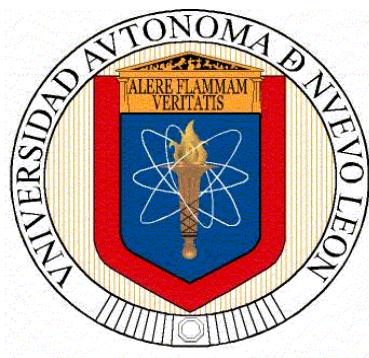


**UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DE NUEVO LEÓN
FACULTAD DE CONTADURÍA PÚBLICA Y ADMINISTRACIÓN
DIVISIÓN DE ESTUDIOS DE POSGRADO**



**“LOS MOTIVOS DE EMPRENDIMIENTO EN LOS MICRONEGOCIOS
Y SU RELACIÓN CON LA EXPECTATIVA DE CONTINUAR:
UN ESTUDIO COMPARATIVO EN LAS REGIONES DE MÉXICO”**

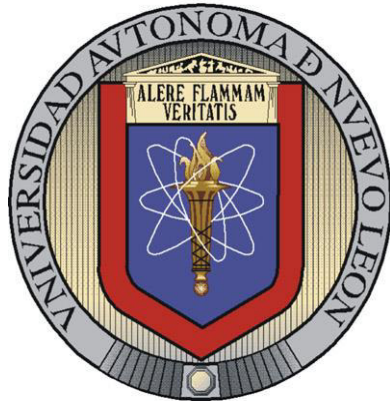
Por:

JUAN GERARDO CHAPA BARRERA

**Como requisito parcial para obtener el grado de
DOCTOR EN FILOSOFÍA CON ESPECIALIDAD EN ADMINISTRACIÓN**

MONTERREY, N.L., MÉXICO, JUNIO 2020.

UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DE NUEVO LEÓN
FACULTAD DE CONTADURÍA PÚBLICA Y ADMINISTRACIÓN
DIVISIÓN DE ESTUDIOS DE POSGRADO



**LOS MOTIVOS DE EMPRENDIMIENTO EN LOS MICRONEGOCIOS
Y SU RELACIÓN CON LA EXPECTATIVA DE CONTINUAR: UN
ESTUDIO COMPARATIVO EN LAS REGIONES DE MÉXICO**

TESIS DOCTORAL

POR

M.A. Juan Gerardo Chapa Barrera

COMO REQUISITO PARCIAL PARA OBTENER EL GRADO DE
DOCTOR EN FILOSOFÍA CON ESPECIALIDAD EN
ADMINISTRACIÓN

MONTERREY, NUEVO LEÓN, MÉXICO

JUNIO DE 2020

LOS MOTIVOS DE EMPRENDIMIENTO EN LOS MICRONEGOCIOS Y SU RELACIÓN CON LA EXPECTATIVA DE CONTINUAR: UN ESTUDIO COMPARATIVO EN LAS REGIONES DE MÉXICO

Aprobación de la Tesis doctoral por el Comité

Dr. Elías Alvarado Lagunas
Presidente

Dra. María Margarita Carrera Sánchez
Secretaria

Dr. Abel Partida Puento
Vocal 1

Dr. Luis Alberto Villarreal Villarreal
Vocal 2

Dra. Paula Villalpando Cadena
Vocal 3

NOTA DE SALVEDAD DE RESPONSABILIDAD INSTITUCIONAL

La División de Estudios de Posgrado de la Facultad de Contaduría Pública y Administración de la Universidad Autónoma de Nuevo León, no se hace responsable de los conceptos emitidos por las personas investigadoras en su trabajo, solo velará por el rigor científico metodológico y ético del trabajo en aras de la búsqueda de la verdad y la justicia. El trabajo de investigación realizado pasa a ser propiedad de la Universidad Autónoma de Nuevo León.

DECLARACIÓN DE AUTENTICIDAD

Declaro solemnemente que el documento que en seguida presento es fruto de mi propio trabajo, y hasta donde estoy enterado no contiene material previamente publicado o escrito por otra persona, excepto aquellos materiales o ideas que por ser de otras personas les he dado el debido reconocimiento y los he citado debidamente en la bibliografía o referencias.

Declaro además que tampoco contiene material que haya sido aceptado para el otorgamiento de cualquier otro grado o diploma de alguna universidad o institución.

Nombre: M.A. Juan Gerardo Chapa Barrera

Firma: _____

Fecha: Junio 2020

AGRADECIMIENTOS

A mis papás Rosa Nelia y Fernando Guadalupe por enseñarme siempre con su ejemplo a trabajar hasta lograr mis metas propuestas.

A mis hermanos Manuel, Jesus y Fernando por siempre apoyarme para cumplir mis objetivos.

A mi futura esposa Alejandra Carolina, por inspirarme y motivarme para ser cada día mejor.

A mi gran amigo José Guadalupe Quevedo Garza, con quien pude compartir estos semestres de estudio del doctorado, además, de afortunadamente poder coincidir en la línea de investigación, así como en el desarrollo de productos de investigación, ¡te agradezco por todo mi buen amigo!

Al estimado Dr. Elías Alvarado Lagunas, mi director de mi tesis, quien con su gran experiencia y su guía me ayudó para el desarrollo de la presente tesis doctoral.

A todas las autoridades y al personal de apoyo de la Facultad de Contaduría Pública y Administración y de la Universidad Autónoma de Nuevo León por ayudarme y permitirme estudiar este programa educativo de nivel doctorado.

A mis compañeros y amigos de generación del Doctorado en Filosofía con Especialidad en Administración: José Guadalupe, Cristóbal, Héctor, Sofía, Luz María, Crescencio, Lidia y Ana. A todos ellos, mi agradecimiento por el apoyo recibido durante estos cuatro años de estudio.

Además, a todos mis profesores del doctorado quienes con su cátedra me aportaron su valioso conocimiento para poder concluir estos estudios.

DEDICATORIA

Primeramente, quiero dedicar este trabajo a toda mi familia, mi novia y amigos quienes siempre estuvieron apoyándome constantemente para poder concluir satisfactoriamente el programa educativo de doctorado.

De igual forma, a mi comité de tesis: al Dr. Elías Alvarado Lagunas, Director de mi tesis, quien con su experiencia me ayudó para desarrollar mi tesis doctoral, y diversos productos académicos. A la Dra. María Margarita Carrera Sánchez y al Dr. Abel Partida Puente por su apoyo, tutoría, y retroalimentación constante para poder concluir esta tesis doctoral, ya que sin su ayuda esto no hubiera sido posible.

Así mismo, a los estimados Dr. Luis Villarreal Villarreal y Dra. Paula Villalpando Cadena por aceptar ser miembros de mi comité y jurado, de quienes recibí siempre su apoyo y retroalimentación del presente trabajo de investigación.

ABREVIATURAS Y TÉRMINOS TÉCNICOS

ENAMIN: Encuesta Nacional de Micronegocios

ENAPROCE: Encuesta Nacional sobre Productividad y Competitividad de las Micro, Pequeñas y Medianas Empresas

ENOE: Encuesta Nacional de Ocupación y Empleo de México.

ICSB: Consejo Internacional de la Pequeña Empresa

IFC: International Finance Corporation

INEGI: Instituto Nacional de Estadística y Geografía

ITC: Centro de Comercio Internacional, por sus siglas en inglés

LOGIT: Modelo de Elección Discreta Binaria.

MIPYMES: Micro, pequeñas y medianas empresas

ONU: Organización de las Naciones Unidas

PIB: Producto Interno Bruto

PYMES: Pequeñas y medianas empresas

GLOSARIO

- Continuar: Se refiere a continuar la operación del micronegocio.
- Emprendedor de negocio: persona que desarrolla una idea de negocio y la pone en marcha asumiendo responsabilidades.
- Emprender: capacidad de organizar y manejar una acción que puede tener riesgos con el fin de obtener un beneficio o ganancia.
- Expectativa: Situación que se espera suceda en el futuro.
- Micronegocio: Unidad económica que cuenta con 10 empleados o menos.
- Microempresario: Dueño de un micronegocio.
- Motivos: Los motivos principales por los cuales decidió emprender su negocio, descritos por INEGI en la encuesta ENAMIN referidos en la pregunta 29 del instrumento.
- Oportunidad de negocio: situación favorable para generar ingresos adicionales y transformarla en una empresa formada.
- Región: Conjunto de estados de México, colindantes o cercanos entre sí.
- Sobrevivencia de la empresa: capacidad de mantener en el tiempo la operación y rentabilidad de un negocio.

ÍNDICE

CAPÍTULO I. NATURALEZA Y DIMENSIÓN DEL ESTUDIO.....	5
1.1. ANTECEDENTES DE LOS MICRONEGOCIOS	5
1.1.1. MICRONEGOCIOS EN EL MUNDO.....	5
1.1.2. MICRONEGOCIOS EN MÉXICO.....	6
1.1.3. MICRONEGOCIOS EN LAS DIFERENTES REGIONES DE MÉXICO.....	9
1.1.4. MAPA CONCEPTUAL DEL PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA	10
1.2. PLANTEAMIENTO TEÓRICO DEL PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN	11
1.2.1. ANTECEDENTES TEÓRICOS DE LA CONTINUIDAD DE LAS MICROEMPRESAS	12
1.3 PREGUNTA CENTRAL DE INVESTIGACIÓN	19
1.4. OBJETIVO GENERAL DE LA INVESTIGACIÓN	19
1.4.1. OBJETIVOS METODOLÓGICOS DE LA INVESTIGACIÓN	19
1.5. HIPÓTESIS GENERAL DE LA INVESTIGACIÓN	20
1.6. METODOLOGÍA.....	21
1.7. JUSTIFICACIÓN Y APORTACIONES DEL ESTUDIO	22
1.8. DELIMITACIÓN DEL ESTUDIO	22
CAPÍTULO 2. MARCO TEÓRICO.....	25
2.1. MARCO TEÓRICO DE LA VARIABLE DEPENDIENTE.....	25
2.1.1. TEORÍAS Y FUNDAMENTOS TEÓRICOS SOBRE CONTINUAR CON EL NEGOCIO	25
2.1.2. ESTUDIOS DE INVESTIGACIONES APLICADAS DE CONTINUAR CON EL NEGOCIO.....	26
2.2. MARCO TEÓRICO DE LAS VARIABLES INDEPENDIENTES	29
2.2.1. TEORÍAS Y FUNDAMENTOS TEÓRICOS DE MOTIVACIÓN EMPRENDEDORA	29
2.2.2. TEORÍAS Y FUNDAMENTOS TEÓRICOS DE VARIABLES INDEPENDIENTES	39
2.2.3. TEORÍAS Y FUNDAMENTOS TEÓRICOS DE VARIABLES DE CONTROL	41
2.3. HIPÓTESIS ESPECÍFICAS Y/O OPERATIVAS.....	46
2.3.1. MODELO GRÁFICO DE LA HIPÓTESIS	48
CAPÍTULO 3. ESTRATEGIA METODOLÓGICA.....	29
3.1. TIPO Y DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN	49
3.1.1. TIPO DE INVESTIGACIÓN.....	49
3.1.2. DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN	49
3.2. MÉTODO DE RECOLECCIÓN DE DATOS	51
3.2.1. INSTRUMENTO DE RECOLECCIÓN DE DATOS.....	51
3.2.2. OPERACIONALIZACIÓN DE LAS VARIABLES DE LAS HIPÓTESIS	54

3.3. UNIDAD DE ANÁLISIS, MARCO MUESTRAL Y MUESTRA	57
3.3.1. UNIDAD DE ANÁLISIS.....	57
3.3.2. TAMAÑO DE LA MUESTRA	58
3.4. MÉTODOS DE ANÁLISIS	62
CAPÍTULO 4. ANÁLISIS DE RESULTADOS	62
4.1. ESTADÍSTICA DESCRIPTIVA DEL MICROEMPRESARIO EN MÉXICO.....	64
4.2. ANÁLISIS ESTADÍSTICO DE REGRESIÓN LOGÍSTICA BINARIA.....	75
4.2.1. ESTIMACIONES DE LA REGIÓN NORTE	77
4.2.2. ESTIMACIONES DE LA REGIÓN CENTRO-OCCIDENTE	80
4.2.3. ESTIMACIONES DE LA REGIÓN CENTRO	83
4.2.1. ESTIMACIONES DE LA REGIÓN SUR-SURESTE	86
4.4. COMPROBACIÓN DE HIPÓTESIS.....	90
CAPÍTULO 5. CONCLUSIONES	92
5.1 DISCUSIÓN DE LOS RESULTADOS	93
5.2 IMPLICACIONES TEÓRICAS	93
5.3 APORTACIONES PRÁCTICAS.....	94
5.4 LIMITACIONES DE LA INVESTIGACIÓN	95
5.5 RECOMENDACIONES.....	95
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS	98
ANEXOS.....	114

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1. Esperanza de vida de los negocios en México	9
Figura 2. Mapa conceptual del planteamiento del problema	10
Figura 3. Diagrama de hipótesis de la investigación	21
Figura 4. Modelo gráfico de las hipótesis	48
Figura 5. Expectativa de continuidad por regiones en México	67
Figura 6. Porcentaje por región de expectativa de continuar o no	68
Figura 7. Cantidad y porcentaje de microempresarios, analizado por género	69
Figura 8. Porcentaje de respuestas por género para cada región	70
Figura 9. Motivos por región	73
Figura 10. Edades por motivo	74

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1. Características de establecimientos en México	7
Tabla 2. Personal ocupado en México por categoría de establecimiento	7
Tabla 3. Definición de variables independientes	18
Tabla 4. Estudios de perdurabilidad	26
Tabla 5. Opción de respuestas, y a quienes clasifica según el INEGI	52
Tabla 6. Operacionalidad de las variables de las hipótesis	55
Tabla 7. Variables de control	56
Tabla 8. Muestra ENAMIN de año 2012	61
Tabla 9. Recuento y porcentajes por región de microempresarios que sí tienen expectativa de continuar	72
Tabla 10. Media de edades por motivo	75
Tabla 11. Coeficientes región 1 - norte	78
Tabla 12. <i>Odds ratio</i> de región 1 - norte	79
Tabla 13. Efectos marginales de región 1 - norte	80
Tabla 14. Coeficientes región 2- centro-occidente	81
Tabla 15. <i>Odds ratio</i> de región 2 - centro-occidente	82
Tabla 16. Efectos marginales de región 2 - centro-occidente	83
Tabla 17. Coeficientes de región 3 - centro	84
Tabla 18. <i>Odds ratio</i> de región 3 - centro	85
Tabla 19. Efectos marginales de región 3 - centro	86
Tabla 20. Coeficientes de región 4 - sur-sureste	87
Tabla 21. <i>Odds ratio</i> de región 4 - sur-sureste	88
Tabla 22. Efectos marginales de región 4 - sur-sureste	89
Tabla 23. Coeficientes significativos de regresión logit finales de las 4 regiones	90
Tabla 24. Resultado de comprobación de hipótesis de la investigación	91

RESUMEN

En esta tesis se analizan las motivaciones de los emprendedores para iniciar su negocio y su relación con la expectativa de continuar con la operación de dichos micronegocios en México, comparándolos por regiones. Para el desarrollo de esta investigación como insumo se utiliza la Encuesta Nacional de Micronegocios (ENAMIN) del año 2012, ya que son los microdatos más recientes publicados, esta encuesta fue aplicada por el Instituto Nacional de Estadística y Geografía (INEGI, 2012a). A su vez se desarrolló una investigación de literatura sobre los motivos de emprendimiento y la continuidad de los micronegocios, así como un análisis de regresión tipo logit para cada una de las regiones mencionadas en el presente estudio.

La Organización de las Naciones Unidas (ONU, 2018) menciona que las empresas micro, pequeñas y medianas conocidas también como MIPYMES son “la espina dorsal” de la mayoría de las economías del mundo, pues desempeñan un papel clave en los países en desarrollo. Señala que las MIPYMES son aquellas empresas que usualmente emplean a menos de 250 personas. En el mismo sentido, la Organización Mundial de Comercio (OMC, 2016) señaló que las empresas formales e informales, constituyen más del 90% de todas las empresas a nivel mundial y representan alrededor del 65% del empleo total y 50% del Producto Interno Bruto (PIB) de los países.

En este contexto, se realiza el estudio utilizando una muestra de 27,666 microempresas, para desarrollar una regresión *logit* con las variables transformadas a variables *dummy*. Dentro de los principales hallazgos se observan interesantes diferencias en la expectativa de continuidad según el género de microempresario, y en el motivo por el cual se emprendió el negocio, con diferencias significativas en las regiones de México, de modo que se aprueban dos hipótesis de esta investigación.

INTRODUCCIÓN

En esta investigación se descubren los factores determinantes que desencadenan el emprendimiento en las distintas regiones de México. Este tema es de suma importancia, debido a que es un pilar fundamental de la economía en México son las micro, pequeñas y medianas empresas (MIPYMES), y representan más del 90% de las unidades de negocio en todo el mundo, de acuerdo con el Instituto Nacional de Estadística y Geografía (INEGI, 2016b).

En específico el estudio se enfoca en determinar la relación que existe en tener la expectativa de continuar con un micronegocio y el motivo por el cual se emprendió, con base en los resultados de la ENAMIN, logrando analizar dichas relaciones en las diversas regiones de México.

Entendiendo por motivos, los elementos que desencadenan o provocan, de una manera relevante otra acción, en el presente caso es el emprender. Este último concepto se refiere a la creación de nuevas organizaciones en busca de una oportunidad (Bygrave & Hofer, 1992). Asimismo, un negocio es una unidad económica o empresa que genera valor. Comprender estos conceptos es necesario, pues este trabajo de investigación pretende comparar las motivaciones que influyen para emprender los micronegocios y como éstas impactan en el deseo de continuar o no un negocio. En este sentido, en el presente estudio se toman 4 regiones según el Instituto Nacional de Estadística y Geografía (INEGI), las cuales fueron designadas con base en la división del INEGI para ENAPROCE (Encuesta Nacional sobre Productividad y Competitividad de las Micro, Pequeñas y Medianas Empresas) en 2015 (INEGI, 2016c).

La (ONU, 2018) menciona que las micro, pequeñas y medianas empresas han sido identificadas como responsables de importantes oportunidades de empleo y de generación de ingresos en todo el mundo, así como también son los principales impulsores del desarrollo y de la mitigación de la pobreza.

Además de ser las primeras en responder las necesidades de la sociedad como menciona la ONU (2018) que las MIPYMES tienden a emplear una mayor proporción de los sectores vulnerables de la fuerza laboral como lo son las mujeres, jóvenes y personas de hogares pobres. Pueden ser la única fuente de empleo en las zonas rurales. Como grupo las MIPYMES son el principal proveedor de ingresos, en la llamada “base de la pirámide”.

Para Saavedra y Hernández (2008) la conformación empresarial en América Latina está representada en un 99.1% por MIPYMES. En lo que se refiere a la distribución sectorial el 87% forma parte de los sectores comercio y servicios, mientras que sólo 13% pertenece al sector manufacturero; en promedio generan el 64.3% de empleos de la región. En el caso de México, las MIPYMES generan el 56% del PIB, según datos del INEGI (2012), y gracias a ese alto impacto en el PIB son consideradas un pilar de la económica y del progreso del país.

De acuerdo con el último censo económico llevado a cabo en el año 2019 por el INEGI (2019), las unidades económicas a nivel nacional suman 6,269,309 unidades, de las cuales 99.2% emplea a menos de 250 trabajadores. Esto significa que existen alrededor de 6 millones 219,154 micro, pequeñas y medianas empresas. De éstas, 5 millones 955,843 son microempresas que cuentan con 10 trabajadores o menos. Así que del total de empresas del país, el 95% se considera microempresa, las cuales según el censo generan el 37.8% de los empleos en el país y 24% son de reciente creación, es decir, tienen una antigüedad menor a 2 años. Cabe aclarar que en este censo económico solo fueron tomados en cuenta los negocios denominados fijos o semifijos, dejando fuera a los tipos de negocio ambulantes o los que ofrecen servicios que se realizan en otros sitios, además de excluir el sector de agropecuario.

Ahora bien, esta investigación contempla cuatro capítulos de desarrollo del tema y uno de conclusiones. En el primer capítulo se describen los antecedentes del problema a estudiar, las unidades económicas de micronegocios en algunos países y la situación de estas, en el caso de los micronegocios en las regiones de México. Posteriormente,

se detalla el planteamiento del problema de investigación, los factores que influyen en él, los antecedentes teóricos del fenómeno a estudiar y la pregunta central de investigación, el objetivo general del estudio, la hipótesis general y otros puntos como la metodología, la justificación y las delimitaciones del estudio con la finalidad de enmarcar de forma completa y clara el propósito de la tesis doctoral y los resultados que esta aporta.

El segundo capítulo contiene el marco teórico de la investigación, es decir, la literatura que sustenta las variables independientes o predictivas y la variable dependiente. Allí se establece un análisis documental en el cual se introducen las teorías que avalan la investigación presentada, respecto al fenómeno de creación de empresas y se describen las hipótesis específicas y su modelo gráfico.

El tercer capítulo muestra el tipo y diseño de la investigación, el método de recolección de datos, el instrumento de recolección utilizado, la población de estudio, el marco muestral y la muestra utilizada por el INEGI para obtener la estadística nacional. Finalmente, se especifica el método de análisis empleado para interpretar la información estadística nacional que utiliza esta tesis.

El cuarto capítulo aborda el reporte de resultados según el modelo de análisis estadístico de regresión logística binaria de tipo logit, con el objeto de cuantificar los efectos de las variables explicativas sobre la probabilidad de que un microempresario mexicano continúe operando, o no, su microempresa familiar. En consecuencia, se detallan los estadísticos descriptivos y los resultados explicativos obtenidos en el estudio.

Por último en el quinto capítulo está dedicado a presentar las conclusiones del estudio, los hallazgos, las implicaciones teóricas y metodológicas, las aplicaciones prácticas, las limitaciones de la investigación, los resultados empíricos traducidos en recomendaciones para la realidad práctica y las sugerencias para futuras investigaciones sobre el tema en México.

CAPÍTULO I. NATURALEZA Y DIMENSIÓN DEL ESTUDIO

En este capítulo se aborda el contexto del fenómeno a estudiar, las definiciones de la palabra emprendedor, los antecedentes teóricos del tema de estudio y los factores que influyen en él. De igual manera, se señala el propósito del estudio, la unidad de análisis, y los objetivos y preguntas de investigación. En el cierre se describe la justificación de este trabajo, desde la perspectiva del emprendimiento como fuente de ingresos para los microempresarios y de generación de empleos.

1.1. Antecedentes de los micronegocios

1.1.1. Micronegocios en el mundo

La Organización de las Naciones Unidas (ONU) (2018) menciona que las empresas micro, pequeñas y medianas conocidas también como MIPYMES son “la espina dorsal” de la mayoría de las economías del mundo, también desempeñan un papel clave en los países en desarrollo. La ONU señala que las MIPYMES son aquellas empresas que usualmente emplean a menos de 250 personas. Además en conjunto con el Centro de Comercio Internacional (ITC, por sus siglas en inglés) , señalan que las empresas formales e informales, constituyen más del 90% de todas las empresas a nivel mundial y representan alrededor del 65% del empleo total y 50% del PIB de los países (ITC et al., 2019).

La ONU (2018) menciona que las micro, pequeñas y medianas empresas han sido identificadas como responsables de importantes oportunidades de empleo y de generación de ingresos en todo el mundo, así como también son los principales impulsores del desarrollo y de la mitigación de la pobreza.

Además de ser las primeras en responder las necesidades de la sociedad como menciona la ONU (ONU, 2018) las MIPYMES tienden a emplear una mayor proporción de los sectores vulnerables de la fuerza laboral como lo son las mujeres, jóvenes y

personas de hogares pobres. Pueden ser la única fuente de empleo en las zonas rurales. Como grupo las MIPYMES son el principal proveedor de ingresos para la distribución del ingreso en la llamada “base de la pirámide”.

Las MIPYMES enfrentan un problema generalizado el cual es el acceso al financiamiento. Además señala la ONU que según datos reportados por el Banco Mundial (2019), existen entre 200 y 245 millones de empresas formales e informales que no tienen acceso a un préstamo o financiamiento, o que tienen un préstamo, pero tienen acceso a este con limitaciones. Más del 90% de estas empresas son MIPYMES. Cabe señalar que, según datos reportados por la ONU, las empresas informales representan alrededor del 77% de todas las MIPYMES del mundo.

En América Latina según datos de la International Finance Corporation (IFC) del Banco Mundial en su base de datos señala que se pueden contabilizar con los datos disponibles a la fecha 52,477,854 micro, pequeñas y medianas empresas, de las cuales aproximadamente 11,204,405 de las mencionadas se encuentran en México(IFC, 2010).

Según Saavedra y Hernández (2008) la conformación empresarial en la mayoría de los países de América Latina está representada en un 99,1% por MIPYMES. En lo que se refiere a la distribución sectorial el 87% forma parte de los sectores comercio y servicios, mientras que sólo 13% pertenece al sector manufacturero; en promedio generan el 64,3% de empleos de la región.

1.1.2. Micronegocios en México

En México, de acuerdo con los últimos censos económicos del INEGI (2019), las unidades económicas totalizan a nivel nacional son 6,269,309 unidades, de las cuales

99.8% emplea a menos de 250 trabajadores. En este sentido existen alrededor de 6,256,770 micro, pequeñas y medianas empresas. De éstas, 5,955,844 son microempresas que cuentan con menos de 10 trabajadores. Es decir que, del total de empresas del país según el censo económico, 95% se considera microempresa.

Tabla 1. Características de establecimientos en México

<i>Categoría de establecimientos</i>	<i>Cantidad de personas</i>	<i>Porcentaje de establecimientos</i>	<i>Cantidad de establecimientos</i>
Micro	0 a 10 personas	95.0%	≈5,955,844
Pequeños	11 a 50 personas	4.0%	≈250,772
Medianos	51 a 250 personas	0.8%	≈50,154
Grandes	Más de 250 personas	0.2%	≈12,539

Fuente: (INEGI, 2019)

Además, como se muestra en la Tabla 2, el INEGI (2019) señala que se emplean a 35,463,625 de las cuales la categoría más importante, de nuevo, es la categoría de microempresa, aportando 37.8% de personal ocupado.

Tabla 2. Personal ocupado en México por categoría de establecimiento

<i>Categoría de establecimientos</i>	<i>Cantidad de personas ocupadas</i>	<i>Porcentaje de personal ocupado a nivel nacional</i>
Micro	0 a 10 personas	37.8%
Pequeños	11 a 50 personas	14.7%
Medianos	51 a 250 personas	15.9%
Grandes	Más de 250 personas	31.6%

Fuente: (INEGI, 2019)

En México a nivel sectorial, la categoría de servicios es sin duda la más importante en cuanto a número de unidades económicas se refiere, ya que representa al 48.7% del

total de unidades. Esto significa que 3,053,153 de las unidades económicas del país se desempeña en actividades de servicios.

Entretanto, el sector comercial le sigue en importancia al de servicios en lo referente al número total de unidades económicas, con un total de 1,448,210 unidades. Esto quiere decir que 23.1% de las unidades económicas en el país desarrolla sus actividades en este sector. En lo que se refiere al sector manufacturero, existen un total de 1,178,630 unidades económicas o 19% de las unidades a nivel nacional.

Durante los últimos años, como mencionan Alvarado, Picazzo y De la Garza (2016) el tema de la generación, apoyo y fomento para las MIPYMES en los países en desarrollo, ha adquirido una mayor importancia en todos los sectores económicos de cualquier nación, ya que de ser impulsadas, por programas y las políticas públicas basadas en la creación de empresas, no sólo fomentan el empleo, la innovación, la competitividad, sino que también propicia un mayor crecimiento económico lo que contribuye a lograr mayor bienestar social.

Un subgrupo de las MIPYMES son los micronegocios o también llamados microempresas, debido a que son empresas de tamaño pequeño. En México según el censo económico del INEGI (2019) representan arriba del 95% de las MIPYMES, y se dividen en unidades económicas industriales manufactureras, servicios no financieros, comerciales y en el resto de los sectores (pesca y acuicultura; construcción, entre otros).

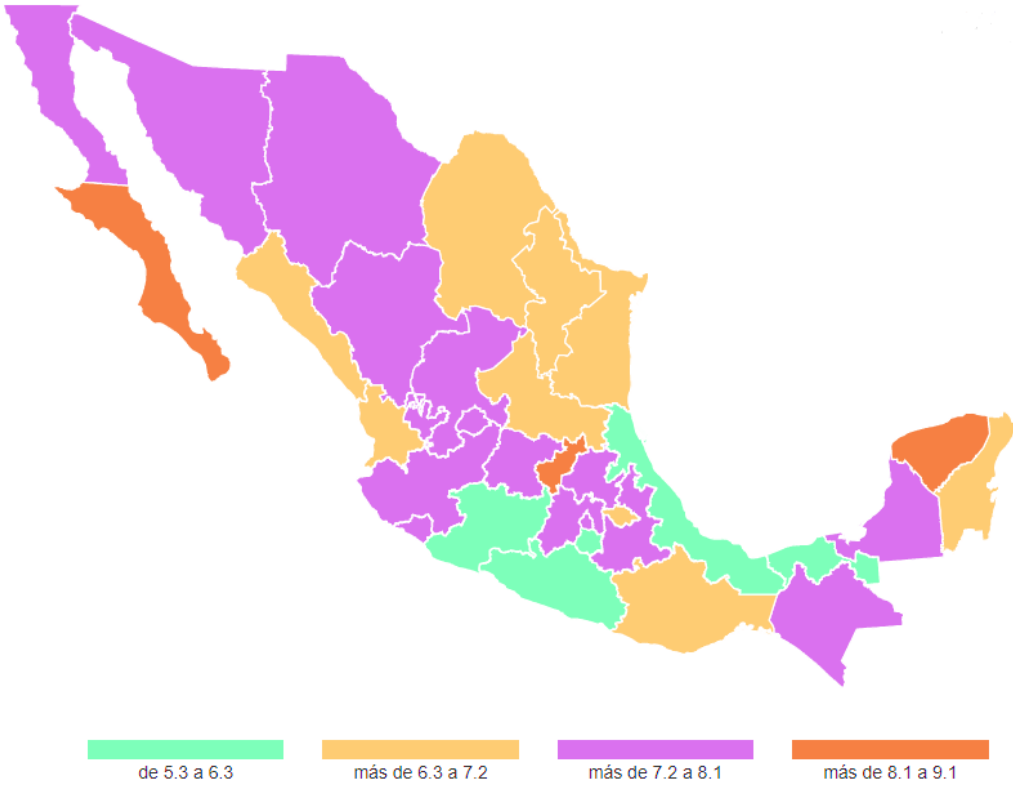
Desde un punto de vista de Rodríguez (2007) los micronegocios reúnen las siguientes características: cuentan con propietarios y administración independiente, a excepción de las familiares; no domina en el sector de la actividad en que opera; tienen una estructura organizacional sencilla.

Los micronegocios en México ejercen un papel importante en el Producto Interno Bruto Nacional (Secretaría de Economía, 2013). Y son creados con la finalidad de obtener ganancias igual que cualquier otra empresa son creadas para obtener ganancias.

1.1.3. Micronegocios en las diferentes regiones de México

El INEGI (2016a) cuenta con información respecto a la esperanza de vida por entidad federativa (ver Figura 1), donde se observan diferencias significativas entre los distintos estados de México. Aunque se obtuvieron con una metodología diferente a la propuesta en esta investigación, estos datos ayudan a percibir las diferencias que existen regionalmente.

Figura 1. Esperanza de vida de los negocios en México

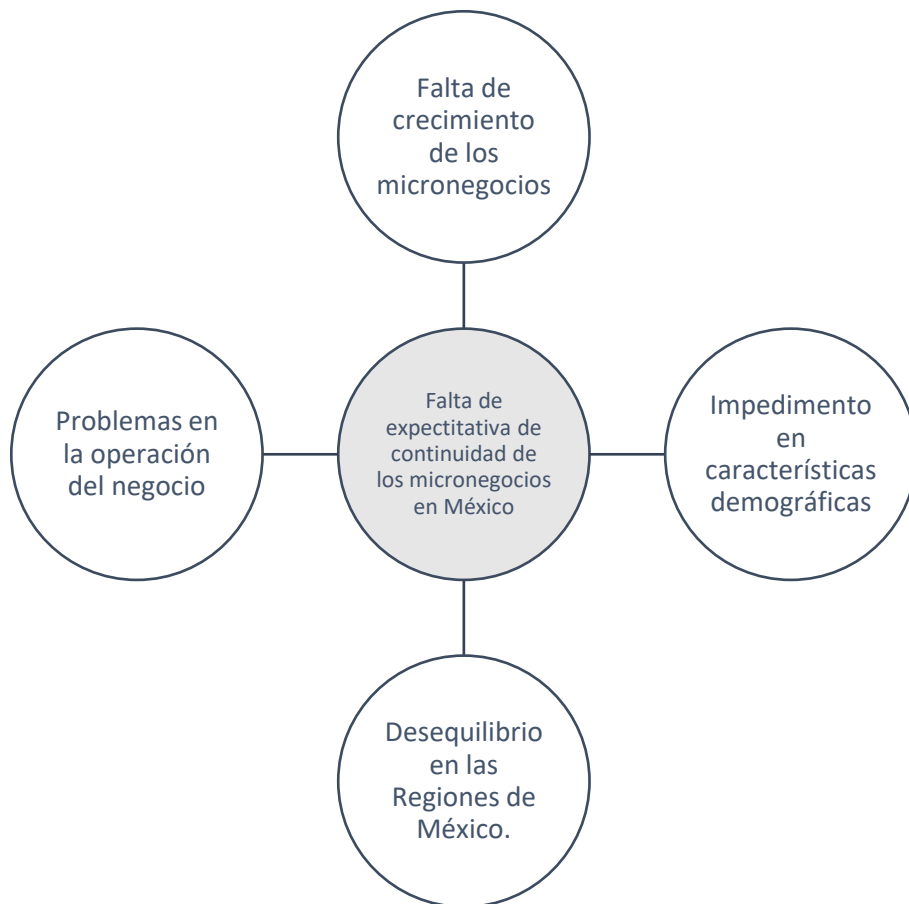


Fuente: (INEGI, 2016a)

1.1.4. Mapa conceptual del planteamiento del problema

En esta sección se presenta un mapa conceptual con los elementos que integran el planteamiento del problema. En el centro se observa la expectativa de continuidad de los micronegocios en México, vinculada con la diferencia en los motivos de emprendimiento. Asimismo, se tienen en cuenta el impedimento en las características demográficas, el desequilibrio en las regiones de México, y los problemas en la operación del negocio, a los cuales se enfrenta el microempresario a diario.

