diferenciación del capital social por clases y la intensidad de la solidaridad (Robison *et al.*, 2003:61), lo dividen en tres grupos: unión o puente, vinculación y aproximación. Por ejemplo Allais (2008:42) se basó en estos elementos para analizar las cajas de ahorro, Davidsson y Honig (2003:324) encontraron que estos elementos son predictores importante para quienes decidan ser emprendedores nacientes. En el primero de “**puente**” existe en relaciones socialmente estrechas (intensos sentimientos de conexión), en el segundo las relaciones sociales son medianamente estrechas (respeto, la confianza y el compañerismo) y por ultimo hay relaciones asimétricas entre personas que tienen pocos puntos de coincidencia (presidente y ciudadano). Por su parte Durston (2003:155) divide el capital social en seis que abarcan los 3 tipos mencionados.

“El capital social está presente, en diversos grados y formas, en las instituciones del Estado, el mercado y la sociedad civil” (Miranda y Monzó, 2003: 8). Tomando este planteamiento, este estudio se enfoca en la parte del mercado y la sociedad civil para comprender la dinámica de las microempresas. Se entiende por el enfoque de mercado la relación entre empresarios, proveedores y clientes en la cual hay un intercambio de productos entre los individuos. Este tema desarrollado por Durston (2002) en un contexto meramente político de análisis del capital social, lo presenta como una interface del sistema estatal, del mercado y de la sociedad civil donde existen vínculos de clientelismo, de amiguismo y cabildeo. En síntesis, el capital social en el mercado y de la sociedad civil como un intercambio que puede ser de recursos concretos o intangibles (Davidsson y Honig, 2003:307).

En este contexto de mercado, en las microempresas de mujeres este tipo de capital se presenta en la familia, empleados, proveedores y clientes (Shabbir y Di Gregorio, 1999:508). En este estudio, en el contexto de microempresas, se reducen estos elementos de capital social a la familia y a amigos donde las ayudas pueden ser más tangibles. Al respecto de esto Fukuyama (2003:38) afirma que “en la vida

empresarial de gran parte de América Latina el capital social radica sobre todo en redes de parentesco”. Por otra parte, viendo el enfoque de maternidad como elemento de capital social, Anthopoulou (2010:402) en su estudio concluye que eso puede verse en un doble sentido: uno donde la maternidad es un incentivo para la creación del negocio y el otro donde la mujer es ama de casa y empresaria con cargas de trabajo y recursos limitados que no le permiten avanzar porque invierte el dinero en su hogar.

Este capital, en ciertos casos, no solo se relaciona con la actividad emprendedora de la gente, sino también en el caso de que la mujer para obtener fondos para su empresa, participa en grupos comunitarios (caja de ahorro, tandas) o bien, la mujer, que es cliente de alguna microfinanciera, está obligada a participar en grupos solidarios. Una mujer puede participar en varios grupos o no, lo cual indica variaciones de las causas por las que no participan en grupos y que pueden ver mal el grupo solidario promovido por las instituciones de microfinanzas. Ciertas mujeres no les gusta participar en estos grupos porque, ello implica, no solamente pagar lo que una socia no puede reembolsar, sino también por vigilar las actividades de las otras (Galarza, 2004:126). Así, en muchos casos, el capital social se puede relacionar con el capital financiero y el capital humano si se trata de capacitación en el campo. Por ejemplo, la venta a crédito es capital financiero pero su principal fundamento es la confianza (capital social) y la transmisión de conocimientos (sin costos) de padres a hijos, entre amigos es la mezcla de capital social y humano.

En los medios de vida sostenibles, el capital social se considera como las relaciones tanto formales como informales (Elliot, 2008:8). Para la creación de empresas este capital puede ser el factor más importante porque presenta muchas variaciones y puede partir desde “decir la simple idea” hasta “ayudar al establecimiento con préstamos y atender el negocio”. Muchos estudios sobre la creación de empresas toman en cuenta este capital; casi no hay estudios que lo ocupa en la supervivencia de las empresas, lo cual es recomendado por Ulhøi (2005:943).

2.6 Teoría de capital humano

La teoría del capital humano surgió con los trabajos de Schultz y Becker quienes trataron de ver el crecimiento económico no solamente con el aumento de los factores

de producción sino el mejoramiento de las condiciones de vida de las personas que manejan el proceso de producción y por ende llegar a la eficiencia. Así las grandes empresas (empresarios) se enfocan a capacitar a sus trabajadores o reclutar personas con buenas calificaciones para obtener un buen rendimiento. Martínez Rojas y Vargas-Hernández (2008:64) han encontrado que existe una relación entre el nivel de capacitación de los empresarios y de los trabajadores con el crecimiento de las empresas.

Este capital es uno de los determinantes del crecimiento económico (Andía, 2013:150) y la mayoría de los economistas coinciden en que el capital humano consiste en habilidades, conocimientos y experiencia que se adquieren por medio de la educación, aprendizaje práctico y el ejercicio laboral (Dautrey, 2009:93; Álvarez y Rodríguez, 2011:189). La confianza en las habilidades personales influye positivamente en la creación de empresas (Arenius y Minniti, 2005:239). "La teoría del capital humano se centra en el estudio de los factores cognitivos que miden el conocimiento y las destrezas necesarias para poner en funcionamiento un nuevo negocio" (González-Álvarez y Solís-Rodríguez, 2011:189). El capital humano no solamente sirve para poner un nuevo negocio, la gente que ya tiene negocio requiere este capital en cierta manera (lo que pasa con las instituciones de microfinanzas que dan formación a mujeres que ya tienen negocios⁶). Por ejemplo Paul (2014:191) considera que para tener éxito en los micronegocios, los clientes de las IMF necesitan habilidades empresariales. Hay habilidades innatas y habilidades que se adquiere mediante alguna formación o capacitación y con el nivel de educación. Kantis y Angelelli (2006:260) mencionan que las habilidades o vocaciones empresariales se adquieren de la familia, de la universidad y experiencia de trabajo.

En el medio rural, donde generalmente las personas no tienen acceso a los servicios bancarios tradicionales, entran las microfinanzas por las instituciones que, en la mayoría de los casos, acompañan los servicios con un curso de capacitación a los clientes. Las investigaciones recientes coinciden en que la formación empresarial que

⁶ Esta formación sirve porque generalmente las clientas de las instituciones de microfinanzas tienen carencias para manejar un negocio, usar un crédito etc.

proporcionan las instituciones microfinancieras generalmente no llega a incrementar el beneficio de las microempresas (Davidsson y Honig, 2003:319; Karlan y Valdivia, 2011:519; de Mel *et al.*, 2014:207) pero si ayudan a mejorar las prácticas empresariales.

Según Davidsson y Honig (2003:305) y González-Álvarez y Solís-Rodríguez (2011:187), los individuos que tienen más capital humano o de mayor calidad identificarán mejor las oportunidades empresariales. En el sentido contrario, ahondan Gellner y Moog (2013:70) para decir que no son los individuos con altos capitales humano y social los que llegan a crear empresas, sino los que tienen estos capitales en un nivel balanceado y combinado con experiencia. Estos autores se basan en la idea de que cuando alguien tiene alto grado de estudios (doctorado, especialización), prefiere trabajar para otra persona, lo que le permitirá usar sus competencias. Del otro lado, hay gente que tiene muchos y buenos contactos que no llegan a crear empresas. En este estudio, la atención está en la población que a veces no tiene la primaria, pero cuentan con estos capitales en otras formas (habilidad, ayuda mutua) que les permite crear sus microempresas.

2.7 La teoría de todero de Lazeer

Lazeer (2005:656) con su teoría de **jack-of-all-trades** (en español: todero), JAT por su sigla en inglés, plantea que los emprendedores son toderos es decir que son relativamente buenos en todo. Su teoría sostiene que los individuos que cuentan con carreras variadas y que han desempeñado roles diferentes en una empresa son propensos a ser emprendedores (Lazeer, 2005:676). Esta teoría, en el contexto de este trabajo, parece que no puede aplicar porque en el medio rural, hay una carencia de empleo y nivel de educación alto. La medición del capital humano en la literatura se basa en la edad, el nivel de escolaridad; aunque estos elementos son muy claros, cuando se trata de medir habilidades no hay una manera única para hacerlo. Por ejemplo, De Clercq y Arenius (2006:350) y Arenius y Minniti (2005:239) se basan en la percepción de la gente sobre la confianza en sus habilidades para hacer un negocio, lo que consideran como un factor importante para la probabilidad de tener más negocios en proceso de creación. Esta variable usada por estos autores: “confianza en sus

habilidades” es algo que maneja GEM (2011:3), este constructo puede tomar diversas maneras de medición y estas suelen ser más reflectoras que formativas, es decir la relación entre indicadores y constructos cambia (Wang *et al.*, 2015:186). La teoría del todo fue retomada y criticada por Silva (2006:6) quien presenta las habilidades adquiridas frente a los talentos innatos, según él, adquirir un montón de habilidades no aumenta la probabilidad de ser emprendedor y si vale la pena la teoría JAT para el emprendimiento, lo son también las habilidades innatas.

En el medio rural, el capital humano, cuando se trata de capacitación, no se da solo, se asocia con el capital social. La gente generalmente forma grupos para tener capacitación. Hay capacitaciones para que la gente pueda crear empresas (de Mel *et al.*, 2014); capacitación técnica que influye en las personas para crear empresas como un curso de transformación de producto agroalimentario. En este último caso, algunas personas pueden usarlo para crear un negocio, otras pueden ofrecer su competencia a una empresa, etc. Con todo eso surge la pregunta: ¿Por qué con las mismas capacitaciones, hay mujeres que no llegan a crear microempresas? La respuesta ha de buscarse en el enfoque psicológico, en la motivación de la gente, en el perfil de medios de vida del hogar porque tal vez no cuenta con suficientes recursos para crear un negocio. La falta de dinero es una de las principales barreras identificadas para poner en marcha un micronegocio (Belwal *et al.*, 2014:147; Aguilar Morales *et al.*, 2014:75).

2.8 Teoría del capital financiero

En el marco de los medios de vida sostenibles, el capital financiero es considerado como todos los recursos financieros que usa la gente para lograr sus objetivos de medios de vida (Elliot, 2008:9). Según Valenciano Salazar *et al.*, (2012:214) el capital financiero puede ser dividido en dos partes; una que son los recursos disponibles tanto en efectivo (ahorro en bancos) como especie (ganado, joyas) y el flujo de dinero (remesas, pensiones). Varios estudios presentan al capital financiero como el elemento más importante para iniciar y hacer crecer el negocio (De Vita *et al.*, 2013; de Mel *et al.*, 2014) y que puede impedir la creación de los negocios (Belwal *et al.*, 2014:147). Elliot (2008:9) subraya que es el capital más versátil aunque

por sí solo no puede resolver los problemas derivados de la pobreza y es el activo menos disponible para los pobres.

En el marco de las microempresas, la obtención de este capital, a través de instituciones, es mucho más propenso en la industria de las microfinanzas por los riesgos que se pueden presentar en una microempresa para el sector financiero tradicional. Desarrollado para fomentar las microempresas, sobre todo las encabezadas por las mujeres, el sector de las microfinanzas provee un conjunto de servicios no financieros como capacitación para el desarrollo empresarial, de salud entre otros. Las instituciones de microfinanzas se proponen fortalecer el capital humano capacitando a los pobres, capital que tienen muy bajo, esto mediante el establecimiento de grupos solidarios (Lacalle Calderón, 2001:132). En la creación de empresas, el dinero casi no viene de las instituciones de microfinanzas, la única opción que tiene la gente reside en el capital propio (ahorros), las hipotecas sobre sus bienes, los préstamos de los familiares y/o amigos. No se hace préstamos a los microempresarios nacies por los riesgos que representan.

Recientes discursos hablan de la bancarización de los pobres que surge por la falta de servicios bancarios. Olvera Calderón (2009:74) encontró varios tipos de desbancarización (media, baja) de las pequeñas empresas. En la economía monetaria que el mundo conoce hoy día, no se puede vivir sin dinero por diversos motivos (obtención, gastos) por lo que los pobres como alternativas desarrollan modelos financieros propios. Son las tandas mejor conocidas como ROSCAS (Rotating Savings and Credit Associations) por su siglas en inglés, cajas de ahorro, cooperativas, bancos comunitarios. Algunas de estas figuras ya toman un carácter institucional como las cooperativas y dejan de ser un instrumento de los pobres porque entran en la misma dinámica que los bancos. Estas finanzas alternativas y las instituciones de microfinanzas forman el sector de las microfinanzas.

Cuando se trata de definir la pobreza con relación al dinero, siempre se toma la definición del Banco Mundial: "es pobre quien gana menos de U\$2 al día". En contraste a este ingreso diario, se encuentran los que promueven y justifican el ahorro que hacen los pobres (Rutherford, 1999:7). Lo contradictorio en esta parte es si no tienen dinero

cómo pueden ahorrar. La participación en las tandas para obtener un buen monto y la compra de animales para su posterior venta cuando surgen las emergencias, son algunos elementos que muestran el ahorro de los pobres.

2.9 Teoría de la motivación del estudio

En este estudio se considera la motivación en sus tres dimensiones: extrínseca, logro e intrínseca. Varios estudios han tomado la motivación como una mezcla; es decir, sin hacer la diferencia entre los tipos de motivación; por ejemplo Kantis *et al.*, (2002:18) presentan un conjunto de motivaciones para ser empresario. En la motivación extrínseca se ve claramente que se involucra la teoría de la marginación. El supuesto es el desplazamiento positivo o negativo. La motivación extrínseca se define como lo que mueve a la gente a hacer algo, es la causa de la creación de la actividad. Así, se afirma que las dimensiones logro y extrínseca de la motivación no son lo mismo y la teoría de la marginación sirve para entender la motivación extrínseca. Según Zapico Aldeano *et al.*, (2008:181), los estudios sobre la motivación emprendedora han utilizado como estructuras internas, fundamentalmente, rasgos de la personalidad del emprendedor y, en menor medida, características que son los objetivos, expectativas y necesidades.

2.10 Otros capitales

Estos capitales no están considerados en este estudio aunque influyen en la creación de empresa pero en menor grado comparándolos con los que se consideran en este estudio. También se encuentran los capitales aquí estudiados pero con otro nombre y visión de otros autores. En el ámbito de análisis del surgimiento y la supervivencia de las microempresas, hay quienes hablan de capital cultural como un factor que determina la gestión racional y la percepción de oportunidad empresarial (Muñoz Izquierdo y Lira Meza, 1990), y otros de capital institucional (Paul, 2014:194) para describir el papel de las instituciones en el fomento de las microempresas. El capital cultural tomado por Elam (2008) para estudiar la creación de micronegocios se basa en la definición de Bourdieu. Para Bourdieu (1986:242) el capital cultural se presenta en tres formas:

- 1- **Embodied state** (estado personificado) presenta la disposición duradera del cuerpo y la mente de la persona.
- 2- **Objectified state** (estado objetivado) aquí el capital cultural tiene una serie de propiedades que se definen sólo en relación con el capital cultural en su forma personificada (son los objetos, medios, bienes culturales).
- 3- **Institutionalized State** (estado institucionalizado), en esta parte lo presenta con los conocimientos, títulos académicos.

No hay una definición y corriente exacta para el capital cultural. Los capitales del enfoque de medios de vida (físico, natural) que no se usan aquí son poco relevantes para la creación de una microempresa. El capital cultural, desarrollado por Bourdieu con tres estados, es el capital humano. El capital simbólico que representa un prestigio, un estatus social. Con todo eso se refuta el planteamiento de Bourdieu y se adapta el enfoque de medios de vida combinándolo con la motivación para entender la creación de las empresas. Eso debido a que hay gente que crea empresas que no tratan de obtener ninguna posición social, ni prestigio, lo hacen nada más para obtener un ingreso para su familia.

2.11 La creación de empresas

No hay una teoría específica que explique la creación de empresas como tal, ha habido varios intentos y se juntan bajo varios enfoques (Alonso Nuez y Galve Górriz, 2007:34). Como lo explican las teorías anteriores, el inicio de las microempresas se debe a varios factores y para algunos es una estrategia de sobrevivencia (**pushed**). Los desempleados, las viudas etc. son de estos tipos, crean el negocio porque no tienen otra manera de ganarse la vida, de lograr sus metas u obtener un ingreso. Para Acs (2006:102), estos tipos de emprendimientos no tienen un efecto en el desarrollo económico en contraste con los que hacen negocios por oportunidad. Del otro lado, están los que inician micronegocios por oportunidad (**pulled**), son gente que más o menos pueden ganarse la vida pero la crean para aprovechar la oportunidad que ofrece el entorno. Estas personas generalmente cuentan con un alto capital humano, son capaces de ver lo que los otros no ven, son los que hacen estudios de mercado (cálculo de riesgo y ventaja). En el sentido del planteamiento de Acs, otros

investigadores encontraron que los emprendedores motivados por la oportunidad no contribuyan al desarrollo económico en mayor medida que los que lo hacen por necesidad (Contín Pilart y Larraza Kintana, 2006:150). Este estudio se desarrolla en una comunidad rural donde existe mucha pobreza y necesidades; por ende, la creación de dichas microempresas se hace por necesidad. Las necesidades varían de una persona a otra, en este trabajo no se agrupa en dos: “necesidad y oportunidad” como hace GEM, sabiendo la realidad de las áreas rurales.

Para que se inicie una microempresa hay un conjunto de pasos. La creación de la empresa no se da de la noche a la mañana. Varios autores explican las fases del inicio de las empresas y dentro de estas fases se diferencia la puesta en marcha y las etapas de concepción y de gestación (Kantis y Angelelli, 2006:243; Graña y Gennero de Rearte, 2002:6; Gibb y Ritchie, 1982:31). Gibb y Ritchie fueron los pioneros en trabajar la creación de empresas como un proceso y no hicieron un resumen en dos fases como lo hacen los recientes autores. Estas etapas mencionadas, no se cumplen en ciertos casos (ej. en las campesinas).

La creación de un negocio se considera como una acción; y toda acción humana puede ser estudiada por su comportamiento planificado, cuyo determinante es la intención (Ajzen, 1991: 182). Dicho de otra manera, la intencionalidad dará lugar a la acción. Para Bird (1988:445) la intención es un estado de la mente y un proceso, empieza con las necesidades, valores, creencias. En el ámbito del emprendimiento se lee esta definición por Davidsson:

***Intention.** The decision to start a new firm is assumed to be planned for some time and thus preceded by an intention to do so. However, in some cases this intention is formed only shortly before the actual decision and in some other cases the intention never leads to actual behavior. Hence, entrepreneurial intentions are assumed to predict, although imperfectly, individuals' choice to found their own firms. (Davidsson, 1995:6)*

Boudabbous (2011:14) presenta la intención como el mejor elemento para predecir la creación de una empresa, el punto fuerte de su afirmación es que: “**no todas las intenciones se concretizan**”, lo que corresponde a lo que dice Davidsson. Por su parte Altamirano Peceros (2013:143) plantea que la idea no es suficiente para

convertir a alguien en emprendedor (en su caso los estudiantes), lo que cuenta es la intención. Para muchos otros autores la intención emprendedora es muy importante pero sin la idea concreta, las acciones para crear el negocio, nunca se dará lugar al negocio. Estudios sobre los emprendedores nacientes muestran que muchas de estas personas se quedan en este estatus por un tiempo o algunos abandonan el proceso (Parker y Belghitar, 2006:83).

En este estudio se maneja la intención con el factor tiempo, esto es bajo el supuesto de que alguien puede pasar toda su vida sin la intención de emprender un negocio pero cuando le llega el suceso disparador o desplazamiento negativo (Shapero) se convierte rápidamente en emprendedor y empresario. También la definición que se da a la intención corresponde al planteamiento de Davidsson. De esta manera se sigue la manera de medición de Jorge Moreno (2013:4) y Díaz-García y Jiménez-Moreno (2010:268) en la cual la intención es medida con el tiempo usando una escala de tipo Likert. El punto inicial de todos los emprendimientos es la motivación o un impulso (Gibb y Ritchie, 1982:31) y los autores coinciden en eso aunque se trata de gentes atraídas o empujadas en la creación de negocios. Pero esta acción no se puede concretar a veces sin dinero (capital financiero), sin un conocimiento previo (capital humano) ni los apoyos de otra persona (capital social). Hay casos donde se cumplen estos 4 factores y otros en los que no.

2.11 La permanencia de las empresas

En este estudio se considera como permanencia el mantenimiento de las microempresas, su supervivencia y su continuidad, se traduce en los primeros momentos de las actividades y el grado de sostenibilidad. Competitividad, barreras, asuntos familiares, la quiebra son los posibles problemas que afectan a la microempresa (Hani *et al.*, 2012:280). La superación de estos se hace con la motivación y esto conduce a que la gente se capacite más (capital humano) para adquirir conocimiento adecuados para mantener su negocio. El capital social se da con los apoyos (ánimos, consejos, ayudas); en la permanencia, por otra parte, el capital financiero determina el grado de crecimiento, de cambio que puede tener el empresario. Dicha permanencia conduce a obtener resultados a largo plazo por las

mujeres dependiendo de qué tipo de metas se fijen desde su motivación al iniciarlo. Los desafíos diarios en la vida personal de las mujeres, que, para los negocios, tienden a incrementarse y las mujeres siempre tienen una respuesta para enfrentarlos. Hay desafíos que son parciales como enfrentar la competencia de un vendedor ambulante. En la administración de empresas, es ley si una empresa no planea, no hace alguna estrategia para enfrentar sus problemas, no va a seguir en el mercado.

Varios estudios sobre la supervivencia de las microempresas comparan el inicio para determinar la probabilidad de supervivencia (Taymaz y Köksal, 2006; Hernández, 2013; Peña Legazkue, 2008). Lo que hacen es una estimación matemática y estadística, mientras que en la realidad la decisión sobre la existencia del micronegocio depende de su dueño y su perspectiva de vida. Aunque usan la estadística, no se ve en estos trabajos la percepción de los dueños de los negocios lo que podría expresarse por algún tipo de escala. Gundry y Welsch plantean: “si la decisión de iniciar un negocio es una elección hecha por el fundador, se puede asumir que la decisión de crecer es una elección de la misma persona” (Gundry y Welsch, 2001:455). Dicha afirmación no lleva a estudiar de manera diferente la determinación de la supervivencia de las microempresas.

2.12 La teoría del umbral: Gimeno, Folta, Cooper y Woo

En este estudio, la manera de abordar la permanencia se basa en Threshold theory (Gimeno *et al.*, 1997:760) que significa la teoría del umbral (Justo, 2008:8) la cual explica que es el emprendedor quien decide cerrar su empresa. Este cierre depende de tres puntos importantes que son: primero la utilidad esperada para el emprendedor, tener un empleo alternativo, segundo el coste inherente de cambiar de empleo y finalmente la utilidad esperada de permanecer en la empresa (Gimeno *et al.*, *Ídem*).

En este caso se toma la definición de la permanencia de Hernández Girón *et al.*, (2007:83) donde la permanencia es la posibilidad de continuar con el negocio. La razón de tomarlo consiste en que no se puede encontrar a los dueños de los negocios cerrados. Así la probabilidad de supervivencia de los micronegocios que se usa en este trabajo depende de la opinión del dueño del negocio.

2.13 Los resultados o consecuencias

Los impactos de estos emprendimientos pueden ser tanto negativos como positivos en la vida de las mujeres. En este estudio, se considera la existencia misma de las microempresas como un grado de éxito (esfuerzos que hace la persona desde el inicio), mientras que existen varios otros tipos de resultados, por ejemplo la existencia puede ser para pagar una deuda. Con relación al éxito hay varias definiciones para medirlo y se adaptan métodos financieros y no financieros dentro de ellos se destacan: tamaño, percepción de crecimiento por el dueño, satisfacción. La satisfacción y la intención emprendedora (objetivos y resultado deseado) son valores que influyen en la cantidad de esfuerzos y recursos que los emprendedores asignaran a ciertas actividades empresariales para lograr el éxito (Toledo-López *et al.*, 2012:1659). Hay estudios que miden el crecimiento de las microempresas usando su tamaño, lo que es caracterizado por las ventas anuales, el número de empleados y los activos totales (Sutton citado por Hernández, 2013). Generalmente se usa el volumen de venta y el beneficio para medir el éxito, pero algunos microempresarios sobre todo los de subsistencia no tienen registros de ventas (Toledo-López *et al.*, 2012:1664) y para estos autores las medidas no financieras son las más propicias para medir el éxito en los negocios de subsistencia. En el mismo sentido van Ng y Kee (2013:13) afirman que los factores intangibles (satisfacción personal, los objetivos no financieros) tienen un rol crucial en el crecimiento de las microempresas.

Por ende, la percepción de crecimiento por el dueño permite definir ciertos aspectos no financieros como el grado de logro que se ha hecho en el camino hacia su meta, su satisfacción etc. En este estudio se usan los dos enfoques de éxito: financiero o no financiero para determinar los resultados de las iniciativas empresariales de las mujeres rurales.

CAPITULO III: PLANTEAMIENTO DE LA INVESTIGACIÓN

3.1 PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN

Hoy día todas las comunidades rurales están rodeadas de negocios tanto formales como informales. Si no se les encuentra en un mercado o tianguis, estas actividades se hacen en la casa del dueño. Las mujeres que conducen microempresas en el medio rural dedican tiempo a esta actividad para capacitarse y mejorar el negocio, así como para acudir a una institución de microfinanzas y comprar productos de los proveedores. Entender esta acción es muy importante para las instituciones de microfinanzas que siempre llegan a prestar dinero mientras que el negocio exista, pero para iniciarlo generalmente no dan créditos. Por eso, siempre estas instituciones tienden a tener problema con estos clientes. Cabe entender la vida de estas mujeres antes de iniciar esta acción, las condiciones que favorecieron la creación y ver en un futuro cercano lo que se puede hacer con ello.

Las razones del inicio de las microempresas son de varios tipos. La sobrevivencia o necesidad (Djankov *et al.*, 2006; Shabbir y Di Gregorio, 1999) y aprovechamiento de oportunidad (apoyo de gobierno) o nicho de mercado, son los elementos principales que favorecen la creación de una empresa. Un tercer grupo toma la creación de empresas como un hobby (Hani, 2012:278). La motivación de los emprendedores pueden ser para un periodo dado (Naudé y van der Walt, 2006:263) y es posible que se cambie esta motivación de acuerdo a la naturaleza de la personalidad humana (Littunen, 2000:303). Para cada uno de estos grupos (necesidad, oportunidad, hobby) existe un conjunto de factores diferentes que se juntan o no para dar inicio al negocio. Este trabajo contempla en uno de sus objetivos la identificación de estos factores. Mientras que surge el negocio hay posibilidad de quiebra después de un periodo determinado. Estos mismos factores determinan la permanencia de la microempresa.

3.1.1 Inicio/creación

Varios estudios han intentado estudiar la creación de empresa por el capital social, financiero y humano. Algunos autores toman uno o dos capitales para estudiar la creación de empresas mientras que otros consideran los tres.

Kim *et al.*, (2006:5) consideran los capitales humano, financiero y cultural para ver su impacto en la entrada empresarial y concluyeron que ni el capital financiero ni el capital cultural son indispensables para que cualquier persona entre en la posesión de una empresa. El capital cultural presentado aquí se operacionaliza como el tener a los padres como empresarios, esa forma de ver el capital cultural coincide con el capital social. Para Parker y Belghitar (2006:95) quienes estudiaron el capital social y el capital humano para predecir si las personas quedan como emprendedor naciente, si lo dejarán y si llegarán a establecer sus negocios y encontraron que estos dos capitales son débiles para estimar la probabilidad de que empiece a funcionar la empresa. En el planteamiento de estos autores se ve la falta del elemento motivacional para los emprendedores nacentes que abandonan el proceso. Por otro lado, Davidsson y Honig (2003:301) analizaron el papel de los capitales social y humano en los emprendedores nacentes y encontraron que el capital social es un factor fuerte de explicación en la creación de una empresa, mientras que el capital humano es un factor explicativo débil. Davidson y Honig (2003:314) definen operacionalmente el capital social como tener a los padres con negocio, lo que Kim *et al.*, definen como capital cultural. Liñán Alcalde y Santos Cumplido (2006:479) analizaron la manera de que el capital social influye en la intención emprendedora y por ende en la creación de empresas.

Algunos de estos estudios se enfocan en la fase de la entrada en la vida empresarial de las personas. Este llamado “Emprendedor naciente” está en la primera transición de la creación de la empresa, de la concepción a la gestación (Wagner, 2006:15). De manera más completa un estudio sobre el proceso de la creación de empresas, Elam (2008:100) usa el planteamiento de Bourdieu “las formas del capital”. Esta teoría falla porque considera el capital cultural como elemento de educación, experiencia, lo que generalmente se estudia como capital humano. Además el elemento motivacional agregado “capital simbólico” solo considera los objetivos, lo cual limita la determinación de las primeras necesidades de un emprendedor para poder desarrollar su proyecto: motivación intrínseca.

La mayoría de los autores que han estudiado la motivación en la creación de empresas excluye el papel de los capitales (Edelman *et al.*, 2010; Renko *et al.*, 2012;

Rodríguez Gutiérrez y Santos Cumplido, 2008). El planteamiento de Elam con las formas del capital de Bourdieu parece ser una buena vía pero tiene limitantes al igual que el estudio de Shabbir y Di Gregorio (1996), debido a que estos últimos autores no consideran factores como desempleo, bajos ingresos, insatisfacción en el empleo entre otros conocidos como desplazamiento en la teoría de la marginación, en la creación de empresas. El estudio de Shabbir y Di Gregorio carece de algunos puntos y solo establece los objetivos que tienen las mujeres “libertad, seguridad y satisfacción” no investigan los factores (como eventos, efectos) que influyen en la determinación de dichos objetivos por parte de las mujeres. Además es un estudio de tipo cualitativo y no muestra la importancia de cada uno de los capitales en la creación de la empresa. Estos autores consideran los capitales como factores estructurales y lo subdividen en tres tipos de recursos “internos, externos y relacionales”, que son respectivamente el capital humano, financiero y social como se lo considera en este trabajo. Este estudio trató de ver la relación entre los objetivos personales y los factores estructurales.

Con lo antes expuesto sobre los factores que se han estudiado en la creación de empresas por partes distintas; este estudio hace la combinación de las teorías de motivación, de marginación y las teorías de capitales del enfoque de medios de vida sostenibles. Así, este trabajo se enfoca en el conjunto de los elementos que favorecen la creación de microempresas rurales. Ya que se conocen todos estos elementos que determinan la creación de empresas por medio de la teoría y lo que falta es ver si en su conjunto todos los elementos impactan a todos los emprendedores. No hay estudios que tomen en cuenta estos elementos en un conjunto para ver cómo se crea empresas. Heirman y Clarysse (2004:247) encontraron varias maneras de crear negocios pero no usan estos capitales. Por ende, surge la posibilidad de hacer la pregunta siguiente: ¿Cómo influyen la motivación, el capital humano, el capital social y el capital financiero en la creación de las microempresas de las mujeres rurales?

3.1.2 Permanencia/supervivencia

Después de las transiciones, llega el momento soñado por los emprendedores nacientes: “la puesta en marcha del negocio” pero algunas de las microempresas tienen que enfrentar la quiebra. Como se ha mencionado anteriormente, el

mantenimiento o supervivencia de la empresa depende de la voluntad de la empresaria y varios estudios que abordan eso no han usado esa voluntad.

Uno de estos estudios es el de Lazzari *et al.*, (2007) donde estudian un conjunto de factores que permiten la supervivencia de las microempresas en el mercado, así como los que han permitido la mejora de ellas en el pasado. Por otra parte Esparza Aguilar *et al.*, (2011:112) determinan la longevidad de las microempresas usando el tamaño, la profesionalización de la gestión, la estructura de gestión, la estructura de capital y la innovación. Lo mismo ocurre con Hernández (2013) que determina la probabilidad de supervivencia de las microempresas usando el tamaño inicial para determinar después las probabilidades de que sigan funcionando en un cierto tiempo. Taymaz y Köksal (2006) estudiaron el tamaño al inicio de las pequeñas empresas con la supervivencia, partieron de la idea de que un tamaño mayor de inicio puede aumentar la probabilidad de supervivencia. Estos autores concluyen que el modelo que ellos usan para determinar la supervivencia de las microempresas sufre por no considerar como variable el capital humano, riqueza etc. (Taymaz y Köksal 2006:95). Peña Legazkue (2008:50) estudia el efecto de los factores internos y externos sobre la supervivencia sin incluir el elemento motivacional o de decisión propia de la empresaria para la existencia de su microempresa. Aguilar Barceló *et al.*, (2011:5) estudiaron el tiempo de vida de los micronegocios aunque plantearon la pregunta: “¿Estaría la vida probable de una microempresa relacionado con la voluntariedad del emprendimiento?”. Estos autores solo hacen la relación que existe entre motivos para iniciar y el tiempo de vida y miden la supervivencia por los años de existencia de los negocios considerando los años 1995, 2000 y 2005.

Así percibido por la motivación y la meta que tiene las personas se pretende incluirlo en este trabajo. Con todo eso se hace la pregunta siguiente basada en las teorías revisadas: ¿Cómo influye la motivación y los capitales social, humano, financiero en la permanencia de las microempresas de las mujeres rurales?

3.1.3 Impacto o efecto de las microempresas

No cabe duda de que la conducta de un negocio tiene consecuencias, en el caso de las microempresas, sirven mínimo para dar un ingreso a los dueños. Hay otros tipos

de consecuencias que no se refleja en monto de dinero, por ejemplo el logro de un objetivo aunque en ciertos casos se puede valorar éste. Así, las consecuencias de los negocios pueden ser vistas como éxito o no; pero este término en el estudio del fenómeno del emprendimiento deja entender otra cosa por su término opuesto “quiebre”. En la literatura se toman los mismos factores que han favorecido la creación y permanencia de la microempresa para determinar el éxito. Por ejemplo Honig (1998:377) estudia los tres capitales en la determinación del éxito de las microempresas, pero usa como elementos de capital social “el estatus matrimonial y ser miembro de una iglesia”. Sabiendo lo que es el capital social y cómo las personas pueden obtener más recursos de sus relaciones con otros, se trata de incluir más elementos (como participación en grupo, relación con clientes, etc.) para estudiar el éxito o no de las microempresas.

El hecho de iniciar y mantener una microempresa implica algo en la vida de las mujeres rurales. La existencia misma del negocio es una forma de éxito porque hay negocios que quebraron y que nunca pueden volver a funcionar otra vez. Los que quebraron y funcionan tienen un grado de éxito llamado supervivencia por muchos autores (Hazlina Ahmad *et al.*, 2011:210). Aparte de las maneras de medición del éxito anteriormente mencionadas, existen varios otros métodos que aún se resumen en los dos: éxito financiero y no financiero. Hazlina Ahmad *et al.*, (2011:210), proporcionan una lista amplia de estos elementos y dentro de ellos se seleccionan: “retención de clientes, satisfacción personal, crecimiento del negocio, aumento de beneficios”. La determinación del éxito se estudia tanto por las características del negocio como por las del dueño (Headd, 2003:54) y tanto por los elementos motivacionales como la cantidad de horas dedicada al negocio (Kozan *et al.*, 2012:409). Más allá de estos enfoques, hay quienes determinan el éxito con los recursos que posee el dueño y la gestión de estos (Hernández Girón *et al.*, 2007:82). Los recursos se pueden presentar en diferentes formas: social, financiero y humano, así caen dentro lo que Ng y Kee (2012:11) llaman factores tangibles e intangibles. Honig (1998:383) estudia el éxito en las microempresas en Jamaica usando el ingreso como el éxito y tomando los factores de capitales humano, social y financiero como determinantes de este éxito. Este autor no usa elementos motivacionales en su trabajo.

La manera de estudiar el éxito en las empresas, varía de un autor a otro desde la definición, la manera de medición y los factores que determinan este éxito. Con todo esto se podría hacer la pregunta siguiente con los elementos teóricos (medios de vida y motivación): ¿Influyen los capitales social, humano, financiero y la motivación en el éxito de las microempresas rurales? Para contestar estas preguntas de investigación se plantean los objetivos, lo que facilitará la obtención de información para dar una respuesta adecuada a estas preguntas.

3.2 OBJETIVOS

Determinar el proceso de creación y mantenimiento de microempresas por parte de las mujeres rurales y el resultado de estas acciones en el mejoramiento de su nivel de bienestar

Objetivos específicos

- Identificar la manera de crear las microempresas rurales usando los elementos de los medios de vida sostenible y motivación.
- Identificar la disponibilidad y el uso de los capitales social, humano y financiero por las mujeres rurales.
- Determinar la contribución de cada factor explicativo en el proceso de creación de empresas y su permanencia.
- Explicar los efectos de las microfinanzas en los micronegocios
- Hacer algunas recomendaciones para las instituciones interesadas en el desarrollo rural mediante el emprendimiento y a personas que aspiran a tener microempresas

3.3 HIPOTESIS

HIPÓTESIS GENERAL

La motivación, el capital humano, el capital financiero y el capital social influyen positivamente en el inicio, la permanencia y el crecimiento de las microempresas.

Hipótesis específicas

Para el inicio de las microempresas

H₁: El capital humano, el capital financiero, el capital social y la motivación influyeron en todos los microemprendedores de manera diferente.

Para la permanencia de las microempresas

H_{2a}: Las personas que tienen mayor cantidad de objetivos no dejarán sus negocios.

H_{2b}: Entre más horas que la gente dedica para atender a su negocio, menor será la probabilidad de dejar ese negocio.

H_{2c}: Se espera que los dueños que tuvieron una experiencia de trabajo no dejarán el negocio. Segundo, entre más edad tenga el dueño menor será la probabilidad de dejar el negocio. Finalmente, las personas con mayor nivel de educación dejaran sus negocios si encuentran un trabajo y si enfrentan problemas para manejarlo.

H_{2d}: Las personas que reciben más ayudas y con mayor frecuencia dejarán sus negocios con el objetivo de obtener otro ingreso.

H_{2e}: Los dueños que han obtenido un préstamo familiar o crédito no dejaran sus negocios, dado que la razón por la que lo buscaron es para hacer funcionar bien el negocio y hacerlo crecer.

Para los resultados/impactos de las microempresas

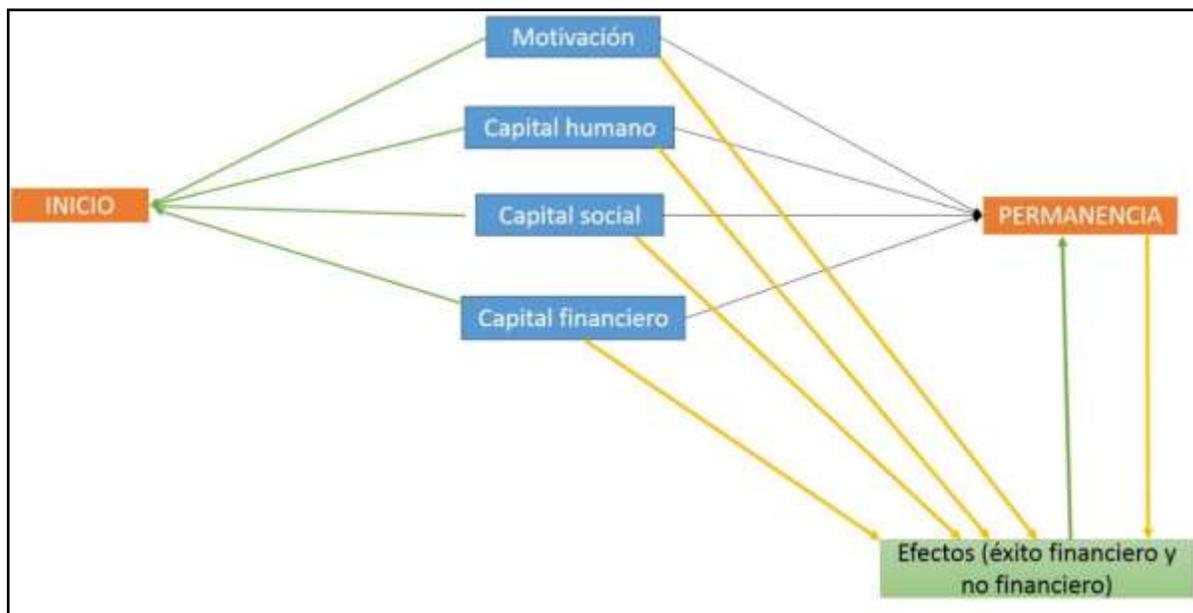
H_{3a}: El capital financiero determina los resultados de las microempresas

H_{3b}: La motivación determina los resultados de las microempresas

H_{3c}: El capital social determina los resultados de las microempresas

H_{3d}: El capital humano determina los resultados de las microempresas.

Grafica 2. Presentación de las hipótesis



Fuente: Elaboración propia

CAPITULO IV. MÉTODOS Y TÉCNICAS DE INVESTIGACIÓN

4.1 Introducción

Este estudio requiere un método mixto basado en técnicas cuantitativas y cualitativas a fin de analizar con más detalle el objeto de estudio para conocer su naturaleza y su comportamiento en diferentes periodos. Por una parte, se sigue el modelo de integración (Creswell, 2003:212) para quien la recopilación de los datos se hace a través de preguntas abiertas y cerradas. Por otra parte, el tratamiento de ciertas preguntas se hará mediante textos en el documento, además de algunas preguntas que se codifican para hacer análisis estadístico se tomarán las afirmaciones de los entrevistados para dar soporte a las técnicas estadísticas.

4.2 Revisión de literatura

Esta fase consiste en la consulta de documentos, investigaciones que se ha hecho en el tema de emprendedurismo general, del emprendedurismo de mujeres y de mujeres rurales. Se encuentran varios hallazgos de otros países como España y Argentina en este tema y especialmente Estados Unidos donde se estudia mucho los emprendedores nacies, aún quedan muchas interrogantes para desarrollar en investigaciones futuras. Esta parte del trabajo considera las teorías de los que iniciaron el estudio del emprendedurismo, las formas de entenderlo y las críticas que se les han hecho.

Por otra parte, en este estudio se usa el enfoque de medios de vida sostenibles (MVS) y de motivación para entender la creación de empresas de las mujeres campesinas en un contexto diferente en que se ha estudiado el emprendedurismo. Se usa la combinación de los MVS y la motivación como marco teórico que es un modelo parecido a la teoría de Bourdieu sobre las formas del capital que se usó para determinar la creación de empresas por Elam (op cit). Hay muchas razones para no usar el modelo de Bourdieu en el contexto de este estudio. Primero la definición del término capital cultural, segundo, en el marco de los MVS hay otros tipos de capitales como el natural y el físico que pueden influir en la creación de la microempresa; aunque no se aborda por su poca relevancia y porque han sido escasamente estudiados.

4.3 El muestreo

En la comunidad de Santa Bárbara Almoloya no existe ningún padrón de las microempresas, según lo que mencionó el Presidente de esta Junta Auxiliar. Se levantó un censo para determinar el número de las microempresas existentes y se encontró que en total hay 328, la información de INEGI muestra que solo existen 95 micronegocios en la comunidad. Varias microempresas se encuentran cerradas actualmente debido a la libertad que tienen los dueños de abrirlas y cerrarlas cuando quieran. Por tal motivo, con la ayuda de los miembros de la comunidad, se trató de obtener el número máximo posible de los micronegocios existentes y los que ya cerraron. Esta ayuda no se obtuvo para hacer todo el muestreo, por eso el padrón que se generó incluye a los micronegocios que ya cerraron y los que no.

4.4 La muestra

El tamaño de la muestra se calculó usando la varianza máxima debido a que no se sabe cuáles son los negocios cerrados (1-p es decir Q) y los que siguen funcionando (P) con P=0,5. La siguiente fórmula describe la manera de obtener el tamaño de muestra:

$$n = \frac{N Z_{\alpha/2}^2 PQ}{N d^2 + Z_{\alpha/2}^2 PQ} \quad (1)$$

Se aplicó esta fórmula porque se obtuvo una población finita, en donde:

- n= Tamaño de la muestra
- N= Población total de las microempresas
- $Z_{\alpha/2}^2$: Nivel de confianza
- d: Precisión o error aceptable
- p: Proporción de microempresa que siguen funcionando
- q: Proporción de microempresa que ya no funcionan

Cuadro 4. El tamaño de muestra y sus posibilidades

Confiability	N	0.05*	0.06*	0.07*	0.08*	0.09*	0.1*
85%	1.44	328	105.5	81.2	63.9	51.2	34.7
90%	1.65	328	125.4	98.6	78.7	63.8	43.9
95%	1.96	328	153.4	124.3	101.5	83.8	59.1
97.5%	2.24	328	175.4	145.5	121.2	101.6	73.2
99%	2.58	328	197.7	168.3	143.1	122.1	90.2

Fuente: Elaboración propia. *Error muestral deseado.

Como no se generó un padrón específico de los negocios cerrados, se usa la varianza con $P=50\%$ y $Q=50\%$, lo que permite obtener el número máximo de negocios que siguen operando. Primero se basa en un nivel de confianza del 95 % y un 9% de error permitido, con eso se obtiene un tamaño de muestra igual a 70. Pero se aplicaron 3 encuestas más por lo que la muestra final N fue de 73. Dicho valor correspondería a una confiabilidad de 97,5% y un error de 10% (Cuadro 4), pero a además de las 73 unidades entrevistadas, se realizaron 6 entrevistas abiertas a microempresas con características específicas:

1. Una señora cuya microempresa traspasó a su hermana.
2. Un micronegocio temporal que se dedica a la venta y confección de niños dioses de diciembre a enero.
3. Un micronegocio que vende calzado por catálogo.
4. Tres micronegocios de ladrillo (tabique).

Estas entrevistas no se trataron estadísticamente, se hicieron para explorar el funcionamiento de estas unidades económicas y obtener alguna información adicional sobre otros aspectos de actividades en la comunidad. Cabe mencionar que estos tipos de negocio no fueron considerados en el marco muestral.

4.5 La encuesta

Se entrevistó a los dueños encontrados para acopiar, sistematizar e interpretar la información. Los datos reflejan aspectos como demografía (edad, sexo), la economía (ahorros y gastos), la sociología (las relaciones sociales) y la psicología. Antes de aplicar el instrumento, se aplicó una prueba piloto en la comunidad de Santiago-Momoxpan, Cholula, Puebla, para ver cómo funcionaban las preguntas⁷ y hacer así los reajustes a la encuesta global. El tamaño de esta muestra piloto fue de 10 microempresas encabezadas por mujeres, lo que representa un 5 a 10% del tamaño de la muestra total, según la recomendación de Arriaza Balmón (2006:33).

La encuesta fue diseñada tomando el ejemplo de algunas encuestas como la ENAMIN del INEGI versión 2012 y la de Global Entrepreneurship Monitor (GEM). Más allá, de estas encuestas se modificó alguno de los elementos que se consideran

⁷ Las preguntas mal formuladas, las que son incomprensible, las que molestan o cansan a la encuestada

importantes para entender el fenómeno de la creación, mantenimiento e impacto de los micronegocios en el medio rural. Dichos elementos son por ejemplo las variables dicotómicas donde se pierde muchas informaciones si fueran categóricas. Además, la encuesta diseñada para este estudio toma en cuenta las teorías anteriormente mencionadas. Todo eso, da un aporte original a este trabajo.

4.6 Unidad de análisis

En muchos estudios sobre el emprendimiento, se ha presentado la dificultad de escoger la unidad de análisis, entre el emprendedor o dueño y la empresa. Para Davidsson cuando se trata de la creación como proceso, la unidad de análisis no es ni el emprendedor ni la empresa sino el proceso (Davidsson, 2005:37). En este estudio, se trata con gente que ya tiene sus micronegocios y la información requerida se trata de ver en la manera de iniciar y de seguir con el negocio y el resultado del negocio en la vida de los empresarios. Hay quienes toman las empresas como unidad de estudio y los dueños como entrevistados (Barba-Sánchez y Atienza-Sahuquillo, 2012:134) pero en este estudio, la unidad de análisis es el dueño porque un solo dueño puede tener varios micronegocios además tener otro negocio es signo de éxito del emprendedor individualmente o del incremento de su negocio anterior.

Cuadro 5. Operacionalización de hipótesis: Inicio de la microempresa

Hipótesis	Variables	Definición operacional	Dimensión	Indicadores
La motivación influyó en los emprendedores de manera diferentes	Motivación	Razón que determina que una persona inicie una acción (activación), se desplace hacia un objetivo (dirección) y persista en sus tentativas para alcanzarlo (mantenimiento).	Activación, extrínseca: lo que hace que la persona inicie una acción en este caso la microempresa.	<ul style="list-style-type: none"> • Desempleo • Necesidad de ganarse la vida • Insatisfacción en el empleo • Despido o recorte personal • Intención
La motivación influyó en los emprendedores de manera diferentes	Motivación	Razón que determina que una persona inicie una acción (activación), se desplace hacia un objetivo (dirección) y persista en sus tentativas para alcanzarlo (mantenimiento).	Dirección: Las metas que se fijan las personas para dar inicio a la microempresa	<ul style="list-style-type: none"> • Ser su propio jefe • Obtener ingresos • Desarrollarse como persona • Tener buena reputación
El capital humano influyó en los emprendedores de manera diferentes	Capital humano	Conocimientos, habilidades y experiencias que permiten iniciar una microempresa		<ul style="list-style-type: none"> • Habilidades emprendedoras* • Experiencia en negocio • Experiencia en empleo formal • Escolaridad
El capital social influyó en los emprendedores de manera diferentes	Capital social	Relaciones sociales que tiene la mujer con las personas que se traduce en ayuda mutua, confianza, cooperación o sociabilidad		<ul style="list-style-type: none"> • Ayuda familiar, amigos • Participación en grupos • Amigos, familiares empresarios
El capital financiero tiene una relación con el inicio de la microempresa	Capital financiero	Todo lo que se relaciona con la posesión de dinero y su proveniencia para crear la microempresa.		<ul style="list-style-type: none"> • Ahorro propio • Préstamo en especie • Préstamo monetario • Crédito

**Fuentes:* Las variables que describen las habilidades emprendedoras fueron tomadas de Karlan y Valdivia (2011: 512). Dentro de estas se destacan las prácticas de negocios y son preguntas básicas de: Tratar a clientes, usar beneficios, Donde vender, Uso de descuento, venta a crédito entre otros.

Continuación. Permanencia de las microempresas

Hipótesis	Variables	Definición (operacional)	Dimensiones	Indicadores
La motivación tiene una relación con la permanencia de la microempresas	Motivación	Es lo que determina que una persona inicie una acción (activación), se desplace hacia un objetivo (dirección) y persista en sus tentativas para alcanzarlo (mantenimiento).	Dirección: Meta que tienen la persona, por la cual sigue manteniéndola	<ul style="list-style-type: none"> • Ser su propio jefe • Obtener mayores ingresos • Desarrollarse como persona
La motivación tiene una relación con la permanencia de la microempresas	Motivación	Es lo que determina que una persona inicie una acción (activación), se desplace hacia un objetivo (dirección) y persista en sus tentativas para alcanzarlo (mantenimiento).	Mantenimiento: esfuerzo que se hace para mantener el negocio	<ul style="list-style-type: none"> • Tiempo dedicado al negocio • Capacitación y aplicación • Búsqueda de consejo
El capital humano tiene una relación con la permanencia de las microempresas	Capital humano	Conocimientos, habilidades y experiencias que permiten administrar una microempresa		<ul style="list-style-type: none"> • Capacidades financieras • Habilidad en ventas (dónde y cuándo) • Cantidad de años de experiencia • Trabajo previo en una empresa
El capital social está relacionado con la permanencia de	Capital social	Relación que desarrolla la empresaria con sus prójimos inmediatos que son ayudas, opiniones, asuntos financieros,		<ul style="list-style-type: none"> Ayuda Familiar Ayuda externa Amigos o familiares empresarios

las microempresas		participación en grupo solidario u otra forma de organización con el fin de obtener algo para la microempresa.		
El capital financiero tiene una relación con la permanencia de las microempresas	Capital financiero	Este capital es todo asunto relacionado con las fuentes, gestión y uso de dinero.		Egresos Ingreso de la empresa Prestamos aprobados Manejo de recursos Ahorros Deudas

Para la permanencia, las hipótesis se plantean describiendo una relación entre la variable dependiente y las variables independientes

Continuación. Los resultados de las microempresas

El capital financiero determina los resultados de las microempresas	Capital financiero	Este capital es todo asunto relacionado con las fuentes, gestión y uso de dinero.		Crédito
La motivación determina los resultados de las microempresas	Motivación	Es lo que determina que una persona inicie una acción (activación), se desplace hacia un objetivo (dirección) y persista en sus tentativas para alcanzarlo (mantenimiento).	Dirección: Meta que tienen la persona, por la cual sigue manteniéndola Mantenimiento: Esfuerzo que se hace para mantener el negocio	Metas Horas dedicadas al negocio Abandono por ingreso
El capital social determina los resultados de las microempresas	Capital social	Relación que desarrolla la empresaria con sus prójimos inmediatos que son ayudas, opiniones, asuntos financieros, participación en grupo solidario u otra forma		Cantidad de ayuda Frecuencia de recepción de las ayudas

		de organización		
El capital humano determina los resultados de las microempresas.	Capital humano	Conocimientos, habilidades y experiencias que permiten administrar una microempresa		Edad Escolaridad Experiencia de trabajo

Continuación. Variables dependientes del estudio

VARIABLES	OBJETIVO	DEFINICIONES	INDICADORES
INICIO	Identificar la manera de crear las microempresas rurales usando los elementos de los medios de vida sostenible y la motivación.	Pasos o acciones que se dan para crear un negocio así como los primeros momentos de la operación.	Quien creó el negocio Origen de la idea Intención emprendedora
PERMANENCIA	Determinar el proceso de mantenimiento de las microempresas	Probabilidad de seguir con el negocio en un futuro	Años de existencia Paro de actividades Abandono voluntario Intención de abandonar el negocio
RESULTADO o impacto	Determinar los resultados de las microempresas en el mejoramiento del nivel de bienestar	Son los sucesos positivos o negativos que tiene la gente al iniciar el emprendimiento. Estos resultados pueden ser financieros y no financieros. El resultado se relaciona con la evolución, el tamaño, la satisfacción y el volumen de venta como los beneficios asociados.	<ul style="list-style-type: none"> • Satisfacción personal con el negocio • Aumento de habilidades empresariales • Capacidades para retener clientes • Capacidad para atender a muchos clientes y demandas • Aumento de capital • Aumento de la clientela • Aumento de actividad del negocio

4.6 Análisis de datos y técnicas para probar las hipótesis

Análisis descriptivo

a) Media y Desviación estándar

Estas operaciones se realizan para casi todos los datos, permite ver la variación de los datos obtenidos. En caso que no haya variación, no se considera como una variable sino constante.

b) Frecuencia

Para las respuestas que son categorías, de identificación (como carácter del negocio, lo que se vende) se toma las frecuencias con la finalidad de ver la cantidad que se tiene de cada una de las categorías. Algunas frecuencias son presentadas mediante graficas de barra. Esta información fue tratada con el paquete Microsoft Excel.

c) Dependencia (Chi-cuadrada)

Mediante la tabla de contingencia, se verifica algunos tipos de relación para ver la dependencia que existe entre las variables, determinando así el nivel de significancia con la prueba de Chi cuadrada y su nivel de significancia.

d) Validez y confiabilidad de las escalas

Hay varias maneras de medir una variable, por un lado, se tienen las que son observables (edad, sexo) y las subjetivas (percepción, actitud) y, por el otro lado, las variables no observables como los constructos que salen de alguna teoría (Silva Zamora y Schiattino Lemus, 2008:108). Los constructos suelen considerarse como variables latentes (Borsboom *et al.*, 2003:203) y de uno se pueden obtener varios indicadores o aspectos medibles. Los constructos se dan más en la investigación psicológica y la manera de medirlos generalmente es a través de una escala Likert.

Según García Sánchez *et al.*, (2011:8), toda escala de medición debe ser sometida a procedimientos que indiquen sus grados de confiabilidad y validez. La confiabilidad es la posibilidad de repetir el instrumento de medición al mismo individuo u objeto y producir resultados iguales y la validez es el grado en que este instrumento mide realmente la variable que se pretende medir (Hernández Sampieri *et al.*,

2014:200). Para cumplir con ello, el coeficiente alpha de Cronbach es el instrumento adecuado para la fiabilidad y validez de datos categóricos ordenados (Elosua Oriden y Zumbo, 2008, Cabañero Martínez *et al.*, 2004).

4.6.1 Técnica para probar la hipótesis sobre la creación del negocio

La manera de probar la hipótesis para la creación de las microempresas es formando grupos con las variables más estudiadas en la creación de negocios. Bajo el supuesto de que no todos los micronegocios empezaron de la misma manera se quiso ver diferentes maneras de iniciar estos.

El análisis clúster es una técnica que permite probar esta hipótesis. Se le utiliza fundamentalmente como una técnica exploratoria, descriptiva pero no explicativa es decir que no permite hacer inferencias debido a que se basa únicamente en criterios geométricos. Este análisis se puede dividir en dos tipos de agrupamiento: “jerárquico y no jerárquico o K-means”. En el procedimiento jerárquico no se sabe la cantidad de grupo que crea con anterioridad. Algunos investigadores ocupan este algoritmo para ver el número máximo de grupos que se pueden crear usando el dendograma y luego pasar al procedimiento no jerárquico (Ansoms y McKay, 2010:587; Berrone *et al.*, 2014:487). Este último tipo sirve para clasificar individuos no variables y es un requisito conocer el número de grupos con anterioridad. En el dendograma, la decisión sobre el número de clúster depende del juicio del investigador y además se enfrenta a la dinámica siguiente: “si se seleccionan pocos, los clústeres resultantes son heterogéneos y artificiales, mientras que si se seleccionan demasiados, la interpretación de los mismos suele resultar complicada”. Un elemento que permite ver la cantidad de grupo a crear es el punto de corte, algunos paquetes estadísticos dan la posibilidad de verlo, en este estudio se usa JMP.

Después de agrupar los individuos existen técnicas estadísticas tanto paramétricas, como no paramétricas que permiten ver si difiere dos grupos o más entre sí. Dentro de las técnicas no paramétricas se encuentra la de Kolmogorov-Smirnov para una muestra y también permite ver el tipo de distribución que tiene una variable, la de Mann-Whitney para dos grupos y la de Kruskal-Wallis para más de dos grupos. Para las técnicas paramétricas existen las pruebas de t (para una muestra, para muestras

independientes y relacionadas) y el ANOVA. Estas últimas técnicas tienen sus supuestos y generalmente la normalidad de los datos es el mínimo para poder aplicar dichas pruebas. Las técnicas no paramétricas no tienen ningún supuesto.

4.6.2 Técnica para probar las hipótesis sobre la permanencia de las microempresas

En este apartado se aplica un análisis de regresión, previamente a esto se hicieron las correlaciones para ver cuáles son las variables independientes que tienen una correlación significativa con la variable dependiente. Primero, se planteó un modelo que se basa en el enfoque de los medios de vida sostenible y la motivación lo cual determinara la posibilidad de seguir con el negocio (permanencia según Hernández Girón, op. cit). Este modelo se resume en la ecuación siguiente:

$$Permanencia = F(motivacion, medios de vida) \quad (2)$$

Las microempresas seguirán existiendo en el mercado según la motivación del dueño y los activos con la que cuenta. Segundo, se usan factores de control para poder hallar factores que determinan la permanencia. En el modelo se usaron 7 variables dado que el tamaño de muestra que se tiene es de 73 y las múltiples variables explicativas que no se puede usar en un solo modelo. Como se ha mencionado anteriormente, para determinar la permanencia se usó la percepción de los dueños sobre la probabilidad de dejar el negocio. El tipo de cierre que interesa en este trabajo es el voluntario (Justo, 2008:85); es decir, que depende de la voluntad del dueño y este cierre no solo es por cuestiones de desempeño del negocio ni del tiempo sino también por la mera voluntad, motivación y recursos del dueño.

La variable para medir la permanencia es dicotómica, la gente fue invitada a contestar si dejaría su negocio por un trabajo u otro ingreso. Se usa una regresión logística binaria, lo que da la formula siguiente:

$$P [Y_{ij} = 1 / (x_1; x_2; \dots; x_k)] = \frac{e^{(\beta_0 + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \dots + \beta_n X_n)}}{1 + e^{(\beta_0 + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \dots + \beta_n X_n)}} \quad (3)$$

Mediante esta ecuación se determina la probabilidad de que el dueño *i* deje su negocio conociendo las ayudas que recibe, su motivación, sus habilidades, su dinero manejado. Más allá del modelo planteado en la teoría, hay otros elementos que ayudan

a determinar la permanencia como las características de los negocios (crecimiento o éxito), las características del dueño entre otros. Dentro estas variables, se puede mencionar el tiempo de existencia del negocio, el sexo (van Praag, 2003:12; Headd, 2003:54). En este caso, se usaron algunas variables del crecimiento, bajo el supuesto de que si el dueño no siente el crecimiento en su negocio, le puede llegar la intención de dejarlo o dejarlo si encuentra un trabajo. Las variables que estiman el crecimiento son 7. No se puede trabajar con todos por eso se procede a la reducción de estas variables mediante el análisis de componentes principales (ACP). Para ello, se usaron los puntajes que da este análisis a través del método de Bartlett en SPSS. Todos estos elementos se analizan mediante un análisis de correlación, dado que el modelo presenta saturación en término de cantidad de las variables que se deben de usar.

4.6.3 Técnica para probar la hipótesis sobre el resultado o éxito en las microempresas

Se usaron análisis correlacionales para probar la hipótesis de que los factores de capital social, humano y financiero influyen en el éxito de las microempresas. Se usaron varios tipos de análisis de correlación, primero la correlación canónica y la correlación bivariada para analizar con la mejor manera posible el impacto de los negocios en la vida de las mujeres. Se tiene 7 tipos de variables que miden el éxito en una escala de Likert y son tomadas de algunas investigaciones ya hechas y que solo difieren en la manera de medición. Como se ha mencionado anteriormente, estos negocios no tienen registro, es difícil que el dueño recuerde bien los datos de sus transacciones por eso se usó este tipo de escala.

Para la hipótesis global se usa el análisis de correlación canónica ya que esta prueba sobrepasa la MANOVA: análisis multivariado de la varianza (Raykov y Marcoulides, 2008:367), y este último permite estudiar el efecto de varias variables independientes sobre varias dependientes. El ACC sobrepasa al MANOVA porque permite utilizar variables categóricas y métricas como predictores (Badii *et al.*, 2007:406). Para Tussel (2012:56) usar el primer coeficiente de la correlación canónica es el método adecuado cuando se trata de variables que no se miden directamente.

La correlación canónica típica que se conoce generalmente es una combinación lineal de dos grupos de variables, consiste en la construcción de pares de sucesivos de variables que son combinación lineal de las originales de modo que cada par represente la mejor explicación de cada conjunto. El objetivo de este análisis es analizar relaciones existentes entre dos o más conjuntos de variables en vez de relaciones entre las propias variables. Una de las ventajas de este análisis es que las variables pueden ser medidas en cualquier nivel (nominal, ordinal, escala). Hay tres tipos de análisis canónico según Kuylen y Verhallen (1981:217):

- 1- Análisis de correlación canónica
- 2- Análisis de regresión canónica
- 3- Análisis de redundancia
- 4- Correlación canónica parcial y bipolar

En este estudio se usó el análisis de redundancia porque tiene ventajas sobre el coeficiente canónico como al momento de interpretar los pesos y explica mucho mayor la varianza (Kuylen y Verhallen, 1981:231). Además la redundancia es parte del análisis de regresión canónica y presenta las comunalidades de los dos conjuntos de variables lo que el ACC no hace, por ende es difícil de interpretar este último (Van den Wollenberg, 1977:2008). La ecuación que se desprende de este análisis es:

$$X_1 + X_2 + X_3 + \dots + X_7 = Y_1 + Y_2 + Y_3 + \dots + Y_7 \quad (5)$$

Las Y representan las variables del crecimiento y las X las variables de los medios de vida sostenibles y la motivación. Se interesa en la relación de dos conjuntos de variables y se procesa por la recomendación de Hotelling (1936:327) donde se deben construir dos variables canónicas, las cuales representaran una combinación lineal de las variables originales, es decir las Y's y X's. Las ecuaciones para la obtención de estas son:

$$U = \alpha'Y \quad (6)$$

$$V = \beta'X \quad (7)$$

Una vez que se obtiene las variables U y V, se determina la relación que existe en las dos. Otro elemento a considerar es la reducción de las variables dependientes,

ya que son 7 y se tendría otro tipo de ecuación para la explicación del fenómeno. Por ende, se procesa respecto a la manera de reducción que arroja el análisis de componentes principales.

CAPITULO V: ZONA DE ESTUDIO

5.1 El Estado de Puebla

Puebla es una de las 32 entidades federativas de México, se localiza en el centro oriente del país con la latitud 20° 50' y 17° 52' N y la longitud 96° 43' y 99° 4' O (INEGI, 2010). Colinda al este con el estado de Veracruz, al poniente con los estados de Hidalgo, México, Tlaxcala y Morelos y al sur con los estados de Oaxaca y Guerrero. El estado tiene una superficie de 34 251 km² con una población de 5 779 829 habitantes. Esta población se divide en 2 769 855 hombres y 3 009 974 mujeres (Gobierno del Estado)⁸.

El Estado cuenta con 217 municipios. Según la Secretaria de Desarrollo rural, el Estado tiene 8 Distritos de Desarrollo Rural (DDR): Huauchinango (20), Teziutlán (31), Tecamachalco (32), Cholula (34), Libres (24), Zacatlán (12), Matamoros (46) y Tehuacán (18)⁹. La comunidad de interés de este estudio se ubica dentro del distrito de Cholula.

5.2 El municipio de San Pedro Cholula

San Pedro Cholula es uno de los 217 municipios del Estado de Puebla. El nombre Cholula proviene de las raíces náhuatl: "chololoa", lo que significa "despeñarse el agua" (INAFED). El municipio cuenta con un total de 120 459 habitantes, de los cuales 57 578 son hombres y 62 881 son mujeres (INEGI, 2010)¹⁰. Según el SNIM (Sistema Nacional de Información Municipal) la superficie del municipio es de 77 km² y representa el 0,22% del Estado.

El gobierno del municipio de San Pedro Cholula le corresponde al Ayuntamiento que tiene su sede en la cabecera municipal, **Cholula de Rivadavia**. Para su administración interior y además de la cabecera, el municipio cuenta con 13 juntas auxiliares (ver cuadro 6), cada junta está integrada por un presidente auxiliar municipal y cuatro miembros propietarios y sus respectivos suplentes; las funciones de esta

⁸ <http://www.puebla.gob.mx/index.php/acerca-de-puebla/estadisticas-del-estado>, acceso 17 de febrero de 2015.

⁹ Los números entre paréntesis son las cantidades de municipios por cada DDR

¹⁰ Instituto Nacional de Estadística y Geografía (2010). «Principales resultados por localidad 2010 (ITER)».

autoridad auxiliar de la administración municipal están sujetos al Ayuntamiento. Los presidentes auxiliares son electos popularmente por los habitantes de la comunidad, por un periodo de tres años. Sus coordenadas geográficas son: los paralelos 19°01'30" y 19°06'42" de latitud norte y los meridianos 98°15'06" y 98°24'00" de longitud occidental. El municipio se localiza en la parte del centro-este, del estado de Puebla, colinda al norte con los municipios de Huejotzingo, Juan C. Bonilla y Cuautlancingo; al este con los municipios de Cuautlancingo, Puebla y San Andrés Cholula; al sur con los municipios de San Andrés Cholula y San Jerónimo Tecuanipan; al oeste con los municipios de San Jerónimo Tecuanipan, Calpan y Huejotzingo.

Cuadro 6. Descripción de las localidades del municipio San Pedro Cholula

Localidad	Principal actividad económica	Población	Distancia*
San Juan Tlautla	Elaboración de ladrillo y cultivo	3,345	4
San Sebastián Tepalcaltepec	Elaboración de ladrillo y cultivo	1,787	3
Rafael Avila Camacho	Comercio e industria	3,951	3
Santiago Momoxpan	Comercio e industria	13,197	4
San Francisco Cuapa	Elaboración de ladrillo, cultivo y pirotecnia	4,026	7
San Diego Cuachayotla	Elaboración de ladrillo y cultivo	5,068	1
San Matías Cocoyotla	Elaboración de ladrillo	7,110	0,5
Zacapechpan	Floricultura y cultivo de semillas	4,928	1,5
San Agustín Calvario	Floricultura y cultivo de semillas	2,634	1
San Cristóbal Tepontla	Elaboración de ladrillo y pirotecnia	118	1
Santa María Acuexcomac	Cultivo de productos de temporal y riego	3,773	6
Santa Bárbara Almoloya	Cultivo de temporal y semillas	3,323	4
San Cosme Tezintla	Elaboración de ladrillo	1,500	2

Fuentes: Elaboración propia con datos proporcionados por Instituto Nacional para el Federalismo y el Desarrollo Municipal (INAFED). *La distancia de la cabecera a la junta auxiliar en Km.

Hidrología y Clima

El municipio se ubica en la parte occidental de la cuenca alta del Río Atoyac, una de las cuencas más importantes del estado, que tiene su nacimiento en la vertiente oriental de la sierra Nevada. Los principales ríos del municipio son: el río Ametlapanapa y el río Rabanillo, el río Actiopa y el río Prieto, aparte de eso cuenta con algunos

manantiales. El municipio se ubica dentro de la zona de climas templados del Valle de Puebla; presenta un solo clima: Clima templado subhúmedo con lluvias en verano

Actividades económicas

La mayor parte de su territorio está dedicado a la agricultura; representa grandes zonas de riego, forma parte de una gran zona de regadío que circunda Cholula, y es la segunda en importancia del valle de Puebla. Actualmente Cholula ha dejado de ser zona agrícola rural. Su paisaje está siendo modificado por el establecimiento de pequeñas industrias y asentamientos humanos en villas y pequeñas colonias. El resto del territorio está constituido por zonas agrícolas temporales de cultivos anuales y permanentes, así como pequeñas zonas de pastizal inducido y bosques de pino-encino en el cerro Tecajetes.

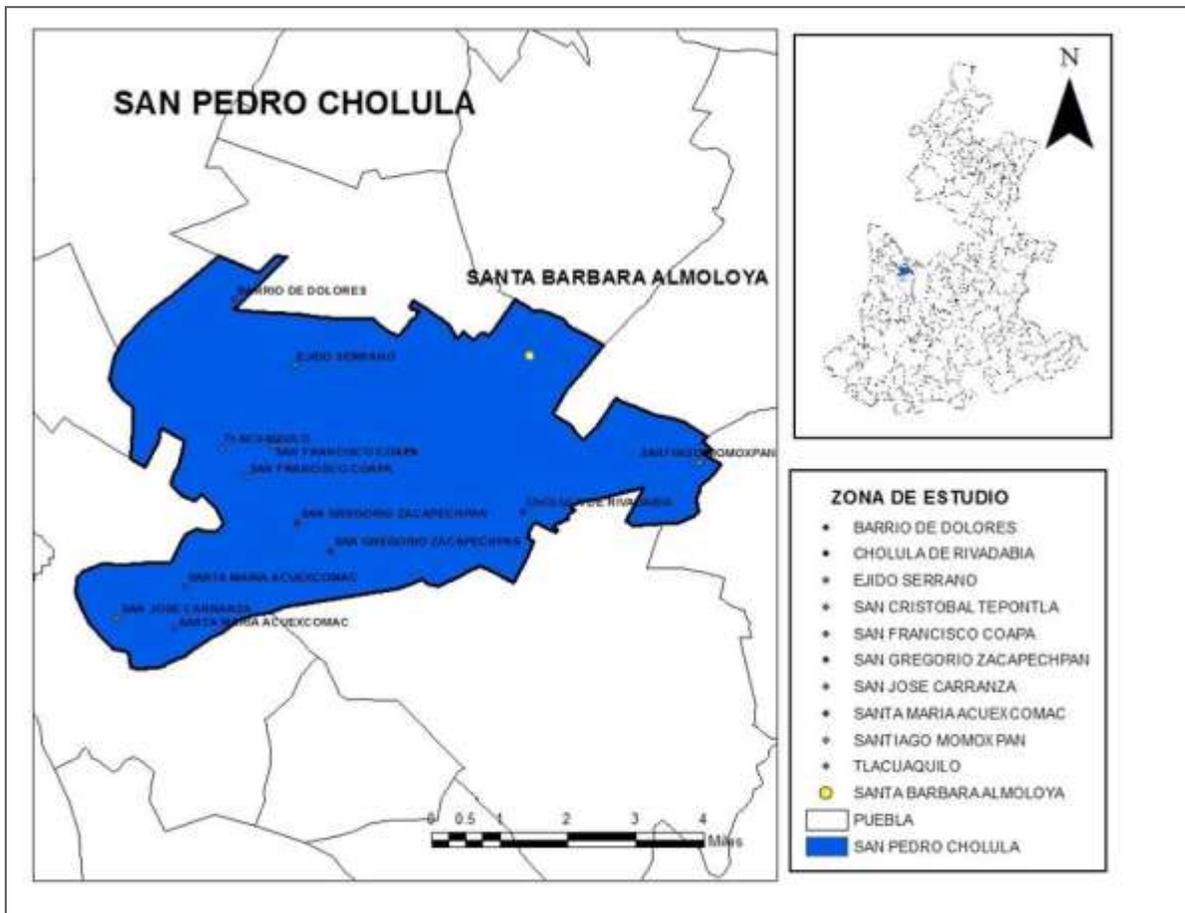
Según Ramírez Torres (2011:11) este municipio tiene como actividad principal la agricultura y ganadería, que sirve de sustento para la familia de los productores que viven dentro del campo al producir una parte de sus bienes de consumo alimentario. Se cultivan granos como maíz y el frijol, hortalizas como cebolla, cilantro, coliflor, col, lechuga, y de frutales se encuentra pera, ciruela, chabacano, durazno, manzana y capulín. Aparte se da flores y forrajes en el municipio.

Otro tipo de actividades que se llevan a cabo dentro del municipio son: la agroalimentaria y artesanal. Entre la agroalimentaria se encuentran las industrias que realizan el procesamiento de alimentos, como la elaboración de sidra, y derivados de la leche. Entre la producción artesanal, se elabora ladrillo, teja, block y productos derivados de la arcilla. El Anuario Estadístico del estado de Puebla (2006) indica que el 98.7% de los derivados del procesamiento de animales corresponde a bovinos, y el 1.2% al resto de los animales. En el municipio se encuentran los servicios de cafetería, restaurantes, fondas, bares centros nocturnos, balnearios, también existen talleres de reparación de bicicletas, automóviles, camiones, aparatos eléctricos, servicios de asistencia profesional e instituciones financieras.

5.3 La comunidad Santa Bárbara Almoloya

Desafortunadamente no hay datos en el INEGI ni en las instituciones del gobierno que proveen información de la comunidad, esta descripción se basa en información que se obtuvo mediante observación, recorridos, entrevistas abiertas con el presidente de la junta y algunos habitantes. La comunidad de Santa Bárbara Almoloya pertenece al municipio de San Pedro Cholula. Sus coordenadas geográficas son latitud: 18.8875 y longitud: -98.2826. Santa Bárbara sirve de frontera con otros tres municipios: Cuautlancingo (por medio de Nuevo León), Coronango (directo) y Juan C. Bonilla (por San Gabriel Ometoxtla). Según los datos tomados en la presidencia de la junta auxiliar en Santa Bárbara en el año 2010 había 3600 habitantes, hoy-día cuenta con 4200. Estos números sobrepasan el número 2500 que INEGI usa para considerar una localidad como rural (Zamudio Sánchez *et al.*, 2008:184).