Figura 2. Mapa conceptual del planteamiento del problema



Fuente: Elaboración propia.

1.2. Planteamiento teórico del problema de investigación

En lo que se refiere a la sobrevivencia de los negocios en general, existe un problema nacional y regional en los micronegocios, relacionado con su continuidad. Las estadísticas nacionales del INEGI (2016a) evidenciaron que los negocios en el país tienen un promedio de vida de 7.8 años. Sin embargo, casi dos de cada tres empresas (65 %) mueren antes de cumplir los cinco años de existencia, y solo el 11 % de ellas logran llegar a la siguiente generación.

Como podría suponerse, muchas de las empresas que no subsisten por tanto tiempo son micronegocios, debido a que estos representan el mayor volumen de unidades económicas existentes en las regiones del país. El INEGI (2016) también aclaró que con el paso de los años se disparan los porcentajes de tasa de mortalidad en las empresas; con 10 años de vida del negocio, la tasa de mortalidad sube al 76%, e incluso llega hasta el 89 % en las empresas con 25 años de antigüedad (INEGI, 2016).

En síntesis, el problema más importante al que se enfrentan los microempresarios es el hecho de perdurar en el mercado, pues según información de la Secretaría de Economía (2013), la posibilidad de mantenerse con éxito en el mercado puede darse, en promedio, durante dos o tres años. Más adelante, el INEGI (2016a) publicó que la vida promedio de los negocios en México, específicamente en los sectores de manufactura, comercio y privado no financiero, es de más de siete años. A pesar de que las MIPYMES son parte esencial de la economía nacional, tanto por el apoyo que reciben los empresarios en sus negocios, como por los proyectos productivos propuestos por los gobiernos estatales y el federal, aún tienen dificultades para sobrevivir en el medio, dado que estas pueden morir antes de los tres años de existencia.

Un estrato primordial de los MIPYMES son los micronegocios ya que representan el 97.6% de las micro, pequeñas y medianas empresas, así mismo generan cerca del 70% del personal ocupado según datos del INEGI (2019). Además, es de suma

importancia estudiar la expectativa de continuidad de las microempresas, ya que ha sido poco estudiado en el país. Esta tesis busca aportar al conocimiento estudiando los motivos por los cuales los microempresarios desean tener su micronegocio y su relación con su expectativa de continuar o no, estudiándolo desde un enfoque de 4 regiones de México, esto para identificar las diferencias entre las regiones. Siendo esto posible ya que se utilizarán datos proporcionados por la INEGI de la Encuesta Nacional de Micronegocios.

1.2.1. Antecedentes teóricos de la continuidad de las microempresas

Cabe destacar que los factores que detonan el cierre de los negocios son muy diversos, pueden ser, por ejemplo: la falta de planeación, información, deficiencias en la operación, producción, financieras, visión, gestión interna, apoyos para la exportación, corrupción, entre otros (Dussel, 2004)

Al no continuar en operación las micro, pequeñas y medianas empresas generan un impacto negativo en la economía ya que se pierden fuentes de empleo, desaceleración de consumo y afectación de los patrimonios involucrados, así mismo el gobierno se ve afectado por la falta de pago de impuestos generados por dicho establecimiento.

Una alternativa para investigar esta problemática de la falta de continuidad específicamente en los micronegocios de México es a través del análisis por regiones en México, según la expectativa de continuidad de estos y en particular su motivo de emprendimiento. Esto es posible con base en datos proporcionados por el INEGI en la Encuesta Nacional de Micronegocios.

En virtud de que dicha alternativa enfatiza por otra parte, los motivos del emprendimiento conviene referirnos a este fenómeno. El emprendimiento es de suma importancia a nivel mundial ya que es la base de la estructura económica, sobre todo en los países en desarrollo, ya que los emprendimientos derivan en negocios que

mueven la economía. Hébert y Link (1989) mencionan que el emprendimiento representa un concepto multidimensional de visión, manejo y suministro de finanzas, así como, tomar decisiones.

Tanas y Audretsch (2011) mencionan que las investigaciones publicadas sobre emprendedores han abarcado desde estudios psicológicos hasta estudios demográficos e incluyen aspectos de los obstáculos para emprender. Se han investigado antecedentes económicos, así como las técnicas y las motivaciones. La literatura sobre competencias empresariales sostiene que las personas con ciertas características de comportamiento son capaces de percibir las oportunidades disponibles en el entorno y aprovecharlas para convertirlas finalmente en una empresa rentable. Además, el carácter psicológico de una nación ha demostrado tener alguna relación con la predisposición a iniciar un negocio. Se puede sugerir que muchas personas en diversas culturas poseen suficientes características empresariales para emprender el proceso de creación de empresas.

Para el caso de México Aguilar, Ramírez y Hernández (2011) encontraron que existen diversos motivos para la entrada al mercado de las microempresas informales en México, llamándole Motivación de Entrada al Mercado. Algunos resultados merecen atención: Primero, durante el periodo de análisis (1994 y 2008) 52.4% de los patronos iniciaba su micronegocio informal por motivos voluntarios, mientras que 30.9% lo hacía por motivos involuntarios. En contraste, 33.4% de los autoempleados iniciaba su micronegocio por motivos voluntarios y 54% lo hacía por motivos involuntarios. Segundo, llama la atención que el iniciar un micronegocio por tradición familiar haya sido prevaleciente entre patronos y autoempleados informales. Esto sugiere que la microempresa informal es una actividad con consideraciones culturales y generacionales, por tanto, que la informalidad se perpetúa entre generaciones representado esta tradición una importante barrera a la salida.

Desde la perspectiva de Gartner (Gartner, 1989) un emprendedor es quien crea una organización, mientras que una persona no emprendedora es alguien que no crea

organizaciones. De tal modo que tanto las microempresas como las pequeñas y medianas fueron generadas a partir del emprendimiento y motivación de los fundadores. Respecto a las consecuencias de su actividad.

Autores como Audretsch y Fritsch (2002), Foelster (2000), Kepler (1996), Audretsch (1995) y Hopenhayn (1992) apoyaron la idea de que la actividad emprendedora desempeña un papel clave en el crecimiento económico de un país, ya que, si los gobiernos apoyan y fomentan la creación de nuevas empresas, el crecimiento económico de este será mayor.

Para Ekmekçioğlu (2012) menciona que el emprendimiento ha hecho contribuciones al crecimiento económico según Carree y Thurik (2010) han probado líneas con base a evidencia empírica para demostrar su relación. La primera evidencia menciona los efectos de turbulencia del emprendimiento en el crecimiento económico. Esta turbulencia puede ser observada como el total de entradas y salidas en regiones o industrias, a su vez esto puede ser interpretado como un gran indicador para el análisis de las actividades emprendedoras. Además, señala que el emprendimiento juega un rol crítico en el desarrollo económico y este a su vez, es esencial para la innovación y la mejora de los productos. A su vez esto es un ingrediente importante para la creación de nuevos empleos y en la construcción de comunidades como maneras para ofertar trabajos. Así mismo contribuyen a la caridad local y forman partes de los negocios locales, también invierten en proyectos para la comunidad, además crea y participa en diversas redes de emprendimiento, crean comunidades robustas de emprendedores las cuales contribuyen al desarrollo de la sociedad.

Así mismo, los efectos y los cambios de tamaño en la distribución de las regiones representan una evidencia según Lloyd-Ellis y Bernhardt (2000) que ante cambios en el tamaño y distribución de las microempresas pueden tener efectos significativos en el crecimiento económico (Carree et al., 2002).

La presente investigación se enfoca al tema empresarial, pero de manera particular a la actividad emprendedora de los micronegocios. La base teórica sobre el fenómeno

de formación de empresas por actividad emprendedora se vincula con trabajos clásicos como el de Audetsch y Frisch (1994). Dichos autores argumentan que medir el término de emprendimiento en cualquier actividad empresarial no es una tarea fácil, ya que una de las principales críticas apunta a su naturaleza no tangible.

Además, estos autores antes mencionados consideran que la definición, así como la medición de este término pueden ser abordadas de diferentes maneras, como la estructural o social y personal. El primero se refiere a los factores del entorno que pueden influir directa e indirectamente en la actividad empresarial, así son los casos de la estructura sectorial de la actividad económica, la coyuntura social, la coyuntura económica, el entorno financiero, así como la cultura empresarial de la sociedad, entre otros. De tal modo que los factores personales se refieren a la insatisfacción con el trabajo asalariado, oportunidad, capacidad de financiación, necesidad de conseguir logros, el entorno familiar, la edad, la formación y seguridad personal entre otros.

Diversas investigaciones acerca de la actividad emprendedora en las que incluyen conceptos como la influencia, motivación y oportunidad de negocio se han enfocado principalmente en identificar aquellos aspectos o razones que los empresarios consideran relevantes para llevar a cabo la formación de una empresa. A continuación, se describen algunos estudios realizados en México, y en el resto del mundo, cuyo objetivo era reconocer los factores determinantes de inicio o cierre de una empresa.

En sus investigaciones Kantis (2004), Alonso y Gálvez (2011), Álvarez y Valencia (2008) y García et al. (2010), dedujeron que toda iniciativa o actividad emprendedora en la creación de una nueva empresa depende de la motivación y la observación que hace la persona de los cambios de su entorno. En otras palabras, las personas con actitud emprendedora son aquellas que constantemente están buscando oportunidades y cuentan con un carisma especial en las relaciones sociales para encontrar contactos que dependen de su negocio, tal es el caso de la lealtad o búsqueda de sus clientes y proveedores (Gómez, 2007).

La motivación es en la mayoría de los casos la razón por la cual se emprende un negocio. Genescá & Capelleras (2004) lo denomina motivación *pull*, la cual nace del interés de emprender, de la propia creatividad del individuo, así mismo la motivación *push*, la cual generaliza las razones que se relacionan con obtener un ingreso o con mejorarlo.

Investigaciones de caso demuestran que el emprendedor, normalmente cuenta con siete características que influyen en la creación o proceso exitoso de una nueva empresa: 1) entusiasmo, 2) capacidad para asumir riesgos, 3) espíritu de sacrificio, 4) necesidad, 5) ambición, 6) independencia y 7) conocimiento (García *et al.*, 2007). Asimismo, Entrialgo *et al.*, (1999), Fernández y Junquera (2001), Quintana (2001) y Mintzberg *et al.* (2008) coincide con los autores antes mencionados, ya que argumentan que las características de personalidad de los empresarios más exitosos son la necesidad de logros, la tolerancia a la ambigüedad, así como control interno y la asunción de riesgos.

En este mismo contexto, cabe mencionar que Elston y Audretsch (2011) determinan que para Estados Unidos que los factores económicos o fuentes de financiamiento son aspectos indispensables para llevar a cabo un proyecto emprendedor y de igual forma Rodríguez (2007) señala lo anterior, pero para el caso de Venezuela.

Al respecto, Gelderen *et al.* (2001) en Holanda, Quintana (2001) y Pinillos (2001) en España, afirman que las características demográficas del empresario, desde una perspectiva psicológica, también son relevantes, como, por ejemplo; la edad, el estado civil, el nivel de educación, la experiencia en creación de empresas, la experiencia laboral y los antecedentes familiares en creación de empresas, entre otras.

En lo consecuente Conde (2003) establece que el pequeño empresario se aventura al mundo emprendedor en una búsqueda de mejores oportunidades y tener un mejor ingreso, y como primera fuente de financiamiento recurren a familiares y amigos. Lecuona (2009) señala que los proveedores son agentes de suma importancia en el

éxito de un micronegocio, ya que a través de éstos se obtiene la materia prima del negocio. Y en muchas ocasiones esto ocupa la primera posición como fuente de fondos de un micronegocio.

Existen diversos estudios que analizan los factores que influyen en la creación de empresas vistas desde una perspectiva cualitativa. Como por ejemplo menciona Dussel (2004), Gómez-Martínez et al. (2009), Casas e Ibarra (2013) y Nava (2013) quienes mencionan que el emprendimiento de un negocio se necesita abordar desde tres diferentes perspectivas: factores motivacionales, económicos y de financiamiento. Estos autores concluyen que la creación y el éxito de una empresa, depende de diferentes factores socioeconómicos, siendo uno de los principales el tener una estructura de capital en óptimas condiciones. Además, de contar con apoyo de financiamiento para el desarrollo de innovadoras empresas productivas, así como de servicio.

Según lo antes señalado, se puede mencionar que los estudios referidos mostraron que el tema de la identificación de los factores que influyen en la creación de los micronegocios puede ser abordado desde diferentes enfoques, tanto cualitativos como cuantitativos.

Peña et al. (2012)(2012) estudió el caso para México, en el cual menciona que no todos los micronegocios son iguales, ya que las razones para comenzarlos difieren y depende en muchas ocasiones en las oportunidades que se presentan. Con el objeto de autoemplearse y tener independencia. Por lo que sus perspectivas de crecimiento son limitadas ya que no se invierte en capital físico como por ejemplo infraestructura, maquinaria, herramientas, etc. Lo anterior dado a que la mayoría de los microempresarios no les interesa obtener apoyo económico de alguna entidad financiera por diversas razones.

1.2.1.1. Continuidad (Variable dependiente)

En el presente trabajo se utilizará como definición de continuidad la expectativa de continuidad del microempresario con base en los resultados obtenidos de la Encuesta Nacional de Micronegocios.

1.2.1.2. Variables independientes

Las definiciones de las variables independientes que se utilizarán en la presente investigación son con base en la Encuesta Nacional de Micronegocios 2012.

Tabla 3. Definición de variables independientes

<i>Variables independientes</i>	<i>Definición</i>
Por tradición familiar o lo heredó	<ul style="list-style-type: none"> • Quienes declaren que el oficio, carrera o profesión se ha desempeñado en la familia tiempo atrás. • Las personas que declaren que se les heredo el negocio.
Para complementar el ingreso familiar	<ul style="list-style-type: none"> • Las personas que informen que querían obtener un ingreso para completar, apoyar o ajustar el ingreso familiar. • Incluye a quienes declaran que iniciaron esta actividad para ayudar a cubrir los gastos.
Para mejorar el ingreso	<ul style="list-style-type: none"> • Quienes teniendo un ingreso determinado querían obtener uno mayor o mejorarlo.
Tenía dinero y encontró una buena oportunidad	<ul style="list-style-type: none"> • El informante que declare que contaba con dinero suficiente y/o se encontró ante una buena oportunidad para realizar una actividad o tener un negocio. • Quienes declaren que las actividades de su oficio, carrera o profesión las querían desempeñar en su negocio o actividad.
Para ejercer su oficio, carrera o profesión	<ul style="list-style-type: none"> • La persona que declare que conocían o tenían experiencia en las actividades que se llevan a cabo en el negocio o actividad. • El informante que declare que le gustan las actividades del negocio o actividad.
Fue la única manera que tuvo para obtener un ingreso	<ul style="list-style-type: none"> • Las personas que declaren que las actividades de su negocio o actividad las iniciaron por considerar que eran la única alternativa para obtener un ingreso.
No tenía la experiencia requerida para un empleo	<ul style="list-style-type: none"> • Las personas que declaren que al solicitar o revisar los requisitos en un trabajo asalariado, les pedían un determinado número de años realizando una actividad determinada y los cuales no los cubrían.
No tenía la escolaridad o capacitación requerida para un empleo	<ul style="list-style-type: none"> • Quienes declaren que al solicitar o revisar los requisitos en un trabajo asalariado, les pedían tener un nivel de escolaridad determinada o conocimientos y/o habilidades aplicados en una actividad específica y no cubrían este requisito.
Estaba sobrecapacitado para	<ul style="list-style-type: none"> • Las personas que declaren que tenían mayor nivel de escolaridad,

un empleo	más conocimientos y/o habilidades de los requeridos en los trabajos asalariados buscados.
Los empleos que encontró estaban mal pagados	<ul style="list-style-type: none"> • Las personas que al buscar trabajo asalariado se encontraban con que en estos se percibían ingresos insuficientes para cubrir sus gastos. • Incluye a las personas que, bajo una percepción personal, consideraban que los ingresos en los trabajos asalariados se percibían ingresos insuficientes para cubrir sus gastos.
Requería un horario flexible	<ul style="list-style-type: none"> • Quienes declaren que las actividades de su negocio o actividad las pueden realizar en el horario que ellas pueden o quieren. • Incluye a quienes declaren que el horario es cómodo o les permite hacer otras actividades. Así como a las personas que declaran que eligieron este negocio o actividad para no cubrir con un horario fijo o porque ellos lo pueden establecer.
No había oportunidades de empleo	<ul style="list-style-type: none"> • Las personas que declaren que no encontraron trabajo.

Fuente: Elaboración propia a partir de ENAMIN (2012a)

1.3 Pregunta central de investigación

En esta sección se menciona la pregunta central de investigación ¿Cuáles son los motivos de emprendimiento y su relación con la expectativa de continuar de los micronegocios en las regiones de México?

1.4. Objetivo general de la investigación

Analizar y contrastar estadísticamente los motivos de emprendimiento y su relación con la expectativa de continuar de los micronegocios en las regiones de México. Esto con el propósito de describir las diferencias o semejanzas significativas del trabajo de estudio.

1.4.1. Objetivos metodológicos de la investigación

- Se analizarán los antecedentes de la continuidad de los micronegocios en México, utilizando literatura pertinente.
- Investigación de las teorías relacionadas con las variables dependiente y las explicativas.

- Se menciona la utilización de los datos recabados por el INEGI, así como la muestra utilizada a nivel nacional.
- Realizar metodología de análisis a través de una regresión logística binaria (logit), esto con el propósito de explicar la relación que existe entre las variables independientes (motivos de emprendimiento) y la continuación del micronegocio analizado por región.
- Determinar resultados, así como interpretación de estos y conclusiones, con base en lo arrojado por los paquetes estadísticos utilizados para comprobar la hipótesis de la presente investigación.

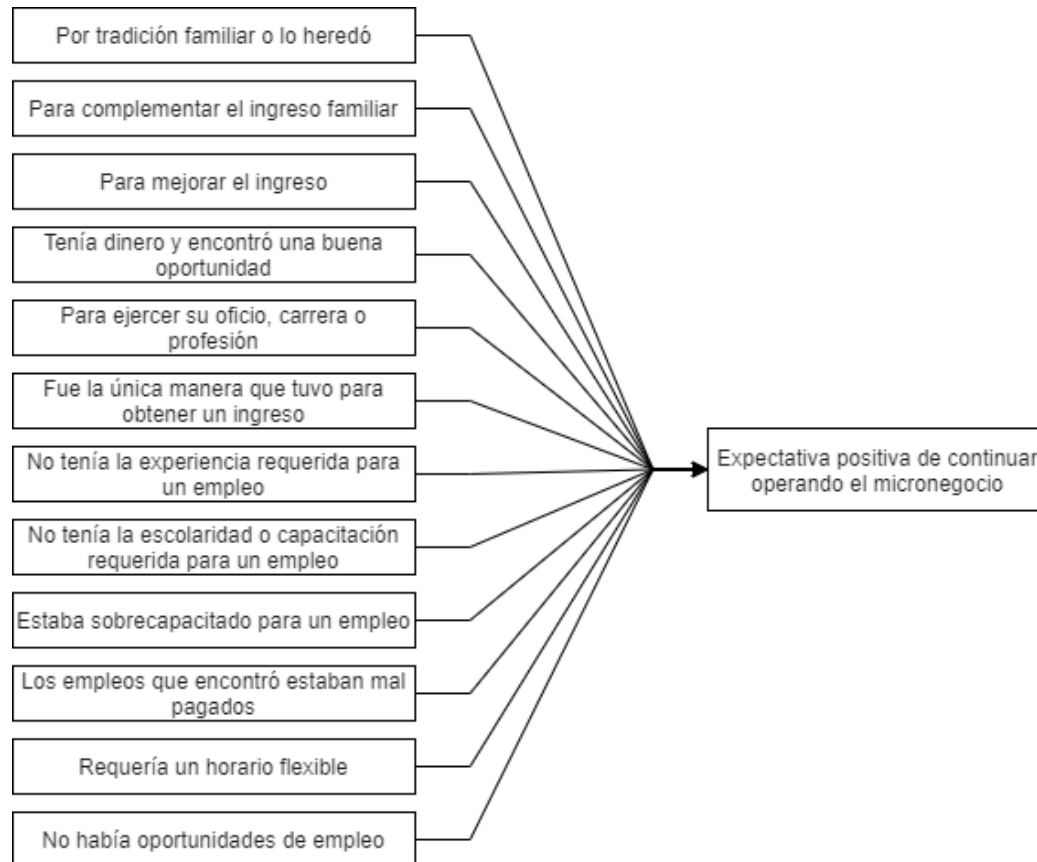
1.5. Hipótesis general de la investigación

Los motivos por los que se decidió emprender el micronegocio: la tradición familiar, complementar el ingreso familiar, para mejorar el ingreso, encontrar una buena oportunidad de negocio, ejercer su oficio o carrera, porque fue la única manera que tuvo para obtener un ingreso, no tener la experiencia requerida para un empleo, no tener la escolaridad requerida para un empleo, estar sobre capacitado para un empleo, empleos mal pagados, horario flexible y no oportunidad de empleo, así como las características demográficas están relacionados estadísticamente de manera directa con la expectativa de continuar con el micronegocio según cada región de México.

1.5.1 Hipótesis específicas.

De la hipótesis general se desprenden las hipótesis específicas, las cuales se pueden apreciar en la Figura 3:

Figura 3. Diagrama de hipótesis de la investigación



Fuente: Elaboración propia.

1.6. Metodología

Esta investigación es de diseño cuantitativo, en tanto se utilizan como fuente para el análisis los datos nacionales del INEGI, con el fin de probar las hipótesis propuestas. El tipo de estudio es correlacional y explicativo, dado que busca determinar el grado de relación entre los motivos de emprendimiento de los microempresarios y la expectativa de continuidad de sus organizaciones, en un análisis por región; también es de corte transversal, pues se utilizan los últimos microdatos de la ENAMIN, disponibles para su consulta. Asimismo, la unidad de estudio son los microempresarios

mexicanos ubicados en las diferentes regiones del país, a lo que se suma un tipo de muestreo probabilístico, desarrollado por el INEGI, a nivel nacional.

De acuerdo con la revisión de los artículos de investigación en la literatura existente, por ejemplo, aquellos escritos por Walsh (1987) y Hoetker (2007), y para efectos de este estudio, se opta por la utilización del modelo de elección discreta binaria (*logit*), como método de análisis estadístico de los datos obtenidos. Este modelo permite obtener estimaciones de la probabilidad de un suceso, así como identificar los factores de riesgo que determinan dichas probabilidades y su influencia o peso relativo sobre ellas; este se suele utilizar cuando el número de alternativas son dos, y se trata de opciones cualitativas y excluyentes entre sí. Por ende, con esta herramienta se pretende cuantificar los efectos de las variables explicativas sobre la probabilidad de que un microempresario mexicano continúe operando con su micronegocio.

Adicionalmente, para cada sector de la muestra total de los micronegocios, el modelo *logit* ayuda a calcular la probabilidad de pertenecer a una u otra de las categorías establecidas en la variable dependiente. Si la probabilidad es alta, se concluye que el evento tiene elevadas posibilidades de ocurrir; por el contrario, si hay valores reducidos de probabilidad (cerca de cero), las posibilidades de ocurrencia son prácticamente nulas.

1.7. Justificación y aportaciones del estudio

Con el estudio se ven beneficiados los tres niveles de gobierno (federal, estatal y municipal) en el desarrollo de políticas públicas que impacten en la continuidad de los micronegocios, en las respectivas regiones del país. La sociedad en general también se beneficiaría con los resultados de esta investigación, puesto que se podrá caracterizar a los emprendedores de micronegocios con base en los datos obtenidos por la ENAMIN, y así potenciar esos motivos identificados para incrementar el número de micronegocios que continúen operando en el país, lo cual supone un mayor

desarrollo económico y social. En esta medida, el interés por realizar esta investigación es identificar, gracias a los microdatos de la ENAMIN, los factores determinantes para la continuidad de los emprendimientos de micronegocios en México.

2) Justificación teórica

Las disciplinas que se verán favorecidas con este estudio son las Ciencias Administrativas, las Ciencias Sociales y la Economía, debido a la obtención de estadísticas que pueden impactar la literatura del tema de investigación. Además, el estudio aporta al desarrollo de nuevas investigaciones, al contribuir con la evidencia científica aquí desarrollada.

3) Justificación metodológica

Al utilizar el método científico es posible darles validez a los datos obtenidos en la presente investigación, en la medida en que se usan modelos de elección discreta binaria (*logit*) para encontrar los factores motivadores que se relacionan con la expectativa de mantener los micronegocios en el país. Con ese fin se utiliza un análisis de microdatos del INEGI, los cuales fueron concatenados para su análisis estadístico, así como para el examen de regresión logística binaria, cuyo objetivo es hallar correlación entre los motivos de emprendimiento y la expectativa de continuidad de los micronegocios.

1.8. Delimitación del estudio

A continuación, se presenta la manera en que el proyecto de investigación queda definido en su campo de acción y alcance:

1) Espaciales

La investigación se lleva a cabo en México, allí se comparan los factores que motivaron a los microempresarios a iniciar sus negocios, y se analiza cómo se vinculan con la expectativa de continuar su operación en las siguientes regiones:

1. Norte: Baja California; Baja California Sur; Chihuahua; Coahuila; Durango; Sinaloa; Sonora; Nuevo León y Tamaulipas.
2. Centro-Occidente: Aguascalientes; Colima; Guanajuato; Jalisco; Michoacán; Nayarit; San Luis Potosí y Zacatecas.
3. Centro: Ciudad de México; Hidalgo; Estado de México; Morelos; Querétaro y Tlaxcala.
4. Sur-sureste: Campeche; Chiapas; Guerrero; Oaxaca; Puebla; Quintana Roo; Tabasco; Veracruz y Yucatán.

2) Demográficas

Se estudia a microempresarios que decidieron emprender un negocio en el territorio mexicano, de acuerdo con las regiones.

3) Temporales

La investigación es transversal, dado que se analizan los resultados obtenidos en el año 2012 con la ENAMIN del INEGI, los cuales reflejan la situación real del fenómeno a estudiar, pues son los últimos resultados disponibles para consulta.

CAPÍTULO 2. MARCO TEÓRICO

En este capítulo se analizan los antecedentes teóricos generales del tema en cuestión, y las teorías relacionadas con las variables de estudio que se manejan en la investigación.

2.1. Marco teórico de la variable dependiente

En la siguiente sección se dan a conocer las investigaciones vinculadas con la decisión de continuar con los negocios.

2.1.1. Teorías y fundamentos teóricos sobre continuar con el negocio

En este apartado se define la variable de la continuidad del micronegocio como la decisión de los microempresarios para mantener su negocio en el siguiente año, después de ser entrevistados para la ENAMIN 2012. Según Roberts y Wortham (2018), los micronegocios tienen gran importancia, debido a que proporcionan productos y servicios adaptados a la población local, ocupan escaparates que, de otro modo, estarían vacíos, ofrecen lugares de reunión a los vecinos, estimulan la afluencia de recursos comunitarios, y proporcionan modelos de conducta y apoyo a los futuros empresarios.

Este proceso se puede administrar con modelos de continuidad de negocio, por ejemplo, con un plan de continuidad de negocios con el que los microempresarios administren y planeen la permanencia de sus negocios, para enfrentarse a posibles problemas futuros o a los riesgos que pueden amenazar su empresa (Quevedo, 2012). Desde un enfoque socioeconómico, Rahmatiah et al. (2019) sugirieron que la posibilidad de continuar con los negocios está sujeta a varios factores, pues hallaron que variables como la motivación, el compromiso y la condición social pueden impactar en la continuidad de las empresas.

La perdurabilidad, según Rivera (2012), se suele asociar con lo que en español se reconoce bajo el término *supervivencia*. Sin embargo, este término no es el más adecuado para describir este fenómeno, debido a que, según la definición de la Real Academia Española, la supervivencia es una “acción y efecto de sobrevivir”, y sobrevivir quiere decir “vivir con escasos medios o en condiciones adversas”.

2.1.2. Estudios de investigaciones aplicadas sobre continuar con el negocio

En su investigación, Peña et al. (2012) encontraron que para la ENAMIN de los años 1992 a 1998, la decisión de continuar con el negocio no es independiente del motivo de creación de este. De manera similar, Alvarado et al. (2016) desarrollaron un estudio empírico, mediante información de la base de datos de la ENAMIN 2012, acerca de la continuidad de las empresas (esta era su variable dependiente), y también hallaron que los planes para continuar o no con el micronegocio no son independientes de la razón por la que se creó.

Se observó en dicha investigación que los microempresarios emprenden un negocio con el objeto de “complementar el ingreso familiar”, lo cual está asociado con una probabilidad de 0.040 más alta de que el microempresario continúe con el micronegocio; en contraste, el motivo “no tenía la escolaridad requerida para un empleo” está asociado con una probabilidad de 0.132, es decir, más baja.

La Tabla 4 muestra algunos estudios de corte internacional sobre la perdurabilidad de los negocios en distintas partes del mundo, con base en lo dicho por Rivera (2012); aunque tienen características variadas, el punto en común es la supervivencia de estas empresas.

Tabla 4. Estudios de perdurabilidad

<i>Autor</i>	<i>Énfasis</i>	<i>Muestra de estudio</i>	<i>Factores de perdurabilidad</i>
--------------	----------------	---------------------------	-----------------------------------

Peters & Waterman (1982)	Empresas exitosas	62 empresas estudiadas	Predisposición para la acción, acercamiento al cliente, autonomía y espíritu empresarial, productividad por el personal, movilización alrededor de un valor clave, zapatero a tus zapatos, estructura simple y poco personal, flexibilidad y rigor simultáneos.
Jago (1987)	Empresas exitosas	N.A.	Descubrir nuevas oportunidades de negocio, conservar y motivar empleados valiosos, tecnología, mejorar comunicaciones, aumentar cuota de mercado, aprovechar juntas directivas, planear la sucesión, impartir directrices, optimización de costos, concebir de manera efectiva la misión de la empresa.
Meyer & Zucker (1989)	Organizaciones en permanente quiebra	4 estudios de caso	La rentabilidad no es una condición para la perdurabilidad.
Pascale (1990)(1990)	Empresas exitosas	6 estudios de casos	Mejoramiento continuo, tensión adaptativa, autoorganización y emergencia.
Collins & Porras (1994)	Empresas exitosas (lasting) visionarias (mayores de 25 años)	18 estudios de casos comparativos	Mantener el núcleo, estimular el progreso, fuerte identidad, misión clara, visión ambiciosa, directivos de la casa, mejoramiento e innovación.
Hall (1997)	Compañías longevas (más de 200 años)	214 compañías del Reino Unido con cuestionario	Estilo tolerante de liderazgo y conservadores financieramente.
De Geus (1997)	Compañías longevas (long lived) y exitosas	27 estudios de caso de empresas con más de 100 años, fundadas antes de 1883	Sensibilidad al entorno; alto sentido de cohesión e identidad, tolerantes hacia las actitudes conservadoras financieramente.
Montuori (2000)	Empresas longevas		Ajuste y cambio; aprendizaje organizacional, liderazgo.
Bhidé (2000)	Empresas exitosas	N.A.	Continuidad del portafolio de activos; capacidad para brindar a sus accionistas un rendimiento satisfactorio; diversidad de los activos.
Collins (2001)	Empresas sobresalientes	Estudio de caso de 22 compañías comparadas	Liderazgo sobresaliente, Concepto de erizo*, cultura de disciplina, aceleradores de tecnología.

Bhide et al. (2001)		Reflexión teórica	Continuidad del portafolio de activos, Capacidad para generar rendimiento satisfactorio, diversidad de los activos.
O'Hara (2004)	Empresas familiares	20 estudios de casos	Unidad familiar, productos que satisfagan necesidades básicas, primogeniture, el rol de la mujer, compromiso a continuar el legado, adopción de un significado de perpetuidad familiar en la propiedad, servicio al cliente y a la comunidad, gestión del conflicto, planes escritos, sistema de gobierno.
Miller & Le-Breton (2005); Ben Mahmoud-Jouni, Blonch y Mignon (2010)	Grandes empresas familiares perennes	58 grandes compañías familiares perdurables (entrevistas)	Continuidad (devoción a la misión, implicación emocional durable); sentido de comunidad (valores centrales, lealtad); conexión con stakeholders; comando (libertad de acción de los directivos frente a los shareholders).
Stadler (2007, 2011)	Compañías longevas (enduring/outstanding corporations) y exitosas	9 estudios de caso con empresas europeas de más de 100 años, con desempeño financiero superior	Explotar antes que explorar, diversificación, aprender de errores, gestión del cambio.
Stadler (2011)	Compañías longevas (enduring/outstanding corporations) y exitosas	9 estudios de caso con empresas europeas de más de 100 años, con desempeño financiero superior	Explotar antes que explorar, diversificación, aprender de errores, gestión del cambio.
Burgelman & Grove (2007)	Dinámica estratégica, procesos estratégicos autónomos e inducidos, liderazgo estratégico.	1 investigación longitudinal de terreno Intel Corp. (1968-2005)	Conjugar ciclos de procesos estratégicos autónomos e inducidos, liderazgo estratégico.
Jonker et al. (2007)	Organizaciones complejas exitosas	1 estudio de caso Shell	Sentido claro del objetivo, estilo tolerante de gestión, fuerte control financiero, fortaleza tecnológica, vocación global.

De-la-Cerda(2009)	Empresas perdurables y adaptables	2 grupos de empresas. 150 mexicanas y 50 extranjeras.	Bursatilización, internacionalización, hacer parte de grupos empresariales, diversificación del negocio, alianzas comerciales.
-------------------	-----------------------------------	---	--

Fuente: Rivera (2012) (Con adecuaciones)

2.2. Marco teórico de las variables independientes

En esta sección se abordan las investigaciones relacionadas con la motivación de emprendimiento y con las características sociodemográficas.