Grafica 3. Ubicación de Santa Bárbara Almoloya



Fuentes: Elaboración propia con Arcgis

Mientras en término de cantidad de población, la comunidad no corresponde a una localidad rural, en el sector de actividad si, Santa Bárbara cae dentro de estos tipos de comunidades. Dentro de las actividades que se encuentra en la comunidad se encuentran actividades agrícolas así como no agrícolas. Igual que las otras juntas auxiliares del municipio de San Pedro Cholula, hay mucha elaboración de ladrillo, lo cual es un medio de vida para algunos habitantes; según el presidente de la comunidad, había 40 hornos de ladrillos pero hoy existen solamente 10 hornos para hacer el ladrillo. Esta actividad está en vía de desaparecer por la manera de procesarlo porque según el dueño de una ladrillera: los campesinos ya no pueden trabajar con el petróleo porque subió su costo. Hay varias escuelas en Santa Bárbara y el nivel más alto que se encuentra es el bachiller. En la parte hidrológica, existen dos ríos una de agua residual que los habitantes ocupan para regar sus parcelas.

En Santa Bárbara Almoloya se da mucho la actividad de micronegocios. Comparándolo con San Gabriel Ometochtla, se ve que hay más negocios en Santa Bárbara que en San Gabriel, tal situación es más común en los tianguis. En el parque donde se ubica la iglesia y la presidencia de la comunidad, se dan el mercado y el tianguis en los jueves y domingos.

Los apoyos del gobierno llegan a la comunidad; se ha encontrado unos negocios que empezaron con el programa de autoempleo de STPS, muchas de las familias tienen los programas de PROSPERA. Otra entidad del gobierno que opera en la comunidad es LICONSA que vende productos derivados de la leche a los habitantes.

CAPÍTULO VI: PRESENTACIÓN DE RESULTADOS Y DISCUSIÓN

6.1 Introducción

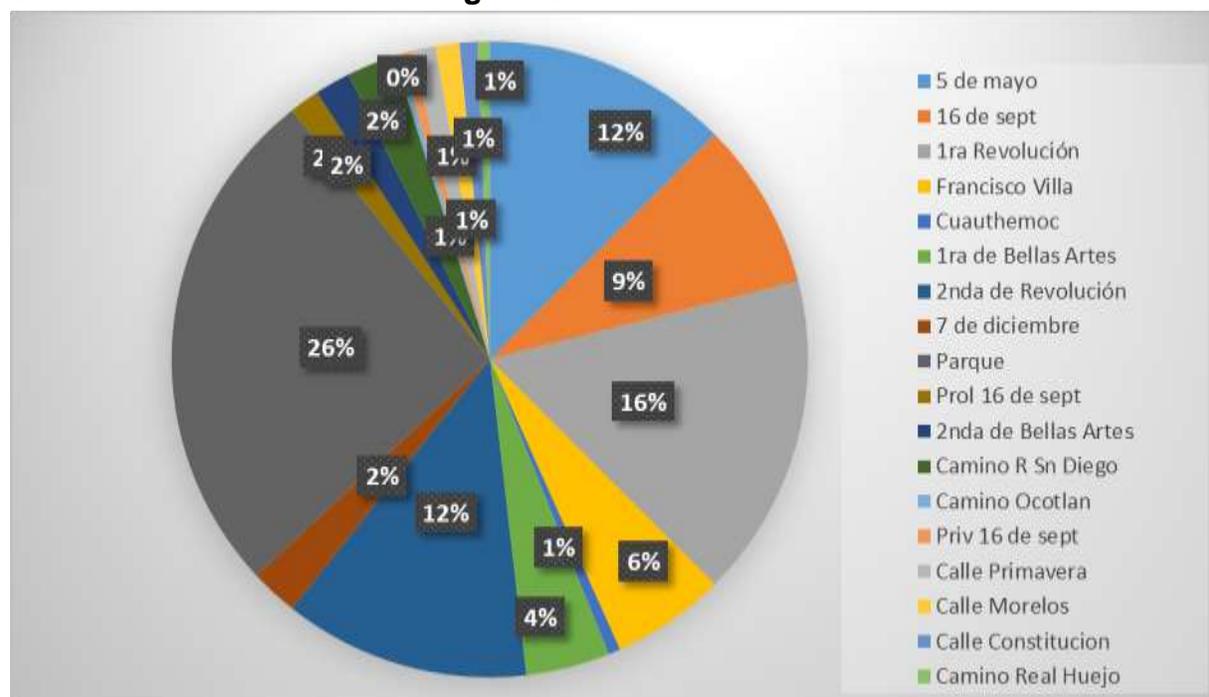
En este capítulo se muestran los resultados estadísticos de los datos derivados de la información obtenida referente a los indicadores de las variables que se estudiaron en la presente investigación.

Primeramente se hizo un análisis descriptivo de cada dueño y de los datos de cada micronegocio para exponer sus características. En el trabajo de campo se tomó la decisión de aplicar el cuestionario a hombres que encabezan las microempresas. Hay varias microempresas que son familiares, las atienden el esposo y la esposa y al restringir la investigación solamente a microempresas de mujeres se perdería un hallazgo importante que se describirá más adelante. La elección de los hombres se remonta al tipo de muestreo que se hizo, no se han podido identificar negocios que sean encabezados por hombres o por mujeres, por el hecho de que el conyugue ayuda a atender el negocio y a veces algunos negocios tienen empleados. Después de los análisis descriptivos de los resultados, se empieza la valoración de los resultados a través de métodos estadísticos para probar las hipótesis planteadas.

6.2 Procesamiento de datos

Para el procesamiento de datos se tomó como base las 73 microempresas que fueron seleccionadas en la muestra aleatoria. Se usan varios paquetes estadísticos como SPSS 19 y SAS 9.0 por la diferencia que presentan cada uno de ellos en el análisis de datos, además se usó Microsoft Excel 2013 para los análisis específicos como el tratamiento de preguntas y respuestas múltiples y algunos gráficos. El software JMP que es complemento de SAS fue también usado para algunos análisis específicos (análisis de conglomerados). Para el modelo de regresión logística se usó el paquete STATA 10.1 porque da la posibilidad de hacer algunas pruebas que no se pueden procesar en los demás programas, por ejemplo la prueba para detectar endogeneidad, obtener cambios marginales, razón de momios, entre otros. El software InfoStat fue usado para hacer la comparación de las medianas porque permite ver la separación de grupos en la prueba no paramétrica, lo que corresponde a las pruebas de Duncan, Tukey o Scheffe, las más usadas en el ANOVA.

Grafica 4. Ubicación de los negocios en la comunidad



Fuentes: Elaboración propia

La grafica 3 muestra donde se ubican los 328 negocios que se obtuvieron en la muestra en enero 2015. La mayoría de estos negocios se encuentran en el parque de la comunidad (26%), ya que ahí es un lugar que recibe vendedores de varias partes. Los jueves y domingo hay tianguis en el parque; los demás días se encuentran personas que venden ya sea en el día o en la noche. En Santa Bárbara Almoloya se encuentra una dinámica muy fuerte de micronegocios, muchos llegan por un momento y dejan de vender si no les va muy bien. El tianguis de los domingos cuenta con mucha gente que viene de otras comunidades y de los otros pueblos cercanos se ve una diferencia enorme con Santa Bárbara en relación a vendedores en el mercado.

6.3 Principales características de los dueños de las microempresas

La encuesta se aplicó a 32 hombres y 41 mujeres. Las características personales de los dueños se reflejan en el estado civil, el grado de conocimiento (escolaridad), el estado civil y la edad. Para las variables Edad y Escolaridad se usa el método de cuartiles para crear grupos con lo que dan las medidas de dispersión de estos datos. La edad se expresa en los años cumplidos en el momento de la encuesta y la escolaridad en años de educación formal

Cuadro 7. Estadística descriptiva de las variables edad y escolaridad

	N	Mínimo	Máximo	Media	Desv. típ.
Edad	73	24	77	45.07	12.583
Escolaridad	72	0	17	9.26	4.380

Fuentes: Elaboración propia con los datos de la encuesta

El cuadro siete muestra que hay jóvenes y adultos mayores que encabezan las microempresas en la comunidad de Santa Bárbara Almoloya y algunos de estos dueños tienen un nivel de educación elevado. El resultado de procedimiento de cuartiles da la posibilidad de crear 4 grupos así mismo conviene para la variable Escolaridad donde se procesaría por niveles, por ejemplo primaria hasta 6 años que es el Q1.

Cuadro 8. Presentación de los cuartiles de edad y escolaridad

Cuartil		Estimador	
		Edad	Escolaridad
100%	Q4	77	17
99%		77	17
95%		66	16
90%		60	15
75%	Q3	53	12
50%	Q2	43.5	9
25%	Q1	35.5	6
10%		28	3
5%		26	0
1%		24	0
0%	Mín.	24	0

Fuentes: Elaboración propia

El cuadro ocho representa la base para formar los grupos, toda forma de crear grupos se debe basar en un procedimiento o algoritmo que pueda servir de sustento. En el cuadro siguiente, se explica cómo se forma los grupos con sus valores correspondientes.

Cuadro 9. Grupos formados por los cuartiles para escolaridad y edad

Grupos	Escolaridad (años de estudio)	Edad (años cumplidos)
1	De 0 a 6	De 24 a 35
2	De 6 a 9	De 36 a 43
3	De 9 a 12	De 44 a 52
4	De 12 a 17	De 53 a 77

Fuente: Elaboración propia

Una vez que se forman los grupos se procede al análisis según el sexo de los dueños. La edad de 52% de los entrevistados se encuentra entre los cuartiles 2 y 3, es decir de 37 años a 53. En cuanto a la escolaridad 62.5% de los entrevistados se ubican en los cuartiles 1 y 2 lo que significa que tienen hasta la secundaria. Esto significaría que tienen un nivel de capital humano bajo cuando se define este último por el nivel de estudios. De eso, 39% de las mujeres tienen solamente la primaria contra un 17,1% que tienen una educación superior. El siguiente cuadro muestra la repartición de los datos.

Cuadro 10. Tabla cruzada: Género por grupo edad y escolaridad

Sexo	Hombres		Mujeres	
	Escolaridad	Edad	Escolaridad	Edad
1	6	8	16	10
2	13	9	10	10
3	4	5	8	14
4	8	10	7	7

Fuentes: Elaboración propia

Este cuadro se interpreta de la siguiente manera, conforme al grupo 1, hay 8 hombres de 24 a 35 años, otros 6 hombres que tienen un nivel de escolaridad de la primaria nada más; mientras en el caso de las mujeres 16 tienen solamente la primaria y 10 tienen entre 24 y 35 años. El nivel de escolaridad y la edad son elementos que determinan el capital humano bajo la idea de que más años de escolaridad corresponde a mayor nivel de capital humano. Pero no solamente se aprende en la escuela, el mismo vivir da experiencia, talentos, habilidades a los individuos. El estado civil y el hecho de tener hijos son elementos importantes para estudiar el capital social,

en esta parte se describe la situación por sexo y posteriormente se analizará la importancia de cada uno de ellos en apoyar a las microempresas.

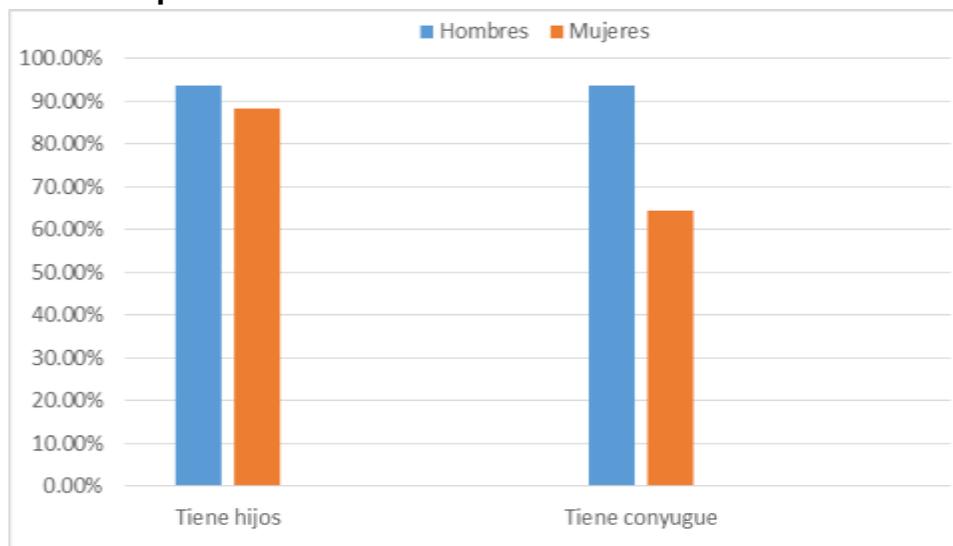
Cuadro 11. Frecuencia, sexo y estado civil de los microempresarios

Sexo		Estado civil				
		Casado	Soltero	Viudo	Unión Libre	Divorciado
	Hombre	27	2	0	3	0
	Mujer	22	8	4	4	3
Total		49	10	4	7	3

Fuente: Elaboración propia

Como lo indica el cuadro no hay ningún hombre divorciado mientras que hay tres mujeres divorciadas. Con el motivo de formar dos grupos que puedan indicar la presencia del conyugue o no, se eliminan algunos grupos civil para quedarse con dos grupos (con pareja o no). La siguiente grafica muestra esta reducción y a esta misma se le agrega la variable de la posesión de hijos, ya que tanto el conyugue como los hijos pueden ambos ayudar al dueño de la microempresa.

Gráfica 5. Frecuencia de hijos y conyugue por sexo de los microempresarios

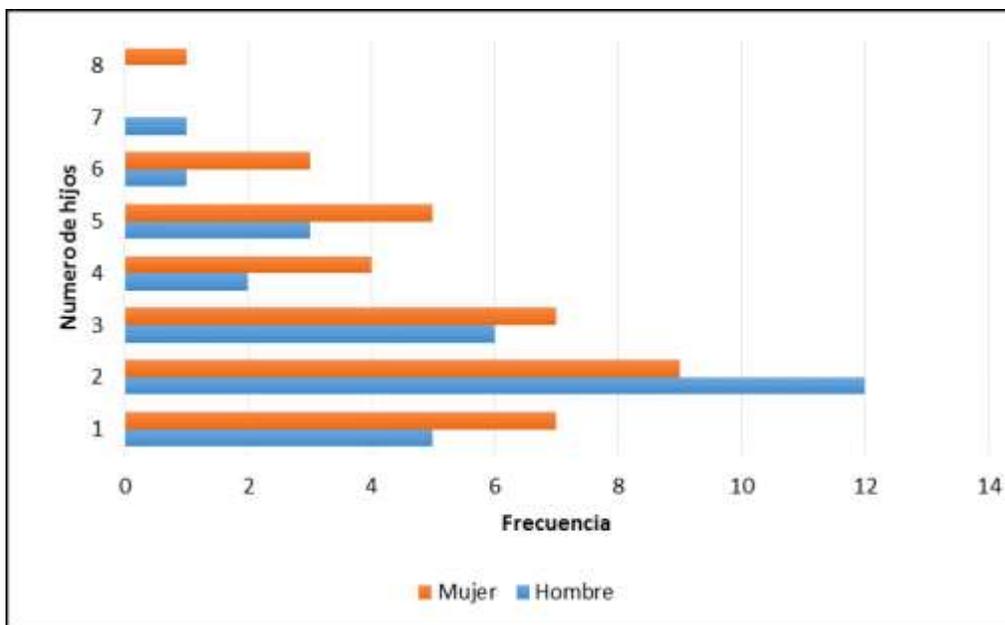


Fuente: Elaboración propia. La categoría de referencia es sí.

Los resultados, según esta gráfica, indican que en este estudio 90% de los hombres tienen conyugue y a su vez tienen hijos. Para las mujeres, solamente tienen hijos y 90% tienen conyugue. Estos resultados implican que los hombres que encabezan un negocio en la comunidad tienen más posibilidad de contar con el capital

social en sus negocios, ya que tienen más fuentes de capital social que las mujeres. No solamente es importante ver la presencia de estos acompañantes, sino que se ha tratado de ver más la dedicación de ellos y en el caso de los hijos, se quiso saber cuántos hijos posee el dueño. La dedicación de los hijos puede afectar el capital social, por ejemplo un hijo casado provee menos capital social si no vive en la casa de los padres donde se ubica generalmente el negocio. El número de hijos y la ocupación de estos, son entonces algunos elementos a considerar en la determinación del capital social. La siguiente grafica presenta la información acerca de la cantidad de hijos.

Gráfica 6. Frecuencia del número de hijos por sexo



Fuente: Elaboración propia.

En la gráfica seis se indica que hay 12 hombres que cuentan con 2 hijos mientras que 9 mujeres igual tienen 2. Los hijos menores de edad fueron codificados como estudiantes porque no pueden proveer capital social. Varios entrevistados han declarado que los hijos les molestan con sus negocios cuando estos son menores de 8 años, ya que a esta edad no pueden proveer ningún tipo de apoyo. La variable dedicación de los hijos es una variable de respuesta múltiple por lo que un dueño de una microempresa puede tener hijos que estudian y trabajan. El siguiente cuadro indica la distribución de frecuencia de la ocupación de los hijos

Cuadro 12. Actividad de ocupación de los hijos

	Frecuencia	Porcentaje
Desempleados	7	10.61%
Estudian	48	72.73%
Trabajan	24	36.36%
Atiende al negocio	2	3.03%
Total	66	100%

Fuente: Elaboración propia. Hay mucho más observaciones porque hay números repetidos.

No solo la ocupación de los hijos puede afectar el capital social, en ofrecer sus apoyos al negocio, también la ocupación del conyugue tiene importancia para determinar el capital social. El 76,7% del total de los entrevistados proporcionaron esta información acerca de sus conyugues ya que algunos no tienen. Los datos indican que los hombres que encabezan un micronegocio tienen sus cónyuges desempleadas (77,80%), ama de casa o atienden al mismo negocio (85%) o trabajan (18,50%). Mientras que las mujeres que encabezan un negocio y tienen a sus esposos que cuentan con un trabajo son el 81,50%, desempleados el 22,20% y atienden al mismo negocio 15%. Los negocios encabezados por hombres tienen más posibilidad de obtener capital social ya que las mujeres que no cuentan con trabajo tienden a apoyarlos con las tareas del negocio.

6.4 Características de las microempresas

Es importante conocer las características de las microempresas en la comunidad de Santa Bárbara Almoloya, para conocer las diferencias que existen entre ellas. Se esperaba que casi la mayoría de las microempresas fueran del sector informal (sin registro) porque es una comunidad rural. El 67.1 % de los micronegocios entrevistados tienen un registro, eso representa 49 micronegocios sobre los 73. Los permisos de estos vienen de diversas instituciones como la Presidencia Auxiliar, la Iglesia y la Secretaria de Hacienda y Crédito Público. Según el presidente de la comunidad, todos los dueños de micronegocios que quieren vender en el centro de Santa Barbara deben de tener con registrarse, por esto la iglesia cobra a las personas que ponen puesto en los alrededores de éste.

Grafica 7. Estado formal de los micronegocios entrevistados



Fuente: Elaboración propia. N=49.

En cuanto al tipo de actividad de estas microempresas, se encuentran desde la venta de comida en la calle, hasta negocios establecidos en un puesto ofreciendo ya sea servicio (cibercafé, estética) o venta de comida. El Cuadro 13 presenta los negocios por rama de actividad. En otros se capturan varios tipos de microempresas como las ferreterías, venta de artesanía y de productos agrícolas transformados como lácteos. Se encontraron microempresas que se ubican en 2 de las opciones, para este caso solo se considera la actividad más grande, por ejemplo unas misceláneas tienden a vender verduras y solo se les codifica como tienda de abarrotes.

Cuadro 13. Giro de los micronegocios

Tipo de actividad	Frecuencia	Porcentaje
Abarrote	22	30.1
Verdulería	7	9.6
Carnicería	4	5.5
Comida	13	17.8
Servicios	7	9.6
Otros	12	16.4
Bazar (ropa)	8	11.0
Total	73	100.0

Fuente: Elaboración propia.

Los dueños de las microempresas tienden a diversificar sus actividades y cambiar de lugar para vender, varios declararon que cuando empezaron a vender sus negocios estaban en la calle y con el tiempo logran tener un local o tienda. Eso corrobora una investigación que se hizo en Colombia donde encontraron que la informalidad de las microempresas no es una realidad que dura toda la vida, con el crecimiento de estas unidades este carácter tiende a desaparecerse (Santa María S y Rozo V., 2009:270). En la gráfica cinco, se encuentra que el 21,9% de todos los negocios en la comunidad tienen registro con la SHCP. No se contempló ver esta transición en todos los micronegocios, esta información que dieron fue recabada por las preguntas abiertas. Así no se puede hacer análisis estadístico, pero lo que presentan los datos cualitativos demuestra que los micronegocios que han hecho esta transición tienen muchos años de existencia. El siguiente cuadro muestra en total los años de existencia de los micronegocios.

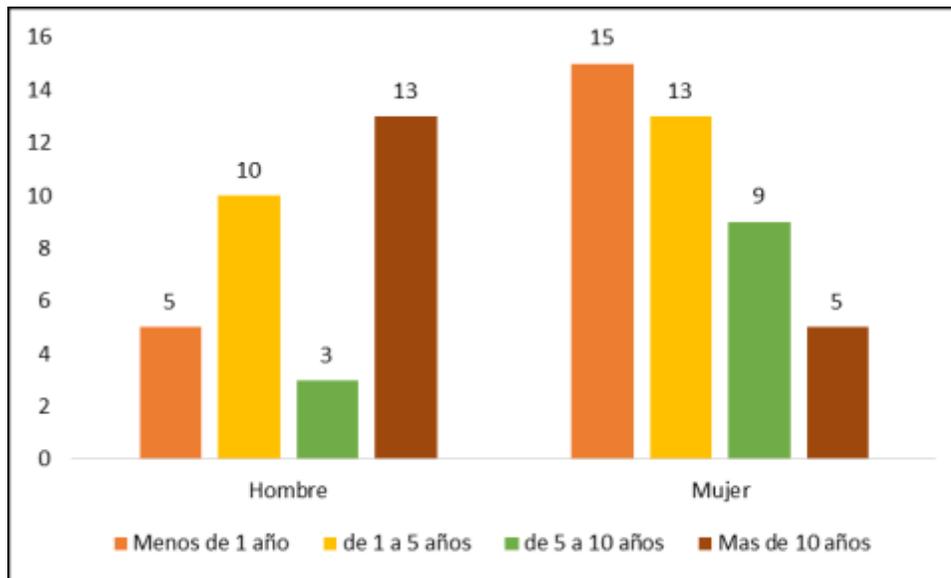
Cuadro 14. Estadística descriptiva de tiempo de existencia de las microempresas

	N	Mínimo	Máximo	Media	Desv. típ.
Tiempo de existencia de los negocios (en meses)	73	1	600	104.14	126.759

Fuentes: Elaboración propia.

Como se expresa el cuadro 14, en el periodo que se hizo el muestreo y la encuesta, el micronegocio con menos tiempo de existencia es de un mes. Hay una correlación significativa y positiva entre la edad de los dueños y el año de existencia de los negocios ($r=0.442$, $P\text{-valor}=0.000$). Esta relación es lógica porque entre más grande sea el dueño, más tiempo de existencia tiene el negocio. Por las variaciones que existen en la unidad de medida de existencia de los micronegocios, se decidió agrupar los micronegocios por años de existencia, la gráfica siguiente muestra las frecuencias. Además de las frecuencias se trató de ver como se agrupa esta variable contrastándola con el género del entrevistado.

Grafica 8. Frecuencia de existencia de los micronegocios por sexo



Fuente: Elaboración propia

Analizando esta gráfica, se encontró un valor de chi-cuadrada de Pearson= 10,528 y un nivel de significancia $\alpha = .015$, lo que determina una diferencia importante entre los hombres y mujeres en el mantenimiento de negocios. La explicación proporcionada por esta grafica radica en que los micronegocios de los hombres tienen más años de existencia que los de las mujeres, eso debido a las cuestiones culturales, de género, de los cambios en la sociedad tanto por el gobierno que por las instituciones privadas, de las necesidades y de los posibles fracasos de las iniciativas de las mujeres. En el ámbito cultural, a la mujer siempre se le asigna el rol de ama de casa o trabajo doméstico, así se encontró cuando se hace la entrevista a los hombres las mujeres tienden a ser desempleadas, se dedican al hogar, mientras que las mujeres entrevistadas dicen que sus conyugues trabajan. Desde el enfoque de género, los hombres se oponen a que las mujeres salgan de su casa. Al respecto de eso una mujer comenta:

“De por si fuimos comerciantes, con mi mama vendíamos frutas. Me casé y me dediqué al hogar. Decía a mi esposo que quería vender jarcería y él me decía que no. No le gustó que saliera yo de la casa a vender” (10036).

Eso permite confirmar algunas investigaciones sobre microempresas con perspectivas de género en el medio rural. Martínez Uribe plantea que en México en los

últimos 20 años las mujeres han empezado a participar en el mercado formal e informal debido al aumento de la escolaridad de ellas, a la necesidad de contribuir al ingreso del hogar y al aumento de las mujeres jefas de hogar (Martínez Uribe, 2000:107).

Otro elemento que explica el fenómeno de la existencia más larga en los negocios de hombres que los de las mujeres, reside en los recientes cambios en las microfinanzas por las IMF y programas del gobierno. Hace muchos años, la circulación del dinero en el sector informal se daba por medio de tandas, usureros, familiares y amigos, entre otros por ello siempre ha existido un sector microfinanciero. El sector de las microfinanzas llega con su forma institucionalizada en la década de los 80, principalmente en Bangladesh con las intervenciones de un grupo de jóvenes de ASA¹¹ (Armendáriz y Morduch, 2011:23) y las intervenciones del profesor Yunus que creó el Grameen Bank. Las IMF, de día en día, tienden a ofrecer servicios financieros a mujeres y numerosos son los programas del gobierno que se enfocan a las mujeres en el sector rural (PROMETE, FOMMUR, etc.). Además, la gente puede estar muy motivada para obtener los apoyos del gobierno, lo que se traduce en la creación de negocios y de organización por parte de los beneficiarios. Lo mismo puede ocurrir para el sector de las microfinanzas por parte de las instituciones de microfinanzas que generalmente no prestan dinero para iniciar microempresas sino para incrementar sus operaciones. Todos estos elementos implican que los negocios de las mujeres tengan menos años de existencia que los negocios de los hombres.

Un hallazgo importante de esta investigación, que no se había contemplado al inicio, radica en cuando las mujeres inician una microempresa, esta tiende a ser una microempresa familiar. Se usan dos variables para ver este contraste: “Quién inició y el tipo de negocio”. Para la primera hay cuatro posibilidades: “ambos, mujer, hombre y otros cuando es continuo” y la segunda tiene tres opciones donde se estudia quién encabeza las microempresas: “mujer, hombre y ambos cuando los dos son los dueños del negocio (familiar). El cuadro siguiente muestra la distribución de frecuencia de este hallazgo.

¹¹ ASA: Association for Social Advancement: Asociación para el Avance Social

Cuadro 15. Frecuencia de los tipos de negocios por el creador del negocio

Quien inició	Tipo de negocio			Total
	Mujer	Hombre	Familiar	
Mujer	29	0	9	38
Hombre	0	10	6	16
Ambos	1	0	9	10
Continuo	4	3	2	9
Total	34	13	26	73
Chi-cuadrada de Pearson=56.467, P-valor= 0.000				

Fuente: Elaboración propia.

Las mujeres son más orientadas a crear micronegocios en el medio rural que los hombres. La encuesta se aplicó a 32 hombres y 41 mujeres; y de los 73 negocios, solamente 13 pertenecen a hombres. Los resultados del cuadro 15, muestran que ningún sexo opuesto inicia un negocio y que el otro sexo llega a ser dueño de éste; pero sí, lo administran los dos juntos lo que confiere a la microempresa su carácter familiar. El valor de la Chi-cuadrada indica que hay dependencia fuerte entre el sexo del creador y el tipo de negocio. Un factor que podría explicar este fenómeno es la ocupación laboral de los hombres; como se mencionó anteriormente, los esposos de las mujeres entrevistadas que cuentan con un trabajo generalmente.

Para ir más lejos de este análisis de dependencia de la Chi-cuadrada, se quiso ver cuál es la probabilidad de que un sexo específico crea un micronegocio en la comunidad y que este se vuelva familiar. Para poder hacer eso, se usa la regresión logística multinomial, donde el tipo de negocio es la variable dependiente es decir si es familiar o encabezado por algún sexo específico. Como la variable que determina la persona que inició el negocio es una variable categórica se usa la fórmula $n-1$ para poder estimar la regresión sin tener problemas (colinealidad, incremento en la perturbación). Se podría incluir otros elementos en este modelo, pero no se planteó ver eso en este trabajo. El efecto más importante que se quiere captar es, la creación por los hombres y mujeres, por esto, de acuerdo con la fórmula, se quita una de estas categorías en el modelo. El cuadro siguiente muestra los resultados obtenidos para la regresión multinomial, con variable dependiente dueños de actuales de los micronegocios.

Cuadro 16. Resultados de la regresión multinomial para la creación de micronegocios por los hombres y mujeres

Dueños actuales							
	Variables	Coeficiente	Err. Est.	z	P> z	[95% Interv. de Conf.]	
	Continuo	1.386	1.118	1.24	0.215	-0.805	3.578
	Mujeres	1.170	0.382	3.07	0.002	0.422	1.918
Mujeres	Ambos	-2.197	1.054	-2.08	0.037	-4.263	-0.131
	Continuo	1.099	1.155	0.95	0.341	-1.165	3.362
	Mujeres	-35.185	1.46E+07	-0.00	1	-2.9E+07	2.9E+07
Hombres	Ambos	-36.779	3.23E+07	-0.00	1	-6.3E+07	6.3E+07

Numero de obs=73. **Categoría de referencia=3 (Microempresas familiares)**

LR chi2(6)= 63.78, Prob > chi2=0.000

Pseudo R2 = 0.4237, Log likelihood = -43.364426

Predicciones de probabilidades					
Variables independientes			Variables dependientes (actual dueño)		
Hombres	Mujeres	Iniciador	Mujer	Hombre	Familiar
Si	No	Hombre	0.011	0.200	0.788
Si	Si	Ambos	0.566	0.002	0.432
No	No	Continuo	0.477	0.174	0.349
No	Si	Mujer	0.506	0.000	0.494

Fuente: Elaboración propia con STATA 10.1.

La creación de las microempresas es generalmente una iniciativa de las mujeres, ya que algunas de ellas consideran a estas actividades como una aportación al ingreso que da el conyugue al hogar. Mientras que la mujer sigue administrando sus negocios, los hombres tienden a seguir con su empleo; pero al momento de algún despido, recorte personal, jubilación etc. se van a involucrar en el negocio y por ende el negocio ya toma el carácter familiar. Al respecto comenta uno de los hombres entrevistados en la presencia de su esposa, quienes manejan los dos una tienda de abarrotes:

“Fue una inquietud de ella, me lo comentaba. Ella quiso poner papelería, no le dio chance y empezamos a vender frutas. Ella agarró los gastos que le daba para iniciar el negocio. Yo trabajaba y ella se iba a traer las mercancías a la Central de Abastos. Yo, nada más venia los sábados y domingos” (10023).

Los resultados muestran que las probabilidades son muy bajas para que un sexo dado inicia un negocio y que este pertenece al sexo opuesto, mientras la probabilidad de que las microempresas creadas por las mujeres se vuelven familiar es 0.49 o que quede en mano de una mujer 0.61. El análisis cualitativo muestra que hay más mujeres (40%) que crean microempresas que hombres (14%), pero los cálculos de

probabilidades indican que hay más negocios de hombres que se transforman en microempresas familiares. Los negocios de hombres que no son familiares, son trabajos típicamente de hombre por ejemplo los talleres mecánicos, ebanistería. Las mujeres no pueden involucrarse en el trabajo como tal pero hacen lo mínimo que puedan, como atenderlo es decir recibir clientes, en la ausencia del conyugue. La segregación laboral hacia la mujer es muy fuerte en el medio rural, y por ello, la creación de una actividad generadora de ingreso (AGI) es una alternativa que les permite obtener algún ingreso. No es sorpresa que los resultados indican que ellas crean más las AGI en la comunidad de Santa Bárbara Almoloya. Además, si las microempresas creadas por las mujeres no son de tipo familiar es porque las mujeres son solteras o viudas; o bien que los esposos de éstas tienen un trabajo.

La participación de los hombres en las microempresas creadas por las mujeres puede ser algo temporal, dado que unos se involucran por la pérdida de un trabajo. Algunos factores como edad, escolaridad; pueden ayudar a explicar esto. Otras investigaciones pueden ahondar en estos temas para determinar otros factores que implican que las transformaciones al carácter familiar de las microempresas creadas por un sexo dado y su permanencia.

CAPITULO VII. LA CREACIÓN DE LOS MICRONEGOCIOS

La creación del negocio no se da de la misma manera en todos los dueños, tal fue el planteamiento que se hizo en este estudio. Dentro de los micronegocios estudiados en la comunidad de Santa Bárbara, se encontró que el 11% de los dueños no empezaron sus negocios. La forma de entrar en la posesión de estas unidades se da por medio de traspaso, que es compra y venta, de continuidad de un negocio familiar. Para corroborar las hipótesis sobre la creación de las microempresas, se usan las variables del cuadro de operacionalización y se procesa un análisis de conglomerados.

Varios estudios que han tomado variables como la experiencia de trabajo, conocer a otros emprendedores, la educación, entre otros para predecir la creación de una empresa solo usan variables dicotómicas para estos elementos y se pierde la posibilidad de conocer más sobre el fenómeno. Por ejemplo la experiencia de trabajo que usan, es posible que esta experiencia no tenga ningún vínculo con la creación de la empresa. En este trabajo, se toma la percepción de los dueños de los micronegocios sobre la manera de que usaron sus capitales humano, financiero, social y su motivación para crear su negocio. Esta forma de medición se diferencia de los trabajos ya consultados. El siguiente cuadro presenta las estadísticas descriptivas y la manera de medición de las variables que fueron operacionalizadas para describir la creación de las microempresas.

Cuadro 17. Estadísticas descriptivas de las variables usadas para el clúster

Variables	Descripción	Medición	Media	Desv. Est.
Capital financiero	Origen de los recursos para iniciar			
Orig_recur	Origen de recursos para iniciar	1=Recursos propios, 2=Recursos externos, 3=Ambos fuentes, 0=No inició	1.14	0.732
Vent_cred	Venta a crédito para iniciar	1=Si, 0=Otros	0.10	0.296
Capital social	Influencia y apoyos de otros			
Infl_otr	Influencia de otros empresarios	1=Si, 0=Otros	0.40	0.493

Continuación del cuadro17

	Participación en grupos antes de crear	1=Si, 0=Otros	0.27	0.449
Part_grup				
Apoy_rec	Cantidad de apoyos recibidos		1.23	1.137
Capital humano	Elementos individuales, adquiridos e innatos			
Edu_ini	Ayuda de la educación para iniciar	1=Nada a 5=Mucho	2.19	1.608
Exp_ini	Ayuda de la experiencia de trabajo para iniciar	1=Nada a 5=Mucho	2.46	1.641
Habil_ini	Ayuda de las habilidades para iniciar	1=Nada a 5=Mucho	3.18	1.496
Capac_ini	Ayuda de la capacitación para iniciar	1=Nada a 5=Mucho	3.73	1.387
Motivación	Objetivos para crear el negocio e intención			
Cant_mot	Suma de las motivaciones		2.67	1.355
Inten	Intención emprendedora	1=Nunca a 5=Siempre	2.84	1.764

Fuente: Elaboración propia.

La variable **Apoy_rec** es la suma de todas las ayudas recibidas al momento de crear el negocio, eso varia de 0 a 4. Esto representa el número de personas que apoyaron al empresario al inicio y fueron considerados: “hijos, conyugue, amigos, familiares”. Los tipos de ayuda que reciben oscilan desde dar la idea de crear el negocio hasta prestar dinero y ayudar a ponerlo en marcha. La variable Cant_mot suman los objetivos de los microemprendedores que son los objetivos económicos y no económicos como los señalados por Kantis et al. (2002:18). Solo se consideran los 5 objetivos siguientes: “Ser su propio jefe, Tener o mejorar sus ingresos, Tener buena reputación, Tener simplemente una actividad y Desarrollarse como persona”. Algunas otras variables de control fueron usadas para interpretar los resultados como el sexo (**sex**), escolaridad (**escol**).

7.1. Análisis de conglomerados

Se hizo el análisis de conglomerados con el método de conglomerados jerárquicos usando el método de Wald con distancia euclídea al cuadrado para ver el dendrograma que da este algoritmo y de ahí ver el número de grupos máximo que se pueden crear (Ansoms y McKay, 2010). En el dendrograma, se constató que si se elige

la distancia 6.07 (grafica en anexo) se pueden formar 4 grupos. Mediante el mismo proceso de conglomerados, se generó una nueva variable donde se identifican los cuatros grupos. Para comparar los grupos se hizo un análisis de varianza pero algunas variables no cumplen con el supuesto de la homogeneidad de la varianza por lo que se decidió usar técnicas no paramétricas: “anova por rango” para ver en qué se diferencian los grupos. La prueba de Kruskal-Wallis permite confirmar si existen diferencias significativas entre más de dos grupos formados (Kruskal y Wallis, 1952:608) mientras que la prueba U de Mann-Whitney solo permite comparar dos grupos. La hipótesis del estudio con relación a esta prueba puede ser formulada así:

H₀: No hay diferencias entre los emprendedores para crear su negocio.

H₁: Existe diferencia entre los emprendedores en la manera de iniciar su negocio

Cuadro 18. Análisis de la varianza unifactorial por rango de Kruskal-Wallis

VARIABLES	Chi-cuadrado	Cluster1 (N=21)	Clúster 2 (N=23)	Clúster 3 (N=22)	Clúster 4 (N=7)	P- valor
Orig_recur	9.372	29.21 ^a	44.87 ^b	34.09 ^{ab}	43.64 ^{ab}	.025
Inten	12.645	27.29 ^a	36.26 ^{ab}	48.80 ^b	31.50 ^{ab}	.005
Cant_motiv	28.101	19.31 ^a	51.02 ^c	35.57 ^b	48.50 ^{bc}	.000
Edu_ini	8.482	27.24 ^a	37.33 ^{ab}	44.41 ^b	41.93 ^{ab}	.037
Exp_ini	44.185	25.76 ^a	23.04 ^a	59.82 ^b	44.86 ^b	.000
Habil_ini	22.484	20.24 ^a	42.76 ^b	48.52 ^b	32.14 ^{ab}	.000
Ayudcapacit	9.477	31.52 ^a	34.09 ^a	43.98 ^b	41.07 ^{ab}	.024
Infl_otr	19.731	24.24 ^a	46.30 ^b	35.77 ^{ab}	48.57 ^b	.000
Part_grup	8.539	32.21 ^a	36.52 ^{ab}	36.95 ^{ab}	53.07 ^b	.036
Apoy_rec	21.563	19.74 ^a	44.41 ^b	44.89 ^b	39.64 ^b	.000
Vent_cred	72.000	33.50 ^a	33.50 ^a	33.50 ^a	70.00 ^b	.000

Fuente: Elaboración propia. Grado de libertad: 3.

Todas las variables presentaron diferencias significativa para los cuatro grupos formados salvo la variable que describe la ayuda de capacitación para iniciar que presenta una diferencia significativa de 0.024 pero al separar los rangos no se encontró ninguna separación con la prueba de Kruskal-Wallis. Se usó una alternativa para comparar dos grupos: la prueba de U de Mann-Whitney, con esta prueba se hace la separación por grupos de dos; así, se pudo detectar las diferencias de grupo presentadas en el Cuadro 18. A un nivel de significancia de 5% se puede rechazar la hipótesis nula (H₀) y aceptar que hay cuatro formas de crear un negocio de acuerdo a los grupos.

7.2 Caracterización de los clústeres

Grupo 1. Mal inicio. Ausencia de fuerza

Este grupo puede ser clasificado como el grupo donde los integrantes crearon mal sus negocios comparándolo a los otros grupos. Entre las variables estudiadas solo se puede notar que este grupo tiene empate con el grupo dos y tres para la variable venta a crédito, aparte de eso este grupo acumula los rangos más bajos. La mayoría de los miembros de este grupo son mujeres (67%). En este grupo caen las personas que no iniciaron sus negocios porque no hicieron inversión. Dentro de estos, se encuentran los traspasos familiares, las herencias. En este grupo también hay unos que usaron sus propios recursos para iniciar sus negocios y representan el 25% de la población de estudio que combinaron recursos. En cuanto a la motivación, el 52% de los integrantes de este grupo nunca habían pensado hacer un negocio, mientras que el 28% siempre tenía la idea de hacer un negocio.

Los objetivos para este grupo llegan hasta 2 tipos y algunos no tuvieron objetivos por ende se afirma que este grupo tiene menor grado de motivación lo que coincide con las líneas anteriores en que gente que no crean negocios no tienen la misma motivación que otros. En la continuación de las microempresas (traspaso, herencia), algunos dueños no tienen objetivos; pero es una elección de toda manera entre tomar o no, o seguir o no con una microempresa. El 65% de los entrevistados de este grupo declararon que la educación que recibieron no les sirvió para iniciar. Aunque la mayoría de los miembros de este grupo se ubican en las personas que tienen educación hasta la primaria, algunos de ellos tienen grado universitario.

Grupo 2. Regular inicio. Fuerza en motivación y capital financiero

Este clúster no tiene el mismo nivel que el clúster anterior, tampoco con los siguientes, es el grupo más fuerte en el uso de recursos externos para iniciar. La mayor fuerza de este grupo está en la motivación donde sobrepasa a los otros tres grupos en la intención. La mayoría de los miembros de este grupo siempre habían pensado hacer negocio (85%). En cuanto a la motivación, el clúster se encuentra en la motivación media junto al clúster tres. Este grupo se encuentra en dos extremos en cuanto al uso del conocimiento adquirido en la escuela para iniciar sus negocios, algunos creen que

la instrucción que recibieron fue de grande aporte para que pudieran crear sus negocio (35%), mientras que otros se observan del lado opuesto (30%). Este grupo gana al mejor grupo encontrado en algunas variables. En este grupo se encuentran las personas (17,4%) que tienen más objetivos.

Este grupo tiene el valor más alto para la variable de origen de recursos por lo cual queda en el extremo. Algunos de los microempresarios combinaron recursos (préstamos y recursos propios) para dar inicio al negocio pero los miembros del grupo dos usan más préstamos. La gente usa más sus propios recursos para iniciar los micronegocios (67%) y estos provienen de venta de cosechas o animales, ahorros entre otros. Eso confirma que los pobres pueden ahorrar (Rutherford, 1999), ya que sean en especie o en efectivo. Sin embargo, los ahorros en especies pueden ser considerados como inversión, ya que la gente compra un animal, por ejemplo, pero este generará en el futuro otros animales.

Grupo 3. Muy buen inicio. Fuerza en capital humano

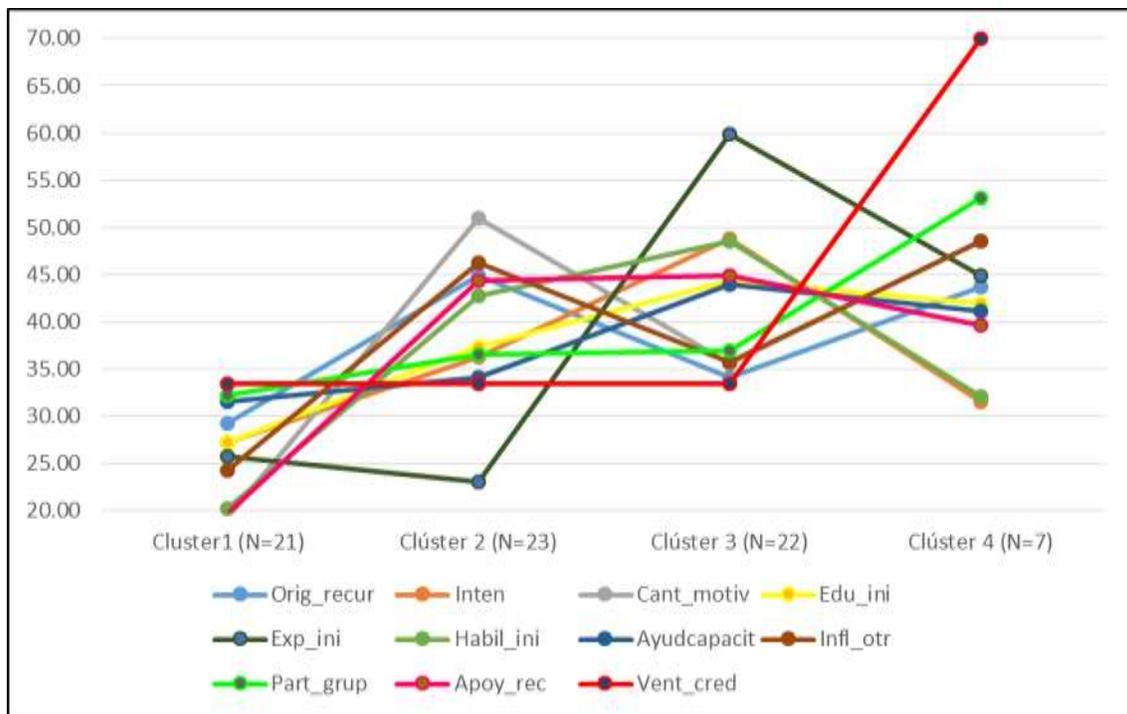
Este grupo se caracteriza por un capital humano alto y por la intención emprendedora. Se le califica de muy buen inicio en vez del grupo cuatro porque siempre tiene valores iguales en las medianas con este último, salvo en la venta a crédito y le gana por varios puntos en las variables de capital humano. El muy buen inicio se caracteriza por, primero los esfuerzos personales y los apoyos que pueden recibir en seguido. Este grupo usa las habilidades adquiridas e innatas para crear sus negocios con mayor intensidad que otros. Este grupo tiene el 41% de sus miembros con educación de nivel secundaria y 9% con la primaria o sin educación.

Grupo 4. Buen inicio. Fuerza en capital social

Este grupo se caracteriza por tener un capital social alto. En todas las variables consideradas para medir el capital social, este grupo siempre cae en el extremo en la comparación de las medianas. Todos los miembros de este grupo obtuvieron una venta a crédito para iniciar sus negocios. Representan el 9% del tamaño de muestra lo que permite afirmar que solamente 7 personas tienen un capital social muy alto. El dinero es un factor que impide a la creación de las microempresa (Belwal et al., 2014) pero

cuando el nivel de capital social es muy alto, las microempresas pueden crearse sin que el dueño tenga dinero, el caso de este grupo. En este sentido, no hay un capital como tal que tiene más importancia que otros en la creación de las microempresas y si existe dicho capital, debería ser el capital social. En caso de que las personas no tienen un nivel de capital social alto, el dinero es el elemento más importante para la creación de las microempresas. El capital social puede generar el capital financiero (prestamos entre amigos o familiares) y humano (capacitación entre amigos o familiares). A pesar de todo eso sin el dinero; la gente puede pasar toda su vida con la intención de emprender, con varias metas, con enormes habilidades y conocimientos, con personas conocidas; y no llegan a crear una microempresa. Las calificaciones de los grupos se observan en la gráfica siguiente.

Gráfica 9. Representación gráfica del anova por rangos



Fuente: Elaboración propia.

La transición de las variables del grupo uno al dos tiende a incrementarse salvo al uso de la experiencia de trabajo y venta a crédito, de aquí y en adelante hay una variación fuerte entre los otros 3 grupos por ejemplo llegando al grupo dos, más de 3

incrementan y 3 se bajan al momento de pasar al grupo tres. Todo eso permite calificar a los grupos de manera diferente y según sus puntos fuertes.

7.3 La motivación en la creación de las microempresas

La motivación para crear las microempresas se divide en dos elementos principales, el primero es la situación que provoca una intención o plantear un objetivo y el segundo que se trata de los objetivos mismos. Así en la determinación de las razones para crear una empresa, los dos elementos: “motivación extrínseca y motivación intrínseca” se deben de tener en cuenta. Los resultados de este estudio ayudan a fortalecer dicho planteamiento, la motivación extrínseca es considerada como las causas, los fenómenos que provocan la creación de los negocios y son vistos como el suceso disparador de Shapero (evento malo generalmente). Para las causas de la creación de los micronegocios se obtiene los resultados siguientes:

Cuadro 19: Causa de la creación del negocio

Causas	Frecuencia	Porcentaje
Necesidad de ganarse la vida	34	48%
Insatisfacción en empleo	11	15%
Desempleo	32	45%
No alcanza el ingreso	37	52%
Enfermedad	11	15%
Sugerencia y traspaso	8	11%
Despido y recorte personal	2	3%
Quiebra del negocio anterior	3	4%
Muerte de otros	2	3%
N=71		

Fuente: Elaboración propia. Nota: Hay números repetidos.

Todas las causas son necesidades en general, ya que en el medio rural la gente hace negocio por este motivo, pero hay necesidades diferentes, lo que se desglosa en el cuadro 19. No se encontró un evento bueno que dé lugar a la creación de estas microempresas como lo dice la teoría de marginación. La insatisfacción en el empleo puede expresarse por los malos tratamientos en cuanto al salario, respetar un horario, recibir órdenes, trabajar horas extra en un trabajo y que este no es pagado, cuando ocurre eso generalmente la gente tiende a dejar los trabajos y fijar metas para crear

sus propios negocios. Pero hay gente que aun estando insatisfecha con su trabajo sigue con él. Muchos estudios toman esta insatisfacción en el empleo como un objetivo (Aguilar Morales *et al.*, 2014:75) pero no lo es. Eso permite distinguir la motivación extrínseca de los objetivos, la insatisfacción puede ser considerada como la causa o suceso disparador (Veciana, 2005:34). Las causas llegan a cualquiera persona, pero quien se fija una meta o más para salir de la causa es considerado como más motivado. Por ende las metas varían entre los dueños de negocios en las zonas rurales conforme a los que cuentan con experiencia de trabajo y los que no, el Cuadro 20 muestra los objetivos en ellos. No hay ninguna causa que sea mejor que otra.

Cuadro 20: Objetivos de los dueños para iniciar los micronegocios

Objetivos	Frecuencia	Porcentaje
Ser su propio patrón	45	66%
Tener o mejorar sus ingresos	59	87%
Tener simplemente una actividad	18	26%
Tener buena reputación	21	31%
Desarrollarse como persona	39	57%
N=68		

Fuente: Elaboración propia. Nota: Hay números repetidos.

No cabe duda de que el objetivo de todos estos microempresarios es obtener dinero pero aparte de este objetivo económico, se presenta un conjunto de motivos no económicos. En el caso de la microempresa en el medio rural, tener dinero no es para acumulación de capital, como en las grandes empresas capitalistas, sino una estrategia de sobrevivencia. Los objetivos no económicos muestran la diferencia porque un empresario capitalista no hace un negocio para desarrollarse como persona, mientras que en el medio rural sí (57% de la muestra).

El grupo dos entonces tiene las personas más motivadas aunque el grupo tres le gana en la intención. Este último es un elemento predictor a la acción de crear una microempresa. Se califica al grupo dos de mayor motivación, a preferencia del grupo tres, por los objetivos; porque la intención a veces no lleva a la acción. Hay un contraste importante entre la idea y la intención. El 75% de los 65 entrevistados que contestaron a esta pregunta del origen de la idea para iniciar, afirman que les surgió la idea de hacer el negocio. Los otros (25%) obtuvieron sus ideas de alguna persona con

quien mantienen un vínculo. Dentro de estos se puede citar: esposos, suegros, hijos, más adelante se estudia este elemento como el capital social. Los datos entre intención e idea, en este estudio, van en el mismo sentido que otros autores (Altamirano Peceros, Idem). La intención no es la idea clara del negocio que se va a poner en práctica, además se considera como una breve idea, un pensamiento que llega en el pensamiento de la gente pero lejos de aplicarla.

Por otro lado, la persona puede sentirse insatisfecha en su trabajo, por ejemplo, y tiene la intención de hacer un negocio pero si no siente la necesidad no va a crearlo. Las necesidades hacen que la gente fije metas y, por ende, surge la creación de las microempresas. El grupo dos es más motivado por el valor acumulado en los objetivos, con eso se confirma el planteamiento de Fayolle *et al.* (2014:679), una mayor importancia hacia los objetivos implica una mayor probabilidad de crear empresas. Con el grupo dos, se encuentran algunas personas (35%) que nunca habían pensado crear un negocio pero de repente se convierten en empresarios. Dicho caso se da mucho en las mujeres, por ejemplo Varela Zúñiga encontró lo mismo en la ciudad de Torreón, Coahuila (2003:191) donde una mujer declara que nunca pensaba vender nada a nadie, ni ser una persona productiva. De la muestra total del estudio, de las personas que tuvieron sus propias ideas para iniciar el negocio hay un 28% que nunca habían pensado tener un negocio. La transición de un estatus no emprendedor a la creación de una empresa, es diferente en las áreas rurales. No se necesita pasar por el proceso de creación es decir obtener el nombre de emprendedor naciente.

Los objetivos que tienen estos microempresarios permiten confirmar que no son iguales que los empresarios capitalistas porque mencionaron más objetivos no económicos que económicos. Además, al usar los objetivos, este trabajo entra en las dos escuelas del emprendimiento, porque el estudio abarca las características personales del emprendedor y el contexto que favorece la creación de las microempresas (Thornton, 1999:20).

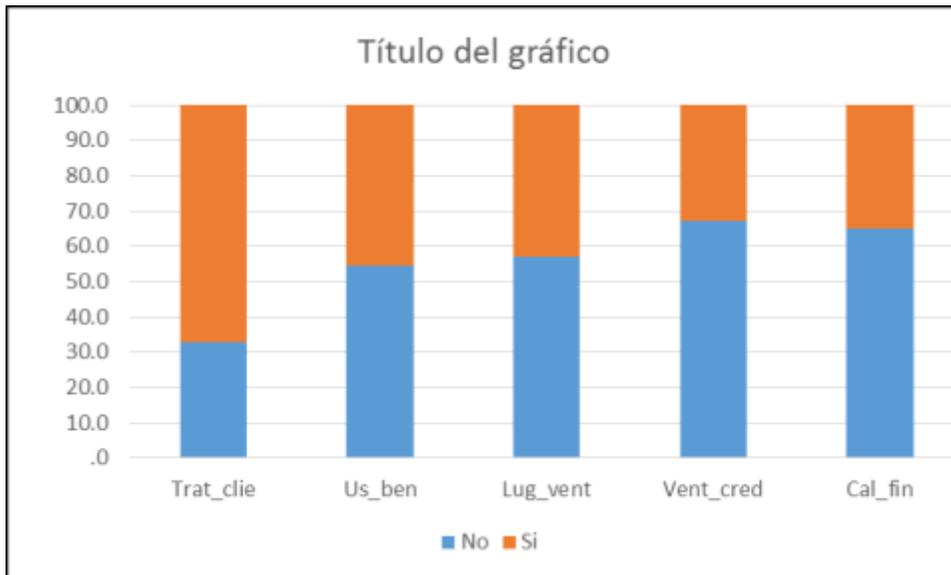
7.4 El capital humano en la creación de las microempresas

Todos los elementos del capital humano considerados muestran diferencias altamente significativas para los cuatro grupos formados. Como encontraron De Janvry

y Sadoulet (2001) el capital humano es un elemento clave en los tipos de ingreso no agrícola tal como microempresas consideradas en este estudio. El capital humano es una variable proxy y se operacionaliza de diferente manera por los investigadores.

Para medir el capital humano se toman generalmente variables como edad, educación, experiencia de trabajo o en negocio, pero en la creación hay otro elemento importante que es la habilidad. Es un poco difícil medir habilidad, la teoría de Lazear (jacks-of-all-trades) toma los mismos elementos (edad, escolaridad) para concluir que los emprendedores son buenos en todas las habilidades. Esta teoría tiene algunas críticas porque no se sabe si es talento innato o habilidades adquiridas con el tiempo (edad) o por la escolarización, tal es el caso que plantea Silva (2006:6). Otra manera de medir habilidades es el enfoque de GEM donde los entrevistados demuestran su confianza en sus habilidades (Arenius y Minniti, 2005:239). Para evaluar las habilidades empresariales que tenían los emprendedores al inicio de sus actividades, se toman algunos elementos del estudio de Karlan y Valdivia como se ha mencionado anteriormente. La grafica siguiente muestra la distribución de dicha habilidad por frecuencia.

Gráfica 10. Frecuencia de las habilidades empresariales antes de la creación



Fuente: Elaboración propia.

Estas habilidades son las que enseñan las instituciones de microfinanzas (IMF) en los cursos de capacitación a las mujeres que son clientes de ellas con el propósito de incrementar sus negocios. La Gráfica 10 muestra que algunos dueños de los micronegocios en la comunidad sabían de estos elementos antes de iniciar sus negocios. Solo 33% no sabían tratar a clientes, 54% no sabían cómo usar beneficios, 57% no sabían dónde iban a poner sus negocios, 62% no sabían cómo vender a crédito y 65% no sabían hacer cálculos financieros. No se puede concluir que estos conocimientos no fueran adquiridos por medio de capacitación porque solamente 21.90% de todos los entrevistados declararon que tenían capacitación antes de iniciar sus negocios. Para iniciar cualquier negocio se requiere cierto conocimiento mínimo, como hacer cálculos y si es un negocio que implica algún conocimiento adicional como vender comida, los que quieren tener negocio deben saber mínimo estos dos (cálculos y hacer comida). Estos cálculos son mínimo “sumar y restar”, lo que permite a la gente cobrar y dar cambio, recibir montos adecuados para su mercancía y otros. Respecto a eso, una persona en la muestra piloto declara:

Antes no sabía cómo vender, la gente me robaba porque daba más cambio. (00008)

Se quiso saber de dónde vienen estos conocimientos para hacer los negocios, la mayoría de los entrevistados mencionaron que aprendieron solos (52,7%), respecto a eso uno de los entrevistados afirma:

“La escuela de la vida, la misma necesidad me enseña a hacer el negocio”. (10043)

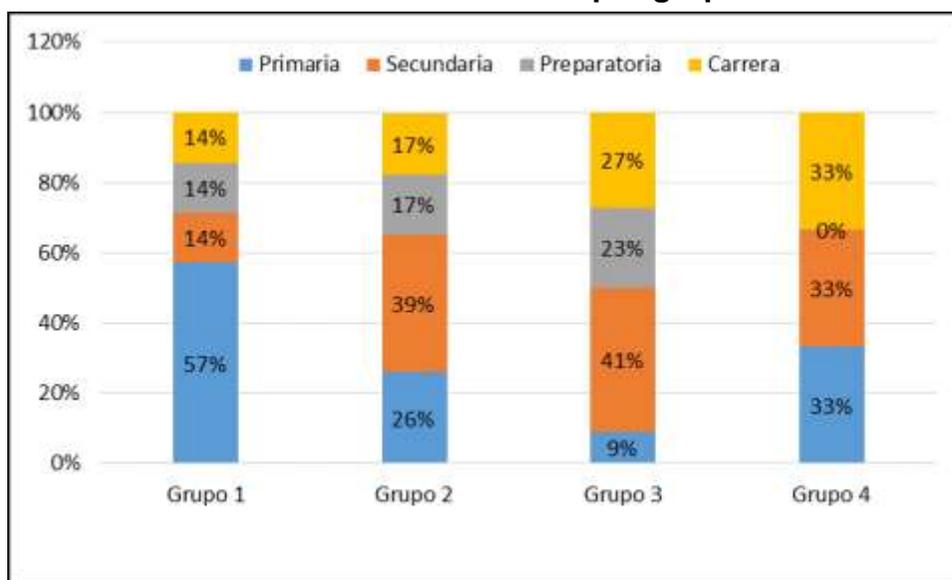
El 22% de los entrevistados obtuvieron este conocimiento de los padres, aquí se encuentra el vínculo entre capital social y capital humano. El capital social (los padres) ayuda a crear el capital humano mediante la transmisión de conocimiento, lo que se ha estudiado desde hace mucho tiempo (Coleman, 1988:118). El ejemplo tomado de aprender a cocinar, son conocimientos que se transfieren de padres a hijos en la infancia o adolescencia y para unos autores dicho aspecto del capital humano influye en la probabilidad de tener un negocio (Jayawarna *et al.* 2014:937). Como lo afirman Banerjee y Duflo (2007:20) “si tienes pocas habilidades y un poco de capital y

especialmente si eres una mujer: ser emprendedora es más fácil que encontrar un trabajo”. Los resultados de este trabajo afirman este hallazgo con los grupos sobre todo el grupo uno donde hay una escasez de todos los elementos considerados de los medios de vida sostenibles.

Dos factores (edad y escolaridad) pueden ayudar a explicar el planteamiento de Banerjee y Duflo para el grupo uno. Ya se vio que la mayoría de este grupo son mujeres (67%) y la mayoría de este grupo tiene un nivel de escolaridad que llega hasta la primaria (Grafica 9). No se adquieren muchas habilidades para iniciar un negocio con este nivel de estudio. La mayoría de los miembros de este grupo tienen más de 44 años (71%). Las habilidades se pueden adquirir a lo largo del tiempo pero no es lo mismo con alguien que las adquiere estudiando, porque esta último adquiere más habilidades en menos tiempo. Esta última persona en pocos años de estudio, tiene más conocimientos que alguien de mayor edad y pocos estudios.

La gente en el medio rural generalmente no tiene un nivel alto de escolaridad, sobre todo los adultos, lo cual es un punto importante en la medición del capital humano. Alrededor de 47% de los entrevistados afirman que no les ayudó en nada la educación y eso se presenta en tres de los grupos, salvo al grupo número cuatro. La grafica siguiente muestra el nivel de educación por grupo y permite explicar el porqué de la incapacidad de la educación para crear el negocio.

Gráfica 11: Frecuencia de escolaridad por grupo



Fuente: Elaboración propia

El grupo uno tiene la mayoría de sus integrantes sin educación o solo cuentan con la primaria. Si se toma hasta el nivel de la secundaria el grupo uno y el dos tienen casi el mismo porcentaje 76% para uno y 71% para el dos. En el análisis de varianza, estos grupos se parecen mucho, mientras que el grupo cuatro y tres entre sí son diferentes. En el grupo cuatro se encuentran los que tienen el nivel más elevado de educación y la mayoría de los miembros (85%) mencionaron que esta educación les ayudó mucho a crear el negocio. La complejidad de la educación en la creación se ve en el grupo tres donde el 50% de los miembros de este grupo dijeron que se basaron en la educación para crear el negocio y este grupo tiene los cuatro niveles de educación. Un factor que podría ser la causa de eso es el tiempo en que terminaron de estudiar para los que fueron a la escuela y la fecha de la creación del negocio, pero este trabajo no cuenta con esta información. Así, se puede decir que el uso del conocimiento adquirido en la escuela ayuda mucho a unos empresarios y esto se debe al nivel de estudios que tienen.

Para la variable edad, se encuentra que el grupo uno tienen las personas de mayor edad, mientras que las más jóvenes se encuentran en el grupo tres. Eso no es una sorpresa, porque como se ha visto el grupo tres tiene las personas que inician negocio de la mejor manera, lo que implica que la forma de crear un negocio difiere con el tiempo. En las futuras generaciones, la gente en el medio rural tenderá a crear negocios de diferentes maneras, lo que será influido por los programas del gobierno, las IMF y la globalización, entre otros. Hay investigadores que plantean que el papel del gobierno tiene algo que ver con la eficiencia de estos tipos de negocio (Biggeri *et al.*, 1999). Todo eso no quiere decir que no haya gente joven en el grupo tres, hay 2 personas en este grupo cuyas edades sobrepasan los 53 años (Cuadro 9). La mayoría de los negocios de los jóvenes no sobrepasan 5 años de existencia.

Para corroborar eso se hizo un análisis de varianza entre el año de existencia y los grupos formados para la variable edad. Se procede con los métodos paramétricos y no paramétricos porque no se cumple con los supuestos del ANOVA (normalidad, homoscedasticidad). Ambos procesos dan los mismos resultados, una diferencia significativa de 0,3% en la paramétrica y 1,63% en la no paramétrica y la separación de grupo queda igual en ambos procesos. Por un lado, se pueden agrupar los grupos uno,

dos y tres, y por otro lado el grupo tres y cuatro. Las pruebas de separación de grupo más comunes (Duncan, Sheffe, Tukey) arrojan lo mismo, de igual manera para la prueba no paramétrica de Kruskal-Wallis. El cuadro siguiente muestra el resultado para el Duncan, porque es de los más estrictos en términos de separación de medias.

Cuadro 21: Anova de un factor. Años de existencia de los negocios por edad agrupada

		F=5.045		Alfa = 0.05		
		Sig = 0.03		N	1	2
Duncan	1	(de 24 a 35,5 años de edad)		18	49.89	
	2	(de 35,51 a 43,5 años de edad)		19	62.68	
	3	(de 43,51 a 53 años de edad)		19	123.21	123.21
	4	(de 53,01 a 77 años de edad)		17		186.59

Fuente: Elaboración propia.

Los negocios de los jóvenes menores a 44 años no sobrepasan 11 años de existencia en promedio. Eso indica que los jóvenes recientemente se involucran en la creación de microempresas, lo que se debe a las múltiples necesidades y las posibilidades de encontrar un trabajo. Así que en los futuros años, se espera encontrar mucho más jóvenes en las áreas rurales involucrándose en emprendimientos, dado que los programas del gobierno mexicano como el de la SEDATU y otros, empiezan a incentivarlos para crear negocios.

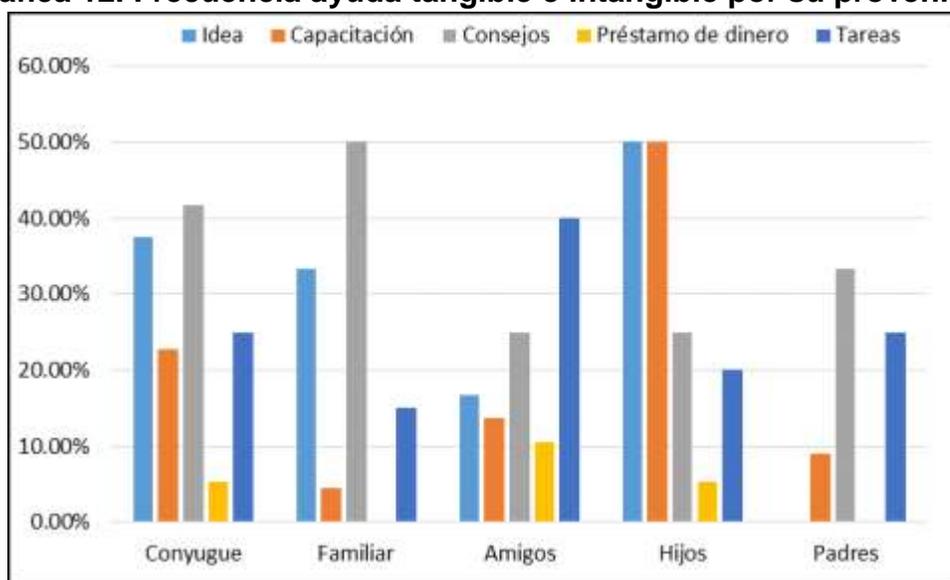
7.5 El capital social en la creación de las microempresas

El 63% de los entrevistados comentaron que conocieron a otros emprendedores antes de iniciar sus propios negocios. De estos empresarios los conocidos (por ejemplo patrón, vecino) y los familiares representan cada uno el 32,88% mientras que hijo, esposo y amigos respectivamente tienen el 1,37%, 9,59% y 27,40%. Esta variable “conocer a otros empresarios” es muy estudiada en el capital social sobre todo entre los autores que adoptan el modelo GEM. En esta variable se encuentran dos niveles de capital social. El capital social de aproximación está ausente porque ninguno de los entrevistados mencionó que conocieron a dueños de grandes empresas. La lógica de la grande empresa que se basa en tener sucursales y poner un administrador en cada una y en este sentido se da el capital social de aproximación porque los dueños no

mantienen relación directa con el empleado sino con el administrador. Solamente de esta forma puede este tipo de capital social impactar en la creación de microempresas, los otros elementos de uso de este capital como presidente, cantante famoso no son fuentes de aspiración para iniciar negocio.

El capital social de unión encontrado en este trabajo se da por los hijos, los esposos y los familiares y la suma de estos tres (43,84%) no sobrepasan la suma del capital de vinculación (60,20%) lo cual es dado por los amigos y conocidos. La variable participación en grupo es un elemento del capital social estudiado en este trabajo bajo el supuesto de que la gente puede tener contactos nuevos fuera de su familia. El hecho de que la gente conozca a otros empresarios no puede explicar directamente que van a copiar a estos empresarios para iniciar lo suyo; así se planteó la pregunta para explorar si algunos de los empresarios conocidos influyeron para que pudieran crear lo suyo. De los 46 entrevistados (63%) que afirman que conocieron a otros empresarios solamente 29 declararon que tuvieron la influencia, por ende se confirma que el simple hecho de conocer no implica directamente la influencia o aspiración. El grupo cuatro es el grupo más fuerte en la participación en grupo y en tener la influencia de otros empresarios. Estas dos variables muestran correlaciones significativas y positivas ($r=0,255$, $P\text{-valor}=0,03$) por ende se deduce que el hecho de que la gente participe en grupo aumenta sus contactos y que aspiran a crear micronegocios.

Grafica 12. Frecuencia ayuda tangible e intangible por su proveniencia



Fuente: Elaboración propia. Nota: todas son respuestas múltiples.

De los 62 entrevistados que contestaron a la pregunta de tener ayuda para iniciar sus negocios, solo 43,50% dan una respuesta positiva. La Gráfica 12 muestra la distribución de esta ayuda en sus formas intangibles y tangibles y de quien proviene. Los dueños reciben mayor ayuda intangible que tangible, salvo en la ayuda que viene de los familiares donde los tangibles sobrepasan ligeramente los intangibles (9%). Estos datos muestran que al momento de crear los micronegocios no todas las ayudas eran de familiares. El grupo tres es el más fuerte en recibir ayudas y le sigue el grupo dos. Aun así no son los grupos que tienen mayor influencia de otros para crear negocio, en este sentido el grupo cuatro es el mejor.

Iniciar una actividad generadora de ingreso (AGI) sin dinero es difícil pero no imposible. En este estudio se plantea ver si la gente puede iniciar un negocio sin tener dinero en efectivo. La variable venta a crédito para iniciar, captura dicha información. Solamente 9,6% de los entrevistados obtuvieron esta posibilidad y todos se concentran en el grupo cuatro. Un elemento que es estudiado mucho en el capital social es la confianza. En este trabajo no se plantea como tal, pero la variable venta a crédito para iniciar permite explorar eso. Como lo afirma Bennett y Franzel (2009), en el marco de los medios de vida, el incremento de un tipo de capital puede implicar el incremento en otro. La venta a crédito es capital financiero porque el dueño va a regresar el dinero en un tiempo dado y este capital se basa en la confianza que es capital social. De tal manera alguien que tiene un nivel de capital social muy alto puede iniciar un negocio sin dinero. En este sentido cabe señalar que el grupo cuatro no es el grupo que ha recibido la mayor cantidad de apoyo para iniciar el negocio.

7.6 El capital financiero en la creación de los micronegocios

Los recursos que usaron para iniciar el negocio se presentan en diferentes formas. Unos combinan su propio dinero con préstamos y otros solo se quedan con uno de estos. El 67% de los entrevistados empezaron los negocios con sus propios recursos, eso debido a los problemas y el papeleo que implica obtener un crédito. Estos recursos, por una parte, son ahorros formales y son generados en el tiempo y por otra parte, son informales y que provienen de cosas que venden para poder crear el negocio como animales, cosechas, entre otros. Con respecto a la acumulación del

dinero mediante el ahorro en el tiempo, comenta una señora, donde la encuesta se aplicó a ella y su esposo:

“Mi esposo me daba el gasto y de ahí agarré para crear el negocio” (10023)

El ingreso determina el ahorro y por ende el uso de recursos propios para iniciar el negocio. Una manera de ver el ingreso total de un hogar es mediante los integrantes adultos (Paxton, 2009:229). No se encontró ninguna correlación significativa entre la ocupación de los hijos y conyugue con el uso de los ahorros. Lo que quiere decir que las personas que inician con ahorros no ocupan necesariamente el dinero que viene de los integrantes del hogar. Los negocios pueden ser vistos como una forma de ahorro-inversión dado que el ahorro informal en animales es muy riesgo por la mortalidad (Paxton, Ídem). Además es riesgoso hacer un negocio por las mismas características de un emprendedor y estos riesgos se pueden dar por la devaluación de los precios de productos o el robo, entre otros. Cabe mencionar que los recursos pueden provenir de diferentes fuentes: pago por liquidación, venta de cosecha, ahorro, entre otros. La experiencia de trabajo provee no solo conocimiento, sino recursos para iniciar el negocio, pero también entra el concepto de riesgo porque no se sabe el día en que el dueño decide despedir a alguien. El riesgo también se encuentra en la creación de empresas porque no se sabe cómo le va a ir iniciando una actividad. El riesgo es la característica que tienen las personas que inician un negocio.

Con relación a los riesgos, Karlan y Zinman (2011:1283) encontraron que los microcréditos llevan a la gente a una mayor gestión de riesgos en vez de incrementar sus negocios y bienestar. En este estudio, el uso de los recursos externos para crear negocios se da entre familiares, las instituciones de microfinanzas y apoyos gubernamentales. Generalmente las IMF no financian la creación de negocios, lo que conllevaría a mayores pérdidas para ellas y mayores riesgos para los microempresarios. Solamente dos de las microempresas entrevistadas iniciaron con programas del gobierno, lo que implica que no invirtieron sus recursos para crear el negocio. En el momento de la entrevista estos negocios tenían entre 2 a 4 meses de existencia por eso no se puede corroborar con otras investigaciones donde mencionan

que los negocios que se inician con subsidios en un tiempo dado, o más bien cuando termina el apoyo, este negocio va perdiendo su capacidad y tiende a la quiebra (Santarelli y Vivarelli, 2006:26).

Los cuatro grupos son diferentes entre sí por varias razones. Primero en los capitales, cualquier tipo de capital se use eficientemente o no, eso se le reconoce más en el caso del dinero. Pero lo mismo pasa con los capitales social y humano. Por un lado hay gente que aprovecha sus amistades, familiares entre otros para obtener conocimientos, habilidades, dinero y de ahí crean sus negocios (grupo cuatro). Del otro lado hay personas que usan lo mínimo que aprendieron en la escuela para hacer un negocio, mientras que otros no. Otros confían en sus habilidades, la capacitación o la enseñanza que reciben y en las experiencias de trabajo. Cabe resaltar que muchos dueños de negocios trabajaron en áreas que no tienen nada que ver con hacer negocios (industria). Los capitales presentan diferencias por su disponibilidad y uso eficiente. Segundo, los grupos son diferentes uno de otros porque hay gente más motivada (grupo dos) que otros

Los campesinos no son homogéneos, cada quien tiene un perfil diferente de otro. Algunos aún se dedican al campo solamente, otros combinan el negocio y la actividad agrícola, eso confirma lo que dice Gerbaux (1997:26): “Las estrategias que toman del patrimonio para generar otras actividades son más prometedoras desde un enfoque de desarrollo local”. En este caso las microempresas en el medio rural con valor agregado son de más aporte a las localidades que los que usan elementos que vienen de fuera, lo que es el caso de este estudio, en cierta parte. Tener una microempresa cae dentro de los tres tipos de ingreso no agrícola usados por Berdegúe *et al.* (2001). Así, se confirma para promover el desarrollo rural mediante políticas públicas, dotar a los campesinos de un micronegocio o incentivarlos a crear, es una estrategia que cae dentro de la nueva ruralidad porque no pasan todo el día en el campo sembrando, cosechando, etc. Pero se debe poner atención en a quién darle el apoyo, porque hay personas que no pueden ser microempresarios, las teorías de la motivación explican la razón.

Cuadro 22. Resumen de contraste de hipótesis

H _{1a} : La motivación influye de manera diferente en todos los microempresarios	Soportada
H _{1b} : El capital social influye de manera diferente en todos los microempresarios	Soportada
H _{1c} : El capital humano influye de manera diferente en todos los microempresarios	Soportada
H _{1d} : El capital financiero influye de manera diferente en todos los microempresarios	Soportada

Fuentes: Elaboración propia.