2.2.1. Teorías y fundamentos teóricos de motivación emprendedora

Las motivaciones estudiadas en este estudio se basan en una variable dicotómica que se extrajo de la ENAMIN 2012, referente a la pregunta: ¿Por qué se inició el negocio?; en ese caso, el microempresario señala alguna de las posibles respuestas:

- Por tradición familiar.
- Para complementar el ingreso familiar.
- Para mejorar el ingreso.
- Tenía dinero y encontró una buena oportunidad.
- Para ejercer su oficio, carrera o profesión.
- Fue la única manera que tuvo para obtener un ingreso.
- No tenía la experiencia requerida para un empleo.
- No tenía la escolaridad o capacitación requerida para un empleo.
- Estaba sobrecapacitado para un empleo.
- Los empleos que encontró estaban mal pagados.
- Requería un horario flexible.
- No había oportunidades de empleo.

Por su parte, McClelland(1989) propuso la teoría de los rasgos de la personalidad y se encargó de estudiar la motivación psicológica que necesita el individuo para sobresalir cuando emprende y trata de cumplir un propósito o meta. Para este autor, la motivación se convierte en la fuerza que conduce al logro de los resultados, los cuales se asocian

con los objetivos personales o colectivos; y en efecto, la obtención de lo buscado generará en el individuo la satisfacción del logro alcanzado.

Este autor concibió que cada individuo posee un perfil psicológico de logro que se ve mermado o ampliado según los miedos personales al fracaso. Además, el perfil ayudará a generar ideas innovadoras que implican asumir riesgos y poner en práctica nuevos proyectos. Un individuo con un alto perfil o potencial de logro se interesará por el emprendimiento en el mundo de los negocios y se mostrará competente en dicha actividad. En un perfil de alto de logro el individuo asume riesgos, responsabilidad, presta importancia a la retroalimentación y pretende encontrar un nuevo producto o proporcionar un nuevo servicio.

Desde la perspectiva de McClelland y Burnham (1976), los individuos emprendedores eligen el emprendimiento por la necesidad de emprender, sobresalir y mantener la independencia y la realización personal. Adicionalmente, estos autores propusieron que los rasgos de la personalidad son los que diferencian a un emprendedor de una persona común. El creador de un negocio, una persona que decide fundar una organización, posee una psicología distinta del resto de las personas, de ahí que los creadores de negocios exitosos también cuenten con unas particularidades diferentes a las de los empresarios menos exitosos. Así, una de las principales conclusiones a las que llegaron estos autores es que existen tantas diferencias entre los propios emprendedores, como entre emprendedores y no emprendedores.

Para Schumpeter (1911), la función del individuo emprendedor es ser un agente que transforma o revoluciona la producción de algo al explotar una idea o invento, por medio de una técnica o producto nuevos; esos cambios le generan prosperidad económica al individuo y a la sociedad. Schumpeter argumentó que las personas emprenden por ser innovadoras y creativas, y gracias a ello logran vender productos y servicios innovadores; de ese modo, obtienen ganancias en el proceso por cumplir con la meta de convertirse en individuos solventes, por medio del emprendimiento. De

acuerdo con este autor, la psicología del emprendedor se orienta económicamente al deseo de transformar y producir riqueza, mediante un proceso innovador.

Un elemento clave que identifica a los emprendedores es la capacidad de ejecutar sus ideas y generar acciones relacionadas con estas. Como parte de dichas características están el hecho de generar capacidad de acción y conocimiento, así como actuar con decisión. Todo proceso emprendedor se conforma por tres elementos: el proyecto, los recursos financieros y el individuo emprendedor; así, la probabilidad de logro se genera con la adecuada combinación y gestión de estos tres factores.

Otra contribución de Schumpeter fue la definición de los individuos emprendedores como unas personas innovadoras y catalizadoras del progreso capitalista. Para el autor, sería difícil conceptualizar un mundo en el que no existieran emprendedores, pues allí no se daría el progreso económico. El emprendedor, por lo tanto, es el agente económico requerido para el crecimiento. Es él quien descubre un nuevo mercado que podría significar más materia prima, un lugar o elemento que no se explotó antes de forma comercial, o una nueva forma de organizar, de modo que logra tomar ese descubrimiento y crear innovaciones técnicas o financieras. En este proceso, el individuo emprendedor se destaca por su habilidad para identificar mercados, productos y procesos que pueden utilizarse de forma novedosa.

Según este autor, no es posible enseñar a ser emprendedor, y solo una pequeña parte de la población posee las habilidades que se requieren para serlo; el emprendedor posee una motivación intrínseca primaria para crear, por lo que no se ve motivado exclusivamente por el deseo de acumular beneficios y lujos. Además, el emprendedor se automotiva a crear su propio ambiente y siente satisfacción al hacerlo. Su motivación viene del deseo de fundar su propio reino, la voluntad de probar que uno es superior a otros y la alegría de crear (Ripsas, 1998).

En opinión de Schumpeter (1911), las características del emprendedor no pueden ser enseñadas y muy pocos individuos de una población poseen estas habilidades. Para

el autor lo más importante es que el emprendedor está motivado intrínsecamente y no por el beneficio y el lujo.

Para Schumpeter (1911), el individuo emprendedor es el fundador de una nueva empresa, una persona con pensamiento innovador que se diferencia de otras en la forma como lleva a cabo las actividades, y que con su modo de ser modifica los procesos establecidos o tradicionales. En suma, es un sujeto que posee liderazgo y un talento innato para identificar el mejor modo de actuar, así como otras habilidades que le ayudan a distinguir ventajas que otros no ven en un mismo entorno.

Ahora bien, la teoría de la expectativa, desarrollada por Vroom (1964), se refiere a la satisfacción que espera el individuo ante una conducta que tendrá el efecto deseado. Un estímulo tiene para el individuo un valor positivo; en el momento en que la persona debe decidir entre perseguir o no un propósito, esta emprenderá la acción cuando tenga la expectativa de recibir una recompensa mayor al esfuerzo aplicado. En ese sentido, para que el individuo se sienta motivado a continuar con su actividad emprendedora es necesario que se genere una igualdad entre lo que se espera y la satisfacción o expectativa deseada, de otra manera, existirá desmotivación para continuar con la encomienda.

Desde el punto de vista de Vroom, la expectativa es subjetiva y representa la probabilidad de que un esfuerzo ayude a conseguir un resultado esperado. El valor de la expectativa se representa de cero a uno. Si el emprendedor piensa que al hacer un esfuerzo no conseguirá el efecto deseado, la probabilidad de la expectativa será de cero, y si, en cambio, confía en que el esfuerzo alcanzará para lograr un efecto positivo, el valor de la probabilidad cambiará de cero a uno. Conviene añadir que la expectativa del individuo dependerá de sus experiencias y de la confianza generada (Genescá Garrigosa, 1977).

La teoría de Vroom (1964) se basa en tres preceptos que se describen en los siguientes párrafos:

Primero: la existencia de una expectativa o creencia, es decir, la idea de que un esfuerzo aplicado terminará o concluirá con un resultado de buen desempeño en la meta propuesta. Las expectativas del trabajador o emprendedor dependen de las muchas o pocas experiencias previas vivenciadas por la persona.

Segundo: se refiere a la idea de que el esfuerzo aplicado por el emprendedor corresponderá a una recompensa como resultado final.

Tercero: se interpreta como el “valor de la recompensa” que se puede traducir como satisfacción en el logro, beneficios económicos, trascendencia, crecimiento, realización, etc.

Autores como Weber y Winckelmann (2002), en referencia a la ética protestante y el espíritu capitalista, designaron dos tipos de empresarios: aquel que nació en la época del mercantilismo y que surge como producto del capital de producción, con antecedentes originales de una mentalidad de empresario, y el llamado capitalista, el cual se gesta con un espíritu de creación de riqueza. Para ellos, el hecho de ser empresarios no involucra una vida “tranquila”, más bien implica exponerse a la desconfianza de las personas con quienes se establecen relaciones, a una competencia agresiva y al individualismo.

De acuerdo con sus postulados, el surgimiento de los emprendedores se relaciona con la influencia del mercantilismo, el capitalismo y la ética protestante. Todo aplicado a la ética protestante y al espíritu del capitalismo. Estos autores reafirmaron que los valores éticos y religiosos habían ejercido una importante influencia en el desarrollo del capitalismo. De hecho, sus estudios son ensayos sobre las diferencias entre las religiones y la riqueza relativa de sus seguidores, e involucran la generación de capital para quienes poseen una mentalidad de empresarios y están inmersos en el desarrollo capitalista. La influencia de una ética religiosa que promueve el trabajo arduo,

sistemático y continuo es uno de los factores más influyentes en el desarrollo del capitalismo (Weber y Winckelmann, 2002).

En el caso de Knight (1942), el emprendedor es una agente al que no solo se le puede identificar como capitalista, pues debe poseer un talento que lo haga especial y diferente a otros, con una visión espacial para la creación de negocios. El autor llama a dicho agente o funcionario económico el “emprendedor empresario”, una persona capaz de asumir la responsabilidad de pronosticar los deseos o necesidades de los consumidores. Knight señaló que el emprendedor es un sujeto con influencia en la economía, a quien no se le ha valorado en su justa proporción, y que posee el llamado “espíritu empresarial”. Para este autor, las personas poseedoras de dicho espíritu determinan un gran ahorro para la sociedad, al aumentar la eficiencia en la producción económica.

El espíritu empresarial aparece en muchos escritos sobre los estudios de Knight, debido a que, para él, los emprendedores afrontan la incertidumbre al estimar el futuro. En ese contexto, el empresario determina el aumento de la eficiencia de la producción económica, y con ello le da un gran valor al rol del emprendedor en la economía (Knight, 1942). Este autor también proporcionó las bases para considerar a los emprendedores como los “jugadores” más importantes en una economía, en especial, en el uso de los factores de la producción, por ello se le considera como uno de los pioneros en el desarrollo de las modernas teorías del emprendedor (Grebel et al., 2003).

A continuación, se mencionan los criterios manejados por Knight en su teoría, señalados por Tarapuez et al. (2008):

Primero: en relación con lo que el autor llamó incertidumbre, los agentes empresariales conocen únicamente algo que se refiere al futuro, mientras que las circunstancias de la realidad son mucho mayores y complejas (incertidumbre).

Segundo: el emprendedor obtendrá un beneficio por laborar con incertidumbre y dentro de las circunstancias existentes.

Tercero: el beneficio obtenido dependerá del grado de riesgo al que se sujetó el emprendedor.

Cuarto: el autor asumió que cuando un emprendedor decide iniciar una operación de riesgo, lo hace debido a que cree que la oportunidad le ofrecerá un beneficio atractivo como resultado final.

Según Knight, el empresario obtiene su ganancia a través de la toma de decisiones correctas en un medio ambiente donde nada se puede asegurar. La ganancia empresarial no es perdurable, solo se puede dar cuando el emprendedor de negocios logra tomar decisiones exitosas.

En su libro sobre principios de economía, Marshall (1890) aclaró que el emprendedor-empresario representa un factor más de la producción o la organización, el cual se agrega a los ya determinados por los clásicos (tierra, capital y trabajo). En este caso, al empresario se le debe considerar como el cuarto factor de producción, y los beneficios que debe tener se derivan de su trabajo y de la dirección creativa del negocio (Zaratiegui, 2002).

A su vez, señaló que el individuo emprendedor, para ejercer de manera eficiente una labor directiva en los negocios, requiere de un sentido común extraordinario, más que de conocimientos especializados. Este autor se enfocó en que los emprendedores cuentan con habilidades diferentes y variadas que pocos tienen, aunque estas sí pueden ser adquiridas por personas comunes, una conclusión fundamental que hasta ese momento ninguno de los autores había considerado.

Para Marshall, las habilidades asociadas con los emprendedores son tan grandes y numerosas, que muy pocas personas pueden mostrarlas en un alto grado. Igualmente, los emprendedores tienen características similares entre ellos, pero diferentes a otros grupos de individuos, y el grado de su éxito depende de la existencia de las situaciones económicas en las que desarrollan sus esfuerzos (Santos, 1997).

Sobre el concepto de capital humano, Bueno (1998) expresó que es el conocimiento propiedad de los individuos, y las capacidades para generar nuevas ideas. De ahí que las actitudes, junto con los conocimientos y las capacidades, formen la estructura de las competencias personales que apoyan el saber del individuo para lograr acciones. Otros autores se refirieron a este asunto como la suma de todos los conocimientos que tienen los empleados de un negocio o institución, quienes al poseerlos constituyen una ventaja competitiva, pues dichos conocimientos pueden utilizarse para crear valor y riqueza. En síntesis, el capital intelectual es conocimiento, información, experiencia o propiedad intelectual que se utiliza para crear valor (Stewart, 1998).

Así, lo que se conoce como capital humano es un recurso intangible y un componente del capital intelectual. Mientras que el capital humano comprende el conocimiento, talento y experiencia de los empleados, el capital estructural representa el conocimiento codificado, basado en lo que no existe en las mentes de los empleados, por ejemplo, las bases de datos, los archivos y las rutinas de organizacionales (Bontis, 2002).

De otro lado, en la visión de Ajzen (1991), el comportamiento está en función de las intenciones y el control actual percibido. Esta teoría ha considerado, tradicionalmente, que los causantes de la intención y del comportamiento se forman de manera deliberada, es decir, son creados a través del esfuerzo y guían el comportamiento de forma controlada. Ajzen y Fishbein (1980) argumentaron que cuanto más favorable sean la actitud y la norma subjetiva, mayor será el control percibido, y en consecuencia, se fortalecerá la intención del individuo para efectuar el comportamiento deseado.

Muchas de las conductas o comportamientos se realizan por factores motivacionales, como la presentación de una oportunidad, la disponibilidad de tiempo, la existencia de

recurso económicos, las habilidades preexistentes y la existencia de posibles redes de contacto. En relación con la misma teoría, Davidson (1995) mencionó que las intenciones emprendedoras predicen las posibles elecciones que los individuos emprendedores implementan; se presupone que dichas intenciones son planeadas en un pasado, posiblemente, en algunos casos, poco tiempo antes de tomar la decisión real.

Al hacer énfasis en las instituciones, North (1991) las definió como los organismos que modelan y reglamentan la sociedad. Para él, las instituciones promueven, restringen y delimitan las relaciones humanas. Este autor se enfocó en las estructuras reguladoras que el gobierno crea y aplica por medio de las leyes, e incluyó en este tema el aspecto moral y la ética profesional de una sociedad. En ese sentido, dedujo que las estructuras sociales se crean con el tiempo y trabajan como pilares que apoyan o desmotivan la creación de emprendimientos; para North, la cultura en la que se desenvuelve el emprendedor es prioritaria en el emprendimiento, pues aporta estructuras cognitivas que lo impulsan a emprender. Por último, propuso que la relación entre las instituciones y organizaciones provoca el cambio institucional, lo cual influye en el desempeño económico a largo plazo.

La idea de la teoría es comprender, de forma racional, la forma en la que el mercado de trabajo se desarrolla; en consonancia con ello, el modelo de Lancaster (1979) trata de explicar la conducta de un trabajador que no posee un empleo y que, por ende, desea ser contratado. El individuo tratará a toda costa de buscar opciones y tendrá que decidir si acepta alguna de ellas al estar expuesto. Sumado a ello, deberá tomar decisiones que lo llevarán a posicionarse en un trabajo o a rechazar las opciones que le ofrece el mercado, de ahí que considere emprender un negocio como posible alternativa.

Autores como Devine y Kiefer (1993) aseguraron que el funcionamiento del mercado de trabajo es un proceso fascinante, complicado y esencial para la comprensión de la economía moderna. Asimismo, los trabajadores difieren en capacidades y formación,

y los trabajos en requisitos, compensaciones y condiciones de trabajo, de modo que la adecuación de los trabajadores a los empleos requiere tiempo e información.

Por su parte, Cuevas et. al.(2005) escribieron sobre el ingreso y la edad en los micronegocios en México, para ello usaron la encuesta de la ENAMIN 2002. De acuerdo con su análisis, es notorio el hecho de que a medida que la edad de las personas se incrementa, las ganancias suben también, pero a una tasa decreciente. En cifras, las ganancias máximas se observan entre los 43 y 46 años; al hacer un gráfico sobre este comportamiento, los autores obtuvieron un gráfico de las ganancias, en función de la edad, con forma de U invertida, lo cual significa que cerca de los 45 años se tiene mayor ingreso en los micronegocios, y entre más joven se es o más edad se tiene, se ve un decremento en el ingreso, como una parábola cuadrática negativa.

De vuelta a la figura del emprendedor, Douglas y Shepherd (2002), y Eisenhauer (1995), entre otros, consideraron que la mayoría de los emprendedores toman la decisión de crear o transformar una empresa, en función del grado de satisfacción que les genera el nivel de ingresos obtenido por cuenta ajena, y de las condiciones de trabajo con las que se encuentran (Fitzsimmons y Douglas, 2005). En contraste, la expectativa de obtener un salario más elevado en la actividad por cuenta propia determina, de forma significativa, la voluntad por parte del trabajador de iniciar su propio negocio; aunque algunos estudios manifiestan que el salario del autoempleo sufre un descenso sustancial en la fase de inicio, con respecto al percibido por cuenta ajena (Georgellis y Wall, (2005); Hundley, (2000)).

Ahora bien, existe poca evidencia del estudio de esta variable con la variable dependiente, que es la continuidad de micronegocios en México. De ahí que sea relevante investigar la relación positiva de esta variable independiente con la perdurabilidad de los micronegocios en el país.

En su investigación, Arenius y Minniti (2005) expresaron que el emprendimiento suele tratarse como una opción de trabajo. Hay una cantidad considerable de

investigaciones sobre la relación entre las decisiones de un individuo para convertirse en un empresario y la disponibilidad de opciones de empleo. En general, existe un consenso en que los individuos empleados son más propensos a iniciar nuevos negocios. En cambio, existe menos acuerdo sobre la relación entre el desempleo agregado y las decisiones empresariales. Inclusive no está claro si el alto desempleo desalienta el espíritu empresarial al reducir sus mercados potenciales o al aumentarlos, con lo cual se proporciona una actividad productiva de ingresos para los trabajadores desplazados de otro modo (Blanchflower, 2004).

Finalmente, los economistas han discutido la importancia de los recursos financieros y las limitaciones de las decisiones empresariales (Kihlstrom y Laffont, 1979; Evans y Jovanovic, 1989). En su trabajo, las decisiones empresariales se muestran positivamente relacionadas con los ingresos de los individuos. La evidencia ha sugerido que los empresarios enfrentan restricciones de liquidez, y que los individuos con mayor riqueza familiar tienen más probabilidades de cambiar de un empleo a un emprendimiento.

2.2.2. Teorías y fundamentos teóricos de variables independientes

Es posible afirmar que las empresas familiares son el motor de las economías en desarrollo e industrializadas. Todas ellas, debido a muerte, enfermedad u otra causa, tienen que pasar la dirección a otra generación en un momento de su trayectoria. Este traspaso generacional suele ser crucial para la sobrevivencia de la empresa, pues envuelve muchos factores familiares y empresariales que quizás conllevan su fracaso.

Así, el éxito va a depender del proceso de planificación, este implica promover e implementar unos factores esenciales, ya comprobados, que dirijan el proceso. Entre estos factores están tener un plan de sucesión, la buena voluntad del actual incumbente al preparar al sucesor, y la disposición del sucesor al adquirir las competencias necesarias para dirigir la empresa.

En la encuesta de la ENAMIN 92-98, de acuerdo con Peña et al. (2012), la tradición familiar está asociada con una probabilidad 0.048 más alta de que el dueño planee continuar con el negocio. En el texto de Barbeito et. al. se dijo que Dyer (1986) concibió al síndrome de Rebeca como uno de los problemas principales a los que se enfrentan a menudo los líderes empresariales de segunda y tercera generación, quienes son incapaces de librarse del fantasma del fundador, se les presiona para seguir la tradición y se les critica por no estar a la altura de las expectativas.

El *Global Entrepreneurship Monitor – GEM* (GEMA, 2018) señaló que existen dos tipos de motivaciones para el emprendimiento; por oportunidad y por necesidad; en este caso, aplicaría el emprendimiento por necesidad, dado que es necesario para el emprendedor mejorar su ingreso percibido. De esa manera, querer mejorar su ingreso es un motivante general en los emprendedores. En el reporte 2019/2020 del GEM (Bosma et al., 2020) se reveló que, en México, cerca del 50 % de las personas entrevistadas en este país se sienten motivadas para continuar una tradición familiar, y más del 80 % reportan sentirse motivadas para ganarse la vida mediante el emprendimiento, debido a que los trabajos están escasos.

En palabras de Cromie et al. (1992), los emprendedores desarrollan ideas o combinan conocimientos existentes al añadir recursos para generar una oportunidad en el mercado, y así emprender su negocio. Existen modelos de motivación para emprendedores, estos muestran que a mayor percepción sobre el vínculo entre la estrategia de emprendimiento y los resultados del negocio, mayor será la motivación para continuar con su aventura como emprendedores, ya sea mediante el desarrollo de su emprendimiento actual o al crear uno nuevo (Estay et al., 2013). A la vez, se ha deducido que la visión sobre los resultados que se obtendrán –si se alcanzarán o lograrán sobrepasarse– incide en la motivación.

Estos autores agregaron que las expectativas cambian en todas las personas, gracias al surgimiento de nuevas oportunidades. Según Estay et al., la necesidad de completar

algo empuja al creador hacia la creatividad, por ejemplo, hacia una nueva idea, una nueva oportunidad por aprovechar, entre otras circunstancias. Palich y Bagby (1995) aseguraron que los emprendedores perciben las situaciones por las que pasan comúnmente de una manera más positiva, lo cual les ayuda a identificar oportunidades en contextos donde otras personas no hallan ninguna.

Por último, en los postulados de Van Praag y Cramer (2001) es evidente que la experiencia en un área aporta a la continuidad de un micronegocio, al igual que Say, aporta al éxito del micronegocio experiencias previas a la industria en la que se está autoempleando el microempresario (Brüderl y Preisendörfer, 1998; Cooper y Cascón, 1990; Luk, 1996; Reuber y Fischer, 1999).

En cuanto al concepto de autoempleo, Van Praag y Ophem (1995), y Van Praag y Cramer (2001) lo concibieron como el último recurso para emplearse, sin embargo, este motivante es de los menos efectivos respecto al éxito y la continuidad de estos microempresarios, si se le compara con los demás impulsos para emprender. Así mismo.

En estas circunstancias, un motivante para decidir emprender es que la recompensa esperada como emprendedor sea mayor que el pago obtenido por ser empleado (Van Praag y Cramer, 2001). Además, Douglas y Shepherd (2002) anotaron que la necesidad como motivo puede surgir, por ejemplo, cuando existe el desempleo.

2.2.3. Teorías y fundamentos teóricos de variables de control

Las variables de control tienen una relación inherente con las variables independientes, debido a que se asocian con la clasificación de los microempresarios estudiados, en términos de la edad, el sexo, la escolaridad, entre otros factores; estas variables de control pueden tener un efecto sobre la variable dependiente estudiada en la investigación, pero este no es de mayor interés si se contrasta con las variables independientes.

En los estudios de Bewayo (1995), Shapero y Sokol (1982), Haltiwanger et al. (2010), Robichaud et al. (2007) se coincide en que las emprendimientos inician sus actividades por motivos distintos al monetario, como resultado de ciertos factores endógenos: el espíritu empresarial del propietario; la edad; la independencia; el estado civil; la necesidad de horario flexible; la urgencia de complementar los ingresos de su familia; la necesidad de trabajo; el deseo de encontrar una oportunidad para el negocio, entre otros.

Como se explicó, Cuevas et al. (2005) aludieron a los ingresos y a la edad de quienes conforman los micronegocios en México, con base en la encuesta de la ENAMIN 2002. Para ellos, es notorio el hecho de que a medida que la edad de las personas se incrementa, las ganancias suben también, pero a una tasa decreciente. Las ganancias máximas se observan entre los 43 y 46 años; al graficar este comportamiento los autores obtuvieron un gráfico de las ganancias, en función de la edad, con forma de U invertida. Lo anterior significa que sí está relacionada la edad con la cantidad de ingresos percibidos por los empresarios.

Otros autores, como Douglas y Shepherd (2002), y Eisenhauer (1995) indicaron que la mayoría de los emprendedores toman la decisión de crear o transformar una empresa en función del grado de satisfacción que les genera el nivel de ingresos que obtienen por cuenta ajena, y de las condiciones de trabajo con las que se encuentran.

Las expectativas de obtener un salario más elevado en la actividad por cuenta propia determinan de forma significativa la voluntad por parte del trabajador de iniciar su propio negocio; aunque, algunos estudios manifiestan que el salario del autoempleo sufre un descenso sustancial en la fase de inicio con respecto al percibido por cuenta ajena (Georgellis y Wall, 2005; Hundley, 2000)

Por su parte, Arenius y Minniti (2005) afirmaron que el emprendimiento suele ser tratado como una opción de trabajo, una cantidad considerable de investigación existe sobre la relación entre las decisiones de un individuo para convertirse en un

empresario y la disponibilidad de opciones de empleo. En general, hay acuerdo de que los individuos empleados son más propensos a iniciar nuevos negocios.

En cambio, como se mencionó, existe menos acuerdo sobre la relación entre el desempleo agregado y las decisiones empresariales. Inclusive no está claro si el alto desempleo desalienta el espíritu empresarial al reducir sus mercados potenciales o al aumentarlos, con lo que se proporciona una actividad productiva de ingresos para los trabajadores desplazados de otro modo (Blanchflower, 2004).

En su documento, López-Fernández et al. (2012) manifestaron que, según Wagner (2007), a medida que transcurre el tiempo también se debe tener en cuenta el aumento de las cargas familiares y las responsabilidades económicas, lo cual puede provocar el efecto contrario. Es posible concluir que la relación entre emprendimiento y edad se presenta con forma de U invertida en los estudios empíricos, de modo que el punto máximo de inflexión es cercano a la edad de los 40 años (Bergmann y Sternberg, 2007; Bönnte et al., 2009; Cuevas et al., 2005; Giannetti y Simonov, 2004; López-Fernández et al., 2012).

Los datos de las once ediciones del Informe GEM confirmaron la mayor propensión al emprendimiento que tienen aquellos individuos entre los 25 y 34 años. Al respecto, Levesque (2002) analizó la decisión de las personas de ser empleadas o convertirse en autoempleadas –para ello es necesario ser emprendedor–, y halló como resultado que esa determinación varía conforme difiere la edad de las personas estudiadas.

En otros estudios se da a entender que el emprendimiento tiende a ser un tema de hombres jóvenes (Arenius y Minniti, 2005). Desde lo teórico, Levesque y Minniti (2006), revelaron que la relación entre la edad y el deseo de iniciar un nuevo negocio se eleva a edad temprana y disminuye más tarde. Igualmente, Reynolds et al. (1997) encontraron evidencia empírica sobre cómo los individuos entre 25 y 34 años son más afines a ser nuevos emprendedores.

En el mismo sentido, Bönnte, Falck y Heblich (2009) expresaron que convertirse en emprendedor constituye un evento regional con potencial beneficio para los emprendedores de sus redes locales. En su estudio abordaron dos ejes: el primero es la edad y el segundo es el impacto regional en el emprendimiento.

Sin duda, los economistas han discutido la importancia de los recursos financieros y las limitaciones de las decisiones empresariales. En su trabajo, las decisiones empresariales se muestran positivamente relacionadas con los ingresos de los individuos. Por lo general, la evidencia sugiere que los empresarios enfrentan restricciones de liquidez y que los individuos con mayor riqueza familiar tienen más probabilidades de cambiar de un empleo a un emprendimiento (Evans y Jovanovic, 1989; Kihlstrom y Laffont, 1979).

De acuerdo con dicho contexto, en esta tesis se utiliza la variable edad, en referencia a los años del microempresario. Esta es una variable independiente, y debido a su naturaleza demográfica, es posible vincularla con la variable dependiente basada en los microdatos obtenidos por el INEGI. Una explicación para el uso de esta variable es que se refiere a la necesidad de disponer de un capital suficiente para llevar a cabo la creación o la transformación de una empresa (Evans y Jovanovic, 1989). Cuanto mayor sea el periodo para acumular riqueza, es más probable que se produzca el emprendimiento.

Dicha variable independiente también se asocia con el grado académico del microempresario, ya sea preescolar, primaria, secundaria, preparatoria o bachillerato, normal, carrera técnica, profesional, maestría o doctorado, o ninguno de ellos. Los trabajos clásicos de Minniti y Nardone (2007), y de Djankov et al. (2006) subrayaron la importancia de utilizar variables sociodemográficas, tales como la edad o el nivel de formación, pues estas pueden dar indicios sobre su grado de voluntad. Como se ha expresado, la literatura muestra que a mayor edad, más posibilidades existen de ser un emprendedor (Bird y Brush, 2002; Evans y Jovanovic, 1989).

Precisamente, se ha hallado una relación positiva entre el grado escolar del dueño del micronegocio y el ingreso de las microempresas; en lo que respecta a la escolaridad, también se muestra que cuando el nivel de educación de los patrones y autoempleados aumenta, las ganancias promedio crecen en forma considerable, pues pasan desde los 2197 pesos mensuales, en promedio, para los que no tuvieron ningún tipo de formación escolar, hasta 7620 pesos para aquellos con licenciatura u otro estudio de mayor nivel (Cuevas et al., 2005).

En los hombres los coeficientes de la escolaridad son significativos, pero no lo son para las mujeres (Peña et al., 2012). La relación entre el comportamiento emprendedor y la formación no se presenta siempre como cierta, y los resultados proporcionados por la literatura son dispares. Por un lado, se hallan aquellos estudios en los cuales se defiende que una mayor acumulación de conocimientos y habilidades incrementa las probabilidades de emprender –efectos positivos– (Delmar y Davidsson, 2000; Honig y Davidsson, 2000), mientras otros confirman el efecto inverso –negativos– (Johansson, 2000; Uhlaner y Thurik, 2007).

A menudo, la educación es tratada como un *proxy* para el capital humano y un motor de la innovación. Pero los emprendedores suelen ser formados como poseedores de una amplia gama de talentos, aunque no tienen una educación avanzada en ningún área específica (Lazear, 2003; Murphy et al., 1991). De forma consistente con la teoría, la relación entre la educación y la formación de nuevas empresas es incierta, excepto en los países más ricos en los que se ha demostrado que la formación de posgrado tiene efectos positivos en las tasas de arranque de alta tecnología (Blanchflower, 2004).

Con base en sus análisis, Arenius y Minniti (2005) sustentaron que la incertidumbre que rodea a la educación se debe, en parte, al hecho de que los niveles de educación tienen principalmente una importancia contextual, y a la variedad del significado atribuido a la palabra emprendimiento. A la vez, la decisión de iniciar un nuevo negocio

se ha relacionado con la presencia de intencionalidad y el *locus* de control (Baron, 2000).

Iniciar una nueva empresa supone un acto intencional que implica repetidos intentos de ejercer control sobre el proceso, para lograr el resultado deseado (Gartner, 1985). En su investigación, Harper (2003) sostuvo que un control interno aumenta el vínculo entre el estado de alerta empresarial y la autoeficacia y, por lo tanto, conduce a la creación de más empresas nuevas. En efecto, la relación entre el espíritu emprendedor y el miedo al fracaso ha recibido cierta atención de los economistas, quienes han tenido en cuenta la relación entre las decisiones empresariales y la aversión al riesgo (Kihlstrom y Laffont, 1979).

Se intuye, entonces, que como la mayoría de los individuos son adversos al riesgo, y el miedo percibido –y no objetivo– al fracaso es un componente fundamental del riesgo asociado a iniciar un nuevo negocio, una percepción reducida de la probabilidad de fracaso debería incrementar la posibilidad de que una persona comience un nuevo negocio (E. U. Weber y Milliman, 1997).

2.3. Hipótesis específicas y/u operativas

H1. El motivo para emprender por tradición familiar influye positivamente para tener expectativa de sí continuar con el micronegocio.

H2. El motivo para emprender para complementar el ingreso familiar influye positivamente para tener expectativa de sí continuar con el micronegocio.

H3. El motivo para emprender para mejorar el ingreso influye positivamente para tener expectativa de sí continuar con el micronegocio.

H4. El motivo para emprender porque encontró una buena oportunidad de negocio influye positivamente para tener expectativa de sí continuar con el micronegocio.

H5. El motivo para emprender para ejercer su oficio o carrera influye positivamente para tener expectativa de sí continuar con el micronegocio.

H6. El motivo para emprender porque fue la única manera que tuvo para obtener un ingreso influye positivamente para tener expectativa de sí continuar con el micronegocio.

H7. El motivo para emprender porque no tenía la experiencia requerida para un empleo influye positivamente para tener expectativa de sí continuar con el micronegocio.

H8. El motivo para emprender porque no tenía la escolaridad requerida para un empleo influye positivamente para tener expectativa de sí continuar con el micronegocio.

H9. El motivo para emprender porque estaba sobrecapacitado para un empleo influye positivamente para tener expectativa de sí continuar con el micronegocio.

H10. El motivo para emprender porque los empleos que encontró estaban mal pagados influye positivamente para tener expectativa de sí continuar con el micronegocio.