7.7 Conclusión del capítulo

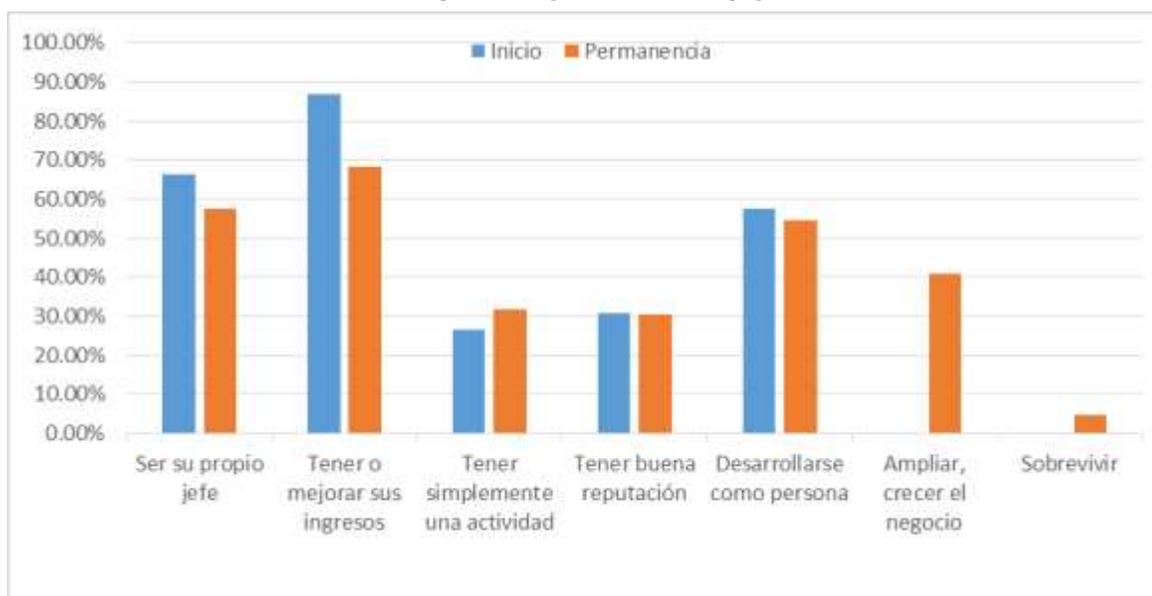
En este capítulo del trabajo se puede confirmar la heterogeneidad de los individuos en la manera de crear un negocio y, más allá de eso, se indica en qué punto son diferentes y las razones que explican estas diferencias. Casi no hay estudios que se enfoquen en estas diferencias que hay en la creación de negocios, este estudio pretende contribuir a llenar este vacío. Los modelos de creación de negocios son de gran utilidad para quien aspira a tener un negocio y para los tomadores de decisiones, entre otros. Aunque dicen Reynolds y White (citado por Kim *et al.*, 2006) que no se puede comparar los emprendedores nacientes con los emprendedores de éxito y los dueños de micronegocios, sirven estos perfiles para ver alternativas de creación que pueden adaptar los futuros emprendedores. Así, se concluye que la manera de iniciar un negocio es diferente en los microemprendedores, algunos se basan más en un factor que otro.

Estos perfiles pueden ser usados por las IMF para apoyar a los microempresarios. Algunos pueden obtener un préstamo sin tener problema para devolverlo, mientras que otros no. Los grupos 3 y 4 serán los mejores en los reembolsos. Futuras investigaciones pueden desarrollarse en estudiar los perfiles existentes, qué tipo de negocios son más sustentables y exitosos. Eso servirá a los gobiernos que se involucran en apoyar a la gente para tener un micronegocio para ser eficientes en la selección de las personas. Otro tema para profundizar es el tipo de negocio, en este estudio se toma cualquier negocio, futuras investigaciones pueden ver solamente negocios con valor agregado, es decir que transforman y comercializan productos agrícolas, lo que incrementa el ingreso del empresario y de los productores.

CAPITULO VIII. LA PERMANENCIA DE LAS MICROEMPRESAS

Iniciar el micronegocio es una parte importante, algunos autores se enfocan en ver las dificultades que tiene la gente para iniciar (Verheul y Thurik, 2001:342; Belwal *et al.*, 2014:147; Aguilar Morales *et al.*, 2014:75), otros centran su atención en factores que combinan los emprendedores nacientes para iniciar los negocios. En todo el transcurso del negocio, desde el inicio los dueños tienden a tener problemas pero no hay investigaciones que estudien en cuál de las dos fases (inicio y mantenimiento) se encuentran con más problemas. Este trabajo no se enfoca en este aspecto, pero el factor motivación que está presente, tanto en el inicio como en la permanencia del negocio depende del comportamiento humano y por ende es sujeto a cambio.

Gráfica 13. Frecuencia de objetivos para iniciar y para mantener

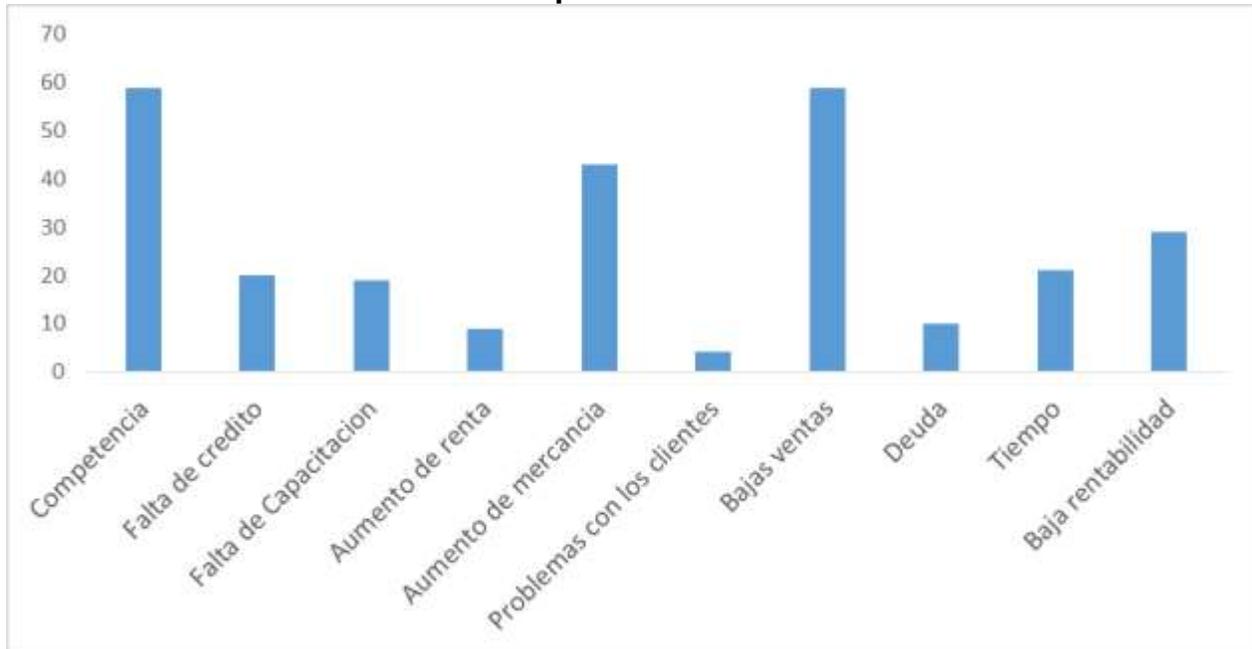


Fuente: Elaboración propia.

Se observan algunos cambios entre los objetivos de los dueños, aunque se presenten estos cambios, los mismos que mostraron la mayor frecuencia para iniciar un negocio, tienen mayor frecuencia también en la permanencia. Littunen (2000:304) planteó que hay diferencia entre la motivación de los emprendedores en el tiempo, dicho estudio no encontró diferencia significativa entre los dos momentos. Lo mismo que se presenta en este trabajo al aplicar los análisis estadísticos de comparación. Como ya se ha expuesto, la motivación tomada como el impulso al inicio, no es lo mismo después de crear el negocio. Los impulsos ahora son para enfrentar los

problemas para seguir con el negocio. Dichos problemas afectan a los dueños y son de varios tipos, la siguiente grafica presenta la frecuencia de los problemas identificados.

Gráfica 14. Problemas identificados por los dueños

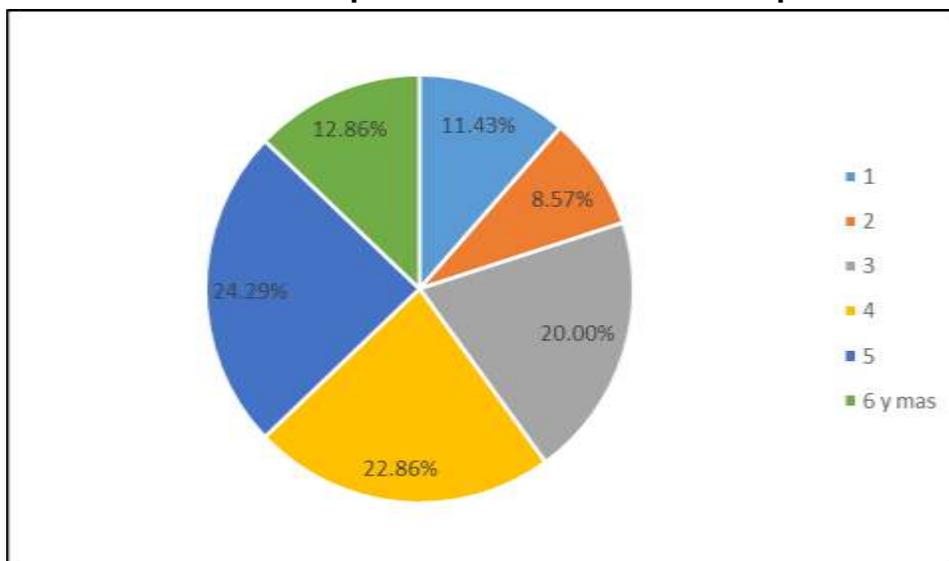


Fuente: Elaboración propia.

Los problemas de competencia y bajas ventas fueron los más mencionados por los entrevistados. Se hizo un análisis de correlación para ver la relación que existe entre un problema y los otros. En el resultado de esta correlación con el coeficiente de Pearson se encontró que la competencia y bajas ventas están muy correlacionadas (P-valor =0,0009). Eso explica que la presencia de otros negocios en el entorno de un empresario, hace que su venta disminuya, sobre todo si venden los mismos productos. Por otro lado la competencia afecta la rentabilidad (P-valor = 0,0005), eso no es sorpresa, aunque la rentabilidad puede bajar con el tiempo. Con todo eso, un elemento importante es la mala venta, algunos comentaron que ocurre con el tiempo. La falta de capacitación por su parte se relaciona con el problema de tiempo (P-valor =0,0009), los dueños de negocios que dedican poco tiempo a sus negocios tienen problemas de capacitación. Esto explica que si los dueños tienen capacitación, estarían dedicando mucho más tiempo a sus negocios, lo que implicaría un aumento en la ganancia, como ya se ha encontrado en otros estudios en los que se reporta que a mayor tiempo

dedicado, mayor ganancia (Cuevas Rodríguez *et al.*, 2005:41). La identificación de los problemas es un punto determinante en la permanencia de los micronegocios. En este estudio se quiso ver cuántos problemas tienen cada uno de los entrevistados, para lo cual se creó una variable llamada cantidad de problemas. La gráfica siguiente muestra la frecuencia de esta variable

Gráfica 15. Frecuencia para la variable cantidad de problemas



Fuente: Elaboración propia.

Dejando la identificación de los problemas por un lado, se plantea ver si los dueños tienen alguna estrategia mínima para enfrentar los problemas. Bajo el supuesto de que si el negocio existe, sin duda tiene dificultad y para seguir existiendo se debe hacer algo para enfrentar esas dificultades. Así se codificó en 1 si la persona adopta una estrategia eficiente y 0 para otros. El 44,9% de los entrevistados adoptaron una estrategia. Con estos problemas se puede plantear que afectan la moral del dueño, lo que puede inducir la intención de abandonar el negocio. La variable **Inten_aban** captura la intensidad de este deseo con una escala Likert. Esta variable es una mezcla de la teoría del umbral de Gimeno *et al*, y la teoría del comportamiento planificado de Ajzen. No se encontró correlación significativa entre esta variable y la cantidad de problemas, mientras que la variable se creó para ver si los problemas afectan la probabilidad de dejar el negocio. Todo eso quiere decir que independientemente de la cantidad de problemas que enfrentan los dueños, la intención para dejar el negocio no

cambia. Los que tienen más problemas no son los que siempre quieren dejar sus negocios.

Así se determina una parte de la permanencia con esta variable. Para capturar con más amplitud la permanencia, se plantearon dos preguntas que permiten capturar la probabilidad de seguir con el negocio o no. Como son negocios que nacen por necesidad, es posible que quiebren por razones diferentes. Así se quiso saber si cada dueño dejaría su negocio por un trabajo u otro tipo de ingreso, en este caso esta variable coincide con la teoría de umbral. El 44.40% de la población entrevistada contestaron afirmativamente a esta pregunta. Por otra parte la variable *deseo_cam* mide la simple voluntad del dueño de cambiar de actividad y se obtiene un 31.5% de los entrevistados que contestaron que si lo harían. Esta variable fue creada con base a los aportes de DeTienne (2010:211) en el estudio de la supervivencia de los negocios. Así se presentan los resultados para la permanencia; para determinar los factores que ayudan a explicar dicha permanencia, se usan el modelo teórico y el modelo que arroja la correlación estadística de la información recaba en la encuesta.

El otro modelo se basa en variables que otros investigadores han usados, las cuales no son planteadas en el marco de los medios de vida sostenibles pero ayudan a explicar la permanencia de los micronegocios. Por ejemplo, hay una investigación que menciona que las características personales del dueño influyen en la supervivencia de los negocios (Headd, 2003:54). Se usan variables como sexo para ver si ser hombre tiene más probabilidad de dejar el negocio, otra variables es el crecimiento, lo cual determina, bajo el supuesto de que si el negocio ha crecido hay una menor probabilidad de que el dueño lo abandone.

La mayoría de las variables usadas para medir el crecimiento en los micronegocios fueron tomada de Ahmad *et al.*, y estos autores proveen más elementos para medir el éxito, tanto financiero como no financiero (Ahmad *et al*, 2011:210). Para éxito no financiero, en este estudio hay 4 variables mientras que para el éxito financiero solo se ha podido tener 3. Todas las variables fueron medidas en una escala Likert de 5 puntos y arrojan un alpha de Cronbach igual a 0,85 lo que confirma la consistencia interna del instrumento de medición. Mejor dicho el instrumento que se usa para

obtener información sobre el crecimiento permite tomar información fiable. El Cuadro 23 muestra las correlaciones que existen entre estas variables, lo cual es un paso primordial para el análisis de componentes principales y también se presentan los estadísticos descriptivos.

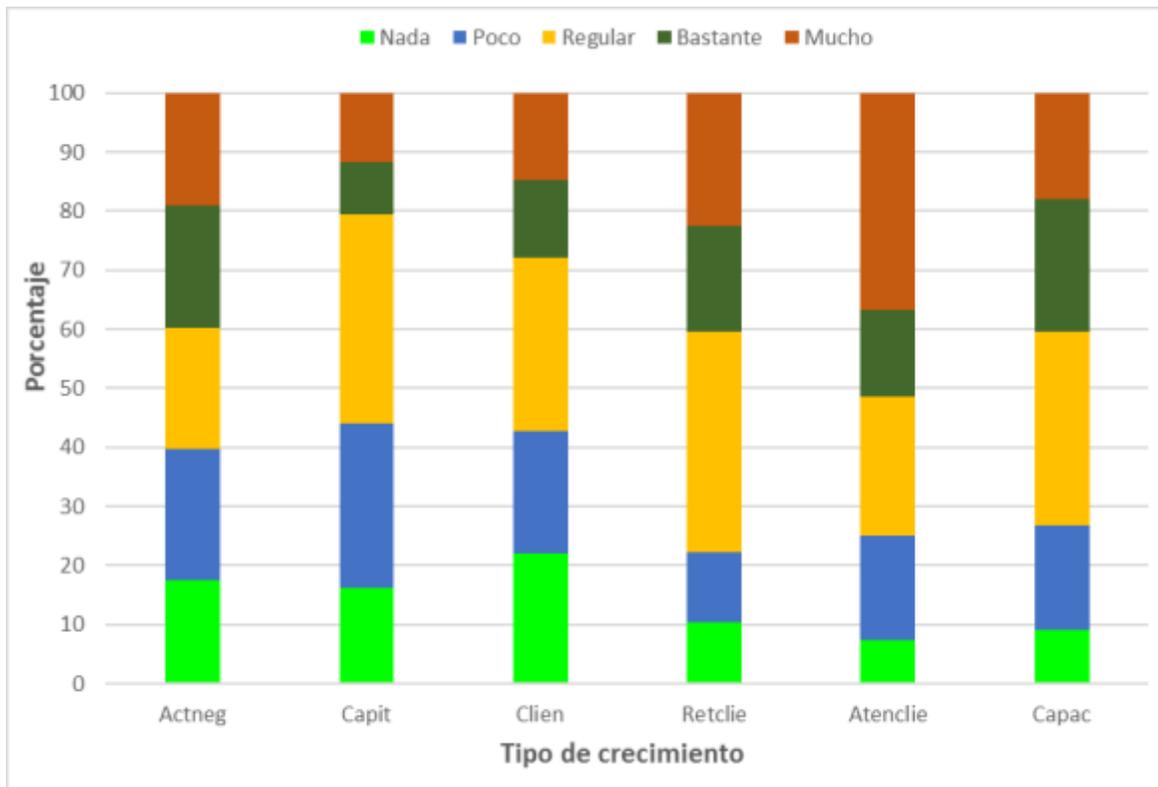
Cuadro 23. Estadísticos descriptivos y correlaciones para las variables de crecimiento

	1	2	3	4	5	6	7
1 Rentclien	1.00						
2 Atencle	0.55***	1.00					
3 Habil	0.53***	0.50***	1.00				
4 Sastif	0.53***	0.47***	0.58***	1.00			
5 Client	0.30*	0.13	0.32**	0.24*	1.00		
6 Capita	0.26*	0.22	0.35**	0.43***	0.41***	1.00	
7 Actneg	0.37***	0.23	0.31**	0.36**	0.51***	0.59***	1.00
Desviación Estándar	1.50	1.58	1.42	1.36	1.47	1.34	1.54
Media	3.03	3.32	3.00	3.58	2.59	2.53	2.81

*** Significancia a 0.000, ** Significancia a 0.01 y * significancia a 0.05. *Fuentes:* Elaboración propia.

Aunque el nivel de alpha reportado en este trabajo obedece a un nivel muy alto por muchos investigadores en la psicología (Blanco y Alvarado, 2005:543) y sabiendo el uso y abuso de este instrumento, el nivel de satisfacción de este estudio depende del uso y la interpretación que se le da de acuerdo con Schmitt quien menciona que no hay un nivel sagrado para aceptar o no este coeficiente (Schmitt, 1996:353). La grafica siguiente presenta la variación que existe entre estas variables.

Grafica 16. Frecuencias de las variables del crecimiento



Fuente: Elaboración propia.

Esta grafica permite interpretar las correlaciones mencionadas en el cuadro anterior, además sirve p. Todos los ítems considerados en la variable incremento de las actividades de los negocios no sobrepasan el 23% pero para el ítem 4 (bastante) aparece en el segundo nivel después de la variable aumento de capacidades. De estos elementos considerados para medir el éxito, los entrevistados mencionan que la capacidad para atender a muchos clientes es lo que más ha aumentado en ellos. Para construir la variable (Habil) que describe el aumento de capacidades, primero se basa en las habilidades empresariales al inicio (Grafica 10), y luego se pregunta al empresario que tanto se han aumentado estos elementos. Tres de las variables (Retclie: retención a clientes), (Habil) y (Capit: incremento de capital) han quedado estables en los dueños de los negocios. Se hace un análisis a fondo de estas variables como efectos de las microempresas en el capítulo nueve.

No se puede trabajar un modelo de regresión incluyendo a todos los factores de crecimiento debido al tamaño de muestra; por eso se usan técnicas estadísticas para

reducirlas a las 7 variables del crecimiento. Eso fue posible mediante el análisis de componentes principales (ACP). Se hicieron las pruebas de los supuestos del ACP y se obtiene la medida de adecuación de Kaiser-Meyer-Olkin igual a 0.838 y la prueba de esfericidad de Bartlett, lo que resulta en una Chi-cuadrada de 213.787 (con un grado de libertad = 21) y un p-valor de 0,000. Todo eso significa que si se puede realizar el análisis factorial. Los dos componentes obtenidos explican el 70% de la varianza total. El siguiente cuadro presenta la matriz de componentes rotados, este tipo de componentes se usa porque permite interpretar mejor que la matriz simple de componentes en lo cual unas variables tienen coeficientes significativos (más de 0,5) en los dos componentes.

Cuadro 24. Resultados del análisis de componentes principales

	Comunalidad	Éxito no financiero	Éxito financiero
RetClie	0.70	0.803	0.223
Atenclie	0.75	0.864	0.058
Habil	0.68	0.735	0.367
Actneg	0.76	0.234	0.838
Capit	0.67	0.265	0.777
Clien	0.63	0.154	0.778
SatisPer	0.73	0.763	0.387

Fuente: Elaboración propia. Método de extracción: Análisis de componentes principales. Método de rotación: Normalización Varimax con Kaiser. Los valores superiores 0,5 son altamente significativos y son en negrita.

Todas las variables presentan coeficientes de más de 0,70 lo que confirma que son relevantes para explicar los dos componentes (Méndez Martínez y Rondón Sepúlveda, 2012:206). El componente uno representa 54,17% de la varianza total y agrupa los elementos de éxito no financiero (4 variables). Por su parte, el componente dos tiene el 15,75% de la varianza. Este componente relaciona 3 variables que son de éxito financiero. Las puntuaciones factoriales del ACP fueron procesadas por el método de Bartlett en SPSS, lo que permite tener dos nuevas variables que miden el crecimiento. Las dos variables presentan variaciones iguales con media=0,000 y desviación estándar igual a uno pero se difieren en sus valores mínimos (-2.38548 para el dos y -2.36073 para el uno) y para el máximo (2.01194 para el dos y 1.87278 para el uno). Estas variables son tomadas para explicar el supuesto de que los dueños quieran

dejar el negocio porque no tiene crecimiento. Algunas otras variables fueron usadas como deuda (variable dicotómica), ahorros (dicotómica), años de existencia del negocio (variable continua) entre otros. Todas las variables tienen una lógica de uso para determinar la permanencia por ejemplo estas tres variables mencionadas quedan con estas hipótesis:

Si el dueño tiene deuda, es que el negocio no le da suficiente dinero para vivir lo que le hace pensar en abandonarlo, o dejarlo si encuentra trabajo.

Si el dueño tiene ahorro que proviene de su negocio o de otra fuente, la posibilidad de dejar el negocio disminuye.

La cantidad de años de operación de un dueño con su micronegocio afecta la posibilidad de salir, entre más años tenga menor será la probabilidad de salir.

Las otras variables caen dentro de algunas lógicas como estas tres; pero no se parte de una hipótesis con estos elementos, solo se usa lo que arrojan los resultados estadísticos con grado de significancia de 0,05. Para explicar esta razón se hicieron análisis con el objetivo de encontrar los factores que explican este deseo (correlación) y con qué intensidad; cada factor explica aisladamente este deseo (regresión simple o correlación) y la combinación de factores (regresión múltiple). El cuadro siguiente muestra correlaciones y las estadísticas descriptivas para las 3 variables consideradas como determinantes de la permanencia.

Cuadro 25. Estadística descriptiva y correlaciones para variables usadas en la determinación de la permanencia.

	Media	Desv. Est	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
1 Int_aban	1.71	0.774	1									
2 Aban_ingr	0.38	0.49	.359**	1								
3 Sexo	0.58	0.498	-.408**	-.177	1							
4 Cantayud	1.53	0.929	-.208	.032	.077	1						
5 Edad	45.07	12.583	.115	.018	-.057	-.178	1					
6 Escol	9.26	4.38	-.064	.159	-.142	.152	-.357**	1				
7 Exist	104.14	126.759	.090	-.070	-.254*	-.026	.482**	.083	1			
8 Cantobjet	2.73	1.512	.001	-.025	.028	-.053	-.256*	.264*	-.049	1		
9 Tiemp_ded	9.23	3.294	-.027	.064	-.303**	-.055	-.034	.204	.105	.035	1	
10 Exp_trab	0.75	0.434	.239*	.059	-.170	-.013	-.121	.175	-.107	-.062	.089	1
11 Ahorros	0.55	0.501	-.005	.037	-.279*	.108	-.176	.102	.038	.348**	.124	-.073
12 Ingr_otro	0.42	0.498	.009	.006	.121	.133	-.109	-.114	-.212	.083	-.188	.041
13 Credito	0.19	0.396	-.089	.331**	.137	-.056	-.114	.079	.040	.182	.061	-.125
14 Cant_probl	3.74	1.856	.026	.264*	-.091	.114	-.197	.216	.058	.251*	.112	.092
15 Susp	0.3	0.462	.101	.034	.141	-.218	-.116	-.034	-.066	.160	-.238*	.029
16 Componente 1	0	1	-.123	-.136	-.042	.304**	-.104	.353**	.170	.301**	.092	.056
17 Componente 2	0	1	.038	.052	-.007	.156	-.194	.045	-.149	.212	.048	.087
18 Estr_prob	0.42	0.498	-.007	.006	.065	.013	-.144	.167	.056	.046	.015	.041
19 Deuda	0.18	0.385	-.106	.148	.110	.080	-.137	.042	.054	.157	-.077	-.066

*Significancia a 0,05 y ** Significancia a 0,01. *Fuente:* Elaboración propia.

Continuación del cuadro 25

	Media	Desv. Est	11	12	13	14	15	16	17	18	19
1 Int_aban	1.71	0.774									
2 Aban_ingr	0.38	0.49									
3 Sexo	0.58	0.498									
4 Cantayud	1.53	0.929									
5 Edad	45.07	12.583									
6 Escol	9.26	4.38									
7 Exist	104.14	126.759									
8 Cantobjet	2.73	1.512									
9 Tiemp_ded	9.23	3.294									
10 Exp_trab	0.75	0.434									
11 Ahorros	0.55	0.501	1								
12 Ingr_otro	0.42	0.498	.223	1							
13 Credito	0.19	0.396	.093	-.137	1						
14 Cant_probl	3.74	1.856	.200	.001	.239*	1					
15 Susp	0.3	0.462	.057	.040	.059	.141	1				
16 Componente 1	0	1	.151	-.061	.175	.165	-.023	1			
17 Componente 2	0	1	.151	.079	-.026	.042	.010	.000	1		
18 Estr_prob	0.42	0.498	.001	-.009	.145	.076	.221	.134	.159	1	
19 Deuda	0.18	0.385	-.009	-.038	.592**	.143	.162	.153	.040	.107	1

*Significancia a 0,05 y ** Significancia a 0,01. Fuente: Elaboración propia.

En este cuadro de correlación no se detecta ningún signo de colinealidad entre las variables en lo que el coeficiente de correlación más alta no sobrepasa 0,600. Solo se acercan las variables deudas y crédito. Eso es lógico que la obtención de crédito implica el endeudamiento. Guérin *et al.*, (2009:141) mencionan que se usan los microcréditos para reembolsar deudas anteriores, dicho caso llevaría a los microempresarios a vivir toda su vida con deudas. La mejor manera de salir de esta situación es a través del crecimiento de los negocios lo que se podría lograr a través de una diversificación de actividades. Las variables del ACP no resultan significativas para ninguna de las variables, se hizo después una correlación con las variables usadas en el ACP para ver si ayudan a explicar la razón por la que la gente dice que dejará el negocio, solamente la variable que describe el incremento en habilidades ayuda a explicar el abandono por otro ingreso. La variable que explica el deseo de cambiar de actividad fue eliminada porque no se encontró correlación significativa con las variables predictoras.

Para explicar por qué la gente tiende a dejar sus negocios, se usa un modelo econométrico, lo que ayuda a ver estas correlaciones descritas en el cuadro anterior con más profundidad y el peso de cada variable independiente en la explicación de las variables de respuesta. La variable intención de abandonar el negocio surgió por la cantidad de problemas que tiene el dueño para decidir si lo abandonaría por estos problemas. Esta última variable no presenta correlación significativa con la intención ($r=0,026$ y $p= 0,83$) ya que esta última fue creada con la opinión de los dueños basado en los problemas que tienen, pero la variable cantidad de problemas muestra correlación significativa con la variable de abandono por otro ingreso ($r=0.264$, $p=0.05$). A mayor cantidad de problemas mayor abandono, no se incluye dicha variable en el modelo, más adelante se analiza esta correlación. Las dificultades para operar el negocio hacen que las personas dejen sus negocios por un trabajo, si estas no tienen un firme propósito.

No se encontró significancia estadística para los componentes con la variable dependiente, por ello, el modelo estadístico que se planeó usar en la metodología no se trata. Todo eso quiere decir que los factores de crecimiento no impactan a la

probabilidad de dejar el negocio. Antes de pasar al modelo, se construyen variables dicotómicas para respetar los supuestos de dichos modelos (Gil *et al*, 1990:12). Estas variables son construidas de acuerdo al interés que se planteó en las hipótesis específicas. Algunas variables fueron tomadas en su manera dicotómica en la encuesta como la experiencia de trabajo, obtención de crédito. En el cuadro siguiente, se presenta la manera en que fueron creadas las variables dicotómicas.

Cuadro 26. Dicotomización de las variables discretas y continuas

Para ayuda	Para objetivos	Para edad	Para horas dedicadas
Si cantidad de ayuda ≥ 2 y frecuencia= siempre, $x=1$	Si objetivos = ser su propio jefe + otros, $x=1$	Si edad ≤ 43 , $x=1$	Si horas >8 , $x=1$
Si cantidad de ayuda <2 y frecuencia= a veces, $x=0$	Si objetivos = otros, $x=0$	Si edad >43 , $x=0$	Si horas ≤ 8 , $x=0$

Fuente: Elaboración propia.

Algunas de estas variables ya fueron agrupadas como edad y escolaridad en el Cuadro 10 pero se hicieron por cuartiles, en este cuadro se toma el cuartil 3 para decidir dónde empieza el valor de interés en el modelo es decir mayor edad, mayor escolaridad. Estas agrupaciones sirven para trabajar los modelos a respuestas binarias y ordinales. En los modelos probit interesa generalmente a algunos investigadores el cambio que existe en la probabilidad con respecto a las variables independientes (Horowitz y Savin, 2001:50). No se interpretan los coeficientes obtenidos de los resultados de un modelo probit, sino los efectos marginales de los regresores que indican cómo cambia la probabilidad de la variable dependiente cuando cambia la variable independiente. Lo mismo pasa con los modelos logit donde interesan más las razones de disparidad, de probabilidad o de momios, odds ratio (Silva y Salinas, 2007:84; Gujarati y Porter, 2010:554) para concluir con las probabilidades.

La intención emprendedora está correlacionada con las variables siguientes: “sexo, abandono por ingreso y experiencia de trabajo. Las personas que tuvieron una experiencia de trabajo son las que piensan en dejar sus negocios. Dos razones pueden explicar este fenómeno. Una de estas es que los dueños de negocios no han adquirido suficientes habilidades en sus experiencias de trabajo, lo que les puede permitir enfrentar problemas y hacer estrategias para seguir con el negocio, entre otros. La otra razón es porque no han obtenido suficiente dinero para invertir en sus negocios,

lo que les hace pensar en buscar otra manera de obtener dinero. En las zonas rurales, hay escasez de empleo y las pocas fuentes de empleo que hay no cumplen con las características para generar habilidades para administrar las microempresas. Aunque en la comunidad de Santa Bárbara, varias personas han obtenido trabajo en la ciudad de Puebla, pero aun así no se pueden administrar los negocios con estas habilidades. Los entrevistados expresan el uso de los elementos del capital humano para administrar sus negocios, por ejemplo algunos (47%) mencionan que la experiencia de trabajo que tuvieron les ayudó mucho para administrar sus negocios, mientras que un 63% dicen que son las habilidades las que les apoyan mucho.

El hecho de ser mujer disminuye la probabilidad de pensar en abandonar el negocio. Este estudio contradice a Nuez y Górriz (2008:435) en cuanto al aspecto de género. Para ellos las empresas dirigidas por mujeres tienen menos posibilidad de sobrevivir mientras que, en este estudio los hombres son los que presentan con mayor intensidad la intención de dejar sus negocios con relación a los problemas que enfrentan.

El modelo presentado en la metodología se estudia con la regresión logística binaria para determinar la probabilidad de quiebra del negocio si el dueño encuentra un trabajo o algún ingreso. El siguiente cuadro presenta los resultados de la regresión logística que fue la técnica usada para probar la hipótesis.

Cuadro 27. Resultado del modelo logístico para Abandono por otro ingreso o trabajo

Variables	Odds Ratio	Error Est.	Z	P> z	[95% Intervalo de Conf.]	
Edad_dumm						
y	0.537	0.3295	-1.01	0.311	0.1614	1.7876
Objetivo	0.576	0.3873	-0.82	0.412	0.1539	2.1528
Int_Aband	3.612	1.5583	2.98	0.003	1.5504	8.4134
Cap_social	1.733	1.0659	0.89	0.371	0.5192	5.7853
Exp_trab	0.984	0.7283	-0.02	0.982	0.2306	4.1978
Credito	10.088	8.1745	2.85	0.004	2.0607	49.3809
Horas	1.498	0.9022	0.67	0.502	0.4600	4.8770
Estadísticas						
Pseudo R2	0.236		N=68			
Log likelihood	-35.195324					
LR chi2(7)	21.75		Prob > chi2 = 0.0028			
Prueba de significancia Hosmer–Lemeshow=0.35						

Fuente: Elaboración propia.

Con este modelo, se puede explicar el 24% de la varianza de abandono por otro ingreso, pero cuenta con unas variables basura, es decir que no tienen significancia estadística lo que limita la mayor explicación del fenómeno (para más detalles del modelo sobre la clasificación y poder explicativo, vea el Cuadro 3 en anexo). La obtención de crédito afecta positivamente la probabilidad de dejar el negocio. Los dueños que han obtenido algún crédito para sus negocios expresan mayormente la voluntad de dejar la actividad empresarial. De estos dueños que lo obtuvieron, hay una probabilidad de 10 contra 1 de que dejen el negocio si encuentran un trabajo, comparándolos con los que no obtuvieron crédito.

Estos resultados parecen ir en contra de lo que dice Hidalgo-Celarié *et al.* (2005:358) que los negocios no pueden seguir funcionando sin los microcrédito. Las personas que no obtienen crédito son autosuficientes y les gusta hacer su negocio y por lo tanto no lo abandonan, aunque les llega alguna oportunidad de trabajo. Cabe mencionar que no buscan trabajo por el tiempo que pasan en atender sus negocios.

Aunque este estudio se basa en la voluntad del dueño para seguir con el negocio, para determinar la supervivencia de estas microempresas, se comparan los resultados con las investigaciones que hacen predicciones en el año sobre la probabilidad de seguir con los negocios. No se puede analizar esta posibilidad de dejar el negocio mediante el crecimiento, las variables que se usan para determinar este crecimiento no lo permiten ni en sus formas reducidas (ACP) ni de manera directa. Pero se puede deducir con este resultado que los que no obtuvieron crédito son más sustentables y eso es un elemento de éxito. En este sentido, se coincide con lo que encontraron Nuez y Górriz (2008:430) donde presentan la supervivencia como un elemento de éxito. En el capítulo siguiente se analiza el efecto de los préstamos sobre el crecimiento.

Por otra parte, se rechaza la hipótesis planteada en el estudio, en la que las personas buscan crédito para hacer crecer sus negocios porque no quieren que quiebren. En este caso, la quiebra ocurre si la persona que obtiene crédito encuentra un trabajo. El supuesto de ver al crédito como un elemento de motivación, lo cual consiste en que la gente busca y obtiene crédito para hacer crecer el negocio, no se

sostiene y al contrario son estos los que dejan los negocios. Cabe resaltar lo que comentaron algunos de los entrevistados acerca de la probabilidad de dejar sus negocios, dos comentaron:

1:“*De hecho tengo otro trabajo y no lo dejo*”. (10041)

2:“*Al contrario, si encuentro trabajo lo reforzaré*”. (10062)

Otro elemento explicativo de eso es la cantidad de problemas que tiene el dueño para administrar el negocio, como que ya se presentó la Gráfica 13, hay dueños que tienen más de 6 problemas en sus negocios. La cantidad de problemas afecta la probabilidad de dejar el negocio por un trabajo ($r=.264^*$, p valor=0.05), lo que significa que a medida que tengan los dueños más problemas en los negocios, la gente presenta más posibilidad de dejarlo si encuentran una oportunidad de trabajo. Los factores obtención de crédito y objetivo se encuentran muy relacionados con la cantidad de problemas. Los créditos no permiten superar los problemas mientras que los objetivos sí, la correlación explica que a mayor cantidad de objetivos, mayor número de problemas. Son estos objetivos los que permiten la existencia de los negocios, de otra forma la gente optaría por ir a trabajar en vez de seguir con el negocio; ya que estos negocios en vez de dar una satisfacción, proveen muchos problemas.

En los casos de los créditos, se obtienen de varias fuentes como familiares, amigos, las IMF, los bancos, entre otros. Este resultado expresa el hallazgo de Belwal, donde mencionan que de las mujeres que obtienen los microcréditos enfrentan muchos problemas (Belwal *et al.*, 2012:84). Los problemas son de diversas formas por ejemplo un crédito puede quitar el tiempo al dueño y por ello no puede atender bien su negocio. Además la preocupación que tienen las personas con crédito para reembolsar este último, es otro elemento que afecta la permanencia.

Uno de los problemas identificados, es la competencia, esta afecta la mayoría de los dueños de negocios en la comunidad aunque algunos no lo ven como problema pero sí, eso les disminuye sus ventas.