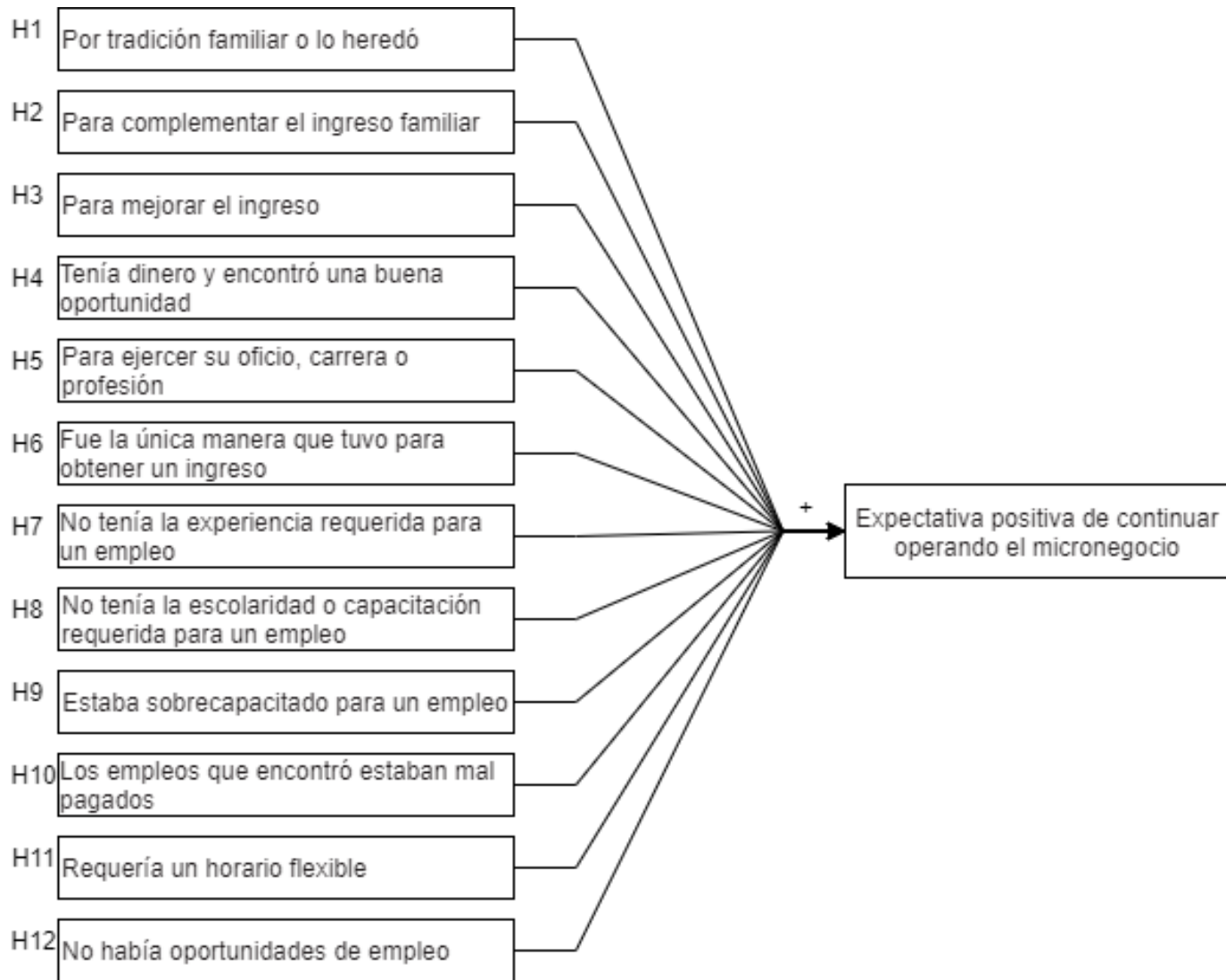
H11. El motivo para emprender porque requería un horario flexible influye positivamente para tener expectativa de sí continuar con el micronegocio.

H12. El motivo para emprender porque no había oportunidad de empleo influye positivamente para tener expectativa de sí continuar con el micronegocio.

2.3.1. Modelo gráfico de la hipótesis

En este apartado se presenta el modelo gráfico de las hipótesis de esta investigación (ver Figura 4).

Figura 4. Modelo gráfico de las hipótesis



Fuente: Elaboración propia

CAPÍTULO 3. ESTRATEGIA METODOLÓGICA

En este capítulo se especifican los pasos que se llevaron a cabo para obtener la información analizada en este estudio. Se mencionan el tipo y diseño de la investigación, el instrumento de recolección de información, la operacionalidad de las variables de las hipótesis, la población de estudio, el marco muestral, la muestra y la matriz de congruencia.

3.1. Tipo y diseño de la investigación

Para empezar, se describe el tipo y el diseño del estudio con los cuales se realizó la investigación, en los que se incluye el enfoque y el alcance del estudio, entre otros elementos.

3.1.1. Tipo de investigación

Para empezar, se describe el tipo y el diseño del estudio con los cuales se realizó la investigación, en los que se incluye el enfoque y el alcance del estudio, entre otros elementos.

3.1.1. Tipo de investigación

Esta investigación considera un diseño de investigación de tipo cuantitativo, dado que se procede a analizar los datos a través de instrumentos. La investigación cuantitativa es una forma estructurada de recopilar y analizar datos que implica el uso de herramientas informáticas, estadísticas y matemáticas para obtener resultados (Kerlinger et al., 2002). Por lo anterior, este estudio cumple con las características de una investigación de ese tipo, en tanto tiene como requisito expresar una relación entre dos o más conceptos o variables que puedan ser medidos con puntuaciones numéricas (Kerlinger et al., 2002).

El alcance del estudio es de tipo correlacional, en la medida en que se evalúan las relaciones existentes entre las variables sujetas a estudio (dependientes e independientes), y se aporta información explicativa sobre la relación de dichas variables. En cierta medida, el estudio tiene un valor explicativo, aunque parcial, pues el hecho de reconocer que dos conceptos o variables tienen un vínculo, trae consigo la necesidad de plantear una información explicativa (Hernández-Sampieri et al., 2007).

3.1.2. Diseño de la investigación

El presente estudio considera un diseño de investigación de tipo no experimental, el cual es conocido como una investigación *ex post facto*, término que proviene del latín y que significa después de ocurridos los hechos. De acuerdo con Kerlinger (2002), la investigación no experimental es un tipo de investigación sistemática en la que el investigador no tiene control sobre las variables independientes. En este caso, los cambios en las variables ya ocurrieron y el investigador tiene que limitarse a la observación de situaciones ya existentes, dada la incapacidad de influir sobre las variables y sus efectos (Hernández-Sampieri et al., 2007).

A su vez, el diseño no experimental implica observar fenómenos tal y como se dan en su contexto –no son provocados intencionalmente por el investigador–, y estos se utilizan para proporcionar soluciones a problemas. En este diseño se realizan pruebas de las relaciones entre las variables sin controlar o manipular, y los sujetos y las condiciones (Hernández-Sampieri et al., 2007).

Por otro lado, la investigación corresponde a un estudio de tipo longitudinal, donde se recolectan datos por medio del tiempo en puntos o periodos, para hacer inferencias respecto a ciertos cambios, sus determinantes y sus consecuencias (Hernández-Sampieri et al., 2007).

3.2. Método de recolección de datos

En este apartado se determina el instrumento de recolección de datos, se muestra la operacionalización de las variables y se detalla la validez de contenido del instrumento.

3.2.1. Instrumento de recolección de datos.

Debido a que la investigación es de tipo cuantitativo, el cuestionario estructurado resultó ser la mejor alternativa para la obtención de los datos que fueron analizados con rigor estadístico. El instrumento seleccionado consiste en un conjunto de preguntas respecto a una o más variables a medir (Hernández-Sampieri et al., 2007).

Asimismo, en la literatura se evidencia que el medio común para recopilar información sobre el tema investigado es el cuestionario. Para efectos de este estudio, se utilizó el cuestionario de la ENAMIN, cuyos fines se especifican a continuación.

Objetivos generales del cuestionario:

- Profundizar en el conocimiento de las formas de operación de las unidades económicas, sus recursos productivos y su organización, así como el monto y distribución de sus gastos e ingresos.
- Conocer las características de la población ocupada en los micronegocios, especialmente las condiciones bajo las que desempeñan su actividad.
- Identificar los sectores de actividad económica donde se concentran y la relación que guardan entre sí y con otras unidades de mayor tamaño.

Objetivos específicos del cuestionario:

Dado que la ENAMIN busca caracterizar tanto a los micronegocios como a sus dueños, los objetivos específicos se dirigen hacia esos dos elementos, lo que da como resultado los siguientes objetivos:

- Obtener datos sobre sus antecedentes y experiencia laborales; posición en la ocupación; afiliación a la seguridad social; tiempo que lleva a cargo del negocio; motivo por el que lo inició y el tiempo que le dedica; valoración de la seguridad social; las pensiones y el empleo asalariado; así como las expectativas que tiene respecto a su negocio.
- Fundación del negocio; registros y contabilidad; disponibilidad de local y lugar de trabajo; realización de trámites para iniciar el negocio; tiempo que tardó en realizarlos; problemas que enfrenta el negocio; equipamiento; gastos; inversión; ingresos; financiamiento; capacitación recibida; necesidades de capacitación; cantidad de personal ocupado; características sociodemográfico-laborales de los trabajadores y apoyos gubernamentales.

Conviene aclarar que la pregunta 98 de la ENAMIN 2012 (INEGI, 2012a) fue utilizada como variable dependiente. Allí se indaga si el microempresario continuará el siguiente año con su negocio (ver Anexo 1). De igual modo, en la pregunta 29 del instrumento de recolección de datos que se utiliza en esta investigación se pregunta el principal motivo por el cual se inició este negocio o actividad; dicha información es parte de las variables independientes.

En la Tabla 5 se muestran las opciones de la pregunta 29, así como una clasificación por parte del INEGI para cada una de las respuestas mencionadas.

Tabla 5. Opción de respuestas, y a quienes clasifica según el INEGI

Opciones de respuesta	Clasifica en esta opción a los individuos:
01 Por tradición familiar o lo heredó	<ul style="list-style-type: none"> • Quienes declaren que el oficio, carrera o profesión se ha desempeñado en la familia tiempo atrás. • Las personas que declaren que se les heredo el negocio.
02 Para complementar el ingreso familiar	<ul style="list-style-type: none"> • Las personas que informen que querían obtener un ingreso para completar, apoyar o ajustar el ingreso familiar. • Incluye a quienes declaran que iniciaron esta actividad para ayudar a cubrir los gastos.
03 Para mejorar el ingreso	<ul style="list-style-type: none"> • Quienes teniendo un ingreso determinado querían obtener uno mayor o mejorarlo.
04 Tenía dinero y encontró una buena oportunidad	<ul style="list-style-type: none"> • El informante que declare que contaba con dinero suficiente y/o se encontró ante una buena oportunidad para realizar una actividad o tener un negocio.
05 Para ejercer su oficio, carrera o profesión	<ul style="list-style-type: none"> • Quienes declaren que las actividades de su oficio, carrera o profesión las querían desempeñar en su negocio o actividad. • La persona que declare que conocían o tenían experiencia en las actividades que se llevan a cabo en el negocio o actividad. • El informante que declare que le gustan las actividades del negocio o actividad.
06 Fue la única manera que tuvo para obtener un ingreso	<ul style="list-style-type: none"> • Las personas que declaren que las actividades de su negocio o actividad las iniciaron por considerar que eran la única alternativa para obtener un ingreso.
07 No tenía la experiencia requerida para un empleo	<ul style="list-style-type: none"> • Las personas que declaren que al solicitar o revisar los requisitos en un trabajo asalariado, les pedían un determinado número de años realizando una actividad determinada y los cuales no los cubrían.
08 No tenía la escolaridad o capacitación requerida para un empleo	<ul style="list-style-type: none"> • Quienes declaren que al solicitar o revisar los requisitos en un trabajo asalariado, les pedían tener un nivel de escolaridad determinada o conocimientos y/o habilidades aplicados en una actividad específica y no cubrían este requisito.
09 Estaba sobrecapacitado para un empleo	<ul style="list-style-type: none"> • Las personas que declaren que tenían mayor nivel de escolaridad, más conocimientos y/o habilidades de los requeridos en los trabajos asalariados buscados.
10 Los empleos que encontró estaban mal pagados	<ul style="list-style-type: none"> • Las personas que al buscar trabajo asalariado se encontraban con que en estos se percibían ingresos insuficientes para cubrir sus gastos. • Incluye a las personas que, bajo una percepción personal, consideraban que los ingresos en los trabajos asalariados se percibían ingresos insuficientes para cubrir sus gastos.
11 Requería un horario flexible	<ul style="list-style-type: none"> • Quienes declaren que las actividades de su negocio o actividad las pueden realizar en el horario que ellas pueden o quieren. • Incluye a quienes declaren que el horario es cómodo o les permite hacer otras actividades. Así como a las personas que declaran que eligieron este negocio o actividad para no cubrir con un horario fijo o porque ellos lo pueden establecer.
12 No había op. de empleo	<ul style="list-style-type: none"> • Las personas que declaren que no encontraron trabajo.
13 Otra razón	<ul style="list-style-type: none"> • Quienes declaren un motivo distinto a los anteriores. <p>Esta respuesta no será tomada en cuenta para el modelo.</p>

Fuente: (INEGI, 2012a)

Además de la información de las variables se incluyen otras de control, como la edad, el sexo, años de estudio, sector al que pertenecen de los microempresarios para establecer el marco de referencia de los encuestados.

Cabe aclarar que el instrumento cuenta con los siguientes apartados:

Encabezado breve, rubros de identificación que incluyen la edad, género, grado máximo de estudios, sector industrial al que pertenece. Asimismo, se incluye la pregunta de filtro “si es propietario de un micronegocio”. Las preguntas constituyen las variables de identificación del perfil demográfico del microempresario y de su negocio, los cuales sirven para poder caracterizar al microempresario.

3.2.2. Operacionalización de las variables de las hipótesis

A continuación, se determinan los valores de las variables de las hipótesis propuestas en este estudio. Las variables son operacionalizadas con el fin de convertir el concepto abstracto que representa cada una de ellas en un dato que sea susceptible de ser medido por medio de un instrumento (Pineda et al., 1994). Véase Tabla 6 y 7, donde se reportan las variables de las hipótesis y de las de control, respectivamente.

Tabla 6. Operacionalidad de las variables de las hipótesis

Variable dummy

Si=1; No=0:

<i>Variable</i>	<i>Nomenclatura</i>	<i>Definición</i>
X1 = Tradición Familiar	TRAD_FAM	El micronegocio es por tradición familiar.
X2 = Complementar Ingreso	COMP_ING	El micronegocio es para complementar el ingreso familiar.
X3 = Mejorar ingreso	MEJOR_ING	El micronegocio es para mejorar el ingreso familiar.
X4 = Oportunidad de negocio	OPOR	El micronegocio se creó a partir de una oportunidad de negocio.
X5 = Ejercer oficio o carrera	EJERCER	Emprende el micronegocio para ejercer un oficio o profesión.
X6 = Única opción de ingreso	UNICAM	Emprender fue la única opción para percibir un ingreso.
X7 = No Experiencia	NO_EXP	No tener la experiencia requerida para ocupar un empleo, por tanto, emprende.
X8 = No escolaridad	NO_ESC	No contar con los estudios requeridos para emplearse, por tanto, emprende.
X9 = Sobre capacitado	SOBRE_CAP	Esta sobre capacitado para un empleo, y decide emprender.
X10 = Empleo mal pagado	MAL_PAGA	Los empleos son mal remunerados, por tanto, emprende.
X11 = Horario flexible	HOR_FLEX	Necesita un horario flexible y motiva a emprender un micronegocio.
X12 = No empleo	NO_EMPLEO	No encontró oportunidad de trabajo.
Y1 = Continuar	CONTINUAR	Decisión del microempresario de continuar con su actividad.

Fuente: Elaboración propia.

Nota: Se convierten a variables dummy para poder realizar la regresión tipo logit, donde la variable inicial es el motivo por el cual inició el micronegocio, pero dadas las características del presente estudio, no se pueden utilizar como entrada una variable categórica, es por eso necesario la conversión.

A continuación, la Tabla 7 se muestran las variables de control utilizadas en el presente estudio y que fueron tratadas como covariables para dar robustez al modelo de regresión de tipo logit.

Tabla 7. Variables de control

<i>Variable</i>	<i>Nomenclatura</i>	<i>Definición</i>	<i>Unidad de medición</i>
C1 = Edad	EDAD	La edad del microempresario en años	Años
C2 = Sexo	SEXO	Género	Variable dummy 1=Hombre 0=Mujer
C3 = Escolaridad	ESC_TOT	Promedio de total de años de escolaridad	Sumatoria de años hasta el mayor grado de estudios
C4 = Sector Industrial 1	MANUF	Manufactura	Variable dummy 1=Sí 0=No
C5 = Sector Industrial 2	COMER	Comercio	Variable dummy 1=Sí 0=No
C6 = Sector Industrial 3	CONSTR	Construcción	Variable dummy 1=Sí 0=No
C7 = Sector Industrial 4	SERV	Servicios	Variable dummy 1=Sí 0=No

Fuente: Elaboración Propia

3.3. Unidad de análisis, marco muestral y muestra

En la siguiente sección se detalla la unidad de análisis, la unidad de observación, la unidad de muestreo, el marco muestral, y el esquema de muestreo con el que fueron obtenidos los datos por el INEGI. Estos elementos se utilizaron para llevar a cabo la investigación.

3.3.1. Unidad de análisis

Para efectos de la unidad de análisis de este estudio se usaron los datos obtenidos por medio de la ENAMIN, en su versión 2012, un instrumento que recolectó información de campo, de forma directa, por medio del método de encuesta personal a propietarios de micronegocios en todo el país. Cabe señalar que esta encuesta es levantada por el INEGI en el momento en que aplica la Encuesta Nacional de Ocupación y Empleo (ENOE), y si el propietario es microempresario, entonces se le aplica la ENAMIN. Para este estudio se tomaron los datos de la encuesta que fue hecha en el 2012 y que no se replicó.

La población objetivo estuvo conformada por los emprendedores clasificados como propietarios de micronegocios familiares, según la encuesta del ENAMIN, integrantes de todos los sectores económicos (manufactureros, construcción, servicio y comercio) del país, cuyas actividades se lleven a cabo en establecimientos fijos o semifijos, e independientemente de si están registrados o no ante la autoridad.

Una característica del sujeto de estudio, reconocido como emprendedor, es que sea propietario de un micronegocio familiar con hasta 10 trabajadores, en los sectores, comercio, servicio y construcción, y de máximo 15 trabajadores en el sector manufacturero. Igualmente, la unidad de muestreo son las viviendas en donde habitan propietarios de micronegocio familiar por vivienda, de acuerdo con la ENOE 2014 (INEGI, 2013).

3.3.2. Tamaño de la muestra

Los esquemas de muestreo que utilizó el INEGI para obtener los datos de la encuesta del ENAMIN, analizados en este estudio, son:

- Muestreo probabilístico.
- Estratificado
- Muestreo por conglomerados.

En las viviendas que tuvieron más de una persona objeto de estudio se aplicó submuestreo, es decir, se seleccionó solo una persona con igual probabilidad; por lo tanto, la probabilidad de seleccionar la k-ésima persona, en la j-ésima vivienda, en la i-ésima UPM, en el h-ésimo estrato, en la e-ésima entidad es: $P_{ehijk} = P_{ehij}^{ENOE} \frac{1}{m}$ y su factor de expansión es:

$$F_{ehijk} = F_{ehij}^{ENOE} \cdot m$$

Donde:

- P_{ehij}^{ENOE} = es la probabilidad de seleccionar la j-ésima vivienda, en la i-ésima UPM, en el h-ésimo estrato, en la e-ésima entidad, para la ENOE-2012.
- F_{ehijk} = es el factor de expansión de la k-ésima persona, de la j-ésima vivienda, de la i-ésima UPM, del h-ésimo estrato, de la e-ésima entidad.
- F_{ehij}^{ENOE} = es el factor de expansión de la j-ésima vivienda, de la i-ésima UPM, del h-ésimo estrato, de la e-ésima entidad.
- m = número de personas con micronegocio en las viviendas seleccionadas.

El marco muestral de 27 666 fue el resultado de la fórmula que el INEGI utilizó, y que compone la población que se pretende estudiar en esta investigación. Cabe señalar que se depuró esta base de datos y se tomaron en cuenta solo 24 975 encuestas contestadas. Así, se decidió agrupar por regiones para ver si existían diferencias significativas entre ellas.

A continuación, se muestra la distribución de la muestra de personas con un micronegocio, quienes cumplen con el criterio de la encuesta ENAMIN para el año 2012. Conviene recordar que este estudio enfatiza en la expectativa de continuidad de los micronegocios de México y analiza las estadísticas en cuatro regiones del país. En la Figura 5 se observa la división regional de México utilizada para el análisis, esta se designó con base en la división del INEGI (2016c) para la ENAPROCE de 2015:

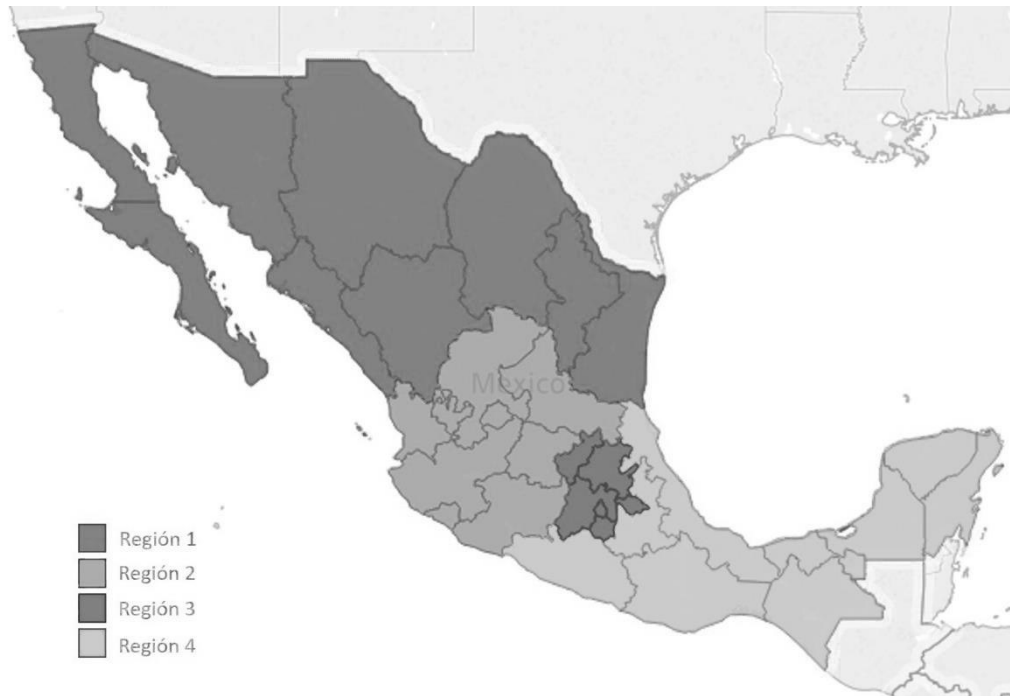
La región 1, conocida como norte: está conformada por los estados Baja California, Baja California Sur, Chihuahua, Coahuila, Durango, Sinaloa, Sonora, Nuevo León y Tamaulipas.

La región 2, conocida como centro-occidente: está integrada por los estados Aguascalientes, Colima, Guanajuato, Jalisco, Michoacán, Nayarit, San Luis Potosí y Zacatecas.

La región 3, conocida como centro: se conforma por la Ciudad de México, Hidalgo, Estado de México, Morelos, Querétaro y Tlaxcala.

La región 4, conocida como sur-sureste: contiene los estados Campeche, Chiapas, Guerrero, Oaxaca, Puebla, Quintana Roo, Tabasco, Veracruz y Yucatán.

Figura 5. Mapa de las cuatro regiones de México



Fuente: Elaboración propia.

El marco muestral contempla el total de viviendas con entrevista completa de la ENOE, con presencia de dueños de micronegocios familiares inscritos en las actividades económicas seleccionadas. En teoría, las muestras probabilísticas requieren de un marco muestral que integra un marco de referencia, este permite identificar físicamente los elementos de la población. Usualmente, se trata de un listado de los elementos de la población que será sujeta a estudio (Hernández-Sampieri et al., 2007).

Para esta investigación el marco muestral constituye una submuestra de la ENOE, y con base en las entrevistas en hogares se localizó y seleccionó a las unidades económicas (propietarios de micronegocios familiares) susceptibles de incorporarse a la muestra de la ENAMIN 2012.

La Tabla 8 señala la muestra utilizada por el INEGI para el levantamiento de la ENAMIN 2012.

Tabla 8. Muestra ENAMIN de año 2012

Cve.	Entidad	Más Urbanizado	Urbano Medio	Urbano Bajo	Rural	Total
01	Aguascalientes	422	75	72	103	672
02	Baja California	671	68	60	59	858
03	Baja California Sur	389	83	47	92	611
04	Campeche	576	58	164	149	947
05	Coahuila de Zaragoza	540	72	42	121	775
06	Colima	622	90	62	95	869
07	Chiapas	616	92	114	96	918
08	Chihuahua	352	58	43	49	502
09	Distrito Federal	787	9	9	25	830
10	Durango	634	25	118	86	863
11	Guanajuato	918	224	67	104	1 313
12	Guerrero	478	73	78	131	760
13	Hidalgo	431	93	61	173	758
14	Jalisco	716	94	86	83	979
15	México	686	158	205	96	1 145
16	Michoacán	576	82	98	130	886
17	Morelos	408	158	144	124	834
18	Nayarit	602	94	140	131	967
19	Nuevo León	694	68	49	88	899
20	Oaxaca	421	242	417	196	1 276
21	Puebla	613	180	179	114	1 086
22	Querétaro	408	38	65	64	575
23	Quintana Roo	528	78	58	115	779
24	San Luis Potosí	493	75	96	139	803
25	Sinaloa	723	55	80	131	989
26	Sonora	551	59	31	94	735
27	Tabasco	401	94	123	144	762
28	Tamaulipas	560	84	79	93	816
29	Tlaxcala	0	365	264	131	760
30	Veracruz	492	158	129	107	886
31	Yucatán	497	173	170	209	1 049
32	Zacatecas	493	72	94	105	764
	Nacional	17 298	3 347	3 444	3 577	27 666

Fuente: INEGI (2012a)

3.4. Métodos de análisis

De acuerdo con la literatura propuesta por Walsh (1987) y Hoetker (2007), para efectos de este estudio se decidió utilizar el modelo de elección discreta binaria (*logit*) como método de análisis estadístico de los datos obtenidos. El objetivo es cuantificar con esta herramienta los resultados de las variables explicativas sobre la probabilidad de que un microempresario mexicano continúe operando con su micronegocio familiar.

Dicho modelo permite obtener estimaciones de la probabilidad de un suceso, así como identificar los factores de riesgo que determinan aquellas probabilidades, y su influencia o peso relativo sobre ellas. Este procedimiento se utiliza cuando el número de alternativas son dos, y se delimitan como cualitativas y excluyentes entre sí. Con este medio también es posible calcular, para cada sector de la muestra total de los micronegocios, la probabilidad de pertenecer a una u otra de las categorías establecidas para la variable dependiente.

Si la probabilidad es alta, se concluye que el evento tiene elevadas posibilidades de ocurrir; en cambio, si hay valores reducidos de probabilidad, las posibilidades de ocurrencia son prácticamente nulas, pues el valor de corte es 0.50. Según Pérez (2005), para un vector $X = (X_1, X_2, \dots, X_n)$ de variables independientes o explicativas, la probabilidad de ocurrencia del evento se calcula mediante una probabilidad condicional, como lo indicaron Alvarado et al. (2018), con la siguiente expresión:

$$P(Y = 1 | X_1, X_2, \dots, X_k) = \frac{e^{\beta_0 + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \dots + \beta_k X_k}}{1 + e^{\beta_0 + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \dots + \beta_k X_k}} \quad (1)$$

Donde: β_0 es el término independiente. Las $\beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \dots + \beta_k X_k$ son la combinación lineal de variables independientes.

La ecuación (1) representa la probabilidad de ocurrencia del evento, dadas las características determinadas por las variables independientes (X_1, X_2, \dots, X_n) para cada microempresario, en el año de la muestra de micronegocios correspondiente al periodo de estudio. Esta ecuación se obtiene por medio de una expresión que involucra funciones exponenciales de base “e” (2.7182...), de manera que el denominador es siempre mayor que el numerador, por lo que resulta, en todos los casos, un valor siempre positivo y menor que la unidad.

En este sentido, la ecuación (1) se basa o puede replantearse en una función logística, la cual se desarrolla de la siguiente forma:

$$f(z) = \frac{1}{1 + e^{-z}} = \frac{1}{1 + \frac{1}{e^z}} = \frac{1}{1 + e^z} \quad (2)$$

A partir de la ecuación (2) los resultados se pueden acotar entre 0 y 1, pues:

$$\lim_{z \rightarrow -\infty} f(z) = 0, \quad \lim_{z \rightarrow \infty} f(z) = 1,$$

Por lo tanto, el modelo de regresión *logit* será de la forma:

$$Y_i = f(Z_i) + u_{i,1} = 1, \dots, n, \quad (3)$$

Donde $Z_i = \beta_1 + \beta_2 X_{2i} + \dots + \beta_k X_{ki}$, y dados los valores de las variables independientes x_2, \dots, x_k , las probabilidades de que la variable dependiente tome los valores 1 y 0 son:

$$Pr(Y = 1 | x_2, \dots, x_k) = E(Y_i | X = x) = \frac{e^{z_i}}{1 + e^{z_i}} \quad (4)$$

$$Pr(Y = 0 | x_2, \dots, x_k) = 1 - \frac{e^{z_i}}{1 + e^{z_i}} = \frac{1}{1 + e^{z_i}} \quad (5)$$

Finalmente, los efectos marginales del modelo se calculan a partir de (3), con lo cual se obtiene la derivada parcial de las variables, así:

$$\frac{\delta Y_i}{\delta X_{ji}} = \frac{e^{-z_i}}{(1 + e^{-z_i})^2} * \beta_j, \quad j = 1, \dots, k, \quad (6)$$

CAPÍTULO 4. ANÁLISIS DE RESULTADOS

En este capítulo se explican los estadísticos descriptivos, las frecuencias y las estimaciones obtenidas por el análisis de regresión logística binaria de los datos de los microempresarios entrevistados en la encuesta ENAMIN 2012 del INEGI. Como se mencionó en el capítulo previo, se realizó una regresión logística binaria de tipo *logit*, donde la variable dependiente es la expectativa del microempresario de continuar con el micronegocio al siguiente año del levantamiento de la encuesta, en este caso, si decide que continuará en el año 2013 con su micronegocio, puesto que el INEGI aplicó la ENAMIN en el año 2012.

Para el desarrollo del análisis de regresión de tipo *logit* de esta tesis se hizo uso de la ENAMIN que provee el INEGI, una encuesta que cuenta con 98 reactivos y cuestiona a los dueños de micronegocios respecto a distintas características del objeto de estudio de esta investigación, por ejemplo, la expectativa de continuidad del micronegocio por parte del microempresario. En ese sentido, se analiza la relación de dicho factor con los motivos de emprendimiento, y se desglosan los resultados de la regresión del modelo de elección discreta binaria por región, para así contrastar los resultados e identificar diferencias respecto a los motivos de emprendimiento y su relación con la expectativa de continuidad de un micronegocio, según la región donde este se encuentra.

Una vez identificada la base de datos proveída por el INEGI, se procedió a descargar sus distintas particiones. Posteriormente, para unir en una sola base de datos todos los microdatos obtenidos del levantamiento de la encuesta mencionada, se hizo un tratamiento de datos con el fin de unir las variables, mediante el uso de la función *varconcat* del software estadístico. Así fue posible la creación de una nueva variable, al utilizar la mayoría de las variables numéricas que se encontraban repetidas en las distintas particiones de la base de datos, para usar como referencia de identificación la variable creada.

Después de efectuar el mismo proceso en todas las particiones, se prosiguió a añadir las variables con la variable nueva como referente, para asegurar que en esta no se repitieran los valores y que se generara un número de identificación único. Cuando se completó la base de datos, se llevó a cabo la identificación de las variables objeto de estudio (tanto las dependientes como las independientes). De antemano se reconoció que la variable dependiente se transformaría en una variable dicotómica, si se tomaba el valor de 1 cuando el microempresario respondiera que sí a la expectativa de continuar con su negocio, y que cuando fuera contrario el valor de la variable dependiente, este sería igual a cero.

Al conocer que la variable dependiente es una variable dicotómica, y al identificar que la mejor manera de efectuar una regresión para este caso sería mediante una regresión discreta binaria, se optó por esta opción, como se ha comentado en el capítulo anterior.

Posteriormente, al reconocer las variables explicativas en la base de datos, se produjo una transformación de variables para que fuera más claro el proceso, de modo que las variables explicativas se convirtieran en variables *dummy*. Lo anterior quiere decir que tomaron el valor de uno cuando la respuesta fuera sí o 0 cuando no, con el fin de desarrollar de manera efectiva la regresión de elección discreta binaria.

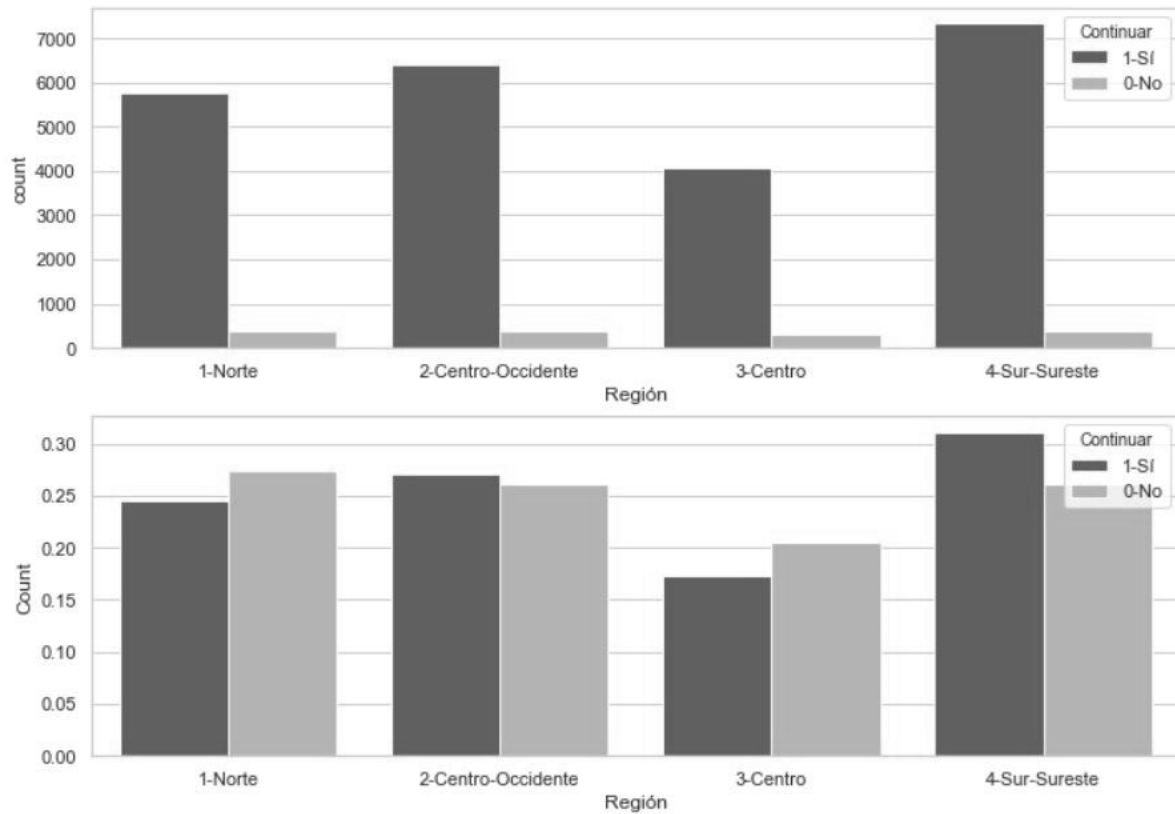
Como siguiente paso se procedió a limpiar la base de datos en la que se identifican las variables de interés y se eliminan las demás. Más adelante, se distinguieron los casos con *missing data* en cualquiera de las variables objeto de estudio, tanto independientes como dependientes, y una vez completado el ejercicio, fueron eliminados dichos casos. De acuerdo con Calafati (2017), a la eliminación completa de los registros o de los casos, cuando existen datos faltantes, se le llama *listwise deletion*, o *complete case analysis*; este es uno de los procedimientos más utilizados para el manejo de datos faltantes. Este hecho hizo que el modelo de regresión logística binaria fuera de mayor exactitud.