Se encontró un caso en el trabajo de campo, una señora que cerró su negocio y traspasó a su hermana. Comenta que cuando inició su tienda de abarrotes no había casi ese tipo de tienda en su zona. Pero con el tiempo se crearon varias lo que le bajaron las ventas y por ende decidió

cerrar el negocio. Cabe mencionar que esta señora sigue atendiendo a su negocio junto con su hermana pero no declaró sus actividades en el momento de la entrevista. (00000)

Este testimonio muestra la manera de que las microempresas se manejan entre familiares. En el análisis econométrico, no se encuentran suficientes elementos para aceptar la hipótesis planteada, la cual consiste en que cuando el dueño tiene más ayuda para atender a su negocio y con mayor frecuencia, éste tiende a dejarlo para un empleo. Esta señora solo da información sobre la competencia como causa que le hizo dejar el negocio. Además, seguía viviendo con los gastos del esposo.

8.1 Conclusiones del capítulo

Este trabajo se propuso como objetivo estudiar los elementos que afectan la permanencia de los micronegocios. Algunos negocios estarán quebrando en un futuro cercano mientras que otros no. Los principales hallazgos consisten en que el impacto de la experiencia de trabajo, el sexo, la obtención de créditos y la cantidad de problemas, influyen para que la gente deje sus negocios. Los hallazgos de este trabajo sirven tanto para académicos y gobierno, como para profesionales interesados en los micronegocios. Como ya se ha planteado en el capítulo anterior, el perfil de las personas que tienen negocios es un tema importante para analizar.

Así cuando alguien se quiere acercar para ofrecer servicios financieros a un microempresario, el análisis de su perfil es importante. Eso para no tener problemas de retraso en los pagos o de entrar en otra dinámica para obtener el dinero prestado. Para el gobierno mexicano que promueve la creación de empresa en el medio rural (STPS, SEDATU) el seguimiento de estos negocios es necesario porque si las microempresas que los programas contribuyeron a crear llegan a fracasar, también fracasan los programas porque cuando haya una evaluación, estos negocios ya no pueden dar información ni servir al gobierno como elemento de éxito en sus políticas y acciones. Investigadores son invitados para seguir viendo otros factores no presentados en este estudio y que afectan la supervivencia, como los tipos de negocio y la manera de crearlos, entre otros. Otra temática para futura investigación es usar un tamaño de muestra más grande con el modelo teórico propuesto sobre todo en zonas rurales.

CAPITULO IX: EFECTOS DE LAS MICROEMPRESAS

9.1 Introducción y presentación de resultados

Los negocios pueden iniciarse en la informalidad, es decir vendiendo en la calle y muy pequeños, entre otras características y luego pasar al nivel formal como ya se ha mencionado. Dicho caso se da mucho en la comunidad de Santa Bárbara Almoloya. Este tipo de microempresario no sabe ni cuánto gana, ni tiene registros, por eso capturar el crecimiento y la evolución del negocio, se puede hacer solamente acudiendo a la percepción del dueño (Otoo *et al.*, 2012:23; Hernández Girón *et al.*, 2007:86, Berrone *et al.*, 2014:485). Como se presentó en el capítulo anterior, 7 variables miden el incremento sea en habilidades, en capitales, en clientes etc. y se observó que se redujeron en dos partes: financiero y no financiero. Dicha operación fue hecha para analizar de qué depende la permanencia de los micronegocios. El crecimiento financiero describe el incremento en la clientela, en las actividades del negocio y en el capital manejado por el microempresario, mientras que el crecimiento no financiero es un elemento de satisfacción personal del dueño con el micronegocio, el aumento en sus habilidades. Las habilidades empresariales, tal como lo manejan las instituciones de microfinanzas para capacitar a los clientes fueron presentadas en la Gráfica 8. Esto permite ver la situación inicial del dueño y por ende la medición del crecimiento en habilidades se hace preguntando al dueño si estos elementos se han incrementado.

En este capítulo, se usan las 7 variables como tal para estudiar los factores que determinan el incremento usando la teoría planteada en este estudio. Para cumplir con ello, tal como se plantea en la metodología, se usa el análisis de correlación canónica. Este análisis es un poco difícil de interpretar por las múltiples opciones de resultados y como sobrepasa varios tipos de análisis complejos como MANOVA y regresión múltiple se encuentran más cosas que interpretar. Según Namakforoosh (2000:207), en la interpretación de los resultados del ACC hay cuatro tipos de información importante:

- 1- El coeficiente canónico o variante canónica (Magnitud, Dirección y Peso)
- 2- La correlación canónica o raíz canónica
- 3- La prueba de significancia (F, Chi-cuadrada)

4- Medida de redundancia (R cuadrada, raíz canónica)

En el primer punto de partida para analizar la correlación canónica, se considera el peso (weight) pero este puede adolecer de problemas de colinealidad en la que la presencia de una variable impide a otra compartir su verdadero peso. Para evitar dicho problema se ha usado la carga canónica (canonical loading), lo cual consiste en la correlación de la función canónica con las variables (Kuylen y Verhallen, 1981:220). Para Badii *et al.* (2007:416) este método es parecido a una regresión múltiple solo difiere en que las variables independientes están correlacionados con la función y no con una variable. Otro aspecto importante en el ACC es saber cuántos factores o dimensiones retener cuando hay varias funciones que son significativas, dado que se pueden obtener tantas funciones como variables dependientes¹². El análisis de redundancia es uno de los métodos que puede ayudar a tomar dicha decisión.

Para analizar la información se plantean 3 modelos de correlación canónica con base en el análisis de componentes principales anteriormente mencionado, el primero es el modelo entero donde se usan las siete variables del crecimiento como variables dependientes (Y) con las otras 7 variables de la teoría. En el segundo modelo, se usan los elementos de crecimiento financiero y el tercero los del crecimiento no financiero; eso en base a que el ACP, en el capítulo dos arrojó, dos componentes. Las ecuaciones de estos modelos son:

$$X_1 + X_2 + X_3 + X_4 + X_5 + X_6 + X_7 = Y_1 + Y_2 + Y_3 + Y_4 + Y_5 + Y_6 + Y_7 \quad (1)$$

$$X_1 + X_2 + X_3 + X_4 = Y_1 + Y_2 + Y_3 + Y_4 + Y_5 + Y_6 + Y_7 \quad (2)$$

$$X_1 + X_2 + X_3 = Y_1 + Y_2 + Y_3 + Y_4 + Y_5 + Y_6 + Y_7 \quad (3)$$

La ecuación número uno es considerada como el modelo entero donde se explican todos los elementos del crecimiento con siete 7 variables predictoras. Solo se puede usar siete variables, debido al tamaño de muestra que se obtuvo (73), para respetar uno de los requisitos de este método que es usar 10 observaciones por cada variable (Badii *et al.*, 2007:409). Los dos ecuaciones siguientes (2 y 3) resultan de la primera y se trata de ver de una manera aislada lo que pasa con ciertas variables

¹² Las funciones canónicas son conocidas también como valores teóricos canónicos (Badii *et al.*, 2007:407)

específicas. Los resultados de la prueba de significancia se presentan en el Cuadro 28. En el modelo uno y en el tres no hay problemas para elegir la función canónica porque solamente el primer factor es significativo, el problema reside en el modelo dos. Para cumplir con ello el análisis de redundancia es la alternativa, el coeficiente de R-cuadrada para este modelo es 0.27 para la primera función y 0.17 para la segunda. Para mayor explicación, se usan las dos primeras funciones.

Cuadro 28: Prueba de significancia del ACC (Prueba de F)

F(x)	Full model			Crecimiento Financiero		
	Ratio de probabilidad	Valor F aproximado	P-valor	Ratio de probabilidad	Valor F aproximado	P-valor
1	0.29663583	1.68	0.005	0.55459641	1.97	0.0094
2	0.48308555	1.33	0.1063	0.72630581	1.85	0.0469
3	0.65810869	1.09	0.3578	0.87273586	1.9	0.1072
4	0.84363251	0.68	0.8118			
5	0.91797038	0.61	0.7869			
6	0.99056693	0.15	0.9618			
7	1	0	0.9999			
F(x)	Crecimiento no financiero					
	Ratio de probabilidad	Valor F aproximado	P-valor			
1	0.5145328	1.63	0.0291			
2	0.8082079	0.78	0.7262			
3	0.9392707	0.41	0.9411			
4	0.9939409	0.1	0.9824			

Fuente: Elaboración propia usando SAS 9.0

Para explicar el crecimiento financiero en los micronegocios, las dos primeras funciones son significativas y tienen una R-cuadrada que se diferencia de 0.10 y la proporción explicada por la función dos es mayor que la uno (Cuadro 2, anexo). El Cuadro 29 muestra las correlaciones. De hecho se pueden usar dos tipos de resultados, el primero es el resultado que presenta las correlaciones entre las variables dependientes e independientes con sus variables canónicas y el otro es el que muestra la correlación entre las variables independientes con las variables canónicas de las dependientes. Este último resultado sirve para dar más fuerza a los resultados del primero, pero ambos resultados presentan lo mismo, solo en el segundo se encuentran resultados más altos, pero los valores canónicos no difieren en término de porcentaje.

Cuadro 29: Correlaciones canónica para crecimiento financiero

Correlaciones entre variables dependientes y sus variables canónicas

	Exitofinanciero1	Exitofinanciero2	Exitofinanciero3
Client	-0.6481	0.6008	0.4679
Capita	0.1982	0.978	-0.0651
Actneg	0.278	0.6448	0.712

Correlaciones entre variables independientes y sus variables canónicas

	Independent1	Independent2	Independent3
Credito	-0.2853	-0.0855	0.1232
Edad	0.4643	-0.5647	0.1625
Escol	0.3428	0.6006	-0.3885
Cantobje	-0.4395	0.6114	0.2821
Tiemp_ded	0.207	0.3943	-0.4313
Freq_ayud	0.4364	0.6485	0.4864
Aban_ingr	-0.0906	0.1678	-0.2443

Fuente: Elaboración propia usando SAS 9.0

La segunda función explica que a mayor edad y obtención de crédito, menor crecimiento financiero. La obtención de crédito en ambas ecuaciones (V_1 , V_2) presenta signos negativos, lo que implica que en dicha determinación del crecimiento de los micronegocios, los créditos tiene un impacto negativo. El crecimiento no financiero es la otra parte del componente, el cuadro siguiente presenta los resultados del ACC

Cuadro 30: Correlaciones canónica para crecimiento no financiero

Correlaciones entre variables dependientes y sus variables canónicas

	Crec_nofin1	Crec_nofin2	Crec_nofin3	Crec_nofin4
Rentlien	0.8183	0.4032	0.0309	0.4085
Atencie	0.6315	0.5893	-0.3622	-0.3504
Habil	0.7961	-0.2344	-0.5522	0.08
Sastif	0.932	-0.0987	0.14	-0.3194

Correlaciones entre variables independientes y sus variables canónicas

	Dependent1	Dependent2	Dependent3	Dependent4
Credito	0.3284	-0.3023	-0.1469	0.4968
Edad	-0.3892	0.4777	-0.3964	0.3899
Escol	0.5493	0.5448	0.3232	-0.1478
Cantobje	0.5948	0.1587	-0.017	-0.2359
Tiemp_ded	0.214	-0.0302	0.4253	-0.308
Freq_ayud	0.6437	-0.0056	0.3304	0.2171
Aban_ingr	-0.1572	0.1348	0.6852	0.5925

Fuente: Elaboración propia con SAS 9.00

Este cuadro arroja los mismos resultados cuando se ponen las siete variables explicativas en un conjunto como variable dependiente, por ende se puede usar dicho cuadro como objeto de conclusión para el modelo entero. El cuadro indica que las personas de mayor edad y los que dejarían sus negocios por un trabajo no exhiben crecimiento financiero. Este último se determina con mayor intensidad por la frecuencia de ayuda que recibe el dueño (0.644). Los elementos que describen con mayor peso el crecimiento no financiero son los objetivos, la escolaridad y las ayudas.

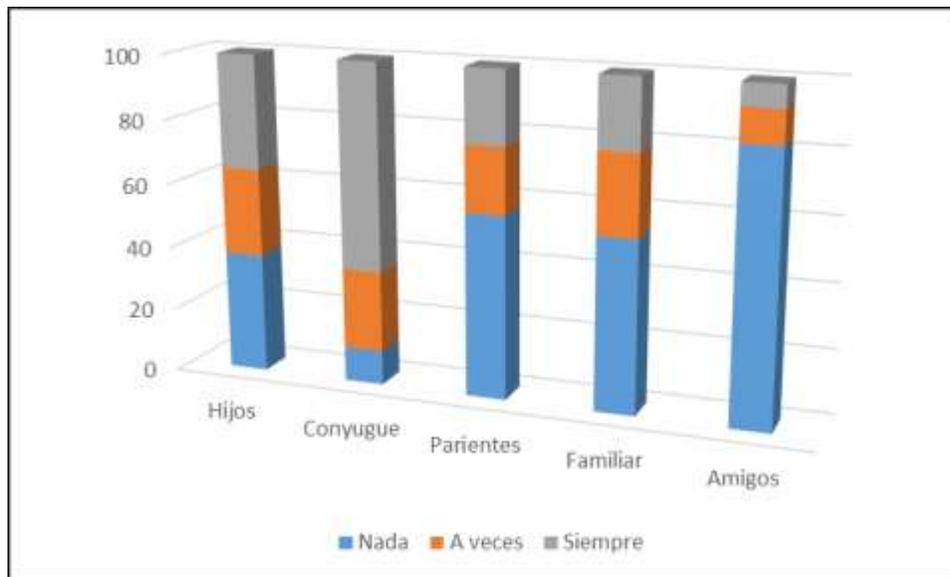
9.2 Efectos del capital social en la vida de los microempresarios y en los negocios

En el análisis de correlación bivariada (Cuadro 1, anexo), se encontró que la variable sexo no presenta ninguna correlación significativa con los elementos del crecimiento, lo que permite concluir que las mujeres y los hombres en este estudio tienen el mismo grado de crecimiento. La presencia del conyugue solo ayuda a explicar el incremento de capital. Los entrevistados que no tienen conyugue comentaron que su éxito en el incremento de capital fue muy bajo, el caso es inverso para los que tienen conyugue. Como factor detonador de capital social, se esperaba que dicha presencia se relacionará con la cantidad de ayuda que recibe el dueño. Los análisis para las dos variables de capital social (conyugue, hijos) no presentan correlación significativa con la cantidad de ayuda, además esta última solo presenta correlación significativa con el incremento de las actividades de los negocios. La presencia de los hijos no significa efecto alguno para determinar el éxito. Se encontró correlación significativa y positiva entre la cantidad de ayuda y su frecuencia con el capital financiero. Lo que implica a mayor ayuda y frecuencia mayor crecimiento.

Las investigaciones sobre el éxito de los micronegocios que toman en cuenta el capital social no contemplan esta manera de medición. Honig (1998:378) solo toma el estatus marital y la frecuencia de asistencia a una iglesia para ver el éxito, en este estudio, se encontró que no solamente el conyugue puede ayudar al negocio ni las personas con quien se interactúa en la iglesia. Los padres, los amigos, los hijos entre otros, son otros tipos de personas que forman este capital social. Además aunque cuente con el conyugue, es posible que no ayude al dueño del negocio, lo mismo puede pasar para todos los demás sujetos. Las personas pueden proveer en diferentes

formas su ayuda, como se ha tratado anteriormente en la creación de los negocios, dichas ayudas pueden ser tangibles o intangibles. Se usan los mismos tipos de ayudas para ver si influyen en el éxito esperando, que entre más ayudas tenga el empresario más exitoso será en su negocio, pero no se sostiene dicha hipótesis solamente la frecuencia de la recepción de la ayuda aunque sea solamente una persona determina el éxito. La grafica siguiente presenta esta intensidad.

Gráfica 17. Frecuencia de la intensidad de la ayuda y su fuente



Fuente:

Elaboración propia

Los empresarios declararon que casi no reciben apoyos de amigos, mientras que los conyugues son los que proveen más ayuda. La participación del conyugue es muy fuerte, lo que permite considerar a ciertas microempresas como microempresa familiar. Honig (1998:389) encontró que el estatus marital permite que la gente tenga más ingreso y por consiguiente éxito financiero. En este estudio las variables que se usan para detectar la presencia o ausencia de los que pueden proveer el capital social, no muestran relaciones significativas con el éxito financiero, pero la manera en que estas personas ayudan si determina el éxito. La intensidad del apoyo del conyugue tiene mayor peso porque los dos (jefes del hogar) comparten necesidades juntas, además las microempresas de las mujeres proveen ingreso extra al hogar, lo que reduce los gastos de los hombres.

Como indica la gráfica 17, los microempresarios en la comunidad de Santa Bárbara Almoloya casi no reciben ayuda de sus amigos. Un factor que ayuda a explicar este hecho es la ocupación de cada quien. El dueño que tiene amigos que trabajan o que están en otro municipio, estado o país, no recibe ayuda de ellos, mientras que si están cerca es posible que reciba algún tipo de ayuda. Si el amigo está en el extranjero, la mejor manera de ofrecer su ayuda es a través de remesas, dichas transacciones se hacen generalmente entre familiares. Los tipos de ayuda se dan con la cercanía con la gente, por ejemplo al ocupar un lugar cerca en el mercado, se dan muchos intercambios entre microempresarios como sustituir por la ausencia de unos minutos, cambiar billetes grandes, entre otros.

La frecuencia de ayuda tiene mayor peso que las otras variables en la explicación del crecimiento financiero y no financiero (Cuadros 29 y 30), lo que determina la importancia del capital social en los micronegocios. Eso se da cuando los integrantes de la familia sienten la necesidad y la importancia de la microempresa. En otros casos, el dueño de un negocio no recibe ninguna ayuda, al contrario se le puede pedir cerrarlo, sobre todo si es mujer. El capital social puede proveer dinero, conocimientos y otros contactos, entre otros, se vuelve como un capital versátil en el desempeño de los micronegocios en las áreas rurales. Eso no quiere decir que no tiene debilidades, por ejemplo en el caso de los clientes-empresarios, se puede lastimar una relación que puede ser productiva para ambos por solamente vender a crédito. En la comunidad de Santa Bárbara Almoloya todos los propietarios de microempresas comentan que no venden a crédito porque la gente no paga sus deudas.

9.3 Efectos del capital financiero en la vida de los microempresarios y en los negocios

Una pregunta sencilla para estudiar con más claridad el capital financiero en los negocios es: ¿por qué la gente busca y obtiene créditos? La razón es para hacer crecer los negocios y siendo así se puede deducir que estos negocios no tienen suficiente dinero para mantenerse. Por ende la obtención de un crédito es un elemento que puede ayudar para saber el funcionamiento de estas unidades con relación al capital manejado. Los resultados de este estudio para la variable crédito, muestran lo que generalmente promueven las IMF, gobierno e incluso académicos, que los créditos

pueden hacer crecer los negocios. La gente busca crédito generalmente para hacer crecer su actividad, generalmente los agentes de las IMF llegan a ofrecer crédito, si la persona obtiene un crédito eso depende de su voluntad y eso explica que lo obtienen para el crecimiento del negocio. Mas aparte, este estudio está dirigido a mujeres en el medio rural, la mayoría de los micronegocios entrevistados cuentan con participación femenina (82%), si no pertenecen solo a un hombre o mujer tienen un carácter familiar. Como lo encontró Coleman (2007:314), los negocios que crecen con créditos son los que son encabezados por los hombres. Además, como las IMF solamente apoyan a mujeres, estas últimas obtienen los créditos y se lo entregan al conyugue. El resultado de que la obtención de crédito no favorezca el incremento en las actividades del negocio, del capital ni de la clientela es inesperado y de igual manera que encontraron Karlan y Zinman (2011:1283). Lo que encontró Coleman es una razón que ayuda a explicar por qué estas unidades no crecen con los créditos. Dicho planteamiento permite concluir en este estudio, que es por la participación femenina que no crecen los micronegocios con los créditos. Las mujeres tienen más necesidades que los hombres, invierten más en asuntos sociales como la educación de los hijos, labores o reparaciones del hogar, vestido, entre otros. Tales inversiones no pueden implicar un crecimiento en los micronegocios.

Las IMF siempre tienden a presentar algunas historias de éxito, las cuales consisten en microempresarios que llegan a incrementar sus actividades, si eso se da para una sola persona, no es evidente que se puede generalizar dado el perfil diferente que tiene cada microempresario. Las IMF tienen el mismo servicio para todos los clientes y algunos si pueden salir de la pobreza, otros pueden quedar igual o se empeoran con este instrumento (Armendáriz y Morduch, 2011:306). Además cuando es la propia IMF la que hace la evaluación, la gente tiende a decir cosas que no son con el motivo de recibir otros préstamos. Los investigadores también tienden a decir cosas que agraden a las IMF con el fin de obtener otro empleo, es decir otro tipo de evaluación. El debate sobre el impacto de las microfinanzas es muy contradictorio, algunos autores mencionan resultados positivos (Huda Mazumder *et al.*, 2015:25) mientras que otros no. De igual manera, en la eficiencia de los micronegocios los autores no coinciden, por ejemplo Berrone *et al.*, (2014:477) encontraron que la

intensidad del uso de los recursos propios determina la eficiencia, mientras que Hernández-Trillo *et al.*, (2005:434) encontraron que si la fuente de recursos no es de bancos o instituciones, hay una baja eficiencia. Los resultados de este trabajo indican que con recursos externos hay mal desempeño.

Los resultados sorprendentes de este trabajo, a parte de la explicación dada, se deben al tamaño de muestra y la cantidad de entrevistados que han obtenido crédito en la comunidad (19%). Otro factor explicativo de eso, es el uso que dan al crédito. Muchos microempresarios ocupan el dinero para otro fin y eso es un problema para las IMF, lo que se conoce como fungibilidad. Lo que resulta lógico en este estudio porque los elementos de crecimiento no financiero se incrementan con la obtención del crédito. Karlan y Zinman (op.cit) encontraron lo contrario, que los microcréditos no generan bienestar. Tal hecho podría explicarse por el nivel de deuda que tiene los microempresarios, porque pueden ocupar el dinero para pagar lo que debían y por tanto el crecimiento resulta negativo en ellos. Además en el capítulo anterior, se ha explicado que la deuda está muy relacionada con el crédito.

Se encontró que algunos entrevistados no quieren los microcréditos por las malas experiencias que les han contado lo que genera miedo entre ellos. Varios elementos pueden determinar por qué la gente no solicita o no quiere solicitar préstamos como los que mencionan Almeraya Quintero *et al.* (2011a:121). El carácter familiar de los micronegocios es otro factor que puede explicar la razón por la cual la gente no quiere pedir crédito. Si pueden ellos pueden obtener el dinero de sus familiares, no hay razón de pedir prestado a una institución que les cobrará interés. Además dicho factor, que se toma con frecuencia como ayuda que recibe el dueño, determina el éxito financiero en sus tres formas (actividad, capital y clientes), la carga canónica dos presenta dichos resultado mientras en la carga canónica uno hace bajar a este factor porque esta carga no explica la variable de aumento de clientela.

9.4 Efectos de la motivación en la vida de los microempresarios y en los negocios

Como ya se planteó en el capítulo anterior, distintas razones pueden determinar que las personas dejen sus negocios y una de estos es el desempeño. En las

microempresas, los dueños no llevan libros contables, lo que podría facilitar la medición del desempeño. Los dos elementos más estudiados en el desempeño de empresas son: la eficiencia y el crecimiento (Murphy *et al.*, 1996:16). Se toma el crecimiento para determinar el desempeño, dado que medir la eficiencia implica elementos que no manejan los dueños de las microempresas. En el Cuadro 30 los resultados indican que las personas que dejarían sus negocios por un trabajo no tienen crecimiento no financiero mientras que en el Cuadro 29 el signo es contrario para crecimiento financiero. Eso es signo de mal desempeño de los micronegocios, aunque crezca el negocio la gente tiende a dejarlo. Lo que se da por no tener crecimiento no financiero, por ejemplo hay correlaciones negativas y significativas para satisfacción del dueño con el negocio e incremento en habilidades (Cuadro 1, anexo).

La cantidad de horas dedicadas a los negocios tiene un signo positivo en la determinación del crecimiento, aunque sea en menor medida, ya que esta variable no presenta ninguna correlación significativa con los elementos que miden el crecimiento (Cuadro 1, anexo). El uso del tiempo es visto como un sacrificio (Kozan *et al.*, 2012:413), la gente puede hacer múltiples usos de su tiempo. Estos usos son considerados como sacrificios personales (horas de trabajo) y relacionales (horas con la familia). Las microempresas en el medio rural son generalmente de tipo familiar, es decir para atenderlas se junta mano de obra familiar, lo que les permite pasar el tiempo juntos. Se nota más sacrificio si la microempresa no es familiar y si el dueño pasa más tiempo para atender a su negocio que para estar con su familia. A mayor cantidad de horas dedicadas al negocio, mayor crecimiento. Esta afirmación coincide con la teoría de conservación de recursos, la cual consiste por un lado, en que la gente se esfuerza en proteger, conservar y obtener más recursos (Salazar-Carvajal *et al.*, 2014:550). Por otro lado, se coincide con la teoría de asignación de tiempo (Becker, 1965:516), la cual consiste en que el tiempo se usa para obtener dinero.

Finalmente la variable que captura los objetivos de los dueños presenta signo positivo en los Cuadros 29 y 30, y también es positivo en toda la correlación bivariada, aunque unas no presentan grado de significancia alta. Lo que implica a mayor objetivo, mayor crecimiento. No cabe duda de que las personas que tienen más objetivos son

más motivadas y como recompensa, ellas crecen más con sus negocios. Algunos otros factores determinan los objetivos, por ejemplo el Cuadro 25, indica que las personas que tienen mayor edad tienen menos objetivos, mientras que los objetivos crecen con la escolaridad, la cantidad de problemas y con los que tienen ahorros.

9.5 Efectos del capital humano en la vida de los microempresarios y en los negocios

En las variables usadas como crecimiento no financiero, todas representan elementos del capital humano, salvo la satisfacción del dueño con su negocio. En la Gráfica 8, se tomó un conjunto de habilidades empresariales específicas para los microempresarios y después se pregunta a los dueños si se incrementaron estas habilidades, la Gráfica 14 muestra las variaciones que se encontraron en estas habilidades. Si los microcréditos no ayudan a incrementar las actividades de los micronegocios, lo hacen para el incremento en estas habilidades. Ya que las IMF disponen de algunos servicios no financieros como cursos, entre otros.

La escolaridad de los dueños, por un lado, ayuda a incrementar estas habilidades y la satisfacción del dueño, y por otro lado, incrementa las actividades del negocio. Como se ha mencionado en el Capítulo 7, algunos de estos dueños mencionan que no les ayudó en nada lo que aprendieron en la escuela para iniciar el negocio; pero a medida que pasa el tiempo y que estas personas siguen operando con sus negocios, se puede apreciar el impacto de la educación en ellos.

Hacer negocio implica usar la inteligencia y eso no se aprende en la escuela, por ejemplo decidir qué vender y en qué lugar. En este caso, la gente que cuenta con alto nivel de estudios, se interesa más en poner negocios de alto nivel que generan más ingreso (mediana empresa). Tal no es el caso en la comunidad donde hay personas que manejan sus microempresas tanto con licenciatura como sin educación, lo que confirma el trabajo de Nielsen *et al.* (2013:57) en el que los altos grados de escolaridad no proveen medios de vida más remunerativos. Estas personas con doctorados, por ejemplo, que quieren poner empresas de tipo medianas, generalmente no lo hacen por las dificultades de juntar el dinero para empezarla, los requisitos o tardan mucho tiempo para poder empezar. Esta reflexión lleva al mismo planteamiento

de Backes-Gellner y Moog (op cit) donde este tipo de persona no crea empresas porque prefieren desempeñarse en una institución para gozar bien de sus competencias. A pesar de todo eso, se deduce que la gente que tiene mayor nivel de educación, mayores serán los impactos en capital humano en ellos.

La otra variable considerada en la ecuación como proxy del capital humano es la edad, la cual presenta signo negativo en la determinación del crecimiento financiero y el crecimiento no financiero. Lo que implica que los adultos sienten el crecimiento a menor grado que los jóvenes. En el Cuadro 25, se encontró que esta variable tiene una correlación negativa y significativa con la escolaridad ($r=-0.357$, $p\text{-valor}=0.01$), lo cual implica un mayor grado de educación en los jóvenes que en los adultos. Eso se debe a que, en el medio rural, los campesinos no se interesaban en educarse, ya que en la muestra de este estudio, se tiene a más mujeres que hombres, la educación de las mujeres no fue vista como una buena opción por parte de los padres, parientes y la sociedad rural. Por ende, los mismos resultados discutidos, en el párrafo anterior, ayudan a explicar la razón del crecimiento negativo por la edad.

La edad se relaciona con el término de capacidad, los jóvenes pueden hacer muchas más cosas que los adultos. Además, un adulto cuando era joven podría declarar los mismos resultados que los que proporciona un joven. Las capacidades para hacer negocio decrecen con el tiempo, aunque eso no es una buena esperanza para los jóvenes de hoy. Una manera de evitar eso es la capacitación y la diversificación de los negocios, ya que muchos negocios serán creados y la competencia se va a generar. Otra manera de explicar la razón de que la edad no crece con el negocio consiste en la preocupación de los adultos. Cuando la persona es joven y tiene hijos a su responsabilidad, ésta va a sentir más necesidad de hacer negocio y de incrementarlo para poder mantener a sus hijos, mientras que los adultos mayores se liberan de esta necesidad. En contraste de eso, los adultos que tienen hijos ya grandes, que trabajan, pueden recibir dinero de ellos para mantenerse (lo que se conoce como solidaridad intergeneracional). Para estos tipos de adultos, si crecen las microempresas o no, tienen de dónde agarrar para sobrevivir y generalmente para estos tipos de personas hacer negocio es por gusto.

9.6 Conclusiones del capítulo

Los efectos de los micronegocios en la vida de las mujeres rurales no se diferencian a los de los hombres. Varios elementos tomados en este estudio ayudan a determinar una parte de estos efectos, además conducir estos tipos de negocios implica mezclar gastos del hogar con el dinero del negocio. Se midieron algunos elementos en la vida personal de los microempresarios y en los negocios. Entre los capitales tomados del enfoque de medios de vida sostenibles solo el capital financiero (crédito) y humano (edad) presentan efectos negativos. La variable crédito presenta signo negativo en la determinación del crecimiento de los negocios y signo positivo en el crecimiento global. Eso permite concluir si los negocios crecen, la satisfacción de los dueños también crecen (cuadro 23). El crecimiento de los jóvenes puede ser una buena influencia para otros jóvenes. Los programas de gobierno, las IMF deben tener en cuenta este aspecto en la decisión de quien apoyar porque da más rendimiento un negocio de un joven que un adulto. Eso no quiere decir que se debe apoyar a los adultos, al contrario, el diseño de programa, servicios financieros específicos para ellos es muy necesario.

Las variables de motivación en termino de horas dedicada al negocio, abandonar el negocio por un ingreso y los objetivos son buenos elementos para el crecimiento. Además, la cantidad de ayuda recibida y su frecuencia favorecen el crecimiento tanto en el negocio que en la vida personal del dueño.

CAPITULO X: CONCLUSIONES GENERALES Y RECOMENDACIONES

10.1 Conclusiones y recomendaciones para tomadores de decisiones

El problema de investigación fue entender el proceso de la creación de microempresas, el mantenimiento de estas y el impacto que han tenido en la vida de los propietarios. Se ha encontrado una literatura muy amplia y occidental que trata de otros tipos de empresas, dichas investigaciones, por un lado, manejan varios capitales como humano, financiero, social entre otros; por otro lado, se encuentra las teorías de la motivación. En el medio rural, se usan estos tipos de capitales en el marco de los medios de vida sostenibles. Se aplicaron el enfoque de medios vida sostenibles y las teorías de la motivación para entender la dinámica emprendedora. Algunos objetivos específicos fueron planteados como identificar la existencia de los capitales y el uso de estos.

Con relación al primer objetivo de la investigación: “**determinar la manera de crear las microempresas usando los capitales y la motivación**”, se concluye lo siguiente: Iniciar una actividad generadora de ingreso o microempresa se hace en diferentes formas en la comunidad de Santa Bárbara Almoloya. Se encontraron cuatro perfiles o maneras de iniciar estos tipos de actividades, unos se basan más en un elemento específico que en otros, ya sea el capital social, financiero o humano. La creación de microempresas rurales en las comunidades rurales es importante tanto para los dueños como para los residentes en estas. Estas actividades permiten a los dueños obtener ingreso, mientras que para la comunidad entera la importancia de estas se refleja en obtener productos y servicios más cercanos. Por lo tanto, **se acepta la hipótesis general y las específicas.**

Surgieron algunas recomendaciones en la conclusión de Capítulo 7, las cuales sirven para las instituciones de investigación, gobiernos, los interesados en el desarrollo rural, y las instituciones de microfinanzas, entre otros.

En relación con el segundo objetivo: “**Determinar el proceso de mantenimiento de las microempresas**”, se ha constatado lo siguiente: en el marco muestral, habían varios negocios cerrados pero no se sabe si van a funcionar aun o no, lo que permitió elegir la muestra por el método de varianza máxima. Estos negocios

cerrados pueden abrirse nuevamente porque todo depende de la voluntad de los dueños y se plantea lo siguiente “la gente sigue manteniendo sus negocios de acuerdo con los recursos que proveen estos”. Dado que estos dueños no saben cuánto ganan, eso dificulta el análisis del desempeño de los negocios. Por un lado, se usó la voluntad de ellos para ver si van a dejar el negocio lo que permite sospechar el mal desempeño de los negocios. Por otro lado, se analizaron elementos del crecimiento con esta voluntad, lo cual no permitió emitir conclusiones sobre la voluntad. Todo eso lleva a usar el enfoque de medios de vida sostenibles para determinar la voluntad de abandonar los negocios. Se discutieron los resultados y se ha demostrado que el empleo formal no puede satisfacer la demanda de empleo, es decir dar trabajo a los desempleados. Todos estos elementos permiten concluir lo siguiente: “estos negocios si no dan suficientes ingresos a los dueños y dan muchos problemas, estos dueños tienden a dejarlos para ir en la búsqueda de un trabajo”. **Por lo tanto se rechaza la hipótesis general.**

Se explicaron en el Capítulo 8 algunas razones que permitieron rechazar la hipótesis general, de igual manera se recomendó como estrategia a gobiernos e instituciones interesadas en el desarrollo rural, apoyar a estos micronegocios para que se incrementen y así poder dar oportunidad de empleo a otras personas. Además, los microcréditos que proveen generalmente las IMF deben revisarse porque estos montos afectan negativamente la permanencia de las microempresas y generan muchos problemas a los dueños de negocios.

Con relación al tercer objetivo: “**Determinar los resultados de las microempresas en el mejoramiento del nivel de bienestar**” se concluye que: “La edad es el único factor que afecta negativamente el bienestar, tanto para el dueño como para el negocio”. Pero al analizar aparte los resultados, es decir los efectos en los negocios y en los propios dueños, el capital financiero y la edad no proveen el crecimiento en los negocios. Por ende, se **rechaza la hipótesis de influencia positiva de todos los factores (capitales y motivación) en el mejoramiento del bienestar de la población**, dado que dos elementos (edad y crédito) presentan influencias negativas.

10.2 Límites del estudio y recomendaciones para futuras investigaciones

No se planteó estudiar si las personas que siempre han pensado tener microempresas son las mejores en desarrollarse, en crecerse. A eso futuras investigaciones pueden enfocarse y en si la intención emprendedora determina el éxito o crecimiento. La forma de medición del crecimiento propuesta en este trabajo es recomendado para otras investigaciones, solo se usó el crecimiento en el capital humano, la satisfacción de los dueños y el crecimiento de los negocios. No se abarca el crecimiento en capital social, por ejemplo si el negocio ha permitido a los dueños conocer a más personas y la valoración de esta relación. No cabe duda de que las microempresas permiten conocer a otras personas que son algunas a la vez clientes o empresarios, pero esta relación puede no ser buena (competencia, malos clientes). Se espera que otra investigación pueda ahondar en esta área.

Otro elemento importante en el impacto de estas unidades es el capital financiero, ya que los resultados (Grafica 16) muestran que el crecimiento de capital es muy bajo, eso es debido a la mezcla de negocios con actividades del hogar. Además es posible que las personas ocupen el dinero de la microempresa para invertirlo en otros asuntos como construcción de casa, compra de muebles o animales, entre otros. Este estudio no ha abordado esta parte, ya que estos elementos pueden permitir ahondar en el impacto financiero de las microempresas, asimismo se espera que otros estudios puedan tomar en cuenta dichos elementos. Otros elementos determinan estos crecimientos, pero no se usa en la ecuación por los límites para usar más variables en los modelos.

No se han podido hacer algunas pruebas dado el tamaño de muestra de este trabajo y por ello, se espera que futuras investigaciones puedan repetir estas pruebas. Dentro de estas pruebas, se quiso comparar personas que iniciaron un negocio frente a las que no iniciaron pero que ambas están operando alguna actividad, para ver el impacto de los factores asociados a esto en cada una de ellas. El análisis de conglomerados que se hizo, agrupa los que iniciaron y los que no iniciaron, debido a que se basó en los elementos de medios de vida sostenibles para formar los grupos.

En la segunda parte de los resultados, en donde se determina la permanencia, de igual manera, se tienen problemas con el tamaño de muestra, ya que otros factores como la cantidad de problemas que determinan el cierre, solo se estudió mediante análisis de correlación pero no se ha podido ir a más profundidad en el análisis de regresión.

CAPITULO XI. BIBLIOGRAFÍA

11.1 Literatura citada

Abdullahi, S.A. (2012), "Entrepreneurship and economic growth: an analysis of impact of public policy on entrepreneurship development in Nigeria, The 2012 International Conference on Business and Management, 6-7 September 2012, Phuket–Thailand, p. 440-461.

Acs, Zoltan (2006), "How Is Entrepreneurship Good for Economic Growth?", en *Innovation*, p. 97-107.

Aguilar Barceló, J. G.; Ramírez Angulo, N. y Hernández Campos, C. (2011), "La entrada al mercado de las microempresas informales en México y la relación con su expectativa de vida", en *Revista internacional administración y finanzas*, Vol 4, No. 4, p. 1-14.