4.1. Estadística descriptiva del microempresario en México

En los datos descriptivos aquí mostrados se utilizó la información obtenida por el INEGI para la ENAMIN 2012, después de una eliminación de los casos en la que hubo datos faltantes (*missing data*), debido, por ejemplo, a que no se culminó el llenado de la encuesta. Como se expresó, se llevó a cabo un proceso llamado *complete case analysis*. Asimismo, para la presentación de esta estadística descriptiva no se tomó el factor de expansión del INEGI, solo se mostraron los casos de encuestas completadas.

En la siguiente figura se presentan los resultados descriptivos de los microempresarios por región, y se da a conocer si van a continuar o no con su negocio; allí también se observa que la región 4, referida a la región sur-sureste, fue donde se hicieron más encuestas y donde mayor porcentaje de microempresarios tienen expectativa de continuar con su micronegocio, con un 31.5 %, comparado con la región 3, referida a la región centro, con un 17.3%, el porcentaje más bajo de las cuatro regiones.

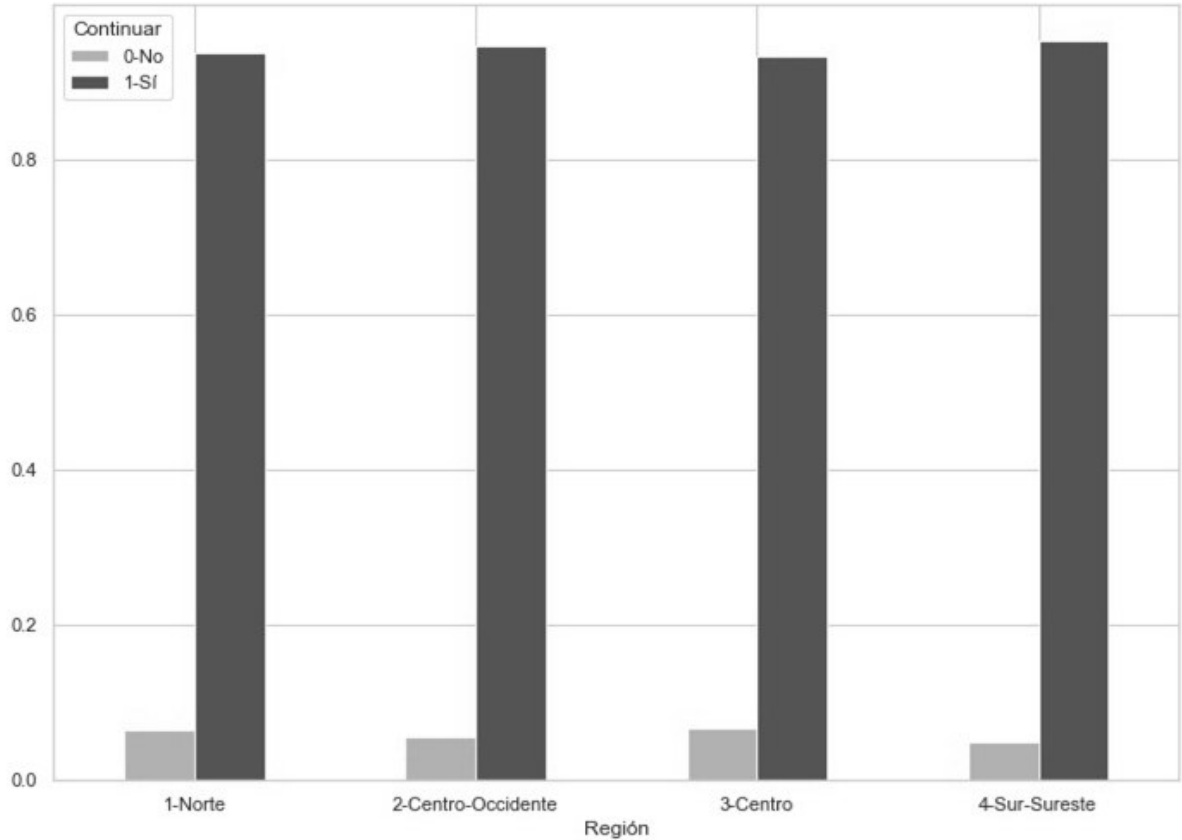
Figura 5. Expectativa de continuidad por regiones en México



Fuente: Elaboración propia.

En la Figura 6 se muestra el porcentaje normalizado por región sobre la expectativa de los microempresarios, donde se evidencia que en todas las regiones existe una expectativa positiva, con más del 93 % en las cuatro regiones.

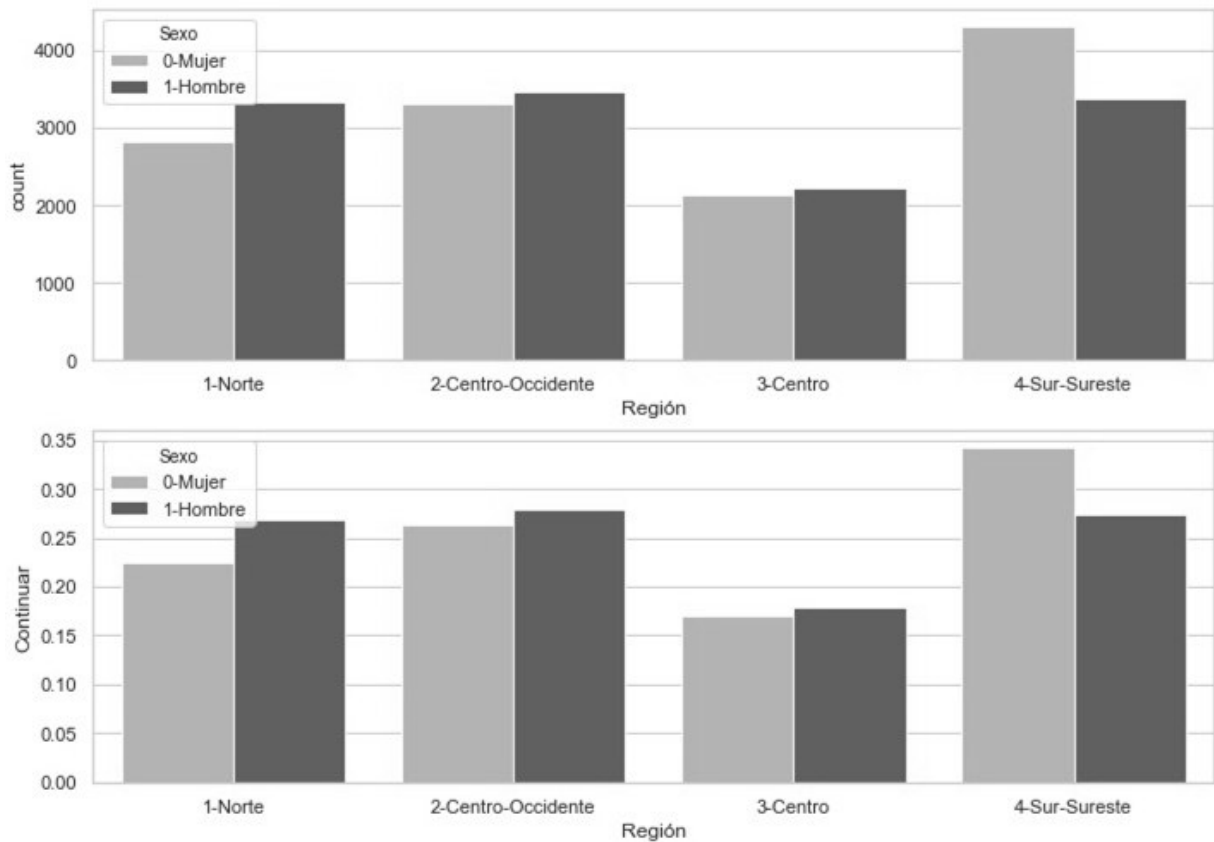
Figura 6. Porcentaje por región de expectativa de continuar o no



Fuente: Elaboración propia

En la Figura 7 se revelan gráficamente las cantidades y porcentajes de los micronegocios, según un análisis hecho por género (hombres y mujeres por región), donde se observa que en la región sur-sureste contestaron más mujeres microempresarias, en un 34.3 %, respecto al 27.3 % de los hombres para la misma región.

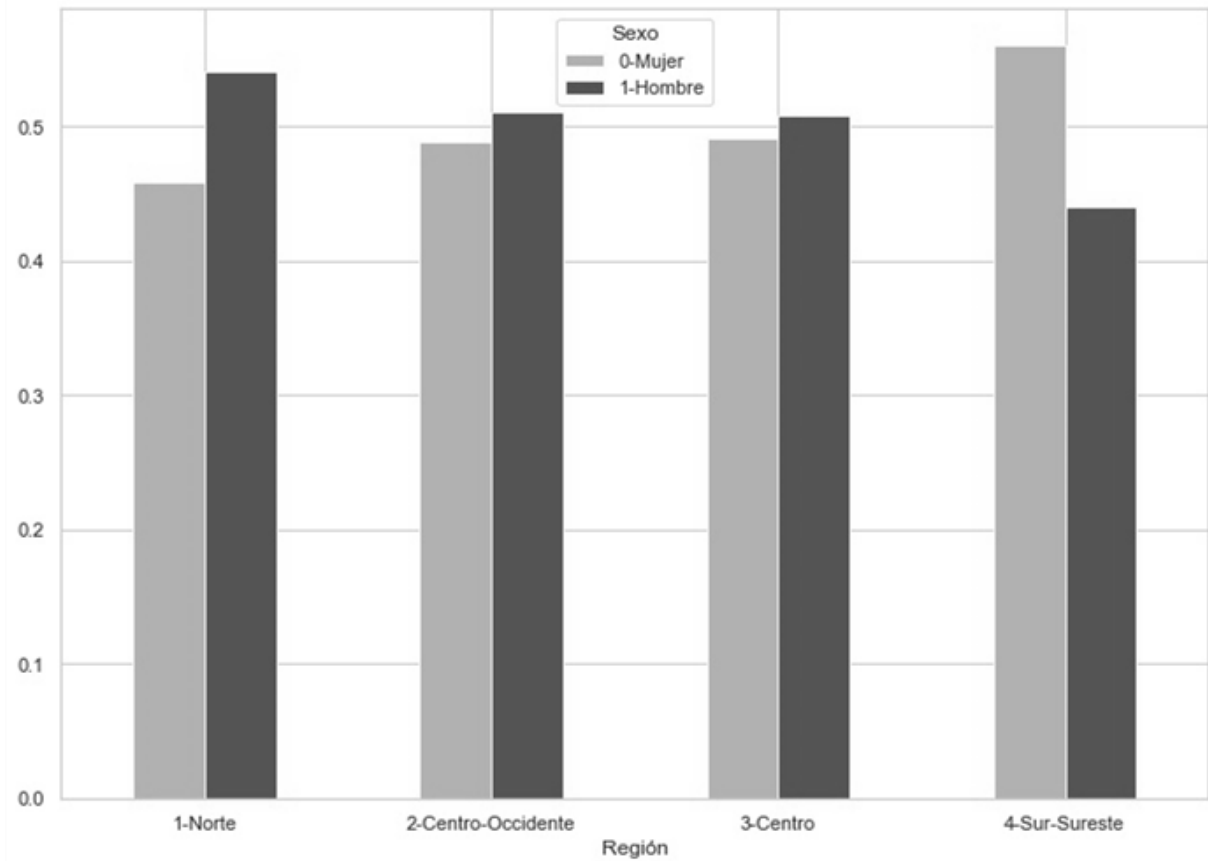
Figura 7. Cantidad y porcentaje de microempresarios, analizado por género



Fuente: Elaboración propia

En la siguiente Figura 8 se observa los datos normalizados por género para cada región. Donde se puede apreciar la mayor cantidad de hombres respondieron en la región 1 la cual es la región norte, con un 54.1% por otro lado, la región sur-sureste fue la que mayor porcentaje contestaron mujeres microempresarias con un 56% de esa región.

Figura 8. Porcentaje de respuestas por género para cada región



Fuente: Elaboración propia

Igualmente, la Tabla 9 muestra las frecuencias y los porcentajes de los dueños de micronegocios por género; la región en donde existe un mayor porcentaje de dueños de micronegocios de sexo femenino es la región 4, correspondiente a la región sur-sureste, con un 55.6 %, y la región con mayor cantidad de dueños hombres entrevistados para la ENAMIN es la región 1, conformada por la región norte, con un 55.8 %. En dicha tabla también se registran los motivos de emprendimiento dados por los dueños de los micronegocios, mostrados por región, quienes contestaron que sí tienen la expectativa de continuar con su micronegocio.

En cuanto al primer motivo de emprendimiento, por tradición familiar, la región 2 centro-occidente fue la que obtuvo más alto porcentaje, con un 30 %. Para las razones complementar el ingreso familiar y oportunidad de negocio, así como ejercer oficio o carrera, la región que más indicó dichos motivos fue la sur-sureste, con un 37.4 %, 32.6 % y 31.1 %, respectivamente. Por último, el motivo mejorar el ingreso tuvo el mayor porcentaje en la región 2 centro-occidente, con un 29.7 %.

Tabla 9. Recuento y porcentajes por región de microempresarios que sí tienen expectativa de continuar

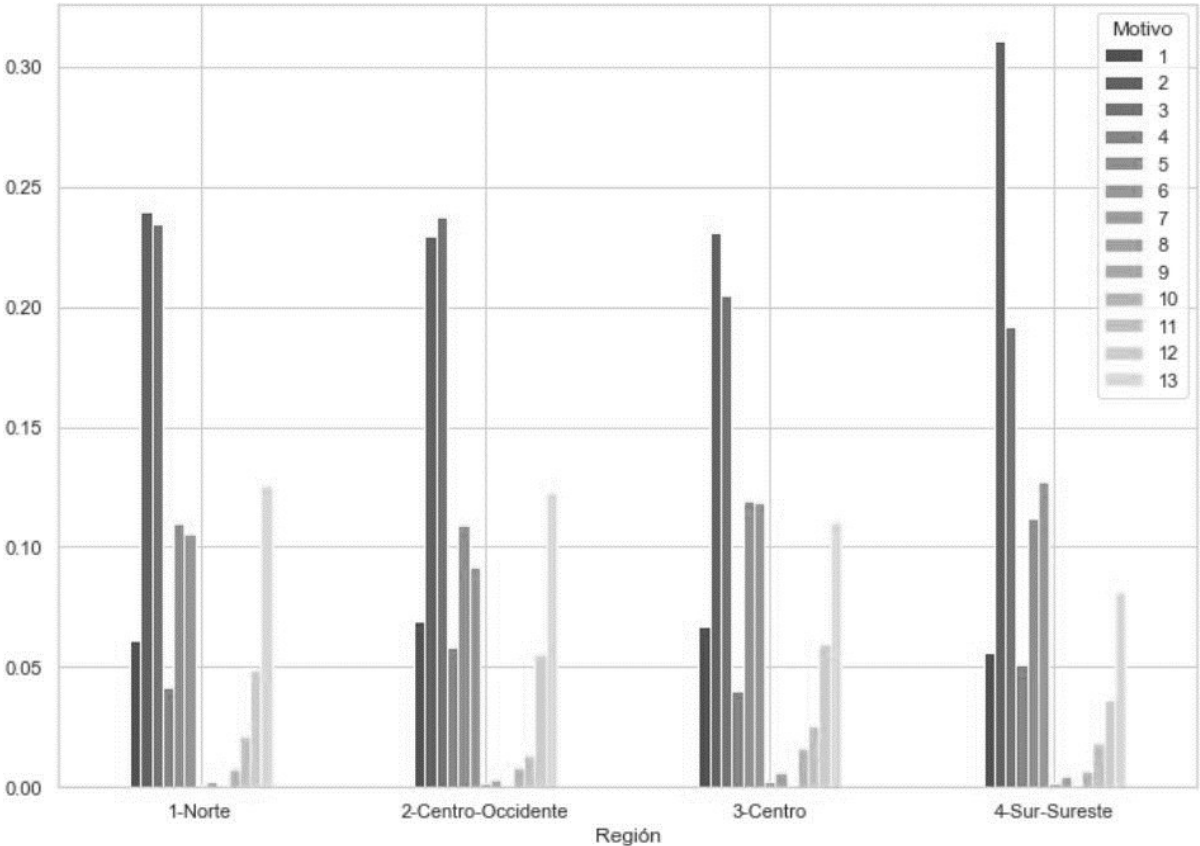
Datos para Continuar = 1-Sí		Región														
		1-Norte			2-Centro-Occidente			3-Centro			4-Sur-Sureste			Total		
		Recuento	% del N total de columna	% del N de fila	Recuento	% del N total de columna	% del N de fila	Recuento	% del N total de columna	% del N de fila	Recuento	% del N total de columna	% del N de fila	Recuento	% del N total de columna	
Sexo	0-Mujer	2643	45.8%	22.3%	3122	48.9%	26.3%	1991	49.0%	16.8%	4098	56.0%	34.6%	11854	50.3%	
	1-Hombre	3131	54.2%	26.8%	3267	51.1%	27.9%	2073	51.0%	17.7%	3225	44.0%	27.6%	11696	49.7%	
Motivo	1-Tradición Familiar	364	6.3%	23.9%	456	7.1%	30.0%	280	6.9%	18.4%	420	5.7%	27.6%	1520	6.5%	
	2-Complementar Ingreso	1387	24.0%	22.9%	1464	22.9%	24.2%	938	23.1%	15.5%	2268	31.0%	37.4%	6057	25.7%	
	3-Mejorar ingreso	1354	23.4%	26.4%	1524	23.9%	29.7%	832	20.5%	16.2%	1413	19.3%	27.6%	5123	21.8%	
	4-Oportunidad de negocio	245	4.2%	21.0%	377	5.9%	32.4%	162	4.0%	13.9%	380	5.2%	32.6%	1164	4.9%	
	5-Ejercer oficio o carrera	646	11.2%	24.3%	697	10.9%	26.2%	487	12.0%	18.3%	827	11.3%	31.1%	2657	11.3%	
	6-Única opción de ingreso	598	10.4%	23.3%	580	9.1%	22.6%	472	11.6%	18.4%	915	12.5%	35.7%	2565	10.9%	
	7-No Experiencia	7	.1%	17.1%	11	.2%	26.8%	9	.2%	22.0%	14	.2%	34.1%	41	.2%	
	8-No escolaridad	14	.2%	15.6%	20	.3%	22.2%	22	.5%	24.4%	34	.5%	37.8%	90	.4%	
	9-Sobre capacitado	5	.1%	35.7%	5	.1%	35.7%	0	0.0%	0.0%	4	.1%	28.6%	14	.1%	
	10-Empleo mal pagado	43	.7%	19.5%	56	.9%	25.5%	70	1.7%	31.8%	51	.7%	23.2%	220	.9%	
	11-Horario flexible	123	2.1%	27.5%	86	1.3%	19.2%	103	2.5%	23.0%	136	1.9%	30.4%	448	1.9%	
	12-No empleo	271	4.7%	24.5%	332	5.2%	30.0%	238	5.9%	21.5%	266	3.6%	24.0%	1107	4.7%	
	13-Otro	717	12.4%	28.2%	781	12.2%	30.7%	451	11.1%	17.7%	595	8.1%	23.4%	2544	10.8%	
Sector	Manufactura	724	12.5%	20.0%	867	13.6%	24.0%	604	14.9%	16.7%	1422	19.4%	39.3%	3617	15.4%	
	Comercio	2124	36.8%	23.1%	2586	40.5%	28.1%	1705	42.0%	18.5%	2784	38.0%	30.3%	9199	39.1%	
	Construcción	531	9.2%	32.6%	396	6.2%	24.3%	266	6.5%	16.3%	437	6.0%	26.8%	1630	6.9%	
	Servicios	2395	41.5%	26.3%	2540	39.8%	27.9%	1489	36.6%	16.4%	2680	36.6%	29.4%	9104	38.7%	

Fuente: Elaboración propia a partir de datos del INEGI (2012b)

Las siguientes respuestas: fue la única manera que tuvo para obtener un ingreso, no tener experiencia y no tenía la escolaridad requerida para un empleo, fueron contestadas en mayor porcentaje por la región sur-sureste, con un 35.7 %, 34.1 % y 37.8 %, respectivamente. De otro lado, quienes más encontraron empleos que estaban mal pagados fueron los entrevistados de la región centro, y quienes más requerían un horario flexible se encontraban en la región 4 sur-sureste, con un 30.4 %.

Adicionalmente, es posible analizar los motivos al normalizarlos por región, de esa manera se obtuvo lo reflejado en la Figura 9, donde se observó que para las regiones 1 norte, 3 centro-occidente y 4 sur-sureste, el motivo con mayor porcentaje es el 2 o complementar ingreso, y para la región 2 centro, el de más alto porcentaje es mejorar ingreso.

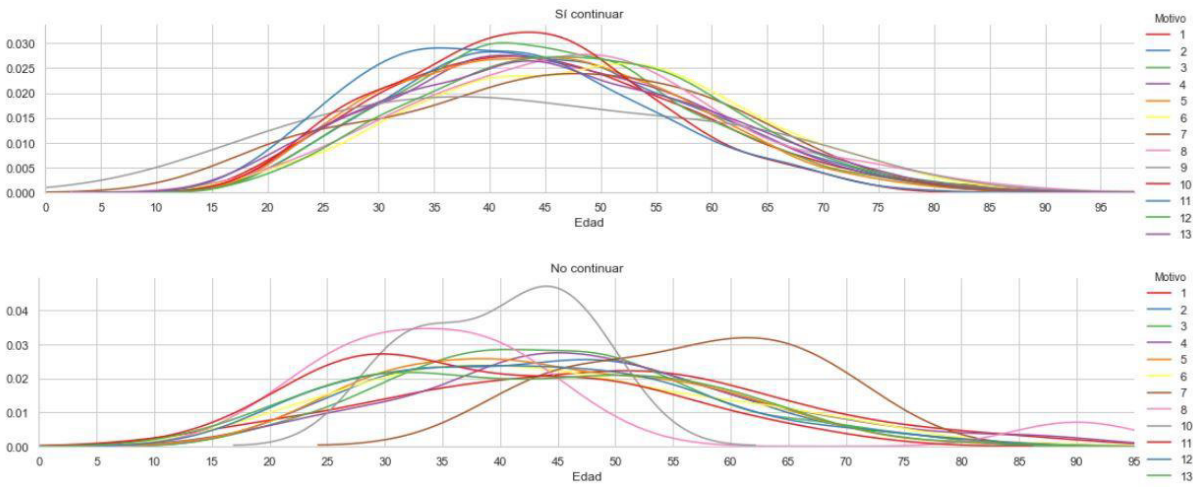
Figura 9. Motivos por región



Fuente: Elaboración propia (2012b)

En la Figura 10 se analizaron los motivos elegidos por los microempresarios que deciden continuar y no continuar con su emprendimiento, desde la perspectiva de su edad.

Figura 10. Edades por motivo



Fuente: Elaboración propia

Ahora bien, en la Tabla 10 aparecen las medias de edad según cada motivo, con un corte para diferenciar si deciden continuar o no. En este caso se observa que la media para el motivo de horario flexible es la menor de todas, a la vez, la media mayor se observa en el motivo 6: única manera de ingreso.

Tabla 10. Media de edades por motivo

		<i>Continuar</i>		<i>Total</i>
		<i>0-No</i>	<i>1-Sí</i>	
		<i>Edad</i>	<i>Edad</i>	
		<i>Media</i>	<i>Media</i>	
Motivo	1	47.816	44.777	44.872
	2	44.490	45.641	45.576
	3	44.386	45.199	45.155
	4	48.182	45.367	45.494
	5	43.978	44.626	44.594
	6	43.936	48.640	48.297
	7	56.667	45.268	46.045
	8	39.100	47.767	46.900
	9	-	42.929	42.929
	10	40.000	42.773	42.675
	11	38.815	41.297	41.156
	12	42.606	47.548	47.124
	13	42.637	45.422	45.250

Fuente: Elaboración propia, a partir de (INEGI, 2012b)

4.2. Análisis estadístico de regresión logística binaria

El análisis estadístico de esta investigación se realizó con software estadístico. De tal modo se pudieron obtener los resultados descriptivos de las variables objeto de estudio, así como los coeficientes de las variables independientes que fueron significativos, con un *p-value* menor o igual a 0.05. A su vez, se obtuvieron los *odds ratio*, entendidos como un cociente entre probabilidades que permite ver la medida de asociación entre dos variables.

Los *odds ratio* pueden oscilar entre 0 e infinito. Cuando el *odds ratio* es igual a 1, indica una ausencia de asociación entre las variables estudiadas; si indica un valor menor que 1, demuestra una asociación negativa entre las variables; y cuando existe un *odds ratio* mayor a 1, indica una asociación positiva entre las variables estudiadas. Así, entre más cerca este el *odds ratio* del 1, más fuerte será la asociación. Conviene añadir que

los coeficientes miden la variación en *logit* estimado, para una variación unitaria de la variable explicativa o de la variable independiente dada.

Primero, como se mencionó, es necesario determinar si la variable dependiente es dicotómica; donde 1 indica si el microempresario planea continuar con el micronegocio, o no = 0. Mientras que las variables independientes corresponden a aquellos factores que son motivos influyentes para mantener la operación del micronegocio, tales como la edad del microempresario en años [*EDAD*], el género [*SEXO*: 1 = Hombre, 0 = no], y el grado de escolaridad [*ESC_TOT*= Grado de escolaridad promedio en años].

Dentro de los motivos relacionados con tradición familiar [*TRAD_FAM*: 1 = Si el micronegocio que tiene es por tradición familiar, o no = 0] están el complemento del ingreso [*COMP_ING*: 1 = Si el micronegocio que tiene es para complementar el ingreso familiar, o no = 0]; la mejora del ingreso [*MEJOR_ING*: 1= Si el micronegocio es para mejorar el ingreso familiar, o no = 0]; si tenía dinero y encontró una oportunidad de negocios [*OPOR*: 1= Se encontró una buena oportunidad de negocio por eso se decide emprender el micronegocio, o no = 0]; ejercer profesión [*EJERCER*: 1= Si el micronegocio se emprende para ejercer su oficio o carrera, o no = 0]; fue una única manera [*UNICAM*: 1 = Si al emprender este micronegocio fue la única manera que tuvo para obtener un ingreso, o no = 0]; la experiencia [*NOEXP*: 1 al no tener experiencia requerida para un empleo decide emprender el micronegocio, o no = 0]; no tenía la escolaridad requerida para un empleo [*NO_ESC*: 1 = Al no contar con estudios decide emprender un micronegocio, o no = 0]; y el alto nivel de escolaridad [*SOBRECAP*: 1 = Por estar sobrecapacitado para un empleo no le dieron el trabajo y decide emprender el micronegocio, o no = 0].

También se encuentran los empleos mal pagados [*MALPAGA*: 1 = Si los empleos que encontró estaban mal pagados, o no = 0]; los horarios flexibles [*HOR_FLEX*: 1 = Por requerir un horario flexible emprende el micronegocio, o no = 0]; no había oportunidad de empleo [*NO_OPOR*: 1 = Al no haber oportunidad de empleo decide emprender el

micronegocio, o no = 0]; el sector manufactura [MANUF: 1 = Por pertenecer al sector industrial de manufactura, o no = 0]; el sector comercio [COMER: 1 = Por pertenecer al sector industrial de comercio, o no = 0]; el sector construcción [CONSTR: 1 = Por pertenecer al sector industrial de la construcción, o no = 0]; y el sector servicios [SERV: 1 = Por pertenecer al sector industrial de prestación de servicios, o no = 0].

4.2.1. Estimaciones de la región norte

Los resultados para la región 1 - Norte (Baja California; Baja California Sur; Chihuahua; Coahuila; Durango; Sinaloa; Sonora; Nuevo León y Tamaulipas) son:

Coeficientes

La variable EDAD se muestra significativa en la región norte con un p-value de 0.0 y con un coeficiente de .016, lo cual indica una relación positiva con la variable continuar. Entretanto, la variable TRAD_FAM tuvo un *p-value* de 0.033 y un coeficiente de 0.638, por lo que se da una relación positiva; además, la variable CONSTR, referente al sector comercio, surge con un p-value igual a .007 y un coeficiente igual a 0.660, y así revela una relación positiva, al igual que las variables anteriores.

Tabla 11. Coeficientes región 1 - norte

CONTINUAR	Coef.	R. St.Err.	z	p-value	[95% Conf	Interval]	Sig
SEXO	-0.072	0.119	-0.60	0.547	-0.304	0.161	
EDAD	0.016	0.005	3.49	0.000	0.007	0.025	***
ESC_TOT	0.005	0.016	0.35	0.725	-0.025	0.036	
TRAD_FAM	0.638	0.300	2.13	0.033	0.050	1.226	**
COMP_ING	0.184	0.178	1.03	0.301	-0.165	0.532	
MEJOR_ING	0.109	0.175	0.63	0.532	-0.234	0.453	
OPOR	0.497	0.329	1.51	0.130	-0.147	1.141	
EJERCER	0.446	0.234	1.91	0.057	-0.012	0.905	*
UNICAM	-0.152	0.200	-0.76	0.448	-0.544	0.240	
NO_ESC	0.045	1.026	0.04	0.965	-1.966	2.056	
MALPAGA	-0.124	0.544	-0.23	0.820	-1.189	0.942	
HOR_FLEX	0.406	0.412	0.98	0.325	-0.402	1.213	
NO_OPOR	-0.316	0.242	-1.31	0.190	-0.790	0.157	
MANUF	0.240	0.179	1.34	0.181	-0.111	0.591	
COMER	-0.046	0.120	-0.38	0.703	-0.282	0.190	
CONSTR	0.660	0.244	2.70	0.007	0.181	1.138	***
Constant	1.781	0.335	5.32	0.000	1.124	2.438	
Mean dependent var		0.937	SD dependent var		0.243		
Pseudo r-squared		0.015	Number of obs		6164.000		
Chi-square		41.359	Prob > chi2		0.000		
Akaike crit. (AIC)		2898.257	Bayesian crit. (BIC)		3012.607		

*** $p < 0.01$, ** $p < 0.05$, * $p < 0.1$

Fuente: Elaboración propia

Odds ratio

En la siguiente tabla se muestran los *odds ratio*, allí se aprecia la variable edad, pero ahora en términos de *odds ratio*, lo cual permite concluir la existencia de una relación positiva; lo anterior significa que por cada incremento de unidad de la variable EDAD, aumenta la probabilidad de continuar en 1.016 veces. Sumado a ello, aparecen las variables TRAD_FAM, con un *odds ratio* de 1.893, y la variable CONSTR con un *odds ratio* de 1.934. Estas fueron las únicas variables significativas en la región 1.

Tabla 12. Odds ratio de región 1 - norte

<i>CONTINUAR</i>	<i>Odds ratio</i>	<i>R. St.Err.</i>	<i>z</i>	<i>p-value</i>	<i>[95% Conf</i>	<i>Interval]</i>	<i>Sig</i>
SEXO	0.931	0.110	-0.60	0.547	0.738	1.175	
EDAD	1.016	0.005	3.49	0.000	1.007	1.025	***
ESC_TOT	1.005	0.016	0.35	0.725	0.975	1.037	
TRAD_FAM	1.893	0.568	2.13	0.033	1.051	3.409	**
COMP_ING	1.202	0.214	1.03	0.301	0.848	1.703	
MEJOR_ING	1.116	0.195	0.63	0.532	0.791	1.573	
OPOR	1.644	0.540	1.51	0.130	0.863	3.130	
EJERCER	1.562	0.366	1.91	0.057	0.988	2.472	*
UNICAM	0.859	0.172	-0.76	0.448	0.580	1.271	
NO_ESC	1.046	1.074	0.04	0.965	0.140	7.817	
MALPAGA	0.884	0.480	-0.23	0.820	0.305	2.565	
HOR_FLEX	1.501	0.618	0.98	0.325	0.669	3.365	
NO_OPOR	0.729	0.176	-1.31	0.190	0.454	1.170	
MANUF	1.271	0.228	1.34	0.181	0.895	1.806	
COMER	0.955	0.115	-0.38	0.703	0.754	1.209	
CONSTR	1.934	0.472	2.70	0.007	1.199	3.122	***
Constant	5.937	1.989	5.32	0.000	3.079	11.449	
Mean dependent var		0.937	SD dependent var		0.243		
Pseudo r-squared		0.015	Number of obs		6164.000		
Chi-square		41.359	Prob > chi2		0.0005		
Akaike crit. (AIC)		2898.257	Bayesian crit. (BIC)		3012.607		

*** $p < 0.01$, ** $p < 0.05$, * $p < 0.1$

Fuente: Elaboración propia

Efectos marginales

Los efectos marginales evidencian el incremento en la probabilidad de la variable continuar, cuando la variable X, en este caso EDAD, cambia en una unidad, mientras el resto de las variables independientes se mantienen iguales. Este cambio se da en Y=CONTINUAR de .001; adicionalmente, la variable TRAD_FAM muestra un efecto marginal de 0.028, la variable EJERCER un efecto marginal de 0.022 y la variable CONSTR un efecto marginal de 0.030.