Aguilar Morales, Norma; Sandoval Caraveo, M. del Carmen y Surdez Pérez, Edith Georgina (2014), "La gestión empresarial femenina en pequeñas empresas del giro industrial" en *Acta universitaria* 24 (NE-1), p. 73-80.

Ajzen, Icek (1991) "The theory of planned behavior", en *Organizational behavior and human decision processes* 50, p. 179-211.

Akpalu, Wisdom; Erasmus Alnaa, Samuel y Aglobitse, Peter B. (2012): "Access to microfinance and intra household business decision-making: Implication for efficiency of female owned enterprises in Ghana", en *The Journal of Socio-Economics* 41, p. 513-518.

Allais, Jérôme (2008), Proceso de formación y de viabilidad de las cajas de ahorro populares desde la perspectiva del capital social y de la acción colectiva en San Andrés Tuxla, Veracruz. Tesis de maestría, Colegio de Postgraduados.

Almeraya Quintero, S. X.; Figueroa Sandoval, B.; Díaz Puente, J. M.; Figueroa Rodríguez, K. A. y Pérez Hernández, L. Ma. (2011a), "Uso del crédito: implicaciones para el desarrollo rural" en *Revista Mexicana de Ciencias Agrícolas* Vol. 2, No.1, p. 111-124.

Alonso Nuez, María Jesús y Galve Górriz, Carmen (2008), "El emprendedor y la empresa: una revisión teórica de los determinantes a su constitución", en *Acciones e Investigaciones Sociales* 26, p. 5-44.

Altamirano Peceros, Hilda Nieves (2013) "Programa para fomentar la mentalidad innovadora emprendedora en estudiantes de turismo y hotelería de una universidad privada", en *Cultura: Lima (Perú)* 27, p. 135-169.

Alvarado Méndez, M^a Concepción; Juárez Sánchez, J. P.; Ramírez Valverde, B. y Ramírez Juárez, J. (2011), "Empleo rural no agrícola en la comunidad de San Mateo Ayecac, estado de Tlaxcala, México", en *Papeles de Geografía*, No. 53-54, p. 21-33.

Álvarez, Claudia; Noguera, María y Urbano, David (2012) “Condicionantes del entorno y emprendimiento femenino: un estudio cuantitativo en España”, en *Economía industrial* 383, p. 43-52.

Andía, Giovanna Aguilar (2013): “Microfinanzas y crecimiento regional en el Perú”, en *Economía* Vol. 36, No. 72, p. 143-173.

Ansoms, An y McKay, Andrew (2010), “A quantitative analysis of poverty and livelihood profiles: The case of rural Rwanda”, en *Food Policy* 35, p. 584-598.

Anthopoulou, Théodosia (2008), “Savoir-faire alimentaires et création d’entreprise par les femmes en milieu rural : Étude locale dans le Péloponnèse (Grèce)”, en *Cahiers Agricultures* Vol. 17, No 6, p. 577-581.

Anthopoulou, Theodosia (2010), “Rural women in local agrofood production: Between entrepreneurial initiatives and family strategies. A case study in Greece”, en *Journal of Rural Studies* 26, p. 394-403.

Aramayo, Lucía. (2013), “El rol de los tambos de fruta en la seguridad y soberanía alimentaria de La Paz-Bolivia”, en *Cultura y representaciones sociales*, Vol. 8 No. 15, p. 123-158.

Arenius, Pia y Minniti, Maria (2005), “Perceptual variables and nascent entrepreneurship”, en *Small Business Economics* 24, p. 233–247.

Armendáriz, Beatriz y Morduch, Jonathan (2011), *Economía de las microfinanzas*, Fondo de cultura económica, México.

Arora, Bindu y Singhal, Aanchal (2013), “A Comprehensive Literature on Impacts of Microfinance”, en *Online International Interdisciplinary Research Journal*, Vol. 3, No 5, p. 346-358.

Arriaza Balmón, Manuel (2006). *Guía práctica de análisis de datos*. IFAPA.

Backes-Gellner, Uschi y Moog, Petra (2013): The disposition to become an entrepreneur and the jacks-of-all-trades in social and human capital, en *The Journal of Socio-Economics* 47, p. 55–72.

Badii, M.H.; J. Castillo, K. Cortez; A. Wong y P. Villalpando (2007), “Análisis de correlación canónica (ACC) e investigación científica” en *Innovaciones de negocios* Vol. 4, No. 2, p.405-422.

Banerjee, Abhijit V. y Duflo, Esther (2007), “The Economic Lives of the Poor”, en *Journal of Economic Perspectives* Vol. 21 No. 1, p. 141-167.

Barba-Sánchez, Virginia y Atienza-Sahuquillo, Carlos (2012), “Entrepreneurial behavior: Impact of motivation factors on decision to create a new venture”, en *Investigaciones europeas de dirección y economía de la empresa* 18, p. 132-138.

Becker, Gary S. (1965), “A theory of allocation of time”, en *The economic journal* Vol. 75, No. 299, p. 493-517.

Belwal, Rakesh; Tamiru, Misrak y Singh, Gurmeet (2012), "Microfinance and sustained economic improvement: women small-scale entrepreneurs in Ethiopia", en *Journal of international development* 24, p. 84–99.

Belwal, Shweta; Belwal, Rakesh y Al Saidi, Fatema, (2014) "Characteristics, motivations, and challenges of women entrepreneurs in Oman's Al-Dhahira region", en *Journal of Middle East Women's Studies* Vol. 10, No. 2, p. 135-151.

Bennett, Mica y Franzel, Steven (2009), "Can organic and resource-conserving agriculture improve livelihoods? A meta-analysis and conceptual framework for site-specific evaluation", en *ICRAF Occasional Paper* 11. Nairobi.

Berdegúe, Julio A.; Ramírez, Eduardo; Reardon, Thomas y Escobar, Germán (2001), "Rural Nonfarm Employment and Incomes in Chile", en *World Development* Vol. 29, No 3, p. 411-425.

Berrone, P.; Gertel, H.; Giuliadori, R.; Bernard, L. y Meiners, E. (2014), "Determinants of Performance in Microenterprises: Preliminary Evidence from Argentina" en *Journal of Small Business Management* Vol. 52, No. 3, p. 477-500.

Biggeri, Mario; Gambelli, Danilo y Phillips, Christine (1999), "Small and medium enterprise theory: evidence for Chinese TVEs", en *Journal of international development* 11, p. 197-219.

Bird, Barbara (1988), "Implementing entrepreneurial ideas: the case for intention", en *Academy of management review* Vol. 13 No. 3, p. 442-453.

Blanco, Neligia y Alvarado, María E. (2005), "Escala de actitud hacia el proceso de investigación científico social", en *Revista de Ciencias Sociales (Ve)*, Vol. 11, No. 3, p. 537-544.

Borsboom, Denny; Mellenbergh, Gideon J. y van Heerden, Jaap (2003), "The theoretical status of latent variables", en *Psychological Review* Vol. 110, No. 2, p. 203-219.

Bosworth, Gary (2012), "Characterizing rural businesses: Tales from the paperman", en *Journal of Rural Studies* 28, p. 499-506.

Boudabbous, Sami (2011), "L'intention entrepreneuriale des jeunes diplomes", en *Revue Libanaise de Gestion et d'Economie*, No. 6, p. 1-20.

Bourdieu, Pierre (1986), "The forms of capital", en J. Richardson (Ed.) *Handbook of Theory and Research for the Sociology of Education* (New York, Greenwood), p. 241-258, <https://www.marxists.org/reference/subject/philosophy/works/fr/bourdieu-forms-capital.htm>, acceso el 30 de octubre de 2014

Bula, Hannah Orwa (2012), "Evolution and Theories of Entrepreneurship: A Critical Review on the Kenyan perspective" en *International Journal of Business and Commerce* Vol. 1, No.11, p. 81-96.

Cadena Iñiguez, Pedro; Camas Gómez, Robertony; López Báez, Walter; Navarro Garza, Hermilio (2013), "Implicaciones prácticas y teóricas de la nueva ruralidad en la Frailesca, Chiapas, México" en *Revista Mexicana de Ciencias Agrícolas*, Vol. 4, No. 7, p. 1013-1026.

Cahn, Miranda (2008), "Indigenous entrepreneurship, culture and micro-enterprise in the pacific islands: case studies from Samoa", en *Entrepreneurship and Regional Development* 20, p. 1-18.

Cantillon, Richard (1755), *Essai sur la nature du commerce en général*, Institut Coppet, décembre 2011, Paris.

Carland, James W.; Hoy, Frank; Boulton, William R. y Carland, Jo Ann C. (1984), "Differentiating entrepreneurs from small business owners: a conceptualization" en *the academy of management review* Vol. 9, No. 2, p. 354-359.

Carter, Nancy M.; Gartner, William B. y Reynolds, Paul D. (1996), "Exploring start-up event sequences", en *Journal of business venturing* 11, p. 151-166.

Casares Arrangoiz, David (2010), *Construye tu riqueza: fortalece tu inteligencia emocional, social, laboral y económica*, México, Limusa.

Castillo Polanco, Luis Alfredo y Sansores Guerrero, Edgar Alfonso (2009), "Reflexiones sobre el uso de las instituciones de microfinanzas como instrumentos de dispersión del crédito público a micronegocios" en *Revista de Economía*, Vol. 26, No. 73, p. 105-128.

Chambers, Robert y Conway, Gordon R. (1991), "Sustainable rural livelihoods: practical concepts for the 21st century", Institute of Development Studies, Discussion paper 296.

Chambers, Roberts (1995), "Poverty and livelihoods: whose reality counts?", en *Environment and Urbanization* Vol. 7, No. 1, p. 173-204.

Coen, Stephanie E.; Ross, Nancy A. y Turner, Sarah (2008), "Without tiendas it's a dead neighbourhood": The socio-economic importance of small trade stores in Cochabamba, Bolivia, en *Cities* 25, p. 327-339.

Coleman, James S. (1988), "Social Capital in the Creation of Human Capital", en *the american journal of sociology*, Vol. 94, Supplement, p. 95-120.

Contín Pilart, Ignacio y Larraza Kintana, Martin (2006), "Actividad emprendedora y desarrollo económico en Navarra", en *Ekonomiaz* No. 62, p. 150-170.

Creswell, John W. (2003), *Research design: qualitative, quantitative, and mixed methods approaches*, Sage publications.

Cuevas Moreno, Ricardo (2009), "Economía y ética en la obra de Adam Smith: la visión moral del capitalismo. Segunda parte", en *Ciencia y Sociedad* Vol. 34, No 2, p. 206-233.

Cuevas Rodríguez, Enrique; Contreras Cueva, Angélica y González González, Armando (2005), "Micronegocios y autoempleo en México. Un análisis empírico con

datos de la Encuesta Nacional de Micronegocios” en *Carta Económica Regional*. Año 17, No. 94, p. 31-42.

Dautrey, Philippe (2009), “Microempresas del sector formal de comercio en Cuernavaca, Morelos, y contratación del capital humano (2000-2006). El aprovechamiento del régimen del riesgo”, en *Región y Sociedad* Vol. 21, No. 44, p. 91-115.

Davidsson, Per (1995), “Determinants of entrepreneurial intentions”, Paper prepared for the RENT IX Workshop, Piacenza, Italy, Nov. 23-24.

Davidsson, Per (2005) "Method issues in the study of venture start-up processes", en *Entrepreneurship research in Europe: Outcomes and perspectives*, p. 35-54.

Davidsson, Per y Honig, Benson (2003), “The role of social and human capital among nascent entrepreneurs”, en *Journal of Business Venturing* 18, p. 301-331.

De Calzadilla, Josefina; Guerra, Walkiria y Torres, Verena (2002), “El uso y abuso de transformaciones matemáticas: aplicaciones en modelos de análisis de varianza”, en *Revista Cubana de Ciencia Agrícola*, Vol. 36, No. 2, p. 103-106.

De Clercq, Dirk y Arenius, Pia (2006), “Role of knowledge in business start-up activity”, en *International small business journal* Vol. 24, No. 4, p. 339-358.

De Janvry, Alain y Sadoulet, Elisabeth (2001), “Incomes strategies among rural household in Mexico: The role of off-farm activities”, en *World development* Vol 29, No. 3, p. 467-480.

de Mel, Suresh; McKenzie, David y Woodruff, Christopher (2014), “Business training and female enterprise start-up, growth, and dynamics: Experimental evidence from Sri Lanka”, en *Journal of development economics* 106, p. 199-210.

De Vita, Luisa; Mari, Michela y Poggesi, Sara (2013), “Women entrepreneurs in and from developing countries: Evidences from the literature”, en *European management journal* Vol. 32, No. 3, pp: 451-460.

Delgadillo Macías, Javier y Torres Torres, Felipe (2010), “La gestión territorial como instrumento para el desarrollo rural”, en *Estudios Agrarios, Procuraduría agraria*, p. 55-73.

Delgado Campos, Javier (1999), “La nueva ruralidad en México” en *Investigaciones Geográficas (Mx)*, No. 39, p. 82-93.

DeTienne, Dawn R. (2010), “Entrepreneurial exit as a critical component of the entrepreneurial process: Theoretical development”, en *Journal of Business Venturing* 25, p. 203-215.

Di Rienzo J.A., Casanoves F., Balzarini M.G., Gonzalez L., Tablada M., Robledo C.W. InfoStat versión 2014. Grupo InfoStat, FCA, Universidad Nacional de Córdoba, Argentina. URL <http://www.infostat.com.ar>

- Díaz Casero, J. C.; Urbano Pulido, D y Hernández Mogollón, R. (2005), "Teoría económica institucional y creación de empresas", en *Investigaciones Europeas de Dirección y Economía de la Empresa*, Vol. 11, No. 3, p. 209-230
- Díaz-García, Maria Cristina y Jiménez-Moreno, Juan (2010), "Entrepreneurial intention : the role of gender ", en *International Entrepreneurship Management Journal* 6, p. 261-283.
- Djankov, Simeon; Qian, Yingyi; Roland, Gérard y Zhuravskaya, Ekaterina (2006), "Who are China's entrepreneurs?", en *The American economic review* Vol. 96, No. 2, p. 348-352.
- Dobb, Maurice y Sweezy, Paul-M. (1977), « Du féodalisme au capitalisme : problèmes de la transition, Librairie François Maspero, ISBN 2-7071-0983-5.
- Durston, John (2002): *El capital social campesino en la gestión del desarrollo rural. Díadas, equipos, puentes y escaleras*, CEPAL, 156 pág.
- Edelma, Linda F.; Brush, Candida G.; Manolova, Tatiana S y Greene, Patricia G. (2010), "Start-up motivations and growth intentions of minority nascent entrepreneurs", en *Journal of Small Business Management* Vol. 48, No. 2, p. 174–196.
- Elam, Amanda B. (2008), *Gender and Entrepreneurship: A Multilevel Theory and Analysis*, Edward Elgar Publishing Limited.
- Elliot, Jorge (2008), "Desarrollo rural en Cajamarca. Aplicación del enfoque de medios de vida sostenibles", *Soluciones Prácticas-ITDG*, Lima.
- Ellis, Frank (2000), "The Determinants of Rural Livelihood Diversification in Developing Countries", en *Journal of Agricultural Economics*, Vol 51, No 2, p. 289-302
- Ellis, Frank y Biggs, Stephen (2001), "Evolving Themes in Rural Development 1950s-2000s" en *Development Policy Review* No 19, No. 4, p. 437-448.
- Elosua Oleden, Paula y Zumbo, Bruno D. (2008), "Coeficientes de fiabilidad para escalas de respuesta categórica ordenada", en *Psicothema*, Vol. 20, No. 4, p. 896-901.
- Esparza Aguilar, José Luis; Monroy Aguilar, Sergio y Granados Sánchez, José Luis (2011), "La supervivencia de las pequeñas empresas en el sur del estado de Quintana Roo: Una aproximación empírica", en *Revista de economía*, Vol. 28, No. 77, p. 115-141.
- Fayolle, Alain; Liñán, Francisco y Moriano, Juan A. (2014) "Beyond entrepreneurial intentions: values and motivations in entrepreneurship", en *international entrepreneurship management journal* 10, p. 679-689
- Flora, Cornelia Butler y Flora, Jan L. (1990) "Developing entrepreneurial rural communities," en *Sociological Practice* Vol. 8, Issue 1, p. 197-207.
- Fortunato, William-Patrick M. (2014), "Supporting rural entrepreneurship: a review of conceptual developments from research to practice", en *Community Development* Vol. 45, No. 4, p. 387-408.

Fukuyama, Francis (2003): Capital social y desarrollo: la agenda venidera, en Atria, Raul y Siles, Marcelo (comps.), *Capital social y reducción de la pobreza en América Latina y el Caribe: en busca de un nuevo paradigma*. CEPAL.

Galarza, Francisco (2004), “El crédito solidario, el colateral social y la colusión”, *Debate agrario*, p. 105-132.

García Sánchez, J., Aguilera Terrats, J. R., y Castillo Rosas, A. (2011), “Guía técnica para la construcción de escalas de actitud”, en *Odiseo, revista electrónica de pedagogía*, Vol. 8, No. 16, p. 1-13.

Gartner, William B. (1985), “A conceptual framework for describing the phenomenon of new venture creation”, en *Academy of management review* Vol. 10, No. 4, p. 696-706.

GEM: Global Entrepreneurship Monitor (2011), Adult population survey, <http://www.gemconsortium.org/>, acceso 12 de febrero de 2015.

Gennero de Rearte, Ana María C. (comp.) (2002), El proceso de creación de empresas en Argentina: factores determinantes y diferencias espaciales, Mar del Plata. Argentina, Roca 4091.

Gerbaux, Françoise (1997), “Entrepreneurs et créateurs d'activités en milieu rural : Des démarches d'installation qui passent souvent par la pluriactivité ”, en *Économie rurale* N°238, 2e partie. p. 24-27.

Gibb, Allan y Ritchie, John (1982), “Understanding the process of starting small businesses”, en *European small business journal* 1, 1, p. 26-47.

Gil Estallo, María de los Ángeles y de la Fuente, Fennando Giner (2013): Cómo crear y hacer funcionar una empresa, 9ª Ed., ESIC Editorial, Madrid.

Gimeno, Javier; Folta, Timothy B.; Cooper, Arnold C. y Woo, Carolyn Y. (1997), “Survival of the fittest? Entrepreneurial human capital and the persistence of underperforming firms”, en *Administrative Science Quarterly* Vol. 42 No. 4, p. 750-783.

Godínez Montoya, Lucila; Figueroa Hernández, Esther y Pérez Soto, Francisco (2015), “Determinantes del ingreso en los hogares en zonas rurales de Chiapas”, en *Nóesis Revista de ciencias sociales y humanidades* Vol. 24, No. 47, p. 136-156.

González-Álvarez, Nuria y Solís-Rodríguez, Vanesa (2011), “Descubrimiento de oportunidades empresariales: capital humano, capital social y género”, en *Innovar. Revista de Ciencias Administrativas y Sociales* Vol. 21, No. 41, p. 187-196.

Guerrero, M. y Peña-Legazkue, I. (2014), “The effect of human capital on firm creation: evidence from Spain”, en Robert Blackburn, Frédéric Delmar, Alain Fayolle, Friederike Welter (Eds.), *Entrepreneurship, people and organizations. Frontiers in European Entrepreneurship Research*. Glos: Edward Elgar Publishing.

Gujarati, Damodar N. y Porter, Dawn C., 2010. Econometría. 5ta ed. McGraw-Hill. Santafé, Bogotá, Colombia.

- Gundry, Lisa K. y Welsch, Harold P. (2001), "The ambitious entrepreneur: high growth strategies of women-owned enterprises", en *Journal of Business Venturing* 16, p. 453-470.
- Hani, Ummu; Rachmania, Ilma Nurul; Setyaningsih, Santi y Putri, Rucita Cahyawati (2012), "Patterns of Indonesian Women Entrepreneurship", en *Procedia Economics and Finance* 4, p. 274-285.
- Headd, Brian (2003), "Redefining business success: Distinguishing between closure and failure", en *Small Business Economics* 21, p. 51-61.
- Hébert, Robert F. y Link, Albert N. (1989), "In search of the meaning of entrepreneurship", en *Small Business Economics* 1 p. 39-49.
- Heirman, Ans y Clarysse, Bart (2004), "How and why do research-based start-ups differ at founding? A resource-based configurational perspective", en *Journal of Technology Transfer* 29, p. 247-268.
- Heller, Lidia (2010), "Mujeres emprendedoras en América Latina y el Caribe: realidades, obstáculos y desafíos", División de Asuntos de Género, Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL).
- Hernández Girón, José de la Paz; Yesca León, María y Domínguez Hernández, María Luisa (2007), "Factores de éxito en los negocios de artesanía en México", en *Estudios Gerenciales* Vol. 23, No 104, p. 77-99.
- Hernández Sampieri, Roberto; Fernández Collado, Carlos y Baptista Lucio, Pilar (2003), *Metodología de la investigación*, México, McGraw-Hill.
- Hernández, Cristian (2013), "Supervivencia de las microempresas en el departamento del Magdalena 2009-2012: un enfoque logístico", en *Perfil de Coyuntura Económica* No. 22, p. 197-204.
- Honig, Benson (1998) "What determines success? Examining the human, financial, and social capital of Jamaican microentrepreneurs", en *Journal of Business Venturing* 13, p. 371-394
- Horowitz, Joel L. y Savin, N.E. (2001), "Binary response models: logits, probits and semiparametrics" en *Journal of Economic Perspectives* Vol. 15, No. 4, p. 43-56.
- Hotelling, Harold (1936), "Relations between two sets of variates" en *Biometrika* Vol. 28, No. 3/4, p. 321-377.
- Hussein, Karim (2002), *Livelihoods Approaches Compared: A Multi-Agency Review of Current Practice*, Omar Sattaur (ed.).
- INEGI (2012a), "Encuesta Nacional de Micronegocios (ENAMIN 2012): instructivo de llenado del cuestionario". STPS.
- INEGI (2012b), "ENCUESTA NACIONAL DE OCUPACIÓN Y EMPLEO: **Encuesta Nacional de Micronegocios** (ENAMIN 2012). Cuestionario

INEGI: Instituto Nacional de Estadística Geográfica e Informática (2010), "Compendio de información geográfica municipal 2010, San Pedro Cholula, Puebla".

Jaramillo Villanueva, José Luis; Morales Jiménez, Juan; Escobedo Garrido, José Sergio y Ramos Castro, José Guadalupe (2013), "Factores que influyen para el emprendimiento de microempresas agropecuarias en el Valle de Puebla, México", en *Revista Mexicana de Ciencias Agrícolas*, No. 5, p. 925-937.

Jayawarna, Dilani, Jones, Oswald y Macpherson, Allan (2014), "Entrepreneurial potential: The role of human and cultural capitals", en *International Small Business Journal* 32, p. 918-943.

Jorge Moreno, Justo de (2013), "Análisis de los factores que influyen en la intención emprendedora de los estudiantes universitarios", en *Caracciolos* Vol. I, No. 1, p. 1-12.

Justo, Rachida (2008), "La influencia del género y entorno familiar en el éxito y fracaso de las iniciativas emprendedoras", tesis doctoral, Universidad Autónoma de Madrid.

Kantis, Hugo (2004), *Desarrollo emprendedor: América Latina y la experiencia internacional*. Banco Interamericano de Desarrollo.

Kantis, Hugo y Angelelli, Pablo (2006), "El proceso de creación de empresas basadas en el conocimiento en América Latina: una visión comparada", *Ekonomiaz* No. 62, p. 240-263.

Kantis, Hugo, Angelelli, Pablo y Gatto, Francisco (2001): "Nuevos emprendimientos y emprendedores: de qué depende su creación y supervivencia." *Explorando el caso argentino, UNGS-LITTEC, DT2*, 31 pág.

Kantis, Hugo; Federico, Juan y Menéndez, Cecilia (2012), *Políticas de fomento al emprendimiento dinámico en América Latina: tendencias y desafíos*, CAF Documento de Trabajo N° 2012/09, 53 pág.

Kantis, Hugo; Ishida, Masahiko y Komori, Masahiko (2002), *Empresarialidad en economías emergentes: Creación y desarrollo de nuevas empresas en América Latina y el Este de Asia*, Banco Interamericano de Desarrollo.

Karlan, Dean y Valdivia, Martin (2011), "Teaching entrepreneurship: impact of business training on microfinance clients and institutions", en *The Review of Economics and Statistics* Vol. 93, No. 2, p. 510–527.

Karlan, Dean y Zinman, Jonathan (2011) "Microcredit in theory and practice: Using randomized credit scoring for impact evaluation", en *Science* 332, p. 1278-1284.

Kim, Phillip H.; Aldrich, Howard E. y Lisa A. Keister (2006), "Access (Not) Denied: The Impact of Financial, Human, and Cultural Capital on Entrepreneurial Entry in the United States", en *Small Business Economics* 27, p. 5-22.

Kozan, M. Kamil; Oksoy, Dolun y Ozsoy, Onur (2012), "Owner sacrifice and small business growth" en *Journal of World Business* 47, p.409-419.

Kruskal; William H. y Wallis; W. Allen (1952), "Use of ranks in one-criterion variance

analysis”, en *Journal of the American Statistical Association* Vol. 47, No. 260, p. 583-621.

Kuylen, Anton A.A. y Verhallen, Theo M.M. (1981), “The use of canonical analysis”, en *Journal of Economic Psychology* 1, p. 217-237

Lacalle Calderón, Maricruz (2001), “Los microcréditos: un nuevo instrumento de financiación para luchar contra la pobreza”, en *Revista de economía mundial* 5, p. 121-138.

Lazear, Edward P. (2005), “Entrepreneurship”, en *Journal of Labor Economics*, Vol. 23, No. 4, p. 649-680.

Liñán Alcalde, Francisco y Santos Cumplido, F^{co} Javier (2006), “La influencia del capital social sobre los empresarios potenciales” en *Estudios de economía aplicada* vol. 24, No 2, p. 459-489.

Liqiu, Xin, y Yanqiu, Li (2011) “Relationship between agricultural credits and agricultural economy based on error correct model in Heilongjiang province”, en *Journal of Northeast Agricultural University* Vol. 18 No. 1 p. 75-78.

Littunen, Hannu (2000), “Entrepreneurship and the characteristics of the entrepreneurial personality”, en *International Journal of Entrepreneurial Behaviour & Research* Vol. 6, Iss: 6, p. 295-310.

Martínez Uribe, Ma. Guadalupe A. (2000), “Una oportunidad para cambiar la vida: capacitación y formación de Mujeres” en Bonfil S., Paloma (coord.), *Panorama de las microempresas de mujeres pobres*, GIMTRAP, p. 105-163.

Maslow, Abraham Harold (1943), “A theory of human motivation” en *Psychological review* Vol. 50 No. 4, p. 370-396.

Méndez Martínez, Carolina y Rondón Sepúlveda, Martín Alonso (2012), “Introducción al análisis factorial exploratorio”, en *Revista colombiana de psiquiatría* Vol. 41 No. 1, p. 197-207.

Miranda, Francisca y Monzó, Evelyn (2003): *Capital social, estrategias individuales y colectivas: el impacto de programas públicos en tres comunidades campesinas de Chile*, CEPAL, 80 pág.

Mungaray, Alejandro L.; Ramírez Martín U. y Ramírez, Natanael, (2004) *Producción, costos y aprendizaje*, en Mungaray, Alejandro L. y Ramírez, Martín U. (coords), *lecciones de microeconomía para la microempresas*, México, Miguel Ángel Porrúa, p.55-89.

Muñoz Izquierdo, Carlos y Lira Meza, Rosa María (1990), “Capital cultural, dinámica económica y desarrollo de la microempresa en la ciudad de México”, en *Revista Latinoamericana de estudios educativos* Vol. 20, No. 4, p. 35-111.

Murphy, Gregory B.; Trailer, Jeff W. y Hill, Robert C. (1996), “Measuring Performance in Entrepreneurship Research”, en *Journal of Business Research* 36, p. 15-23.

Namakforoosh, Naghi Mohammad (2000), "Metodología de la investigación" Editorial Limusa.

Naudé, W. A. y van der Walt, L. (2006) "Opportunity or necessity? The spatial determinants of entrepreneurship in South Africa", *Int. J. Entrepreneurship and Small Business*, Vol. 3, No. 2, p.245–265.

Nielsen, Øystein Juul; Rayamajhi, Santosh; Uberhuaga, Patricia; Meilby, Henrik y Smith-Hall, Carsten (2013), "Quantifying rural livelihood strategies in developing countries using an activity choice approach", en *Agricultural Economics* 44, p. 57-71

Nuez, María Jesús Alonso y Górriz, Carmen Galve (2008), "Análisis de supervivencia de nuevas empresas." In *Universidad, Sociedad y Mercados Globales*, Asociación Española de Dirección y Economía de la Empresa (AEDEM), p. 423-436

Olu, Ojo (2009), "Impact of microfinance on entrepreneurial development: the case of Nigeria", Ponencia presentada en The International Conference on Administration and Business, University of Bucharest, Romania, 14-15 November, p. 536-545.

Olvera Calderón, Citlalli L. (2009), "Desbancarización y racionamiento del crédito visto desde las pequeñas empresas", en Castillo Polanco, Luis Alfredo (comp.), *Diferentes ángulos de la relación banca y pequeños negocios*, México, Plaza y Valdés.

Otoo, Miriam; Ibro, Germaine; Fulton, Joan y Lowenberg-Deboer, James (2012), "Micro-Entrepreneurship in Niger: Factors Affecting the Success of Women Street Food Vendors", en *Journal of African Business*, Vol. 13, No. 1, p. 16-28.

Ovwigho, Bishop O. (2014), "Factors influencing involvement in nonfarm income generating activities among local farmers: The case of Ughelli south local government area of Delta State, Nigeria", en *Sustainable Agriculture Research*; Vol. 3, No. 1, p. 76-84.

Parker, C. Simon y Belghitar, Yacine (2006), "What happens to nascent entrepreneurs? An econometric analysis of the PSED", en *Small Business Economics* 27, p. 81–101.

Paul, Bénédique (2014), "Why Should Microfinance Organizations Invest In Clients Business Training? Empirical Results from the Haitian Microfinance Industry", en *International Journal of Management Sciences* Vol. 2, No. 4, p. 191-202.

Peña Legazkue, Iñaki (2008), "El Efecto de Factores Externos e Internos de la Empresa Sobre la Supervivencia de las PYME Españolas", en Arturo Rodríguez Castellanos (Dir.), *Creación, supervivencia, crecimiento e internacionalización de las PYME jóvenes en España: 1995 -2006*, p. 48-79.

Pirenne, Henri (1939), "Historia económica y social de la Edad Media", Primera edición en español, Fondo de Cultura Económica.

Portes, Alejandro (1998), "Social capital: Its origins and applications in modern sociology", en *Annual review of sociology* Vol. 24, p. 1–24.

Ramírez Juárez, Javier (2003), "Ingreso y ruralidad en grupos domésticos campesinos del Valle de Puebla y la cordillera del Tentzo, México, en Martínez Corona, B. y Díaz

Cervantes (coords): Mujeres rurales, genero, trabajo y transformaciones sociales, Colegio de Postgraduados, p. 315-328.

Ramírez Torres, Rosaura (2011), "Características sociodemográficas y estrategias de sobrevivencia de unidades domésticas campesinas en tres localidades del municipio de san Pedro Cholula, Puebla", Tesis de maestría, Colegio de Postgraduados.

Ramírez, E. M., Barba-Sánchez, V. y Martínez Ruiz, Ma. P. (2008), "Relevancia e implicaciones del capital social en la creación de empresas", en *Boletín económico de ICE, Información Comercial Española* 2933, p. 31-41.

Raykov, Tenko y Marcoulides, George A. (2008), Introduction to applied multivariate analysis, Routledge.

Renko, Maija; Kroeck, K. Galen y Bullough, Amanda (2012), "Expectancy theory and nascent entrepreneurship", en *Small business Economics* 39, p. 667-684.

Rodríguez Gutiérrez, María José y Santos Cumplido, Francisco Javier (2008), "La actividad emprendedora de las mujeres y el proceso de creación de empresas" en *Información Comercial Española, ICE: Revista de Economía* 841, p. 117-132.

Rodriguez Pose, Andres y Palavicini Corona, Eduardo I. (2013), "Does local economic development really work? Assesing LED across Mexican municipalities", *Geoforum* 44, p. 303-315.

SAGARPA (2006), La empresa rural y las redes empresariales: Bases técnicas para su promoción e integración.

Salazar-Carvajal, Pedro F.; Herrera-Sánchez, Isabel M.; Rueda-Méndez, Samuel y León-Rubio, José M. (2014), "El efecto de la conservación de recursos sobre la intención emprendedora en el contexto de crisis económica: el rol moderador de la autoeficacia y la creatividad" en *Anales de psicología* Vol. 30, No. 2, p. 549-559

Santa María S., Mauricio y Rozo V., Sandra (2009), "Análisis cualitativo y cuantitativo de la informalidad empresarial en Colombia", en *Desarrollo y sociedad*, p. 269-296.

Santarelli, Enrico y Vivarelli, Marco (2006), "Entrepreneurship and the Process of Firms' Entry, Survival and Growth", IZA Discussion Paper No. 2475.

Schejtman, Alexander y Berdegué, Julio A. (2004), "Desarrollo territorial rural", en Debates y temas rurales No 1, RIMISP.

Schmitt, Neal (1996), "Uses and Abuses of Coefficient Alpha", en *Psychological Assessment* Vol.8, No. 4, p. 350-353.

Scoones, Ian (2009), "Livelihoods perspectives and rural development", *The Journal of Peasant Studies*, Vol. 36 No. 1, p. 171-196.

Shabbir, Amama y Di Gregorio, Silvana (1996), "An examination of the relationship between women's personal goals and structural factors influencing their decision to start a business: the case of Pakistan", en *Journal of Business Venturing* 11, p. 507-529.

Sigalia, Rachel Jactan y Carney, Stephen (2012), "Poverty reduction through entrepreneurship: Microcredit, learning and ambivalence amongst women in urban Tanzania", en *International Journal of Educational Development* 32, p. 546-554.

Silva Zamora, Claudio y Schiattino Lemus, Irene (2008), "Modelos de Ecuaciones Estructurales ¿Qué es Eso?", en *ciencia y trabajo* Año 10, No. 29 p. 106-110.

Silva, Claudio y Salinas, Mauricio (2007), "Modelos de Regresión y Correlación III. Regresión Logística", en *Ciencia & Trabajo* Año 9, No. 24, p. 81-84.

Silva, Olmo (2006), "The Jack-of-All-Trades Entrepreneur: Innate Talent or Acquired Skill?", en IZA Discussion Paper No. 2264.

Smith, Adam (2014), *La riqueza de las naciones*. Alianza Editorial, España.

Soares Moraes, Denise y Vargas Velázquez, Sergio (2011), "Capitales comunitarios y vulnerabilidad social frente al cambio climático en un municipio de Yucatán", en *Trayectorias* año 14, No. 33-34, p. 51-75.

Sosa González, José Luis Sergio (2013), "El capital social grupal en la agregación de valor: Caso de los productores de amaranto de los municipios de Cohuecan, Puebla y Tamaoc, Morelos", Tesis doctoral, Colegio de Postgraduados.

Taymaz, Erol y Köksal, Miyase Y. (2006), "El espíritu emprendedor, el tamaño de lanzamiento y la supervivencia de los pequeños empresarios", en *Ekonomiaz* No. 62, p. 70-99.

Terjesen, Siri y Amorós, José Ernesto (2010), "Female entrepreneurship in Latin America and the Caribbean: Characteristics, drivers and relationship to economic development", en *European Journal of Development Research* Vol. 22, No. 3, p. 313–330.

Thornton, Patricia H. (1999), "The sociology of entrepreneurship", en *Annual review of sociology* p. 19-46.

Toca Torres, Claudia (2010), "Consideraciones para la formación en emprendimiento: explorando nuevos ámbitos y posibilidades", en *Estudios gerenciales* Vol. 26, No 117, p. 41-60.

Toledo, Arcelia; de la Paz Hernández, José y Griffin, Denis (2010), "Incentives and the growth of Oaxaca subsistence businesses", en *Journal of business research* 63, p. 630-638.

Toledo-Lopez, Arcelia; Díaz Pichardo, René; Jiménez Castañeda, Julio C; Sanchez Medina, Patricia S. (2012), "Defining success in subsistence businesses", en *Journal of business research* 65, p. 1658-1664.

Toma, Sorin-George; Grigore, Ana-Maria y Marinescu, Paul (2014), "Economic development and entrepreneurship" en *Procedia Economics and Finance* 8, p. 436-443.

Ulhøi, J.P. (2005), "The social dimensions of entrepreneurship", en *Technovation* 25, p. 939-946.

Uphoff, Norman (2003), "El capital social y su capacidad de reducción de la pobreza", en Atria, Raul y Siles, Marcelo (comps.), *Capital social y reducción de la pobreza en América Latina y el Caribe: en busca de un nuevo paradigma*, CEPAL, p. 115-145.

Valencia de Lara, Pilar y Patlán Pérez, Juana (2011) "El empresario innovador y su relación con el desarrollo económico" en *TEC Empresarial* Vol. 5 No 3, p. 21-27.

Valenciano Salazar, Jorge Andrey; Le Coq, Jean François y Sáenz, Fernando (2012), "Medios de vida de las familias dedicadas a actividades agrícolas y ganaderas en el cantón de Guatuso, Alajuela. Clasificación mediante conglomerados", en *Ciencias Económicas* 30, No. 2, p. 201-217.

van den Wollenber, Arnold L. (1977), "Redundancy analysis an alternative for canonical correlation analysis", en *Psychometrika* Vol. 42, No 2, p. 207-219.

Van Praag, C. Mirjam (2003), "Business survival and success of young small business owners", en *Small Business Economics* 21, p. 1-17.

Varela Zúñiga, Rosario (2003), "Microfinanciamiento, organización familiar y calidad de la vida de las Mujeres autoempleadas en la ciudad de Torreón, Coahuila", en Barrera Bassols, Dalia (coord.), *Las microempresas familiares urbanas: Un mecanismo de sobrevivencia para las mujeres en condiciones de pobreza*, Serie PEMSA: México.