Tabla 13. Efectos marginales de región 1 - norte

Marginal effects after logistic

$$y = \text{Pr}(\text{CONTINUAR}) (\text{predict})$$

$$= .93990201$$

<i>Variable</i>	<i>dy/dx</i>	<i>Std.Err.</i>	<i>z</i>	<i>P>z</i>	<i>[95% C.I.]</i>		<i>X</i>
SEXO*	-0.004	0.007	-0.600	0.545	-0.017	0.009	0.541
EDAD*	0.001	0.000	3.550	0.000	0.000	0.001	45.520
ESC_TOT	0.000	0.001	0.350	0.725	-0.001	0.002	9.794
TRAD_FAM*	0.028	0.010	2.770	0.006	0.008	0.048	0.061
COMP_ING*	0.010	0.009	1.080	0.281	-0.008	0.028	0.240
MEJOR_ING*	0.006	0.009	0.640	0.521	-0.012	0.024	0.235
OPOR*	0.023	0.012	1.880	0.060	-0.001	0.047	0.042
EJERCER*	0.022	0.010	2.240	0.025	0.003	0.041	0.110
UNICAM*	-0.009	0.013	-0.720	0.471	-0.034	0.016	0.106
NO_ESC*	0.003	0.056	0.040	0.964	-0.107	0.112	0.002
MALPAGA*	-0.007	0.034	-0.220	0.829	-0.074	0.060	0.008
HOR_FLEX*	0.019	0.016	1.180	0.238	-0.013	0.052	0.021
NO_OPOR*	-0.020	0.017	-1.160	0.245	-0.055	0.014	0.049
MANUF*	0.013	0.009	1.450	0.146	-0.004	0.029	0.124
COMER*	-0.003	0.007	-0.380	0.705	-0.016	0.011	0.370
CONSTR*	0.030	0.009	3.480	0.001	0.013	0.046	0.089

(*) dy/dx is for discrete change of dummy variable from 0 to 1

Fuente: Elaboración propia

4.2.2. Estimaciones de la región centro-occidente

Coeficientes

En la Tabla 14 se registran los coeficientes obtenidos a partir de la regresión, para la región centro-occidente: Aguascalientes, Colima, Guanajuato, Jalisco, Michoacán, Nayarit, San Luis Potosí y Zacatecas. En esta zona se encuentran las variables ESC_TOT y NO_OPOR con un p-value de 0.0, y con coeficientes de -0.041 y -0.798, respectivamente, de modo que tienen una relación negativa. A ello se añade que la variable TRAD_FAM muestra un p-value de 0.011, con un coeficiente de 0.896, con lo cual señala una relación positiva con la variable dependiente.

Tabla 14. Coeficientes región 2- centro-occidente

<i>CONTINUAR</i>	<i>Coef.</i>	<i>R. St.Err.</i>	<i>z</i>	<i>p-value</i>	<i>[95% Conf</i>	<i>Interval]</i>	<i>Sig</i>	
SEXO	0.051	0.124	0.41	0.683	-0.192	0.293		
EDAD	0.005	0.004	1.10	0.272	-0.004	0.013		
ESC_TOT	-0.041	0.014	-2.87	0.004	-0.069	-0.013	***	
TRAD_FAM	0.896	0.354	2.53	0.011	0.202	1.590	**	
COMP_ING	-0.121	0.194	-0.62	0.533	-0.502	0.259		
MEJOR_ING	0.053	0.189	0.28	0.778	-0.318	0.424		
OPOR	0.179	0.283	0.63	0.527	-0.376	0.734		
EJERCER	0.054	0.229	0.23	0.815	-0.396	0.503		
UNICAM	-0.307	0.222	-1.39	0.166	-0.743	0.128		
NOEXP	-0.507	1.041	-0.49	0.627	-2.548	1.535		
NO_ESC	-1.094	0.643	-1.70	0.089	-2.355	0.167	*	
HOR_FLEX	0.006	0.486	0.01	0.991	-0.948	0.959		
NO_OPOR	-0.798	0.226	-3.54	0.000	-1.240	-0.356	***	
MANUF	0.058	0.181	0.32	0.748	-0.297	0.414		
COMER	-0.075	0.125	-0.60	0.546	-0.319	0.169		
CONSTR	-0.353	0.218	-1.62	0.106	-0.781	0.075		
Constant	3.102	0.329	9.43	0.000	2.457	3.747	***	
Mean dependent var		0.945	SD dependent var		0.228			
Pseudo r-squared		0.017	Number of obs		6761.000			
Chi-square		46.426	Prob > chi2		0.0001			
Akaike crit. (AIC)		2865.863	Bayesian crit. (BIC)		2981.785			

*** $p < 0.01$, ** $p < 0.05$, * $p < 0.1$

Fuente: Elaboración propia

Odds ratio

El *odds ratio* de ESC_TOT refleja que disminuiría la probabilidad de continuar si hay menos años de estudio, debido a una disminución de 0.960 veces, y con la variable NO_OPOR se disminuye debido a 0.450 veces, al contrario de lo que ocurre con la variable TRAD_FAM, en la que se incrementa la probabilidad de continuar 2.449 veces.

Tabla 15. Odds ratio de región 2 - centro-occidente

<i>CONTINUAR</i>	<i>Odds ratio</i>	<i>R. St.Err.</i>	<i>z</i>	<i>p-value</i>	<i>[95% Conf</i>	<i>Interval]</i>	<i>Sig</i>
SEXO	1.052	0.130	0.41	0.683	0.826	1.340	
EDAD	1.005	0.004	1.10	0.272	0.996	1.013	
ESC_TOT	0.960	0.014	-2.87	0.004	0.933	0.987	***
TRAD_FAM	2.449	0.867	2.53	0.011	1.223	4.903	**
COMP_ING	0.886	0.172	-0.62	0.533	0.606	1.296	
MEJOR_ING	1.055	0.200	0.28	0.778	0.728	1.528	
OPOR	1.196	0.339	0.63	0.527	0.686	2.084	
EJERCER	1.055	0.242	0.23	0.815	0.673	1.654	
UNICAM	0.735	0.163	-1.39	0.166	0.476	1.136	
NOEXP	0.603	0.627	-0.49	0.627	0.078	4.639	
NO_ESC	0.335	0.215	-1.70	0.089	0.095	1.182	*
HOR_FLEX	1.006	0.489	0.01	0.991	0.388	2.608	
NO_OPOR	0.450	0.101	-3.54	0.000	0.289	0.700	***
MANUF	1.060	0.192	0.32	0.748	0.743	1.513	
COMER	0.928	0.116	-0.60	0.546	0.727	1.184	
CONSTR	0.703	0.153	-1.62	0.106	0.458	1.078	
Constant	22.241	7.319	9.43	0.000	11.669	42.392	
Mean dependent var		0.945	SD dependent var			0.228	
Pseudo r-squared		0.017	Number of obs			6761.000	
Chi-square		46.426	Prob > chi2			0.0001	
Akaike crit. (AIC)		2865.863	Bayesian crit. (BIC)			2981.785	

*** $p < 0.01$, ** $p < 0.05$, * $p < 0.1$

Fuente: Elaboración propia

Efectos marginales

El efecto marginal muestra la diferencia que presentaría la Y si se mantienen el resto de las variables dependientes iguales, y si se incrementa la TRAD_FAM por una unidad, también aumentaría la variable continuar .032 veces.

Tabla 16. Efectos marginales de región 2 - centro-occidente

Marginal effects after logistic
 $y = \text{Pr}(\text{CONTINUAR})$ (predict)
 $= .94819227$

<i>Variable</i>	<i>dy/dx</i>	<i>Std.Err.</i>	<i>z</i>	<i>P>z</i>	<i>[95% C.I.]</i>		<i>X</i>
SEXO*	0.002	0.006	0.410	0.683	-0.009	0.014	0.511
EDAD	0.000	0.000	1.100	0.271	-0.000	0.001	46.182
ESC_TOT	-0.002	0.001	-2.890	0.004	-0.003	-0.001	9.327
TRAD_FAM*	0.032	0.009	3.710	0.000	0.015	0.049	0.069
COMP_ING*	-0.006	0.010	-0.610	0.544	-0.026	0.014	0.230
MEJOR_ING*	0.003	0.009	0.290	0.775	-0.015	0.020	0.237
OPOR*	0.008	0.012	0.680	0.497	-0.015	0.032	0.058
EJERCER*	0.003	0.011	0.240	0.811	-0.019	0.024	0.109
UNICAM*	-0.017	0.014	-1.240	0.213	-0.044	0.010	0.092
NOEXP*	-0.031	0.079	-0.400	0.693	-0.187	0.124	0.002
NO_ESC*	-0.088	0.077	-1.140	0.253	-0.239	0.063	0.003
HOR_FLEX*	0.000	0.024	0.010	0.991	-0.046	0.047	0.013
NO_OPOR*	-0.054	0.020	-2.680	0.007	-0.094	-0.015	0.055
MANUF*	0.003	0.009	0.330	0.743	-0.014	0.020	0.135
COMER*	-0.004	0.006	-0.600	0.549	-0.016	0.008	0.405
CONSTR*	-0.020	0.014	-1.420	0.156	-0.048	0.008	0.063

(*) dy/dx is for discrete change of dummy variable from 0 to 1

Fuente: Elaboración propia

4.2.3. Estimaciones de la región centro

En la región centro, correspondiente a la Ciudad de México, Hidalgo, Estado de México, Morelos, Querétaro y Tlaxcala, no se aprecian variables significativas, según la Tabla 17.

Tabla 17. Coeficientes de región 3 - centro

<i>CONTINUAR</i>	<i>Coef.</i>	<i>R. St.Err.</i>	<i>z</i>	<i>p-value</i>	<i>[95% Conf</i>	<i>Interval]</i>	<i>Sig</i>
SEXO	0.040	0.137	0.29	0.772	-0.229	0.308	
EDAD	0.004	0.005	0.74	0.460	-0.006	0.013	
ESC_TOT	-0.029	0.016	-1.85	0.064	-0.060	0.002	*
TRAD_FAM	0.572	0.358	1.60	0.110	-0.129	1.273	
COMP_ING	-0.047	0.237	-0.20	0.843	-0.512	0.418	
MEJOR_ING	-0.129	0.231	-0.56	0.577	-0.581	0.324	
OPOR	-0.053	0.353	-0.15	0.880	-0.744	0.638	
EJERCER	-0.010	0.265	-0.04	0.971	-0.530	0.510	
UNICAM	-0.348	0.250	-1.39	0.164	-0.838	0.142	
NOEXP	-1.299	0.812	-1.60	0.109	-2.890	0.292	
NO_ESC	-0.811	0.647	-1.25	0.210	-2.078	0.457	
SOBRECAP	0.828	0.742	1.12	0.264	-0.626	2.282	
MALPAGA	0.058	0.438	0.13	0.894	-0.800	0.916	
HOR_FLEX	-0.361	0.291	-1.24	0.215	-0.931	0.209	
MANUF	-0.172	0.187	-0.92	0.356	-0.538	0.194	
COMER	-0.217	0.146	-1.49	0.137	-0.504	0.069	
CONSTR	0.527	0.350	1.50	0.132	-0.159	1.214	
Constant	2.922	0.376	7.76	0.000	2.184	3.660	
Mean dependent var		0.933	SD dependent var		0.250		
Pseudo r-squared		0.012	Number of obs		4355.000		
Chi-square		23.399	Prob > chi2		0.137		
Akaike crit. (AIC)		2147.337	Bayesian crit. (BIC)		2262.160		

*** $p < 0.01$, ** $p < 0.05$, * $p < 0.1$

Fuente: Elaboración propia

Odds ratio

En esta zona no se muestran variables significativas, de acuerdo con los datos de la Tabla 18.

Tabla 18. Odds ratio de región 3 - centro

<i>CONTINUAR</i>	<i>Odds ratio.</i>	<i>R. St.Err.</i>	<i>z</i>	<i>p-value</i>	<i>[95% Conf</i>	<i>Interval]</i>	<i>Sig</i>
SEXO	1.040	0.142	0.29	0.772	0.796	1.360	
EDAD	1.004	0.005	0.74	0.460	0.994	1.013	
ESC_TOT	0.971	0.015	-1.85	0.064	0.942	1.002	*
TRAD_FAM	1.771	0.634	1.60	0.110	0.879	3.571	
COMP_ING	0.954	0.227	-0.20	0.843	0.599	1.520	
MEJOR_ING	0.879	0.203	-0.56	0.577	0.559	1.382	
OPOR	0.948	0.334	-0.15	0.880	0.475	1.892	
EJERCER	0.990	0.263	-0.04	0.971	0.589	1.666	
UNICAM	0.706	0.177	-1.39	0.164	0.433	1.153	
NOEXP	0.273	0.221	-1.60	0.109	0.056	1.339	
NO_ESC	0.445	0.288	-1.25	0.210	0.125	1.579	
SOBRECAP	2.289	1.698	1.12	0.264	0.535	9.796	
MALPAGA	1.060	0.464	0.13	0.894	0.449	2.500	
HOR_FLEX	0.697	0.203	-1.24	0.215	0.394	1.233	
MANUF	0.842	0.157	-0.92	0.356	0.584	1.214	
COMER	0.805	0.118	-1.49	0.137	0.604	1.072	
CONSTR	1.695	0.594	1.50	0.132	0.853	3.368	
Constant	18.579	6.992	7.76	0.000	8.886	38.848	
Mean dependent var		0.933	SD dependent var		0.250		
Pseudo r-squared		0.012	Number of obs		4355.000		
Chi-square		23.399	Prob > chi2		0.137		
Akaike crit. (AIC)		2147.337	Bayesian crit. (BIC)		2262.160		

*** $p < 0.01$, ** $p < 0.05$, * $p < 0.1$

Fuente: Elaboración propia

Efectos marginales

La Tabla 19 permite observar los efectos marginales en la región centro. A diferencia de los coeficientes y los *odds ratio*, en este caso sí se ve una variable significativa: la TRAD_FAM; debido a ello, incrementaría la probabilidad de $Y=1$ 0.028 veces, cuando esta variable x cambie en una unidad.

Tabla 19. Efectos marginales de región 3 - centro

Marginal effects after logistic
 $y = \text{Pr}(\text{CONTINUAR})$ (predict)
 $= .93587559$

<i>Variable</i>	<i>dy/dx</i>	<i>Std.Err.</i>	<i>z</i>	<i>P>z</i>	<i>[95% C.I.]</i>		<i>X</i>
SEXO*	0.002	0.008	0.290	0.772	-0.014	0.018	0.508
EDAD	0.000	0.000	0.740	0.459	-0.000	0.001	45.737
ESC_TOT	-0.002	0.001	-1.860	0.063	-0.004	0.000	9.709
TRAD_FAM*	0.028	0.014	2.010	0.044	0.001	0.055	0.067
COMP_ING*	-0.003	0.015	-0.200	0.845	-0.031	0.026	0.231
MEJOR_ING*	-0.008	0.015	-0.540	0.590	-0.037	0.021	0.205
OPOR*	-0.003	0.022	-0.150	0.882	-0.047	0.040	0.040
EJERCER*	-0.001	0.016	-0.040	0.971	-0.032	0.031	0.119
UNICAM*	-0.023	0.019	-1.250	0.213	-0.060	0.013	0.118
NOEXP*	-0.136	0.130	-1.050	0.293	-0.390	0.118	0.003
NO_ESC*	-0.069	0.074	-0.930	0.352	-0.215	0.076	0.006
SOBRECAP*	0.035	0.021	1.650	0.099	-0.007	0.078	0.017
MALPAGA*	0.003	0.025	0.140	0.891	-0.046	0.052	0.025
HOR_FLEX*	-0.025	0.023	-1.090	0.276	-0.070	0.020	0.060
MANUF*	-0.011	0.012	-0.880	0.381	-0.035	0.014	0.149
COMER*	-0.013	0.009	-1.470	0.143	-0.031	0.004	0.423
CONSTR*	0.026	0.014	1.870	0.062	-0.001	0.053	0.063

(*) dy/dx is for discrete change of dummy variable from 0 to 1

Fuente: Elaboración propia

4.2.1. Estimaciones de la región sur-sureste

En la región sur-sureste, compuesta por Campeche, Chiapas, Guerrero, Oaxaca, Puebla, Quintana Roo, Tabasco, Veracruz y Yucatán, se muestra en la regresión *logit* que las variables EDAD, TRAD_FAM y CONSTR tienen p-values menores a 0.05, lo cual indica que son variables significativas, con coeficientes de 0.016, 0.638 y 0.660, respectivamente. Estos datos se han detallado en la Tabla 20.

Tabla 20. Coeficientes de región 4 - sur-sureste

<i>CONTINUAR</i>	<i>Coef.</i>	<i>R. St.Err.</i>	<i>z</i>	<i>p-value</i>	<i>[95% Conf</i>	<i>Interval]</i>	<i>Sig</i>
SEXO	-0.072	0.119	-0.60	0.547	-0.304	0.161	
EDAD	0.016	0.005	3.49	0.000	0.007	0.025	***
ESC_TOT	0.005	0.016	0.35	0.725	-0.025	0.036	
TRAD_FAM	0.638	0.300	2.13	0.033	0.050	1.226	**
COMP_ING	0.184	0.178	1.03	0.301	-0.165	0.532	
MEJOR_ING	0.109	0.175	0.63	0.532	-0.234	0.453	
OPOR	0.497	0.329	1.51	0.130	-0.147	1.141	
EJERCER	0.446	0.234	1.91	0.057	-0.012	0.905	*
UNICAM	-0.152	0.200	-0.76	0.448	-0.544	0.240	
NO_ESC	0.045	1.026	0.04	0.965	-1.966	2.056	
MALPAGA	-0.124	0.544	-0.23	0.820	-1.189	0.942	
HOR_FLEX	0.406	0.412	0.98	0.325	-0.402	1.213	
NO_OPOR	-0.316	0.242	-1.31	0.190	-0.790	0.157	
MANUF	0.240	0.179	1.34	0.181	-0.111	0.591	
COMER	-0.046	0.120	-0.38	0.703	-0.282	0.190	
CONSTR	0.660	0.244	2.70	0.007	0.181	1.138	***
Constant	1.781	0.335	5.32	0.000	1.124	2.438	
Mean dependent var		0.937	SD dependent var			0.243	
Pseudo r-squared		0.015	Number of obs			6164.000	
Chi-square		41.359	Prob > chi2			0.000	
Akaike crit. (AIC)		2898.257	Bayesian crit. (BIC)			3012.607	

*** $p < 0.01$, ** $p < 0.05$, * $p < 0.1$

Fuente: Elaboración propia

Odds ratio

Los *odds ratio* del modelo se encuentran en la Tabla 21, cabe destacar que para esta región las variables EDAD, TRAD_FAM y CONSTR revelaron *odds ratio* de 1.016, 1.893 y 1.934.

Tabla 21. Odds ratio de región 4 - sur-sureste

<i>CONTINUAR</i>	<i>Odds ratio</i>	<i>R. St.Err.</i>	<i>z</i>	<i>p-value</i>	<i>[95% Conf Interval]</i>	<i>Sig</i>	
SEXO	0.931	0.110	-0.60	0.547	0.738	1.175	
EDAD	1.016	0.005	3.49	0.000	1.007	1.025	***
ESC_TOT	1.005	0.016	0.35	0.725	0.975	1.037	
TRAD_FAM	1.893	0.568	2.13	0.033	1.051	3.409	**
COMP_ING	1.202	0.214	1.03	0.301	0.848	1.703	
MEJOR_ING	1.116	0.195	0.63	0.532	0.791	1.573	
OPOR	1.644	0.540	1.51	0.130	0.863	3.130	
EJERCER	1.562	0.366	1.91	0.057	0.988	2.472	*
UNICAM	0.859	0.172	-0.76	0.448	0.580	1.271	
NO_ESC	1.046	1.074	0.04	0.965	0.140	7.817	
MALPAGA	0.884	0.480	-0.23	0.820	0.305	2.565	
HOR_FLEX	1.501	0.618	0.98	0.325	0.669	3.365	
NO_OPOR	0.729	0.176	-1.31	0.190	0.454	1.170	
MANUF	1.271	0.228	1.34	0.181	0.895	1.806	
COMER	0.955	0.115	-0.38	0.703	0.754	1.209	
CONSTR	1.934	0.472	2.70	0.007	1.199	3.122	***
Constant	5.937	1.989	5.32	0.000	3.079	11.449	
Mean dependent var		0.937	SD dependent var			0.243	
Pseudo r-squared		0.015	Number of obs			6164.000	
Chi-square		41.359	Prob > chi2			0.000	
Akaike crit. (AIC)		2898.257	Bayesian crit. (BIC)			3012.607	

*** $p < 0.01$, ** $p < 0.05$, * $p < 0.1$

Fuente: Elaboración propia

Efectos marginales

De los efectos marginales de la región sur-sureste, descritos en la Tabla 22, se podría tomar como significativa la variable género, puesto que la EDAD incrementaría la probabilidad de la dependiente (si el resto se mantienen iguales) en un 0.001. Al mismo tiempo, la TRAD_FAM incrementaría 0.028 veces la probabilidad de continuar, mientras la variable EJERCER aumentaría .022 veces dicha posibilidad, y la variable CONSTR ampliaría la probabilidad 0.03 veces.

Tabla 22. Efectos marginales de región 4 - sur-sureste

Marginal effects after logistic
 $y = \text{Pr}(\text{CONTINUAR})$ (predict)
 $= .93990201$

variable	dy/dx	Std.Err.	z	P>z	[95% C.I.]	X
SEXO*	-0.004	0.007	-0.600	0.545	-0.017 0.009	0.541
EDAD	0.001	0.000	3.550	0.000	0.000 0.001	45.520
ESC_TOT	0.000	0.001	0.350	0.725	-0.001 0.002	9.794
TRAD_FAM*	0.028	0.010	2.770	0.006	0.008 0.048	0.061
COMP_ING*	0.010	0.009	1.080	0.281	-0.008 0.028	0.240
MEJOR_ING*	0.006	0.009	0.640	0.521	-0.012 0.024	0.235
OPOR*	0.023	0.012	1.880	0.060	-0.001 0.047	0.042
EJERCER*	0.022	0.010	2.240	0.025	0.003 0.041	0.110
UNICAM*	-0.009	0.013	-0.720	0.471	-0.034 0.016	0.106
NO_ESC*	0.003	0.056	0.040	0.964	-0.107 0.112	0.002
MALPAGA*	-0.007	0.034	-0.220	0.829	-0.074 0.060	0.008
HOR_FLEX*	0.019	0.016	1.180	0.238	-0.013 0.052	0.021
NO_OPOR*	-0.020	0.017	-1.160	0.245	-0.055 0.014	0.049
MANUF*	0.013	0.009	1.450	0.146	-0.004 0.029	0.124
COMER*	-0.003	0.007	-0.380	0.705	-0.016 0.011	0.370
CONSTR*	0.030	0.009	3.480	0.001	0.013 0.046	0.089

(*) dy/dx is for discrete change of dummy variable from 0 to 1

Fuente: Elaboración propia

Hallazgos relevantes

En la Tabla 23 se sintetizan todas las regresiones *logit* de las cuatro regiones estudiadas, en particular, se añadieron las que resultaron significativas, es decir, aquellas con un p-valor igual o menor a 0.05.

Tabla 23. Coeficientes significativos de regresión logit finales de las 4 regiones

Región	Estados	Coeficientes negativos	Coeficientes positivos
1. Norte	Baja California, Baja California Sur, Chihuahua, Coahuila, Durango, Sinaloa, Sonora, Nuevo León y Tamaulipas		EDAD (0.016) TRAD_FAM (0.638) EJERCER (0.446)
2. Centro-Occidente	Aguascalientes, Colima, Guanajuato, Jalisco, Michoacán, Nayarit, San Luis Potosí y Zacatecas	ESC_TOT (-0.041) NO_OPOR (-0.798) NO_ESC (-1.094)	TRAD_FAM (0.896)
3. Centro	Ciudad de México, Hidalgo, Estado de México, Morelos, Querétaro y Tlaxcala	ESC_TOT (-0.029)	
4. Sur-Sureste	Campeche, Chiapas, Guerrero, Oaxaca, Puebla, Quintana Roo, Tabasco, Veracruz y Yucatán		EDAD (0.016) TRAD_FAM (0.638) EJERCER (0.446) CONSTR (0.660)

Fuente: Elaboración propia.

4.4. Comprobación de hipótesis

En esta sección se resume la comprobación de las hipótesis específicas de la investigación realizada (ver Tabla 24), un proceso en el que fue necesario utilizar la regresión de elección discreta binaria (tipo *logit*). Se aceptaron, entonces, las hipótesis relacionadas con los motivos de inicio de micronegocio tradición familiar y ejercer oficio o carrera, estos fueron distintos para cada región: la tradición familiar fue significativa en la región 1 norte, región 2 centro-occidente y región 3 sur-sureste, y no en la región 3 centro. Por otra parte, la hipótesis relacionada con el motivo de iniciar el negocio para ejercer oficio o carrera fue significativa en las regiones 1 norte y 4 sur-sureste.

Tabla 24. Resultado de comprobación de hipótesis de la investigación

<i>Hipótesis</i>	<i>Declaración de las hipótesis</i>	<i>Resultado</i>
H1	El motivo de inicio de negocio de tradición familiar se relaciona de manera positiva con la probabilidad de expectativa de continuar con la operación del negocio	Aceptada
H2	El motivo de inicio de negocio de complementar el ingreso se relaciona de manera positiva con la probabilidad de expectativa de continuar con la operación del negocio	Rechazada
H3	El motivo de inicio de negocio de mejorar el ingreso se relaciona de manera positiva con la probabilidad de expectativa de continuar con la operación del negocio	Rechazada
H4	El motivo de inicio de negocio de oportunidad de negocio se relaciona de manera positiva con la probabilidad de expectativa de continuar con la operación del negocio	Rechazada
H5	El motivo de inicio de negocio de ejercer oficio o carrera se relaciona de manera positiva con la probabilidad de expectativa de continuar con la operación del negocio	Aceptada
H6	El motivo de inicio de negocio de única opción de ingresos se relaciona de manera positiva con la probabilidad de expectativa de continuar con la operación del negocio	Rechazada
H7	El motivo de inicio de negocio de no tener experiencia se relaciona de manera positiva con la probabilidad de expectativa de continuar con la operación del negocio	Rechazada
H8	El motivo de inicio de negocio de no tener escolaridad se relaciona de manera positiva con la probabilidad de expectativa de continuar con la operación del negocio	Rechazada
H9	El motivo de inicio de negocio de estar sobrecapacitado se relaciona de manera positiva con la probabilidad de expectativa de continuar con la operación del negocio	Rechazada
H10	El motivo de inicio de negocio de tener empleo mal pagado se relaciona de manera positiva con la probabilidad de expectativa de continuar con la operación del negocio	Rechazada
H11	El motivo de inicio de negocio de requería un horario flexible se relaciona de manera positiva con la probabilidad de expectativa de continuar con la operación del negocio	Rechazada
H12	El motivo de inicio de negocio de no encontrar empleo se relaciona de manera positiva con la probabilidad de expectativa de continuar con la operación del negocio	Rechazada

Fuente: Elaboración propia

CAPÍTULO 5. CONCLUSIONES

En el desarrollo de este capítulo se presenta la discusión de los resultados obtenidos en la investigación, así como las implicaciones teóricas y prácticas del desarrollo de este estudio, y las recomendaciones para concretar futuras líneas de investigación que podrían aportar a los micronegocios mexicanos, en las distintas regiones geográficas.

Durante el proceso de investigación se desarrollaron los objetivos metodológicos propuestos. Se analizaron los antecedentes de la continuidad de los micronegocios en México, al revisar antecedentes como los documentos de Peña et al. (2012), y se llevó a cabo la investigación de las teorías relacionadas con las variables independientes y la dependiente, y de los postulados de Alvarado et al. (2018). Igualmente, se mencionó la utilización de los datos recabados por el INEGI, y la muestra utilizada a nivel nacional, con base en los datos proporcionados por la ENAMIN 2012.

Luego se aplicó la metodología de análisis, a través de una regresión logística binaria (*logit*), con el propósito de explicar la relación que existe entre las variables independientes (motivos de emprendimiento) y la continuidad del micronegocio analizado por región. También se determinaron los resultados y estos fueron interpretados, a partir de lo arrojado por los paquetes estadísticos que se usaron para comprobar las hipótesis de este estudio.

Respecto a la variable edad, es posible concluir que tiene un impacto positivo en la región 1 norte, conformada por los estados Baja California, Baja California Sur, Chihuahua, Coahuila, Durango, Sinaloa, Sonora, Nuevo León y Tamaulipas. De igual forma, para la región 2 centro-occidente, comprendida por los estados Aguascalientes, Colima, Guanajuato, Jalisco, Michoacán, Nayarit, Querétaro y Zacatecas, la tradición familiar como motivo de inicio del micronegocio es una variable independiente que tiene una relación positiva con la variable dependiente de expectativa ante la continuidad del negocio.

Para la región 3 centro, se encontró que la variable de control de escolaridad tiene un efecto negativo con la variable dependiente de expectativa positiva de continuar, lo cual hace referencia a que entre mayor escolaridad, menor probabilidad de continuar con el micronegocio. Por último, se deduce que para la región 4, integrada por los estados de Campeche, Chiapas, Oaxaca, Quintana Roo, Tabasco, Veracruz y Yucatán, las variables de edad, el motivo tradición familiar, ejercer y el sector construcción tiene una relación positiva con la continuidad del micronegocio, mientras la variable única manera tiene una relación negativa en esta misma región.

5.1 Discusión de los resultados

El problema de la falta de continuidad en los micronegocios mexicanos, mencionado durante la investigación, partió del análisis de una propuesta de perspectiva regional en la que se difiere entre la expectativa de continuidad de operación del negocio y su relación con los motivos para emprender micronegocios en México, debido a la gran importancia que tiene este sector en la economía nacional.

Los resultados arrojaron datos relevantes de los cuales se pueden hacer inferencias, de acuerdo con las variables que resultaron estadísticamente significativas, para emitir conclusiones y dar respuesta a la pregunta de investigación planteada en el estudio, y a la vez, cumplir el objetivo general y los objetivos metodológicos.

Cabe destacar que existe una mayor participación por parte de las mujeres microempresarias en las regiones 2 y 4, es decir, las zonas del centro-occidente y sureste, respectivamente. La mayoría de los micronegocios estimados son dirigidos por mujeres. En un análisis por región, el sector servicios fue el de mayor porcentaje en la región 1 norte, con un 41.5 %, y el sector comercio fue el de mayor porcentaje para en las regiones 2, 3 y 4, con 40.5 %, 42% y 38% respectivamente.

Los microempresarios cuya expectativa no es continuar con su negocio en su mayoría fueron hombres, con un 51.5 %, y en la región 3 se evidenció la mayor participación de los hombres con expectativa negativa, con un 37.1%. La educación básica fue la de mayor incidencia a nivel nacional, para los microempresarios que sí piensan continuar, y fue en la región sur-sureste donde más se mencionó ese nivel educativo. En última instancia, el motivo principal que se menciona en la región norte, centro y sur-sureste es “para complementar el ingreso familiar”, y en la región centro-occidente el principal motivo fue “para mejorar el ingreso”.

Los resultados expuestos en el capítulo expresan que se cumplió con el objetivo de esta tesis: analizar y contrastar estadísticamente los motivos de emprendimiento y su relación con la expectativa de continuidad de los micronegocios en las regiones de México. Lo anterior con el fin de describir las diferencias o semejanzas significativas del tema de estudio, un objetivo cumplido durante el desarrollo de la investigación.

5.2 Implicaciones teóricas

En lo referente a la teoría, no se encontró en la literatura suficiente información respecto a la expectativa de continuidad de microempresarios, salvo lo mencionado por Alvarado et al. (2018), quien indicó que en la teoría se aborda mayoritariamente el tema de continuar con el micronegocio desde una perspectiva de herencia o cambio generacional. También se observó una línea teórica que impulsa la continuación con el negocio desde el punto de vista de continuar después de contingencias o por supervivencia, pero no a partir de la expectativa del microempresario; por ende, se busca aportar teóricamente a esta línea de investigación con los resultados aquí vertidos.

Conviene aclarar que el estudio realizado es de impacto nacional, debido a que en el análisis metodológico se utilizó información del INEGI sobre un levantamiento de encuesta hecho en todo el país. Asimismo, los motivos de emprendimiento, en especial la tradición familiar y el hecho de querer ejercer el oficio o carrera, fueron relacionados

en esta investigación con la variable dependiente, identificada como la expectativa de continuar con la operación del negocio.

5.3 Aportaciones prácticas

Las aportaciones prácticas de esta tesis pueden ser para el uso como insumo en una posterior investigación de la línea temática, o podrían ser relevantes para el planteamiento de políticas públicas en materia de facilidades para microempresarios, con el fin de mejorar la economía del país; con estas herramientas se pueden implementar campañas de difusión para el fomento de la creación de nuevos micronegocios, así como identificar los microempresarios exitosos, en pro de ayudarles a crear nuevos micronegocios, a partir del ya existente, y con el apoyo de familiares.

En ese orden de ideas, se fomentaría la creación de micronegocios a partir de la motivación de tradición familiar o herencia de negocio, dado que en esta investigación se identifica una relación positiva de dicho factor con la expectativa de continuar la operación de las unidades económicas, en diversas regiones del país.

5.4 Limitaciones de la investigación

En la presente investigación se contemplaron varias limitaciones durante su desarrollo, aunque estas no impidieron su elaboración. Una de las más relevantes es que la cobertura geográfica de la ENAMIN se da a nivel nacional, sin embargo, fue posible la exploración de este trabajo a nivel regional. Otra limitación de la investigación es la poca teoría existente respecto a la expectativa de continuar operando los micronegocios.

Por último, una limitación más fue que no se pudo utilizar el 100 % de la muestra de datos obtenida por el INEGI, pues había datos faltantes debido a que los

microempresarios seleccionados no respondieron la totalidad de la encuesta. Ante ello se aplicó una técnica de eliminación de dichos casos para mejorar los resultados.

5.5 Recomendaciones

Como recomendación para futuros estudios en esta línea de investigación se aconseja el uso de metodologías, por ejemplo, el balanceo de la variable dependiente a través de la técnica SMOTE (*Synthetic Minority Oversampling Technique*) o utilizar *Machine Learning*, para mejorar los resultados y facilitar el manejo y procesamiento de una gran cantidad de datos.

Sería importante analizar en el futuro la forma como inciden los estadísticos descriptivos, así como cada una de las variables independientes analizadas a través de regresión logística o GLM (*logit*) en cada uno de los estados de México, sin olvidar su densidad poblacional y su vocación productiva.

Además, dados los resultados obtenidos en esta investigación, se podrían realizar políticas públicas vinculadas con otorgar microcréditos para capital de trabajo, o brindar asesoría o consultoría a los microempresarios en las distintas etapas de la vida de la microempresa: desde cómo iniciar o emprender, hasta los factores clave para su crecimiento, con el objetivo de mejorar las transiciones en la generación de los negocios, impulsar la creación de este tipo de unidades de negocio esenciales para la economía del país, y fomentar su permanencia en operación, con expectativas de continuidad favorables.

5.5 Recomendaciones

Como recomendación para futuros estudios en esta línea de investigación se aconseja el uso de metodologías, por ejemplo, el balanceo de la variable dependiente a través de la técnica SMOTE (*Synthetic Minority Oversampling Technique*) o utilizar *Machine*

Learning, para mejorar los resultados y facilitar el manejo y procesamiento de una gran cantidad de datos.

Sería importante analizar en el futuro la forma como inciden los estadísticos descriptivos, así como cada una de las variables independientes analizadas a través de regresión logística o GLM (*logit*) en cada uno de los estados de México, sin olvidar su densidad poblacional y su vocación productiva.

Además, dados los resultados obtenidos en esta investigación, se podrían realizar políticas públicas vinculadas con otorgar microcréditos para capital de trabajo, o brindar asesoría o consultoría a los microempresarios en las distintas etapas de la vida de la microempresa: desde cómo iniciar o emprender, hasta los factores clave para su crecimiento, con el objetivo de mejorar las transiciones en la generación de los negocios, impulsar la creación de este tipo de unidades de negocio esenciales para la economía del país, y fomentar su permanencia en operación, con expectativas de continuidad favorables.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Aguilar Barceló, J. G., Ramirez Angulo, N., & Hernández Campos, C. (2011). LA ENTRADA AL MERCADO DE LAS MICROEMPRESAS INFORMALES EN MÉXICO Y LA RELACIÓN CON SU EXPECTATIVA DE VIDA. *Revista Internacional Administración & Finanzas*. <http://www.theibfr2.com/RePEc/ibf/riafin/riaf-v4n4-2011/RIAF-V4N4-2011-1.pdf>
- Ajzen, I. (1991). The theory of planned behavior. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 50(2), 179–211. [https://doi.org/10.1016/0749-5978\(91\)90020-T](https://doi.org/10.1016/0749-5978(91)90020-T)
- Ajzen, I., & Fishbein, M. (1980). *Understanding attitudes and predicting social behavior*. Prentice-Hall.
- Alonso Nuez, M. J., & Galve Górriz, C. (2011). El emprendedor y la empresa: Una revisión teórica de los determinantes a su constitución. *Acciones e Investigaciones Sociales*, 26, 5. https://doi.org/10.26754/ojs_ais/ais.200826332
- Alvarado, E., Ortiz, J., & Morales, D. (2018). Factores que influyen en el emprendimiento de un micronegocio familiar en México. *Revista de Economía del Rosario*, 21(1). <https://doi.org/10.12804/revistas.urosario.edu.co/economia/a.6816>
- Alvarado, E., Picazzo, E., & De-la-Garza, O. (2016). Factores determinantes para emprender un micronegocio en Nuevo León, México. *Vinculatégica*, 2(1), 199-.
- Álvarez, A., & Valencia, P. (2008). Un análisis de los factores sociodemográficos determinantes en la creación de empresas en el marco de la interculturalidad. *Revista de Economía Mundial*, 341–353.
- Arenius, P., & Minniti, M. (2005). Perceptual Variables and Nascent Entrepreneurship. *Small Business Economics*, 24(3), 233–247.

- Audretsch, D. B. (1995). Innovation, growth and survival. *International Journal of Industrial Organization*, 13(4), 441–457. [https://doi.org/10.1016/0167-7187\(95\)00499-8](https://doi.org/10.1016/0167-7187(95)00499-8)
- Audretsch, D. B., & Fritsch, M. (1994). The Geography of Firm Births in Germany. *Regional Studies*, 28(4), 359–365. <https://doi.org/10.1080/00343409412331348326>
- Banco Mundial. (2019). *SMALL AND MEDIUM ENTERPRISES (SMES) FINANCE*. <https://www.worldbank.org/en/topic/smefinance>
- Baron, R. A. (2000). Psychological Perspectives on Entrepreneurship: Cognitive and Social Factors in Entrepreneurs' Success. *Current Directions in Psychological Science*, 9(1), 15–18. <https://doi.org/10.1111/1467-8721.00050>
- Bergmann, H., & Sternberg, R. (2007). The Changing Face of Entrepreneurship in Germany. *Small Business Economics*, 28(2), 205–221. <https://doi.org/10.1007/s11187-006-9016-z>
- Bewayo, E. D. (1995). Uganda Entrepreneurs: Why Are They In Business. *Journal of Small Business Strategy*, 6(1), 67–78.
- Bhidé, A. (2000). *The origin and evolution of new businesses*. Oxford University Press.
- Bhide, M., Ramamritham, K., & Shenoy, P. (2001). *Maintaining Stock Portfolios Up-to-date on the Web* TITLE2: [Technical Report]. University of Massachusetts.
- Bird, B., & Brush, C. (2002). A Gendered Perspective on Organizational Creation. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 26, 41–65.
- Blanchflower, D. G. (2004). *Self-Employment: More may not be better* (Working Paper Núm. 10286; Working Paper Series). National Bureau of Economic Research. <https://doi.org/10.3386/w10286>
- Bönte, W., Falck, O., & Heblich, S. (2009). The Impact of Regional Age Structure on Entrepreneurship: ECONOMIC GEOGRAPHY. *Economic Geography*, 85(3), 269–287. <https://doi.org/10.1111/j.1944-8287.2009.01032.x>

- Bontis, N., Crossan, M. M., & Hulland, J. (2002). Managing An Organizational Learning System By Aligning Stocks and Flows. *Journal of Management Studies*, 39(4), 437–469. <https://doi.org/10.1111/1467-6486.t01-1-00299>
- Bosma, N., Hill, S., Ionescu-Somers, A., Kelley, D., Levie, J., & Tarnawa, A. (2020). *Global Entrepreneurship Monitor 2019/2020* (2020a ed.). GEMA. <https://www.gemconsortium.org/report/gem-2019-2020-global-report>
- Brüderl, J., & Preisendörfer, P. (1998). Network Support and the Success of Newly Founded Business. *Small Business Economics*, 10(3), 213–225. <https://doi.org/10.1023/A:1007997102930>
- Bueno, E. (1998). El capital intangible como clave estratégica en la competencia actual. *Boletín de estudios económicos*, 53(164), 207–229.
- Burgelman, R. A., & Grove, A. S. (2007). Let chaos reign, then rein in chaos—Repeatedly: Managing strategic dynamics for corporate longevity. *Strategic Management Journal*, 28(10), 965–979.
- Bygrave, W. D., & Hofer, C. W. (1992). Theorizing about Entrepreneurship: *Entrepreneurship Theory and Practice*. <https://doi.org/10.1177/104225879201600203>
- Calafati, R. (2017). *Estrategias para el tratamiento de datos faltantes (“missing data”) en estudios con datos longitudinales* [Maestría, Universitat Oberta de Catalunya]. <http://openaccess.uoc.edu/webapps/o2/bitstream/10609/64085/6/romancalafatiTFG0617memoria.pdf>
- Carree, M., van Stel, A., Thurik, R., & Wennekers, S. (2002). Economic development and business ownership: An analysis using data of 23 OECD countries in the period 1976-1996. *Small Business Economics*, 19(3), 271–290. <https://doi.org/10.1023/A:1019604426387>

- Carree, & Thurik. (2010). The Impact of Entrepreneurship on Economic Growth. En Z. J. Acs & D. B. Audretsch (Eds.), *Handbook of Entrepreneurship Research: An Interdisciplinary Survey and Introduction*. Springer New York.
<https://doi.org/10.1007/978-1-4419-1191-9>
- Casas, E. V., & Ibarra, L. E. (2013). *Análisis del impacto de crecimiento en las Pymes que se desarrollaron bajo un Esquema de incubación: Caso de estudio* (SSRN Scholarly Paper ID 2157058). Social Science Research Network.
<https://papers.ssrn.com/abstract=2157058>
- Collins, J. (2001). *Good to great: Why some companies make the leap and others don't*. Harper Business.
- Collins, J. C., & Porras, J. I. (1994). *Built to Last: Successful Habits of Visionary Companies*. HarperBusiness.
- Conde, C. (2003). Fuentes de financiamiento para la microempresa en México. *PORTES, revista mexicana de estudios sobre la Cuenca del Pacífico*, 3(5), 61–85.
- Cooper, A. C., & Cascón, F. J. G. (1990). *Entrepreneurs, Processes of Founding, and New Firm Performance*. Institute for Research in the Behavioral, Economic, and Management Sciences, Krannert Graduate School of Management, Purdue University. <https://books.google.com.mx/books?id=rdYRQwAACAAJ>
- Cromie, S., Callaghan, I., & Jansen, M. (1992). The Entrepreneurial Tendencies of Managers: A Research Note. *British Journal of Management*, 3(1), 1–5.
<https://doi.org/10.1111/j.1467-8551.1992.tb00031.x>
- Cuevas, E., Contreras, A., & González, A. (2005). MICRONEGOCIOS Y AUTOEMPLEO EN MÉXICO. UN ANÁLISIS EMPÍRICO CON DATOS DE LA ENCUESTA NACIONAL DE MICRONEGOCIOS. *Carta Económica Regional*, 0(94), Article 94.
<http://www.revistascientificas.udg.mx/index.php/CER/article/view/5612>

- Davidsson, P. (1995). Culture, structure and regional levels of entrepreneurship. *Entrepreneurship & Regional Development*, 7(1), 41–62.
<https://doi.org/10.1080/08985629500000003>
- De-Geus, A. (1997). *The Living Company: Growth Learning and Longevity in Business*. Harvard Business School Press.
- De-la-Cerda, J. (2009). *La estrategia de las latinas*. Editotial LID.
- Delmar, F., & Davidsson, P. (2000). Where do they come from? Prevalence and characteristics of nascent entrepreneurs. *Entrepreneurship & Regional Development*, 12(1), 1–23. <https://doi.org/10.1080/089856200283063>
- Devine, T. J., & Kiefer, N. M. (1993). The empirical status of job search theory. *Labour Economics*, 1(1), 3–24. [https://doi.org/10.1016/0927-5371\(93\)90003-Z](https://doi.org/10.1016/0927-5371(93)90003-Z)
- Djankov, S., McLiesh, C., & Ramalho, R. M. (2006). Regulation and growth. *Economics Letters*, 92(3), 395–401. <https://doi.org/10.1016/j.econlet.2006.03.021>
- Douglas, E., & Shepherd, D. (2002). Self-Employment as a Career Choice: Attitudes, Entrepreneurial Intentions, and Utility Maximization. *Entrepreneurial Theory & Practice*, 26.
- Dussel, E. (2004). Pequeña y mediana empresa en México: Condiciones relevancia en la economía y retos de la política. *Economía, UNAM*, 1(002), Article 002.
<http://ojs.unam.mx/index.php/ecu/article/view/2804>
- Dyer, A. R. (1986). The concept of character: Moral and therapeutic considerations. *British Journal of Medical Psychology*, 59(1), 35–41. <https://doi.org/10.1111/j.2044-8341.1986.tb02663.x>
- Eisenhauer, J. G. (1995). The Entrepreneurial Decision: Economic Theory and Empirical Evidence. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 19(4), 67–79.
<https://doi.org/10.1177/104225879501900405>

- Ekmekçioğlu, E. (2012). The impact of entrepreneurship on economic growth. *Celal Bayar University, 4th International Congress on Entrepreneurship*.
- Elston, J. A., & Audretsch, D. B. (2011). Financing the entrepreneurial decision: An empirical approach using experimental data on risk attitudes. *Small Business Economics, 36*(2), 209–222. <https://doi.org/10.1007/s11187-009-9210-x>
- Entrialgo, M., Fernández, E., & Vázquez, C. (1999). Las características del propietario/directivo de la Pyme como factores determinantes de su comportamiento emprendedor—ProQuest. *Boletín de Estudios Económicos, 54*(168), 405–422.
- Estay, C., Durrieu, F., & Akhter, M. (2013). Entrepreneurship: From motivation to start-up. *Journal of International Entrepreneurship, 11*(3), 243–267. <https://doi.org/10.1007/s10843-013-0109-x>
- Evans, D. S., & Jovanovic, B. (1989). An Estimated Model of Entrepreneurial Choice under Liquidity Constraints. *Journal of Political Economy, 97*(4), 808–827. JSTOR.
- Fitzsimmons, J., & Douglas, E. (2005). *Entrepreneurial Attitudes and Entrepreneurial Intentions: A Cross-Cultural Study of Potential Entrepreneurs in India, China, Thailand and Australia*. https://www.academia.edu/32367541/Entrepreneurial_Attitudes_and_Entrepreneurial_Intentions_A_Cross-Cultural_Study_of_Potential_Entrepreneurs_in_India_China_Thailand_and_Australia
- Fölster, S. (2000). Do Entrepreneurs Create Jobs? *Small Business Economics, 14*(2), 137–148. <https://doi.org/10.1023/A:1008141516160>
- Garcia, C., Martínez, A., & Fernández, R. (2010). Características del emprendedor influyentes en el proceso de creación empresarial y en el éxito esperado. *Revista Europea de Dirección y Economía de la Empresa, 19*(2), 31–47.

- Gartner, W. B. (1985). A Conceptual Framework for Describing the Phenomenon of New Venture Creation. *The Academy of Management Review*, 10(4), 696.
<https://doi.org/10.2307/258039>
- Gartner, W. B. (1989). "Who Is an Entrepreneur?" Is the Wrong Question. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 13(4), 47–68. <https://doi.org/10.1177/104225878901300406>
- Gelderen, M. van, Bosma, N., & Thurik, R. (2001). *Setting Up a Business in the Netherlands: Who Starts, Who Gives Up, Who is Still Trying*.
<https://pdfs.semanticscholar.org/bb60/f12f7cef15b4496bf356501ef4de877389ae.pdf>
- GEMA. (2018). *Global Entrepreneurship Monitor 2017/2018*. GEM Global Entrepreneurship Monitor. <https://www.gemconsortium.org/report/gem-2017-2018-global-report>
- Genescá, E., & Capelleras, J.-L. (2004). Un análisis comparativo de las características de las microempresas en España. *UCJC Business & Society Review (Universia Business Review)*, 2(2). <https://journals.ucjc.edu/ubr/article/view/491/617>
- Genescá Garrigosa, E. (1977). *Motivación y enriquecimiento del trabajo: Sus repercusiones sobre la productividad*. Editorial Hispano Europea.
- Georgellis, Y., & Wall, H. J. (2005). Gender differences in self-employment. *International Review of Applied Economics*, 19(3), 321–342.
<https://doi.org/10.1080/02692170500119854>
- Giannetti, M., & Simonov, A. (2004). *On the Determinants of Entrepreneurial Activity: Individual Characteristics, Economic Environment, and Social Norms* (SSRN Scholarly Paper ID 554511). Social Science Research Network.
<https://doi.org/10.2139/ssrn.554511>
- Gómez, L. (2007). The process and problems of business Start-Ups. *Pensamiento & gestión*, 22(1), 232–255.

- Gómez-Martínez, A., García-Pérez-de-Lema, D., & Hernández, S. (2009). Restricciones a la financiación de la PYME en México: Una aproximación empírica. *Análisis Económico*.
https://www.researchgate.net/publication/43071413_Restricciones_a_la_financiacion_de_la_PYME_en_Mexico_una_aproximacion_empirica
- Grebel, T., Pyka, A., & Hanusch, H. (2003). An Evolutionary Approach to the Theory of Entrepreneurship. *Industry & Innovation*, 10(4), 493–514.
<https://doi.org/10.1080/1366271032000163702>
- Hall, R. (1997). Long term survivors. *Journal of General Management*, 4(Summer), 1–15.
- Haltiwanger, J. C., Jarmin, R. S., & Miranda, J. (2010). *Who Creates Jobs? Small vs. Large vs. Young* (Working Paper Núm. 16300; Working Paper Series). National Bureau of Economic Research. <https://doi.org/10.3386/w16300>
- Harper, D. A. (2003). *Foundations of entrepreneurship and economic development*. Routledge.
- Hébert, R. F., & Link, A. N. (1989). In search of the meaning of entrepreneurship. *Small Business Economics*, 1(1), 39–49. <https://doi.org/10.1007/BF00389915>
- Hernández-Sampieri, R., Fernández-Collado, C., & Baptista-Lucio, P. (2007). *Metodología de la investigación*. McGraw-Hill.
- Hoetker, G. (2007). The use of logit and probit models in strategic management research: Critical issues. *Strategic Management Journal*, 28(4), 331–343.
<https://doi.org/10.1002/smj.582>
- Honig, B., & Davidsson, P. (2000). THE ROLE OF SOCIAL AND HUMAN CAPITAL AMONG NASCENT ENTREPRENEURS. *Academy of Management Proceedings*, 2000(1), B1–B6. <https://doi.org/10.5465/apbpp.2000.5438611>
- Hopenhayn, H. A. (1992). Entry, Exit, and firm Dynamics in Long Run Equilibrium. *Econometrica*, 60(5), 1127. <https://doi.org/10.2307/2951541>

- Hundley, G. (2000). Male/Female Earnings Differences in Self-Employment: The Effects of Marriage, Children, and the Household Division of Labor. *Industrial and Labor Relations Review*, 54(1), 95–114. JSTOR. <https://doi.org/10.2307/2696034>
- IFC. (2010). *Base de Datos de MSME del IFC*. Banco Mundial.
<https://www.smefinanceforum.org/data-sites/ifc-enterprise-finance-gap-0>
- INEGI. (2012a). *ENAMIN 2012*. <https://www.inegi.org.mx/programas/enamin/2012/>
- INEGI. (2012b). *Encuesta Nacional de Micronegocios (ENAMIN) 2012 / Microdatos*. INEGI.
<https://www.inegi.org.mx/programas/enamin/2012/default.html#Microdatos>
- INEGI. (2013). *Encuesta Nacional de Micronegocios. ENAMIN 2012 Documento metodológico*. INEGI.
https://en.www.inegi.org.mx/contenidos/programas/enamin/2012/doc/enamin12_inst_1lenado.pdf
- INEGI. (2016a). *Esperanza de vida de los negocios en México*.
<https://www.inegi.org.mx/temas/evnm/default.html#Metadatos>
- INEGI. (2016b). *Micro, pequeña, mediana y gran empresa. Estratificación de los establecimientos: Censos económicos 2014*. INEGI.
- INEGI. (2016c). *SE DIFUNDEN ESTADÍSTICAS DETALLADAS SOBRE LAS MICRO, PEQUEÑAS Y MEDIANAS EMPRESAS DEL PAÍS* (Boletín 285/16). INEGI.
<http://www3.inegi.org.mx/rnm/index.php/catalog/330/download/9792>
- INEGI. (2019). *Censos económicos 2019: Resultados oportunos*. INEGI.
- ITC, OMC, & ONU. (2019). *SME Competitiveness Outlook 2019: Big money for small business - financing the sustainable development goals*. UNITED NATIONS.
- Jago, A. L. (1987). *The winning corporation: Management practices that work!* Acropolis Books.

- Johansson, E. (2000). Self-employment and Liquidity Constraints: Evidence from Finland. *The Scandinavian Journal of Economics*, 102(1), 123–134.
<https://doi.org/10.1111/1467-9442.00187>
- Jonker, J., Van Zanden, J. L., Howarth, S., & Sluyterman, K. E. (2007). *A History of Royal Dutch Shell*. Oxford University Press.
- Junquera, B., & Fernández, E. (2001). Factores determinantes en la creación de pequeñas empresas: Una revisión de la literatura. *Papeles de economía española*, 89, 322–342.
- Kantis, H. (Ed.). (2004). *Desarrollo emprendedor: América Latina y la experiencia internacional*. Banco Interamericano de Desarrollo.
- Kerlinger, F. N., Lee, H. B., Ayala, L. E. P., & Magaña, I. M. (2002). *Investigación del comportamiento*. McGraw-Hill.
<https://books.google.com.mx/books?id=6Y3gOwAACAAJ>
- Kihlstrom, R. E., & Laffont, J.-J. (1979). A General Equilibrium Entrepreneurial Theory of Firm Formation Based on Risk Aversion. *Journal of Political Economy*, 87(4), 719–748.
<https://doi.org/10.1086/260790>
- Knight, F. H. (1942). Profit and Entrepreneurial Functions. *The Journal of Economic History*, 2, 126–132. JSTOR.
- Lancaster, T. (1979). Econometric Methods for the Duration of Unemployment. *Econometrica*, 47(4), 939–956. JSTOR. <https://doi.org/10.2307/1914140>
- Lazear, E. P. (2003). *Entrepreneurship* (SSRN Scholarly Paper ID 333802). Social Science Research Network. <https://papers.ssrn.com/abstract=333802>
- Lecuona, R. (2009). El financiamiento a las Pymes en México: La experiencia reciente. *Economía, UNAM*, 6(017), Article 017.
<http://www.revistas.unam.mx/index.php/ecu/article/view/2975>

- Lévesque, M., & Minniti, M. (2006). The effect of aging on entrepreneurial behavior. *Journal of Business Venturing*, 21(2), 177–194. <https://doi.org/10.1016/j.jbusvent.2005.04.003>
- Lloyd-Ellis, H., & Bernhardt, D. (2000). Enterprise, Inequality and Economic Development. *Review of Economic Studies*, 67(1), 147–168. <https://doi.org/10.1111/1467-937X.00125>
- López-Fernández, M., Romero-Fernández, P. M., & Díaz Carrión, R. (2012). Motivaciones para emprender: Un análisis de diferencias entre hombres y mujeres. *Economía Industrial (2012)*, Nº 383, págs.75-84. <https://rodin.uca.es/xmlui/handle/10498/16103>
- Luk, T. K. (1996). Success in Hong Kong: Factors Self-Reported by Successful Small Business Owners. *Journal of Small Business Management*, 34(3), 68.
- Mahmoud-Jouini, S. B., Bloch, A., Mignon, S., & Max Neef, M. (2010). Capacités d'innovation des entreprises familiales pérennes: Proposition d'un cadre théorique et méthodologique. *Facultad de Ciencias Económicas*, 200, 111–126.
- Marshall, A. (1890). *Principios de economía*.
- McClelland, D. C. (1989). *Estudio de la motivación humana* (G. Solana, Trad.). Narcea.
- McClelland, D. C., & Burnham, D. H. (1976). Power is the great motivator. *Harvard Business Review*, 81(1), 117–126.
- Meyer, M. W., & Zucker, L. G. (1989). *Permanently Failing Organizations*. Sage Publications.
- Mignon.
- Miller, D., & Le Breton-Miller, I. (2005). *Managing for the Long Run: Lessons in Competitive Advantage from Great Family Businesses*. Harvard Business School Press.
- Minniti, M., & Nardone, C. (2007). Being in Someone Else's Shoes: The Role of Gender in Nascent Entrepreneurship. *Small Business Economics*, 28(2), 223–238. <https://doi.org/10.1007/s11187-006-9017-y>

- Mintzberg, H., Ahlstrand, B., & Lampel, J. (2008). *Safari a la estrategia: [Una visita guiada por la jungla del management estratégico]*. Granica.
- Montuori, L. A. (2000). Organizational longevity - Integrating systems thinking, learning and conceptual complexity. *Journal of Organizational Change Management*, 13(1), 61–73.
<https://doi.org/10.1108/09534810010310249>
- Murphy, Kevin., Shleifer, A., & Vishny, R. (1991). The Allocation of Talent: Implications for Growth. *Quarterly Journal of Economics*, 106(2), 503–530.
- Nava, A. (2013). Factores que Influyen la Creación de Empresas Pymes y Empresas Familiares. *Daena: International Journal of Good Conscience*, 8(1), 11–22.
- North, D. C. (1991). Institutions. *The Journal of Economic Perspectives*, 5(1), 97–112.
JSTOR.
- O'Hara, W. (2004). *Centuries of success: Lessons from the world's most enduring family businesses*. Adams Media.
- OMC. (2016). *World Trade Report 2016: Levelling the Trading Field for SMEs*. WTO.
<https://doi.org/10.30875/4348b814-en>
- ONU. (2018). *Día de las Microempresas y las Pequeñas y Medianas Empresas*.
<https://www.un.org/en/events/smallbusinessday/index.shtml>
- Palich, L. E., & Ray Bagby, D. (1995). Using cognitive theory to explain entrepreneurial risk-taking: Challenging conventional wisdom. *Journal of Business Venturing*, 10(6), 425–438. [https://doi.org/10.1016/0883-9026\(95\)00082-J](https://doi.org/10.1016/0883-9026(95)00082-J)
- Pascale, R. T. (1990). *Managing on the Edge: How the Smartest Companies use Conflict to Stay Ahead*. Simon and Schuster.
- Peña, P., Ríos, I., & Salazar, S. (2012). *LOS MICRONEGOCIOS EN MÉXICO: RAZONES PARA EMPRENDERLOS, EXPECTATIVAS, TAMAÑO Y FINANCIAMIENTO*. 1, 75–94.

- Pérez, C. (2005). *Métodos estadísticos avanzados con SPSS*. Thomson Paraninfo.
- Peters, T., & Waterman, R. (1982). *In search of excellence: Lessons from america's best-run companies*. Harper and Row.
- Pineda, E. B., Alvarado, E. L. de, Hernández de Canales, F., Pan American Health Organization, & World Health Organization. (1994). *Metodología de la investigación: Manual para el desarrollo de personal de salud*. Organización Panamericana de la Salud: Organización Mundial de la Salud.
- Pinillos, M. J. (2001). Factores coadyuvantes para la creación de empresas en la comunidad de Madrid. *Papeles de economía española*, 89, 343–363.
- Quevedo, J. (2012). Revisión de modelos de gestión de continuidad del negocio. *Revista de Investigación de Sistemas e Informática*, 9(1), 91–110.
- Quintana, C. (2001). Dimensiones del éxito de las empresas emprendedoras. *Investigaciones europeas de dirección y economía de la empresa*, 7(2), 139–154.
- Rahmatiah, R., Wiroto, D. W., & Taan, H. (2019). Business continuity, motivation, and social conditions of young entrepreneurs. *Economics & Sociology*, 12(4), 166–182.
<https://doi.org/10.14254/2071-789X.2019/12-4/10>
- Reuber, A. R., & Fischer, E. (1999). *Understanding the Consequences of Founders' Experience* (SSRN Scholarly Paper ID 1505887). Social Science Research Network.
<https://papers.ssrn.com/abstract=1505887>
- Reynolds, P. D. (1997). Who Starts New Firms? – Preliminary Explorations of Firms-in-Gestation. *Small Business Economics*, 9(5), 449–462.
<https://doi.org/10.1023/A:1007935726528>
- Ripsas, S. (1998). Towards an Interdisciplinary Theory of Entrepreneurship. *Small Business Economics*, 10(2), 103–115. <https://doi.org/10.1023/A:1007975330428>

- Rivera, H. A. (2012). Perdurabilidad empresarial: Concepto, estudios, hallazgos. *Cuadernos de administración*, 28(47), 103–113.
- Roberts, P., & Wortham, D. (2018). *The Macro Benefits of Microbusinesses (SSIR)*. Stanford Social Innovation Review.
https://ssir.org/articles/entry/the_macro_benefits_of_microbusinesses
- Robichaud, Y., Zinger, J. T., & LeBrasseur, R. (2007). Gender differences within early stage and established small enterprises: An exploratory study. *International Entrepreneurship and Management Journal*, 3(3), 323–343.
<https://doi.org/10.1007/s11365-007-0039-y>
- Rodríguez, J. (2007). *Administración de pequeñas y medianas empresas*. Thomson.
- Saavedra, M. L., & Hernández, Y. (2008). Caracterización e importancia de las MIPYMES en Latinoamérica: Un estudio comparativo. *Actualidad Contable Faces*, 11(17), 122–134.
- Santos, M. (1997). *Los economistas y la empresa: Empresa y empresario en la historia del pensamiento económico*. Alianza Editorial.
- Schumpeter. (1911). *The Theory of Economic Development: An Inquiry into Profits, Capital, Credit, Interest, and the Business Cycle*.
- Secretaría de Economía. (2013). *Programa de Desarrollo Innovador*.
http://www.economia.gob.mx/files/prodeinn/Programa_de_Developmento_Innovador2013-2018.pdf
- Shapiro, A., & Sokol, L. (1982). *The Social Dimensions of Entrepreneurship* (SSRN Scholarly Paper ID 1497759). Social Science Research Network.
<https://papers.ssrn.com/abstract=1497759>
- Stadler, C. (2011). *Enduring success*. Stanford University Press.
- Stewart, T. A. (1998). *La Nueva riqueza de las organizaciones: El capital intelectual* (D. Zadunaisky, Trad.). Granica.

- Tanas, J. K., & Audretsch, D. B. (2011). Entrepreneurship in transitional economy. *International Entrepreneurship and Management Journal*, 7(4), 431–442.
<https://doi.org/10.1007/s11365-011-0189-9>
- Tarapuez, E., Zapata, J. A., & Agreda, E. (2008). Knight y sus aportes a la teoría del emprendedor. *Estudios Gerenciales*, 24(106), 83–98. [https://doi.org/10.1016/S0123-5923\(08\)70033-0](https://doi.org/10.1016/S0123-5923(08)70033-0)
- Uhlaner, L., & Thurik, R. (2007). Postmaterialism influencing total entrepreneurial activity across nations. *Journal of Evolutionary Economics*, 17(2), 161–185.
<https://doi.org/10.1007/s00191-006-0046-0>
- van Praag, C. M. (1997). *Determinants of succesful entrepreneurship*.
<https://dare.uva.nl/search?arno.record.id=19134>
- Van Praag, C. M., & Cramer, J. S. (2001). The Roots of Entrepreneurship and Labour Demand: Individual Ability and Low Risk Aversion. *Economica*, 68(269), 45–62.
<https://doi.org/10.1111/1468-0335.00232>
- Van Praag, C. Mirjam, & Ophem, H. V. (1995). Determinants of Willingness and Opportunity to Start as an Entrepreneur. *Kyklos*, 48(4), 513–540. <https://doi.org/10.1111/j.1467-6435.1995.tb01282.x>
- Vroom, V. H. (1964). *Work and Motivation*. Wiley.
<https://books.google.com.mx/books?id=kexEAAAIAAJ>
- Wagner, J. (2007). What a Difference a Y makes-Female and Male Nascent Entrepreneurs in Germany. *Small Business Economics*, 28(1), 1–21. <https://doi.org/10.1007/s11187-005-0259-x>
- Walsh, A. (1987). Teaching Understanding and Interpretation of Logit Regression. *Teaching Sociology*, 15(2), 178–183.

Weber, E. U., & Milliman, R. A. (1997). Perceived Risk Attitudes: Relating Risk Perception to Risky Choice. *Management Science*, 43(2), 123–144.


<https://doi.org/10.1287/mnsc.43.2.123>

Weber, M., & Winckelmann, J. (2002). *Economía y sociedad: Esbozo de sociología comprensiva* (J. Medina Echavarría, Trad.). F.C.E. de España.

Zaratiegui, J. M. (2002). *Alfred Marshall y la teoría económica del empresario*. Universidad de Valladolid, Secretariado de Publicaciones e Intercambio Editorial.