Vargas Forero, Gonzalo (2002): Hacia una teoría del capital social, *Revista de Economía Institucional* Vol. 4, No. 6, p. 71-108.

Veciana, José Maria (2005), *La creación de empresas: Un enfoque gerencial*. La Caixa.

Verheul, Ingrid y Thurik Roy (2001), "Start-Up Capital: "Does Gender Matter?" en *Small Business Economics* 16, p. 329-345.

Verrest, Hebe (2013), "Rethinking Microentrepreneurship and Business Development Programs: Vulnerability and Ambition in Low-income Urban Caribbean Households", en *World Development* Vol. 47, p. 58-70.

Wang, Xuequn; Jessup, Leonard M. y Clay, Paul F. (2015), "Measurement model in entrepreneurship and small business research: a ten year review", en *International Entrepreneurship Management Journal* 11, p. 183-212.

Woodward, Douglas; Rolfe, Robert y Ligthelm, André (2014) "Microenterprise, multinational business support, and poverty alleviation in south Africa's informal economy", en *Journal of African Business* Vol. 15, No. 1, p. 25-35.

Yúnez-Naude, Antonio y Taylor, J. Edward (2004), "Los determinantes de las actividades y el ingreso no agrícola de los hogares rurales de México, con énfasis en la educación", en CEPAL, *Empleo e ingresos rurales no agrícolas en América Latina*, Santiago de Chile.

Zamudio Sánchez, Francisco J.; Corona Ambriz, Alejandro y López Becerril, Iraís Damaris (2008), "Un índice de ruralidad para México", en *Espiral* Vol. 14, no. 42, p. 179-214.

Zapico Aldeano, Luis Miguel; Nieto Antolín, Mariano y Muñoz Doyague, M^a Felisa (2008): El coste de oportunidad como determinante del autoempleo en la Unión Europea (UE 25), *Pecunia* 6, p. 175-193.

00000: Entrevista abierta con una señora que abandonó su negocio. 18/01/2015

00008: Entrevista en encuesta piloto. 10/04/2014

10023: Encuesta. 09/01/2015

10036: Encuesta. 10/02/2015

10041: Encuesta. 23/01/2015

10043: Encuesta. 23/01/2015

10062: Encuesta. 06/02/2015

11.2 Bibliografía complementaria

Abdulkadir, F. I., Umar, S., & Ibrahim, S. H. (2012), "The Impact of Micro-finance Banks on Women Entrepreneurial Development in Metropolis", en *Microeconomics and Macroeconomics*, Vol. 1, No. 3, p. 28-38.

Almeraya Quintero, S. X.; Figueroa Sandoval, B.; Díaz Puente, J.M. y Figueroa Rodríguez, K. A. (2011b), "El crédito en el desarrollo territorial: el caso de financiera rural en México", en *Agricultura, Sociedad y Desarrollo* Vol. 8, No 2 p. 179-192.

Alpert, Mark I. y Peterson, Robert A. (1972), "On the Interpretation of Canonical Analysis", en *Journal of Marketing Research*, Vol. 9, No. 2, p. 187-192.

Amorós, José Ernesto E. y Pizarro Stjepoviæ, Olga (2006) "Mujeres y dinámica emprendedora: un estudio exploratorio", en *Universidad & Empresa* Vol. 5, No 11, p. 15-32.

Banco de desarrollo de América Latina (2013), *Emprendimiento en América Latina: desde la subsistencia hacia la transformación productiva*, Reporte de Economía y Desarrollo, Colombia, CAF.

Barba-Sánchez, Virginia y Molina Ramírez, Ericka (2015), "Efectos del apoyo emocional de las redes cercanas al emprendedor indígena sobre el éxito de la nueva empresa ecoturística en la mitad sur de México", en *Cuadernos de Turismo*, No. 36, p. 79-99.

Bebbington, Anthony (2005), "Estrategias de vida y estrategias de intervención: el capital social y los programas de superación de la pobreza" en Arriagada, Irma (ed.), *Aprender de la experiencia: el capital social en la superación de la pobreza*. CEPAL. Santiago de Chile.

Benito Hernández, Sonia (2009), "El papel de las microempresas en el desarrollo económico regional: las redes de cooperación empresarial en España", en *Revesco* No. 99, p. 31-59.

Burt, Ronald S. (1997), "The contingent value of social capital", en *administrative science quarterly* Vol. 42, No. 2, p. 339-365.

Cabañero Martínez, M^a José; Richart Martínez, Miguel; Cabrero García, Julio; Orts Cortés, M^a Isabel; Reig Ferrer, Abilio y Tosal Herrero, Beatriz (2004), "Fiabilidad y validez de la escala de satisfacción con la vida de Diener en una muestra de mujeres embarazadas y puérperas" en *Psicothema* Vol 16, No 3, p.448-455.

Camacho, J.H.; Aguilar, I. y Cervantes, F. (2012), "Confianza, normas y participación: análisis de organizaciones de productores lecheros en México", en *Archivos de zootecnia* Vol. 61, No 234, p. 197-207.

Echeverri Perico, Rafael (2011), "Reflexiones sobre lo rural: economía rural, economía de territorios", en Hacia una nueva definición de "rural" con fines estadísticos en América Latina, CEPAL – Colección Documentos de proyectos.

DeBerry-Spence, Benet y Elliot, Esi Abbam (2012), "African microentrepreneurship: The reality of everyday challenges", en *Journal of Business Research* 65, p. 1665–1673.

De Haan, Leo. J. (2012), "The livelihood approach: a critical exploration", en *Erdkunde* Vol. 66, No.4, p. 345-357.

Gindling, T.H. y Newhouse, David (2014), "Self-Employment in the Developing World", en *World Development* Vol. 56, p. 313-331.

Glaeser, Edward; Laibson, David; Scheinkman, Jose y Soutter, Christine (2000), "Measuring trust", en *Quarterly journal of economics* Vol. 115, No. 3, p. 811-846.

Granovetter, Mark S. (1973), "The strength of weak ties", en *American journal of sociology* Vol. 78, No. 6, p. 1360-1380.

Guardia Rojas, Rossana y Piña Zambrano, Henri (2008), "Nivel de emprendimiento en la agroindustria rural del estado falcón, Venezuela", en *Agroalimentaria* No. 27, p. 83-94.

Jaramillo Villanueva, José Luis; Escobedo Garrido, José Sergio; Morales Jiménez, Juan y Ramos Castro, José Guadalupe (2012), "Perfil emprendedor de los pequeños empresarios agropecuarios en el Valle de Puebla, México", en *Entramado*, Vol. 8, No. 1, p. 44-57.

Karnani, Aneel (2009), "Romanticising the poor harms the poor", en *Journal of International Development* 21, p. 76-86.

Kay, Cristóbal (2009): Estudios rurales en América Latina en el periodo de globalización neoliberal: ¿una nueva ruralidad?, en *Revista Mexicana de Sociología* 71, No. 4, p. 607-645.

Knack, Stephen y Keefer, Philip (1997), "Does social capital have an economic payoff? A cross-country Investigation", en *the quarterly journal of economics* Vol. 112, No. 4, p. 1251-1288.

Lewis, Kate (2008), "Small Firm Owners in New Zealand: In it for the 'good life' or growth?", en *Small Enterprise Research* Vol. 16, No. 1, p. 61-69.

Lofstrom, Magnus; Bates, Timothy y Parker, Simon C. (2014), "Why are some people more likely to become small-businesses owners than others: Entrepreneurship entry and industry-specific barriers", en *Journal of Business Venturing* 29, p. 232-251.

Manolova, Tatiana S.; Brush, Candida G. y Edelman, Linda F. (2008), "What do women entrepreneurs want?", en *Strategic Change* 17, p. 69-82

Manuel Graña, Fernando (2002): Creación de Empresas: Factores asociados al éxito emprendedor en cinco ciudades argentinas, Universidad Nacional de Mar del Plata-Editorial Martín, 69 pág.

Mehrotra, Vikas y Morck, Randall (2013): Entrepreneurship and the Family Firm, en *Handbook of the Economics of Finance*, p. 649-681.

Morduch, Jonathan (1999), "The microfinance promise", en *Journal of Economic Literature*, Vol. 37, pp. 1569-1614.

Moutinho, Luiz y Hutcheson, Graeme D. (2011), "The multinomial logistic regression model", en Moutinho, Luiz y Hutcheson, Graeme D. (eds.), *The Sage Dictionary of Quantitative Management research*. En google books.

Mummidi, Thanuja (2009), "Women and income generating activities: understanding motivations by prioritizing skill, knowledge and capabilities", en *Rural Microfinance and employment, working papers series*.

Narayan, Deepa y Pritchett, Lant (1999), "Cents and Sociability; household income and social capital in Rural Tanzania," en *Economic Development and Cultural Change* Vol. 47, No. 4, p. 871-897.

Naudé, Wim; Gries, Thomas; Wood, Eric; Meintjies, Aloe (2008), "Regional determinants of entrepreneurial start-ups in a developing country", en *Entrepreneurship and regional development: An international journal*, 20:2, p. 111-124.

Neira Orjuela, Fernando (2006), "Elementos para el estudio de la microempresa latinoamericana, en *Latinoamérica*", en *Revista de Estudios Latinoamericanos*, No. 43, p. 153-174.

Nielsen, Kristian y Freire-Gibb, L. Carlos, (2010), "How important is geography for the entrepreneurial profile?", Paper to be presented at the DRUID-DIME Academy Winter 2010 PhD Conference on Comwell Rebild Bakker, Aalborg, Denmark, January 21 - 23, 2010.

OCDE (2008), Handbook on constructing composite indicators: Methodology and user guide.

OECD. 2003. The sources of economic growth in OECD Countries, Paris.

Omri, Anis y Ayadi-Frikha, Maha (2012), "Constructing a mediational model of small business growth" *International Entrepreneurship Management Journal*, DOI [10.1007/s11365-012-0223-6](https://doi.org/10.1007/s11365-012-0223-6).

Onyx, Jenny y Bullen, Paul (2000), "Measuring social capital in five communities", en *The journal of applied behavioral science* Vol. 36 No. 1, p. 23-42.

Osmani, Faton; Gorton, Matthew y White, John (2013), "Agricultural households, poverty and the rural labour market in Kosovo", en *Post-Communist Economies* Vol. 25, No. 2, p. 241-252.

Palacios Núñez, Guadalupe (2010): Emprendimiento social: integrando a los excluidos en el ámbito rural, en *Revista de Ciencias Sociales (RCS)* Vol. 16, No. 4, p. 579-590.

Pastor Gradolí, Carmen y Esparcia Pérez, Javier (1998), "Alternativas económicas en el ámbito rural interior. El papel de las mujeres en el desarrollo rural", en *Cuaderno de geografía* 64, p. 527-542.

Portes, Alejandro y Landolt, Patricia (2000), "Social Capital: Promise and pitfalls of its role in development", en *Journal of Latin American Studies* 32, p. 529-547.

Rafiqul, Islam Md. (2011), "Rural women's empowerment through self-income generating activities: A study on NGOs credit programs in Bangladesh", en *Journal of global citizenship and equity education* Vol. 1 No. 1, p. 96-123.

Reynolds, Paul D. (1997), "Who Starts New Firms? Preliminary explorations of firms-in-gestation", en *Small Business Economics* 9, p. 449-462.

Rijkers, Bob y Costa, Rita (2012), "Gender and rural non-farm entrepreneurship", en *World Development* Vol. 40, No. 12, p. 2411-2426.

Rojas Soriano, Raúl (2013), *Guía para realizar investigaciones sociales*, México, Plaza y Valdés.

Ryan, Richard M. y Deci, Edward L. (2000), "Intrinsic and extrinsic motivations: classic definitions and new directions", en *Contemporary Educational Psychology* 25, p. 54-67.

Sampedro Gallego, Rosario y Camarero Rioja, Luis (2007), "Mujeres empresarias en la España rural: el sujeto pendiente del desarrollo", en *Revista internacional de sociología* Vol. 65, No. 48, p. 121-146.

Schultink, Gerhardus (2000), "Critical environmental indicators: performance indices and assessment models for sustainable rural development planning", en *Ecological Modelling* 130, p. 47-58.

Schwarze, Stefan (2004), "Determinants of income generating activities of rural households: A quantitative study in the Vicinity of the Lore-Lindu National Park in Central Sulawesi/Indonesia", Tesis doctoral, Georg-August-University of Göttingen.

Simon, Herbert A. (1976), "Administrative behavior: A study of decision-making process in administrative organization", Collier Macmillan Publishers, Third edition.

Van Bastelaer, Thierry (2002), "Does social capital facilitate the poor's access to credit?" en Grootaert, Christiaan y van Bastelaer, Thierry (eds.), *Understanding and measuring social capital: a multidisciplinary tool for practitioners*. Banco Mundial.

Veciana, José M^a; Aponte, Marines y Urbano, David (2005), "University students' attitudes towards entrepreneurship: a two countries comparison", en *International Entrepreneurship and Management Journal* 1, p. 165–182.

Welsh, Dianne H.B.; Memili, Esra; Kaciak, Eugene y Al Sadoon, Aliyah (2014), "Saudi women entrepreneurs: A growing economic segment", en *Journal of business* 67, p. 758-762.

Woolcock, M., Narayan, D., 2000. Social capital: implications for development theory, research and policy. *World Bank Res. Obs.* 15 (2), p. 225-249.

Xavier, Siri Roland; Ahmad, Syed Zamberi; Mohd Nor, Leilanie; Yusof, Mohar (2012), "Women Entrepreneurs: Making A change From Employment to Small and Medium Business Ownership", *Procedia Economics and Finance* 4, p. 321–334.

Zapalska, Alina (1997), "A profile of woman entrepreneurs and enterprises in Poland." *Journal of Small Business Management* 35, No. 4, p. 76-82.

ANEXOS

Cuadro A-1. Correlación bivariada entre las variables independientes y dependientes

	Rentclien	Atenclie	Habil	Sastif	Client	Capita	Actneg
Sexo	.008	-.028	-.040	-.066	.087	-.110	.026
Cony	-.078	-.052	-.065	.030	.061	.296*	.066
Hijos	-.114	-.164	-.053	-.220	.172	.016	-.017
Edad	-.119	.018	-.251*	-.266*	-.278*	-.219	-.064
Escol	.343**	.325**	.186	.275*	-.022	.251*	.124
Añoexist	.119	.244*	-.083	.118	-.116	.038	.237*
Cantobje	.256*	.188	.150	.211	.333**	.117	.147
Horaded	.179	.079	.034	.155	-.061	.182	.009
Ayud_exper	.356*	.471**	.429**	.559**	.189	.305*	.368**
Ayud_educ	.175	.303	-.043	-.109	.014	-.077	-.075
Ayud_habil	.097	.140	.187	.182	.136	.140	.308*
Ayud_capaci	.298	.549*	.497*	.256	-.366	.107	.311
Tenahorro	.081	.090	.028	.190	.015	.150	.150
Tenotroingr	-.005	-.047	-.226	-.063	.154	-.090	-.095
Solicredit	.120	.015	.191	.148	.068	-.142	-.071
Otrainvers	.041	.042	.062	.181	-.010	.172	.106
Suspens	-.252*	.038	-.111	-.096	.101	-.073	-.093
Cantprobl	-.074	-.038	-.073	-.155	-.061	-.129	-.102
Desaband	-.016	-.162	-.160	-.100	-.025	-.039	.038
Abaningre	-.145	-.263*	-	-.273*	-.074	.025	-.116
			.389**				
Estrateg	.022	.055	-.002	.081	-.049	.143	.150
Desecamb	-.077	-.276*	-.191	-.258*	-.104	-.198	-.211
Cantayud	.358*	.215	.293*	.258*	.082	.169	.305**
Freq_ayud	.326**	.210	.268*	.367**	.103	.291*	.354**

Fuentes: Elaboración propia. *Significancia a 0,05 y ** significancia 0,01

Cuadro A-2: Análisis de la redundancia de los valores teóricos independientes para las funciones canónicas (modelo crecimiento financiero)

Número de la variable canónica	Varianza estandarizada de variables independiente explicada por		R-cuadrado canónica	El valor teórico canónico opuesto (redundancia)	
	Proporción	Proporción acumulada		Proporción	Proporción acumulada
1	0.1213	0.1213	0.2364	0.0287	0.0287
2	0.2378	0.3592	0.1678	0.0399	0.0686
3	0.1078	0.4669	0.1273	0.0137	0.0823

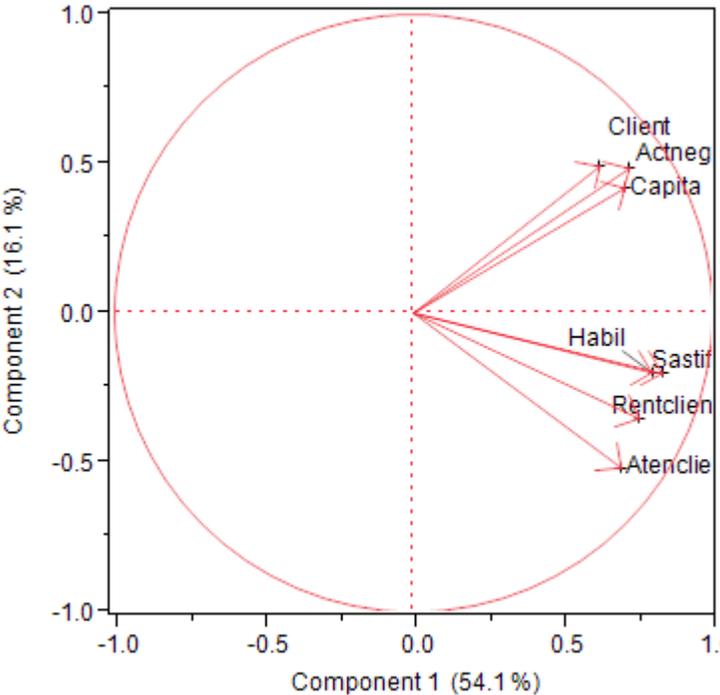
Análisis de la redundancia de los valores teóricos dependientes para las funciones canónicas (modelo crecimiento financiero)

Número de las variables canónicas	Varianza estandarizada de variables dependientes explicada por		R-cuadrado canónica	El valor teórico canónico opuesto (redundancia)	
	Proporción	Proporción acumulada		Proporción	Proporción acumulada
1	0.1789	0.1789	0.2364	0.0423	0.0423
2	0.5777	0.7566	0.1678	0.0969	0.1392
3	0.2434	1	0.1273	0.031	0.1702

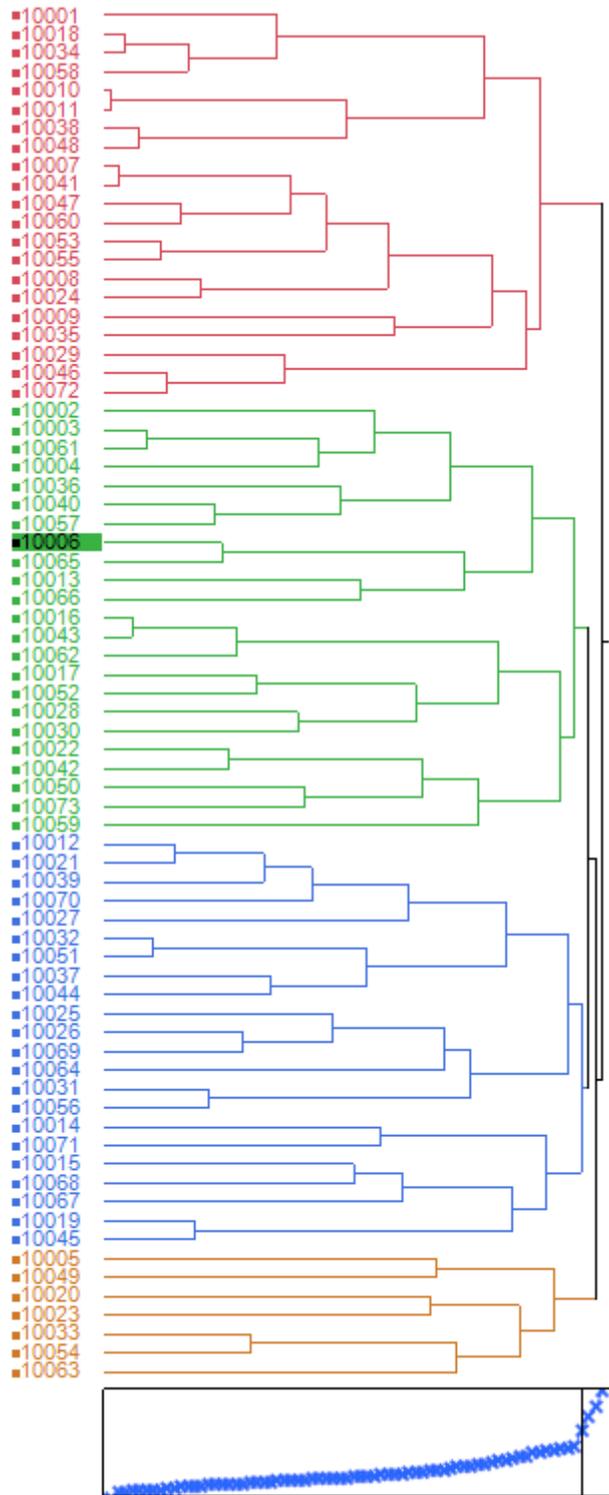
Cuadro A-3. Diagnostico del modelo logístico

Classified	-----True-----		Total
	D	~D	
+	16	8	24
-	12	32	44
Total	28	40	68
Classified + if predicted $Pr(D) \geq 0.5$ True D defined as $aban_ingr \neq 0$			
Sensitivity	$Pr(+D)$		60.71%
Specificity	$Pr(-\sim D)$		80.00%
Positive predictive value	$Pr(D+)$		68.00%
Negative predictive value	$Pr(\sim D-)$		74.42%
False + rate for true ~D	$Pr(+\sim D)$		20.00%
False - rate for true D	$Pr(-D)$		39.29%
False + rate for classified +	$Pr(\sim D+)$		32.00%
False - rate for classified -	$Pr(D-)$		25.58%
Correctly classified			72.06%

Gráfica A-1: Resultados del análisis de componente principal



Gráfica A-2. Dendrograma utilizando el método Ward (con software JMP)



Distancia 6.72

6. ¿Está el negocio registrado?

- a. Sí _____
- b. No _____ No, Pase al apartado INICIO

7. ¿Con cuál institución tiene su registro?

- a. Municipio _____
- b. Secretaria de hacienda (SHCP) _____
- c. Secretaria de la Salud _____
- d. Secretaria de la economía _____
- e. Otros _____

1- ¿Quién creó el negocio?

- a. Yo misma. _____
- b. Otros. _____ Pasa a 6

2- ¿Le surgió a usted la idea de este negocio o alguien se lo dio?

- 1. Tenía la idea Pase a 4
- 2. Me lo dijo alguien

3- ¿Quién le dio la idea de iniciar la empresa?

- 1) Familiar
- 2) Amigo
- 3) Compañero de trabajo
- 4) Técnico
- 5) Otro _____

4- ¿Hizo usted sola las acciones para iniciar el negocio?

- 1) Si. _____
- 2) No. _____

5- ¿Cuál es el origen de los recursos de inicio del negocio?

- 1. Ahorro propio
- 2. Préstamo familiar
- 3. Préstamo de amigos
- 4. Préstamo de alguna institución
- 5. Programa del gobierno
- 6. Remesas
- 7. Prestamistas locales
- 8. Otros _____

6- ¿Desde cuánto tiempo usted está haciendo este negocio? _____ (#meses)

7- ¿A qué se dedicaba antes de crear este negocio?

- 1. Ama de casa
- 2. Trabajar para otra persona (empresa)

3. Actividades agrícolas (jornal, crianza)
4. Tenía otro micronegocio
5. Otros _____

8- ¿Tuvo usted la intención de hacer un negocio, en este periodo?

1. Nunca _____
2. Pocas veces _____
3. Regularmente _____
4. Casi siempre _____
5. Siempre _____

9- ¿Tenía usted empleado o alguien que le ayudaba con las tareas al inicio?

1. Si. _____
2. No. _____ No pase a 11

10- ¿Cuántos empleados tenía usted? _____

11- ¿Cuántos clientes tenía usted más o menos en aquel tiempo? _____

1- ¿Cuál es la situación que provocó la creación del negocio?

	Si	No
Desempleo		
Necesidad de ganarse la vida		
Insatisfacción en empleo		
Muerte del esposo		
Jubilación de alguien del hogar		
No alcanzaba el ingreso		
Otros		

2- De 1 a 10, califique el grado de importancia del negocio para usted _____

Mencione hechos que valore esta calificación

- a. _____
- b. _____
- c. _____

3. ¿Cuál era su objetivo al inicio? ¿Y cuál es su meta hoy día?

Al inicio Hoy-día

- Ser su propio jefe
- Mejorar sus ingresos
- Tener simplemente una actividad
- Tener una buena reputación
- Desarrollarse como persona

Otro _____

4-¿Cuánto tiempo dedica Ud. para atender al negocio por día/semana? *Horas para comprar materias primas, para cobrar, para pagar u obtener crédito, asistir a algún curso de capacitación.* _____

5-¿Le gustaría dedicar más tiempo?

1-Sí.

2-No. Pase a las 8

6- ¿Por qué le gustaría?

a. Para obtener mayor venta y dinero

b. Para atraer a más clientes

c. Otros _____

7-¿Qué le impide pasar más tiempo para atender a su negocio?

a. Por las tareas del hogar

b. Para comprar los insumos

c. Otros _____

8- ¿Por qué no le gustaría?

a. Ya se cansó

b. Otro _____

9-¿Ha buscado usted orientación, algún tipo de ayuda o capacitación para administrar el negocio?

1- Si

2- No No pase al apartado **Capital humano**

10-¿Los aplica usted en su negocio?

1- Si

2- No

1. ¿Antes de iniciar el negocio, recibió usted algún tipo de capacitación relacionado al negocio?

1. Si

2. No

2. ¿Ha recibido usted capacitación para el negocio después de crearlo?

1. Si

2. No

3. ¿Quién le enseñó a hacer las tareas de este negocio?

1. Los padres

2. El esposo/pareja

3. Un familiar

4. Un amigo

5. Un técnico

6. Otro _____

4. ¿Antes de iniciar sabía usted?

1. Cómo tratar a los clientes _____
2. Cómo usar los beneficios _____
3. Dónde vender su producto _____
4. Cómo vender a crédito _____
5. Hacer cálculos financieros _____

Si	No

	Mucho	Bastante	Regular	Poco	Nada
5. ¿Ya que tienes el negocio, tienes capacidad para captar clientes?					
6. ¿Es usted capaz de atender a muchos clientes?					
7. ¿Se han aumentado las capacidades que tenía con el desarrollo del negocio?					

8. ¿Ha trabajado usted para la cuenta de otra persona o en una empresa?

1. Si
2. No.

¿Le ayudaron estos elementos con su negocio?	no	Inicio					Después, Hoy-día				
		Mucho	Bastante	Regular	Poco	Nada	Mucho	Bastante	Regular	Poco	Nada
Experiencia laboral, (si trabajó)											
Carrera (Educación), si tiene.											
Habilidades											
Capacitación, (si recibió)											

- 1- ¿Quién conoce usted que tienen negocios?
- 2- ¿Cuál es el negocio que le ha inspirado a crear lo suyo?

Si ¿Le inspiró?

Esposo
 Hijos
 Familiar
 Amigos
 Conocidos

3- ¿Tiene usted algún proveedor? 1) Si 2) No. No, pase a 5	¿Cuántos?	Muy buena	Buena	Regular	Mala	Muy mala
4- ¿Cómo es su relación con sus proveedores						
5- ¿Cómo es su relación con sus clientes?						

- Si No 8- ¿
- 6- ¿Participó usted en algún grupo o tandas antes de crear el negocio? Fin
- 7- ¿Participó usted en algún grupo después de crearlo? n
- ¿qué tipo de grupos ha participado? q
- a. Tandas
 - b. Grupo solidario
 - c. Cooperativa (SPR, SSS)_____
 - d. Caja de ahorro
 - e. Otros_____
- 9- ¿Le ha apoyado los miembros del grupo para iniciar su negocio?
- a. Si. _____
 - b. No. _____
- 10- ¿Qué tanto le ayudan los miembros del grupo con su negocio?
- 1. Siempre
 - 2. Casi siempre
 - 3. Regularmente
 - 4. Muy pocas veces
 - 5. Nunca
- 11- ¿Qué tipo de ayuda le dan?
- a. Préstamo de Dinero
 - b. Tareas
 - c. Ideas/consejo
 - d. Otro_____
- 12- ¿Ha participado usted en algún grupo solidario? Si no pase a 12

- a. Si
b. No Pase al cuadro

13- ¿Mejoró o está mejorando su negocio con la participación en grupo solidario?

- 1) Mucho
2) Bastante
3) Regular
4) Poco
5) Nada

¿Quién le apoya con el negocio y que tipo de ayuda le da?	Inicio						Después				
	Idea para crear	Capacitación	Consejos	Préstamo de dinero	Préstamo de mercancía	Tareas	Consejos	Préstamo de dinero	Préstamo de mercancía	Tareas	
Hijos											
Esposo/parejas											
Los padres											
Familiar											
Amigos/as											

¿Con qué intensidad le ayudan?	Nunca	Pocas veces	Regular	Casi Siempre	Siempre
Hijos					
Esposo/pareja					
Los padres					
Familiar					
Amigos					

¿Alguien le vendió a crédito para iniciar el negocio?

- a. Si _____
b. No

¿Tienes usted ahorros hoy-día? No **Monetario** **No monetario**
Tandas/casa Animal y agricultura Joyas

¿De qué formas?

3- ¿Tiene usted otra fuente de ingreso a parte de lo que le da el negocio?

- 1) Si. _____
- 2) No

4- ¿Ha solicitado usted algún crédito después de iniciar el negocio?

- c. Sí
- d. No (no pase a 8)

5- ¿Hoy-día, tiene usted algún préstamo o crédito para su negocio?

- 1) Si Entidad_____
- 2) No

6- ¿A qué recurre cuando quiere hacer una inversión en el negocio?

- 1) Ahorros monetarios_____
- 2) Ventas de animales_____
- 3) Ventas de cosechas_____
- 4) Prestamos_____
- 5) Otros_____

7- ¿Alguien más de su hogar invierte dinero en el negocio?

- 1) Si. _____
- 2) No

8- ¿En qué gasta o invierte la ganancia de su negocio?

- 1) Compra de insumos
- 2) Pago de renta (negocio)
- 3) Salario a empleados
- 4) Predial
- 5) Consumo
- 6) Agricultura
- 7) Ganadería/cría de animales
- 8) Otro_____

1. ¿Se han suspendidas las actividades del negocio?

1. Sí.
2. No. No, pase a 5

2. ¿Por cuánto tiempo quedó parado su negocio?_____ (mes/año)

3. De los problemas que le voy a mencionar cuales son lo que le ha afectado con su negocio

1. Exceso de competencia_____
2. Falta de crédito_____
3. Falta de capacitación_____

4. Aumento de la renta del local_____
5. aumento de los insumos/mercancías_____
6. Problemas con los clientes_____
7. Bajas Ventas_____
8. Exceso de deudas_____
9. No le puede dar tiempo suficiente_____
- 10.El negocio es menos rentable de lo esperado_____
- 11.Otro_____

7-¿Ha tenido usted deseo de abandonar el negocio?

1. Siempre
2. Casi siempre
3. Algunas veces
4. Muy pocas veces
5. Nunca

8- ¿Si tuviera usted otra fuente de ingreso, dejaría el negocio?

- 1) Si
- 2) No

9- ¿Qué hace usted para enfrentar estos problemas (respuesta)?

- 1- Vender otro producto o servicio
- 2- Vender en otro lugar
- 3- _____

10- ¿Tiene usted algún lugar donde registrar las operaciones de la empresa?

1. Si
2. No

Mucho
Bastante
Regular
Poco
Nada

¿Se han incrementado las actividades de su negocio desde que lo inició?

¿Se ha aumentado su capital desde que lo inició?

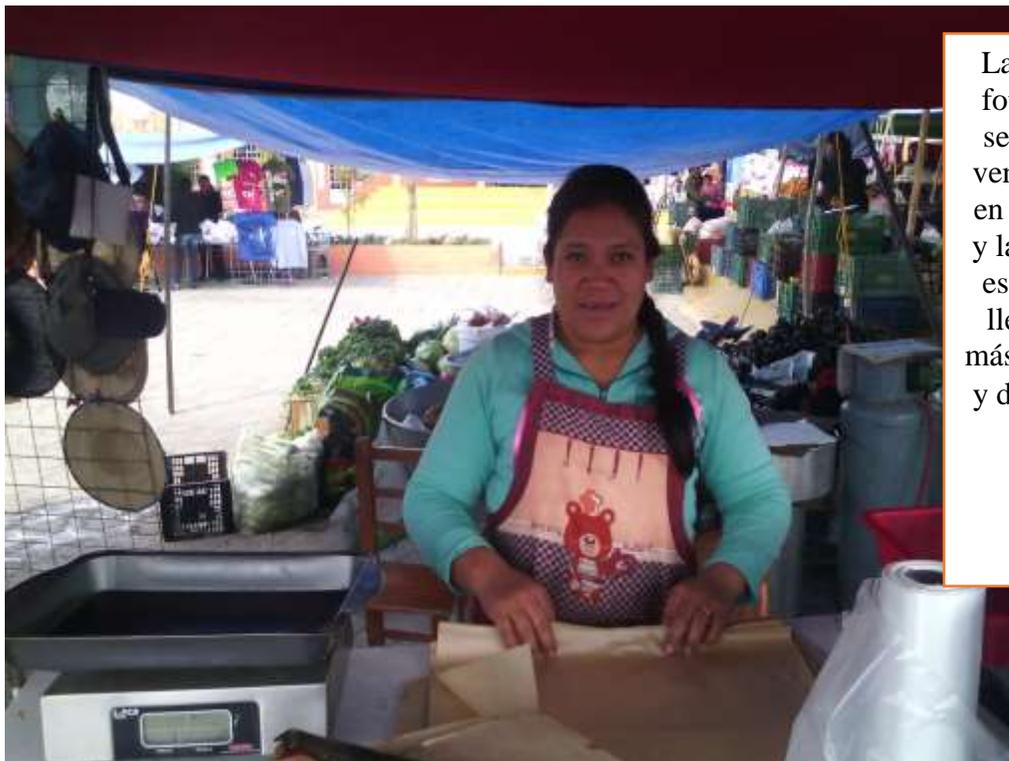
¿Se aumentó su clientela hoy-día con relación al inicio?

1. ¿Qué tan satisfecha es usted de su negocio?

1. Muy satisfecha
2. Satisfecha
3. Neutral
4. Insatisfecha
5. Muy insatisfecha

2. ¿Le gustaría a usted cambiar de actividad?

Fotografias



La primera foto es una señora que vende diario en el parque y la segunda es otra que llega nada más lo jueves y domingos.



Fabricación
de ladrillo
en la
comunidad
de Santa
Bárbara
Almoloya.

Foto tomada
al momento
de una
entrevista
abierta



Una señora declara que
no le gusta dedicarse a la
hacer permanentes de
cabello utilizando espiral.



Creación de la microempresa

Motivación
extrínseca

CAUSAS

Necesidad de ganarse la vida

Muerte del cónyuge

Desempleo

Recorte de personal

Quebró el negocio anterior

Muerte del cónyuge

Jubilación propia o del cónyuge

Insatisfacción en empleo

No alcanza el ingreso



Junta Auxiliar Santa Bárbara Almoloya

SANTA BARBARA ALMOLOYA A 19 DE DICIEMBRE DE 2014.

ASUNTO: PERMISO.

A QUIEN CORRESPONDA

PRESENTE.

EL QUE SUSCRIBE LIC. RICARDO PETLACHI MENDEZ, PRESIDENTE AUXILIAR MUNICIPAL DE SANTA BARBARA ALMOLOYA, SAN PEDRO CHOLULA, PUEBLA. EN BASE A LO ESTABLECIDO EN LOS ARTICULOS 36, 39, 91. FRACCION XVII Y 138 FRACCION VII, DE LA LEY ORGANICA MUNICIPAL 875 FRACCION II DEL CODIGO CIVIL VIGENTE Y 56 FRACCION II DEL REGLAMENTO DEL REGISTRO CIVIL DE LAS PERSONAS PARA EL ESTADO DE PUEBLA.

HAGO CONSTAR

QUE EL C. EMMANUEL REMILLEN, ES ESTUDIANTE EN EL COLEGIO DE POSTGRADUADOS CAMPUS PUEBLA, HA SOLICITADO EL PERMISO EN ESTA PRESIDENCIA, SIENDO CONCEDIDO DICHA AUTORIZACIÓN, PARA QUE TAMBIEN PREVIA AUTORIZACIÓN DE LA PARTICULAR, PASE A REALIZAR VISITAS Y ENTREVISTAS EN SU NEGOCIO. ESTO CON MOTIVO DEL TRABAJO QUE DEBE PRESENTAR MEDIANTE UNA INVESTIGACIÓN MERAMENTE ACADEMICA CON EL TEMA: "DINÁMICA EMPRENDEDORA DE MUJERES CAMPESINAS Y SU CONTRIBUCIÓN AL MEJORAMIENTO DE SUS CONDICIONES DE VIDA", COMO PARTE DE SU TRABAJO PARA OBTENER EL GRADO DE MAESTRIA.

POR LO CUAL ANEXAMOS COPIA DEL OFICIO QUE FUE ENVIADO DESDE EL COLEGIO DE POSTGRADUADOS CAMPUS PUEBLA.

SIN MÁS NADA QUE TRATAR ME DESPIDO DE USTEDES Y QUEDO COMO SU MÁS SEGURO Y ATENTO SERVIDOR.

ATENTAMENTE
"SUFRAGIO EFECTIVO, NO REELECCIÓN"


LIC. RICARDO PETLACHI MENDEZ
PRESIDENTE AUXILIAR MUNICIPAL
SANTA BARBARA ALMOLOYA,
SAN PEDRO CHOLULA, PUEBLA.



Presidencia Auxiliar
Santa Bárbara Almoloya,
San Pedro Cholula,
Puebla
2014 - 2019

C.c.p.-Archivo