ANEXOS

ANEXO 1. ENAMIN (2012)

	<p>ENCUESTA NACIONAL DE OCUPACIÓN Y EMPLEO Encuesta Nacional de Micronegocios ENAMIN 2012</p>																				
<p style="text-align: center;">INFORMACIÓN CONFIDENCIAL</p> <p>Esta encuesta se rige por las disposiciones del artículo 37 de la Ley del Sistema Nacional de Información Estadística y Geográfica. Toda la información se mantendrá con carácter estrictamente CONFIDENCIAL.</p>	<p style="text-align: center;">OBLIGATORIEDAD</p> <p>"Los informantes están obligados a proporcionar, con veracidad y oportunidad, los datos e informes que les soliciten las autoridades competentes para fines estadísticos, censales y geográficos, y prestarán apoyo a las mismas". Art. 45 párrafo I de la Ley del Sistema Nacional de Información Estadística y Geográfica vigente.</p>																				
<p>RUBROS DE IDENTIFICACIÓN</p> <p><i>Transcribe del cuestionario sociodemográfico</i></p> <table border="1" style="width: 100%; border-collapse: collapse;"> <thead> <tr> <th style="width: 25%;">Número de control</th> <th style="width: 25%;">Vivienda seleccionada</th> <th style="width: 25%;">Número de hogar</th> <th style="width: 25%;">Hogar mudado</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td style="text-align: center;"> _ _ _ _ _ _ _ </td> <td style="text-align: center;"> _ </td> <td style="text-align: center;"> _ </td> <td style="text-align: center;"> _ </td> </tr> </tbody> </table>		Número de control	Vivienda seleccionada	Número de hogar	Hogar mudado	_ _ _ _ _ _ _	_	_	_												
Número de control	Vivienda seleccionada	Número de hogar	Hogar mudado																		
_ _ _ _ _ _ _	_	_	_																		
<p>DATOS DEL SELECCIONADO (CS)</p> <table border="1" style="width: 100%; border-collapse: collapse;"> <thead> <tr> <th style="width: 10%;">Número de renglón</th> <th style="width: 40%;">Nombre</th> <th style="width: 15%;">Parentesco</th> <th style="width: 10%;">Sexo</th> <th style="width: 15%;">Edad</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td style="text-align: center;"> _ </td> <td>_____</td> <td style="text-align: center;">_____</td> <td style="text-align: center;"> _ </td> <td style="text-align: center;"> _ _ </td> </tr> </tbody> </table> <p>Actividad principal o secundaria (COE): _ </p> <p>Dirección: _____</p> <p style="text-align: center;">Calle y número Colonia o fraccionamiento Municipio o delegación</p> <p>Tel. particular: _____ Tel. del negocio: _____ Tel. celular: _____</p>		Número de renglón	Nombre	Parentesco	Sexo	Edad	_	_____	_____	_	_ _										
Número de renglón	Nombre	Parentesco	Sexo	Edad																	
_	_____	_____	_	_ _																	
<p>DATOS DEL OPERATIVO DE CAMPO</p> <table border="1" style="width: 100%; border-collapse: collapse;"> <thead> <tr> <th style="width: 15%;">Entrevistador(a)</th> <th style="width: 30%;">Nombre</th> <th style="width: 25%;">RFC</th> <th style="width: 15%;">Resultado de la entrevista</th> <th style="width: 15%;">Fecha</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>_____</td> <td>_____</td> <td style="text-align: center;"> _ _ _ _ _ _ _ _ _ _ _ _ _ _ </td> <td style="text-align: center;"> _ </td> <td style="text-align: center;"> _ _ _ _ _ _ _ </td> </tr> <tr> <td>_____</td> <td>_____</td> <td style="text-align: center;"> _ _ _ _ _ _ _ _ _ _ _ _ _ _ </td> <td style="text-align: center;"> _ </td> <td style="text-align: center;"> _ _ _ _ _ _ _ </td> </tr> <tr> <td>_____</td> <td>_____</td> <td style="text-align: center;"> _ _ _ _ _ _ _ _ _ _ _ _ _ _ </td> <td style="text-align: center;">/</td> <td style="text-align: center;">/</td> </tr> </tbody> </table> <p>Lugar de la entrevista <i>(Cuando el resultado sea de entrevista completa, circula la respuesta correspondiente en esta pregunta)</i></p> <p style="text-align: center;">1 En la vivienda 2 En el negocio 3 En otro lugar</p> <p>¿Se reentrevistó? <i>(Circula la respuesta correspondiente)</i></p> <p style="text-align: center;">1 Sí 2 No</p>		Entrevistador(a)	Nombre	RFC	Resultado de la entrevista	Fecha	_____	_____	_ _ _ _ _ _ _ _ _ _ _ _ _ _	_	_ _ _ _ _ _ _	_____	_____	_ _ _ _ _ _ _ _ _ _ _ _ _ _	_	_ _ _ _ _ _ _	_____	_____	_ _ _ _ _ _ _ _ _ _ _ _ _ _	/	/
Entrevistador(a)	Nombre	RFC	Resultado de la entrevista	Fecha																	
_____	_____	_ _ _ _ _ _ _ _ _ _ _ _ _ _	_	_ _ _ _ _ _ _																	
_____	_____	_ _ _ _ _ _ _ _ _ _ _ _ _ _	_	_ _ _ _ _ _ _																	
_____	_____	_ _ _ _ _ _ _ _ _ _ _ _ _ _	/	/																	

ENAMIN-2012-412

1

INEGI. Encuesta Nacional de Micronegocios 2012. ENAMIN. Cuestionario. 2013

I. CONDICIÓN DE ACTIVIDAD	
<p>1. Durante la semana pasada, ¿usted trabajó por lo menos una hora en un negocio propio o realizando una actividad por su cuenta? (Escucha y circula la opción indicada)</p> <p>1 Sí → Pasa a 6 2 No</p>	<p>6. ¿En su negocio o actividad, usted es... (Lee las opciones y circula la indicada)</p> <p>1 patrón, contrata trabajadores a sueldo o salario? → Pasa a 8 2 trabajador por su cuenta?</p>
<p>2. Aunque ya me dijo que no trabajó la semana pasada en un negocio o actividad propia, ¿tiene algún negocio o realiza alguna actividad por su cuenta? (Escucha y circula la opción indicada)</p> <p>1 Sí → Pasa a 4 2 No</p>	<p>7. ¿Le ayudan personas en su negocio o actividad? (Escucha y circula la opción indicada)</p> <p>1 Sí 2 No → Pasa a 9</p>
<p>3. Entonces, ¿usted es... (Lee las opciones y circula la indicada)</p> <p>1 un trabajador asalariado? 2 un trabajador sin pago? 3 una persona que busca trabajo? 4 un estudiante? 5 una persona que se dedica a los quehaceres de su hogar? 6 Otra condición _____ <i>Especifica</i></p> <p style="text-align: right;">} Termina</p>	<p>8. De las personas que ocupa o le ayudan, ¿cuántas son... (Lee las opciones, circula las indicadas y anota el número de personas)</p> <p>1 trabajadores que reciben un pago? <input type="text"/> 2 socios? <input type="text"/> 3 trabajadores sin pago? <input type="text"/> 4 No sabe qué tipo de trabajadores son <input type="text"/> Total de trabajadores <input type="text"/> 0 Exclusivo capturista</p>
<p>4. ¿Cuál es el motivo por el que no trabajó la semana pasada en su negocio o actividad? (Escucha, anota la respuesta y después clasificala en la opción indicada)</p> <p>_____</p> <p>01 Vacaciones o descanso 02 Término de temporada o ventas 03 Cierre temporal por problemas con autoridades 04 Cierre temporal por otras razones 05 Falta de clientes 06 Mantenimiento de maquinaria o vehículo 07 Falta de materia prima 08 Tenía o consiguió otro trabajo asalariado 09 Enfermedad o accidente 10 Atención de asuntos personales o familiares 11 Otro</p>	<p>9. ¿A qué se dedica su negocio o en qué consiste la actividad que desarrolla actualmente? (Detalla el tipo y material de los productos que se elaboran o de los servicios que se prestan)</p> <p>_____ _____ _____ _____</p>
<p>5. ¿En cuánto tiempo volverá a su negocio o actividad? (Lee las opciones y circula la indicada)</p> <p>1 Ya se incorporó o regresará a trabajar esta semana 2 En cuatro semanas o menos 3 En más de cuatro semanas 4 No hay seguridad de que regrese a trabajar o cuándo reinicie su actividad 5 No regresará</p> <p style="text-align: right;">} Termina</p>	<p>10. SÓLO PARA EL ENTREVISTADOR (Clasifica de acuerdo con la respuesta de las preguntas 8 y 9)</p> <p>1 Actividades manufactureras con hasta 15 trabajadores 2 Transporte, comercio, servicios, construcción e industria extractiva con hasta 10 trabajadores 3 Actividades agropecuarias 4 Actividades manufactureras con más de 15 trabajadores 5 Transporte, comercio, servicios, construcción e industria extractiva con más de 10 trabajadores</p> <p style="text-align: right;">} Termina</p>
II. ANTECEDENTES LABORALES	
<p>11. ¿A qué edad empezó a trabajar, aunque haya sido sin pago? (Escucha y anota la edad en años cumplidos)</p> <p>Años <input type="text"/></p>	

<p>12. Desde que empezó a trabajar, ¿cuánto tiempo lo ha hecho como... (Lee las opciones, circula y anota la cantidad en años y meses)</p> <p style="text-align: center;">Años Meses</p> <p>1 trabajador asalariado? <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/></p> <p>2 trabajador por cuenta propia o patrón? <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/></p> <p>3 trabajador sin pago? <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/></p> <p>0 Exclusivo capturista</p>	<p>17. ¿Cuáles eran las tareas o funciones principales que desempeñaba en ese trabajo? (Detalla el tipo de tareas o funciones)</p> <p>_____</p> <p>_____</p> <p>_____</p> <p>¿Cuál era el nombre del oficio, puesto o cargo?</p> <p>_____</p> <p>_____</p>
<p>13. En los tres meses previos a iniciar su negocio o actividad actual, ¿usted era... (Lee las opciones y circula la indicada)</p> <p>1 trabajador asalariado?</p> <p>2 dueño de un negocio propio?</p> <p>3 trabajador por su cuenta?</p> <p>4 trabajador o aprendiz sin pago?</p> <p>5 No trabajaba</p> <p>6 Ninguna de las anteriores } <i>Pasa a 24</i></p>	<p>18. ¿Cuál era el nombre de la empresa, negocio o institución para la que trabajaba o ayudaba? (Escucha y circula la opción indicada)</p> <p>1 _____ (Anota el nombre completo de la empresa, negocio o institución)</p> <p>2 El negocio no tiene o no tenía nombre o razón social</p> <p>3 Era trabajador (subordinado) de una unidad doméstica o trabajador(a) de otro trabajador(a)</p> <p>4 Era trabajador(a) en el extranjero } <i>Pasa a 20</i></p>
<p>14. ¿Cuánto tiempo permaneció como (Menciona la respuesta de la pregunta anterior) en esa empresa, negocio o institución? (Escucha y anota la cantidad en años y meses)</p> <p>Años <input type="text"/> <input type="text"/> Meses <input type="text"/> <input type="text"/></p>	<p>19. ¿A qué se dedicaba ese negocio, empresa o institución? (Detalla el tipo y material de los productos que se elaboraban o de los servicios que se prestaban)</p> <p>_____</p> <p>_____</p> <p>_____</p>
<p>15. ¿En qué año y mes dejó ese trabajo? (Escucha y circula la opción indicada y en su caso anota el año y mes)</p> <p>1 Año <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/> Mes <input type="text"/> <input type="text"/></p> <p>2 Todavía conserva el trabajo o negocio anterior</p> <p>1 Es su trabajo principal → <i>Pasa a 25</i></p> <p>2 Es su trabajo secundario</p>	<p>20. Por parte de ese trabajo, ¿tenía acceso a atención médica en... (Lee las opciones y circula la indicada)</p> <p>1 el Seguro Social (IMSS)?</p> <p>2 hospital o clínica naval, militar o de Pemex?</p> <p>3 el ISSSTE?</p> <p>4 el ISSSTE estatal (ISSSTELEON, ISSEMYM)?</p> <p>5 otra institución médica? _____ <i>Especifica</i></p> <p>6 No recibía atención médica</p>
<p>ATENCIÓN: Si el informante declaró que todavía conserva el empleo o negocio anterior y es su trabajo secundario, adecua el tiempo verbal al presente en las preguntas de la 16 a la 22.</p>	
<p>16. ¿Aproximadamente cuántas personas, incluyendo al dueño, laboraban donde usted trabajaba? (Escucha y circula la opción indicada)</p> <p>01 1 persona</p> <p>02 2 a 5 personas</p> <p>03 6 a 10 personas</p> <p>04 11 a 15 personas</p> <p>05 16 a 20 personas</p> <p>06 21 a 30 personas</p> <p>07 31 a 50 personas</p> <p>08 51 a 100 personas</p> <p>09 101 a 250 personas</p> <p>10 251 a 500 personas</p> <p>11 501 y más personas</p> <p>99 No sabe</p>	

<p>21. ¿Cuántas horas trabajaba a la semana en ese trabajo? (Escucha y anota el número de horas)</p> <p style="text-align: center;"> _ _ _ _ </p>	III. FUNDACIÓN DEL NEGOCIO
<p>22. Aproximadamente, ¿cuánto ganaba al mes en ese trabajo? (Escucha y anota la cantidad indicada en pesos)</p> <p>1 \$ _____</p> <p>2 No recibía ingresos</p> <p>9 No sabe o no quiso dar información</p>	<p>26. Ahora hablemos de su negocio o actividad actual. ¿Cuáles son las tareas o funciones que desempeña en este negocio o actividad?</p> <p style="text-align: center;">(Detalla el tipo de tareas o funciones)</p> <p>_____</p> <p>_____</p> <p>_____</p> <p>¿Cuál es el nombre del oficio, puesto o cargo?</p> <p>_____</p> <p>_____</p>
<p>23. ¿Cuál fue el motivo principal por el que dejó ese trabajo?</p> <p style="text-align: center;">(Escucha, anota la respuesta y después clasifícala en la opción indicada)</p> <p>_____</p> <p>01 Inició un negocio o actividad por su cuenta</p> <p>02 Despedido o recorte de personal</p> <p>03 Cerró o quebró el negocio o actividad</p> <p>04 Para tener un mayor ingreso</p> <p>05 Se terminó el contrato o el trabajo</p> <p>06 Por cambio de actividad o giro</p> <p>07 La empresa se cambió de ciudad o país</p> <p>08 Conflicto laboral o sindical</p> <p>09 Se jubiló o pensionó</p> <p>10 Por enfermedad o discapacidad</p> <p>11 Por embarazo o responsabilidades familiares</p> <p>12 Motivos personales</p> <p>13 Todavía conserva el empleo u otro negocio</p> <p>14 Otro</p>	<p>27. ¿Quién empezó este negocio o actividad y en qué fecha?</p> <p style="text-align: center;">(Lee las opciones, circula la indicada y anota el año y mes)</p> <p>Año _ _ _ _ _ Mes _ _ </p> <p>1 Usted solo(a)</p> <p>2 Su pareja o cónyuge</p> <p>3 Usted y su pareja o cónyuge (u otro familiar)</p> <p>4 Usted y otra(s) persona(s), no familiares</p> <p>5 Otro(s) familiar(es)</p> <p>6 Otra(s) persona(s)</p>
<p>24. ¿A qué se dedicaba usted?</p> <p style="text-align: center;">(Lee las opciones y circula la indicada)</p> <p>1 Estaba desempleado y buscaba trabajo</p> <p>2 Estudiaba</p> <p>3 A los quehaceres de su hogar</p> <p>4 Otra condición</p>	<p>28. ¿Cuánto tiempo tiene usted a cargo del negocio o actividad?</p> <p style="text-align: center;">(Escucha y anota la cantidad indicada en años y meses)</p> <p>Años _ _ Meses _ _ </p>
<p>25. La experiencia laboral acumulada, ¿le permitió adquirir las habilidades y conocimientos necesarios para desarrollar su negocio o actividad actual?</p> <p style="text-align: center;">(Escucha y circula la opción indicada)</p> <p>1 Sí</p> <p>2 No</p> <p>3 Sin experiencia previa</p>	<p>29. ¿Cuál es el motivo principal por el que se inició en este negocio o actividad?</p> <p style="text-align: center;">(Escucha, anota la respuesta y después clasifícala en la opción indicada)</p> <p>_____</p> <p>01 Por tradición familiar o lo heredó</p> <p>02 Para complementar el ingreso familiar</p> <p>03 Para mejorar el ingreso</p> <p>04 Tenía dinero y encontró una buena oportunidad</p> <p>05 Para ejercer su oficio, carrera o profesión</p> <p>06 Fue la única manera que tuvo para obtener un ingreso</p> <p>07 No tenía la experiencia requerida para un empleo</p> <p>08 No tenía la escolaridad o capacitación requerida para un empleo</p> <p>09 Estaba sobrecapacitado para un empleo</p> <p>10 Los empleos que encontró estaban mal pagados</p> <p>11 Requería un horario flexible</p> <p>12 No había oportunidades de empleo</p> <p>13 Otra razón</p>

<p>30. ¿Realizó trámites ante alguna dependencia de gobierno para poder iniciar su negocio o actividad? (Escucha y circula la opción indicada)</p> <p>1 Sí 2 No 3 El informante no inició el negocio } <i>Pasa a 32</i></p>	<p>36. ¿Su negocio o actividad tiene registro ante notario? (Escucha y circula la opción indicada)</p> <p>1 Sí 2 No</p>
<p>31. ¿Cuántos días tardó en terminar esos trámites? (Escucha, circula la opción indicada y en su caso anota el número de días)</p> <p>1 Días <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/> 2 Inició los trámites, pero no los concluyó</p>	<p>37. En esta actividad o negocio... (Lee las opciones y circula la indicada)</p> <p>1 ¿acude a los servicios de un contador o profesional para llevar las cuentas? 2 ¿sólo utiliza un cuaderno o una libreta de apuntes personales para llevar las cuentas? 3 ¿utiliza la caja registradora de la Secretaría de Hacienda? 4 No lleva ningún registro contable 5 Se negó a contestar</p>
<p>32. Después de iniciar su negocio o actividad, para poder continuar trabajando, ¿tuvo que realizar otros trámites ante una dependencia de gobierno? (Escucha y circula la opción indicada)</p> <p>1 Sí 2 No → <i>Pasa a 34</i></p>	<p>38. ¿Qué tipo de comprobantes de venta expide a sus clientes? (Lee las opciones y circula la indicada)</p> <p>1 Facturas 2 Sólo notas o comprobantes de venta 3 Ninguno 4 Se negó a contestar</p>
<p>33. ¿Cuál fue el motivo principal por el que tuvo que hacer esos trámites? (Escucha, anota la respuesta y después clasifícala en la opción indicada)</p> <hr/> <p>1 Para registrar o dar de alta su negocio o actividad 2 Para pagar multas o reabrir su negocio que le clausuraron 3 Por ser objeto de extorsión 4 Para ampliar o diversificar el negocio 5 Para dar de alta o baja a trabajadores 6 Para inscribirse en un programa de apoyo 7 Otro motivo</p>	<p>39. ¿Usted forma parte de una asociación... (Lee las opciones y circula la indicada)</p> <p>1 de locatarios, tianguistas o similares? 2 de transportistas o taxistas? 3 o una cámara de comercio o industrial? 4 de profesionistas? 5 Otra asociación <i>Específica</i> 6 Ninguna</p>
IV. REGISTROS Y CONTABILIDAD	
<p>34. ¿Este negocio o actividad es de... (Lee las opciones y circula la indicada)</p> <p>1 un solo dueño? → <i>Pasa a 36</i> 2 varios dueños?</p>	<p>40. ¿Su negocio o actividad está registrado en... (Lee las opciones y circula las indicadas)</p> <p>1 el municipio o delegación? 2 la Secretaría de Economía? 3 la Secretaría de Salud? 4 Otra <i>Específica</i> 5 Ninguna 0 Exclusivo capturista</p>
<p>35. ¿La forma de asociación es... (Lee las opciones y circula la indicada)</p> <p>1 familiar? 2 no familiar? 3 familiar y no familiar?</p>	

<p>41. ¿Para iniciar este negocio o actividad necesitó capacitación? (Escucha y circula la opción indicada)</p> <p>1 Sí 2 No</p>	<p>45. ¿El local o vehículo en el que trabaja es... (Lee las opciones y circula la indicada)</p> <p>1 propio? 2 rentado? 3 prestado? 4 Otra situación _____ <i>Específica</i></p>
V. LOCAL	
<p>42. En su negocio o actividad, ¿cuenta con un local para trabajar sea o no de su propiedad? (Escucha y circula la opción indicada)</p> <p>1 Sí 2 No → <i>Pasa a 44</i></p>	<p>46. ¿Cuál es el motivo principal por el que realiza su actividad sin un local? (Escucha y circula la opción indicada)</p> <p>1 No puede comprar o rentar un local 2 No lo necesita 3 Otro _____ <i>Específica</i></p>
<p>43. ¿Su local es... (Lee las opciones y circula la indicada)</p> <p>Local independiente (fuera de un techo común)</p> <p>1 tienda, accesoria o tendajón? 2 taller (de servicios o de reparación)? 3 fábrica, tortillería, panadería? 4 oficina, despacho, consultorio?</p> <p>Local o instalación que forma parte de un conjunto de locales (bajo un techo común)</p> <p>5 local en centro comercial? 6 instalación fija en un centro comercial (kiosco, carretón, estructura fija)? 7 local o puesto fijo en un mercado bajo un techo común? 8 Otro _____ <i>Específica</i></p>	<p>47. ¿Dónde tiene su negocio o desarrolla principalmente su actividad? (Lee las opciones y circula la indicada)</p> <p>1 Aquí, en este municipio (o delegación) 2 En otro municipio (o delegación) dentro de la entidad 3 En un municipio de otra entidad 4 No tiene un lugar fijo para trabajar</p>
VI. DETERMINACIÓN DE PRECIOS	
<p>44. Entonces, ¿en dónde se realizan las actividades de este negocio? (Escucha, anota la respuesta y después clasificala en la opción indicada)</p> <p>01 Vehículo con o sin motor 02 Puesto fijo fuera de un techo común (avenida, calle, parque) 03 Puesto semifijo bajo un techo común en pasillos de un centro comercial 04 Puesto semifijo en un tianguis 05 Puesto improvisado en un mercado o tianguis 06 Puesto improvisado en la vía pública 07 Ambulante de casa en casa o en la calle 08 En el domicilio de sus clientes 09 En un domicilio particular con una instalación especial 10 En un domicilio particular sin una instalación especial 11 Otro lugar</p>	<p>48. Normalmente, ¿cómo fija el precio de sus mercancías o servicios? (Lee las opciones y circula la indicada)</p> <p>1 Establece los precios en relación con la competencia 2 Toma los precios oficiales o del proveedor 3 Por regateo 4 Dependiendo del cliente 5 Agrega una cuota o porcentaje al costo 6 Otra forma _____ <i>Específica</i> 7 Se negó a contestar</p>

VII. TIEMPO DEDICADO AL NEGOCIO	VIII. AFILIACIÓN																													
<p>49. ¿Qué días y cuántas horas le dedicó a su negocio o actividad la semana pasada?</p> <p style="text-align: center;"><i>(Anota por día según corresponda)</i></p> <p>De 00 a 24 horas De 00 a 59 minutos 00 en horas y 00 en minutos. No trabajó ese día 98 en horas y 00 en minutos. Trabajó ese día, pero no sabe cuánto tiempo 99 en horas y 00 en minutos. No sabe si trabajó ese día</p> <p>1 Horas Minutos</p> <p> y Lunes y Martes y Miércoles y Jueves y Viernes y Sábado y Domingo</p> <p>2 No trabajó la semana pasada → <i>Pasa a 51</i></p>	<p>52. Independientemente de lo que me acaba de decir, ¿cuántas horas le dedica habitualmente a la semana a las siguientes actividades?</p> <p style="text-align: center;"><i>(Lee las opciones, circula las indicadas y registra las horas)</i></p> <table style="width: 100%; border-collapse: collapse;"> <thead> <tr> <th style="width: 80%;"></th> <th style="text-align: right; width: 20%;">Horas</th> </tr> </thead> <tbody> <tr><td>1 Administrar su negocio</td><td style="text-align: right;"> </td></tr> <tr><td>2 Comprar materias primas o productos</td><td style="text-align: right;"> </td></tr> <tr><td>3 Preparar o elaborar productos</td><td style="text-align: right;"> </td></tr> <tr><td>4 Atender, visitar o cobrar productos y/o servicios a sus clientes</td><td style="text-align: right;"> </td></tr> <tr><td>5 Reparar, dar mantenimiento o comprar maquinaria, equipo o vehículos</td><td style="text-align: right;"> </td></tr> <tr><td>6 Realizar trámites del negocio</td><td style="text-align: right;"> </td></tr> <tr><td>7 Limpieza del negocio o lugar de trabajo</td><td style="text-align: right;"> </td></tr> <tr><td>8 Otras actividades _____</td><td style="text-align: right;"> </td></tr> <tr><td colspan="2" style="text-align: right;"><i>Específica</i></td></tr> <tr><td>0 Exclusivo capturista</td><td style="text-align: right;"> </td></tr> </tbody> </table>		Horas	1 Administrar su negocio		2 Comprar materias primas o productos		3 Preparar o elaborar productos		4 Atender, visitar o cobrar productos y/o servicios a sus clientes		5 Reparar, dar mantenimiento o comprar maquinaria, equipo o vehículos		6 Realizar trámites del negocio		7 Limpieza del negocio o lugar de trabajo		8 Otras actividades _____		<i>Específica</i>		0 Exclusivo capturista								
	Horas																													
1 Administrar su negocio																														
2 Comprar materias primas o productos																														
3 Preparar o elaborar productos																														
4 Atender, visitar o cobrar productos y/o servicios a sus clientes																														
5 Reparar, dar mantenimiento o comprar maquinaria, equipo o vehículos																														
6 Realizar trámites del negocio																														
7 Limpieza del negocio o lugar de trabajo																														
8 Otras actividades _____																														
<i>Específica</i>																														
0 Exclusivo capturista																														
<p>50. ¿Ese es el número de días y horas que habitualmente trabaja?</p> <p style="text-align: center;"><i>(Escucha y circula la opción indicada)</i></p> <p>1 Sí → <i>Pasa a 52</i> 2 No</p>	<p>53. ¿Actualmente usted tiene servicios médicos o prestaciones en...</p> <p style="text-align: center;"><i>(Lee las opciones y circula la indicada)</i></p> <p>1 el IMSS? 2 el ISSSTE federal o estatal? 3 el Seguro Popular? 4 otra institución? 5 No tiene</p>																													
IX. PERSONAL OCUPADO	IX. PERSONAL OCUPADO																													
<p>51. ¿Qué días y cuántas horas le dedica habitualmente a su negocio o actividad?</p> <p style="text-align: center;"><i>(Anota por día según corresponda)</i></p> <p>1 Horas Minutos</p> <p> y Lunes y Martes y Miércoles y Jueves y Viernes y Sábado y Domingo</p> <p>2 No tiene un horario regular de trabajo</p>	<p>54. En los diferentes periodos que le voy a mencionar, ¿cuántas personas trabajaron en su negocio o actividad actual?</p> <p style="text-align: center;"><i>(Verifique en la pregunta 27 si el negocio inició antes o en el transcurso del periodo investigado, para que sea coherente lo que aquí se responde)</i></p> <p>1 Número de trabajadores</p> <table border="1" style="width: 100%; border-collapse: collapse; text-align: center;"> <thead> <tr> <th rowspan="2" style="width: 15%;">Trabajadores</th> <th colspan="2" style="width: 15%;">2011</th> <th colspan="3" style="width: 30%;">2012</th> </tr> <tr> <th style="width: 10%;">Oct-Dic</th> <th style="width: 5%;">Ene-Mar</th> <th style="width: 10%;">Abr-Jun</th> <th style="width: 10%;">Jul-Sep</th> <th style="width: 10%;">Oct-Dic</th> </tr> </thead> <tbody> <tr><td style="text-align: left;">Socios</td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td></tr> <tr><td style="text-align: left;">Asalariados</td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td></tr> <tr><td style="text-align: left;">Sin pago</td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td></tr> </tbody> </table> <p>2 No tuvo trabajadores 3 Siempre ha trabajado solo } <i>Pasa a 56</i></p>	Trabajadores	2011		2012			Oct-Dic	Ene-Mar	Abr-Jun	Jul-Sep	Oct-Dic	Socios						Asalariados						Sin pago					
Trabajadores	2011		2012																											
	Oct-Dic	Ene-Mar	Abr-Jun	Jul-Sep	Oct-Dic																									
Socios																														
Asalariados																														
Sin pago																														

Módulo de registro	Nombre	Sexo 1 Hombre 2 Mujer	Edad	¿Hasta qué nivel aprobó (NOMBRE) en la escuela? 00 Ninguno 01 Preescolar 02 Primaria 03 Secundaria 04 Preparatoria o bachillerato 05 Normal 06 Carrera técnica 07 Profesional 08 Maestría 09 Doctorado 99 NS	¿Cómo reclutó a (NOMBRE)? 01 Es un familiar 02 Por recomendación 03 Acudió a su negocio 04 Anuncio en el periódico 05 Anuncio en lugar público 06 Servicio Nacional de Empleo (portal o ferias de empleo) 07 Internet 08 Empresa sumministradora de personal (subcontratación) 09 Agencia de colocación 10 Otro medio	¿(NOMBRE) es...? 1 socio? 2 trabajador asalariado? (incluye a destajo, comisión y porcentaje) 3 familiar sin pago? 4 no familiar sin pago?	¿El contrato de (NOMBRE) es...? 1 verbal por tiempo indeterminado? 2 escrito por tiempo indeterminado? 3 verbal por tiempo u obra determinada? 4 escrito por tiempo u obra determinada? 5 suministrado por otra empresa (subcontratación)?	¿Cuánto le pagó el mes pasado a (NOMBRE)? (NOMBRE)?	¿Cuántas horas trabajó (NOMBRE) la semana pasada y cuántas horas le dedica habitualmente a la semana? 97 No tiene horario regular 98 No trabajó la semana pasada 99 NS	¿Qué tipo de servicio médico le proporciona (NOMBRE)? 1 IMSS 2 Servicio médico particular 3 Seguro popular 4 Otro 5 Ninguno	¿Cuánto tiempo lleva trabajando (NOMBRE) en su negocio o actividad sin interrupción? <i>(Nota: la respuesta en años y meses)</i>	
											Años	Meses
01								\$				
02								\$				
03								\$				
04								\$				
05								\$				
06								\$				
07								\$				
08								\$				
09								\$				
10								\$				
11								\$				
12								\$				
13								\$				
14								\$				
15								\$				

55. Características de los trabajadores que laboran en su negocio o actividad (socios, asalariados y sin pago).
 Ahora le voy a preguntar sobre los trabajadores y personas que le ayudaron en su negocio o actividad en la semana pasada, empezando por el nombre de cada uno (verifica que el número de trabajadores coincida con lo declarado en la pregunta 8).

ENTREVISTADOR:
 Circula como respuesta el código que corresponda.
 1 Se dio información
 2 No tuvo trabajadores la semana pasada
 3 Se negó a dar información
(Si la respuesta es 2 o 3 pasa a 56)

X. EQUIPAMIENTO Y GASTOS

56. Durante 2012, en su negocio o actividad, ¿cuánto invirtió en la compra o adquisición de...

(Lee las opciones, circula las indicadas y anota en pesos la cantidad invertida)

	Cantidad invertida
1 herramientas y utensilios de trabajo?	\$ _____
2 maquinaria?	\$ _____
3 mobiliario y equipo?	\$ _____
4 terreno o local?	\$ _____
5 vehículos?	\$ _____
6 otros activos	\$ _____
7 No invirtió	
8 Se negó a contestar	
0 Exclusivo capturista	

57. Si usted tuviera que vender las herramientas, utensilios, maquinaria, mobiliario, equipo, terreno, local y vehículos de su propiedad que utiliza en su negocio o actividad, ¿en cuánto los vendería?

(Escucha y circula la opción indicada y en su caso anota la cantidad en pesos)

- 1 \$ _____
- 2 No tiene activos
- 3 Los activos con los que cuenta no tienen valor comercial
- 4 Son prestados
- 5 Se negó a contestar
- 9 No sabe

58. Durante 2012, para poder realizar su actividad o negocio, ¿qué gastos realizó por los siguientes conceptos?
(Lee las opciones, anota la respuesta y en caso afirmativo pregunta el monto del gasto y el periodo)

Concepto	¿Gastó? 1 Sí 2 No	¿Cuánto gastó la última vez?	¿Cada cuánto realiza el gasto? <i>(Especifica periodo)</i>	Valor anualizado
01 Materias primas, empaques, envases y materiales de trabajo	<input type="checkbox"/>	\$ _____	_____	\$ _____
02 Mercancías o productos comprados para su venta	<input type="checkbox"/>	\$ _____	_____	\$ _____
03 Consumo de agua	<input type="checkbox"/>	\$ _____	_____	\$ _____
04 Consumo de energía eléctrica	<input type="checkbox"/>	\$ _____	_____	\$ _____
05 Consumo de combustibles (gas, gasolina, petróleo, carbón, etc.)	<input type="checkbox"/>	\$ _____	_____	\$ _____
06 Internet, telefonía, mensajería y fletes	<input type="checkbox"/>	\$ _____	_____	\$ _____
07 Renta del local, uso de suelo, placas o vehículo	<input type="checkbox"/>	\$ _____	_____	\$ _____
08 Pagos a terceros por maquila	<input type="checkbox"/>	\$ _____	_____	\$ _____
09 Reparación y mantenimiento de local, vehículos o equipo	<input type="checkbox"/>	\$ _____	_____	\$ _____
10 Cuotas al IMSS o servicio médico	<input type="checkbox"/>	\$ _____	_____	\$ _____
11 Servicios profesionales (contador, abogado, etc.)	<input type="checkbox"/>	\$ _____	_____	\$ _____
12 Cuotas al gremio, a la asociación (o a algún líder)	<input type="checkbox"/>	\$ _____	_____	\$ _____
13 Pago de préstamos, créditos o intereses	<input type="checkbox"/>	\$ _____	_____	\$ _____
14 Pago de impuestos	<input type="checkbox"/>	\$ _____	_____	\$ _____
15 Gastos en transportes	<input type="checkbox"/>	\$ _____	_____	\$ _____
16 Pago de licencias y permisos	<input type="checkbox"/>	\$ _____	_____	\$ _____
17 Renta de maquinaria, herramienta y equipo	<input type="checkbox"/>	\$ _____	_____	\$ _____
18 Otro gasto _____ <i>Especifica</i>	<input type="checkbox"/>	\$ _____	_____	\$ _____

9

59. En orden de importancia, dígame cuáles son los tres problemas principales que enfrenta su negocio o actividad.

(Escucha, anota las respuestas y después registra la clave de la opción indicada)

1 _____

2 _____

3 _____

- | | |
|---|--|
| 01 Exceso de deudas | 11 Falta de capacitación |
| 02 Aumento en precios de los insumos | 12 Conflicto con los trabajadores |
| 03 Aumento en precios de las mercancías | 13 Problemas con los clientes (morosidad) |
| 04 Aumento en la renta del local | 14 Problemas de inseguridad pública |
| 05 Bajaron las ventas | 15 Problemas con las autoridades (extorsión, multas, etc.) |
| 06 Exceso de competencia | 16 Los impuestos son altos |
| 07 El negocio es menos rentable de lo esperado | 17 No le puede dedicar el tiempo suficiente |
| 08 Falta de crédito o recursos económicos | 18 Otra |
| 09 Incumplimiento de los proveedores | 19 No tiene problemas |
| 10 Baja calidad en materias primas o mercancías | |

60. Durante 2012, ¿en su negocio o actividad ha tenido gastos o pérdidas por alguno de los siguientes conceptos?

(Lee las opciones, anota la respuesta y en caso afirmativo, pregunta cómo ha enfrentado la situación, el número de veces que ocurrió y el monto del gasto)

Concepto	1 Si 2 No	¿Cómo ha enfrentado esta situación?*	¿Cuántas veces le pasó?	¿En cuánto calcula el gasto o pérdida por este problema?
01 Multas	<input type="checkbox"/>	<input type="text"/> <input type="text"/>	_____	\$ _____
02 Extorsión de autoridades (mordidas)	<input type="checkbox"/>	<input type="text"/> <input type="text"/>	_____	\$ _____
03 Extorsión y hostigamiento de delincuentes	<input type="checkbox"/>	<input type="text"/> <input type="text"/>	_____	\$ _____
04 Asalto o robo con violencia	<input type="checkbox"/>	<input type="text"/> <input type="text"/>	_____	\$ _____
05 Robo hormiga	<input type="checkbox"/>	<input type="text"/> <input type="text"/>	_____	\$ _____
06 Desfalcos, pago con dinero falso, abuso de confianza, fraude	<input type="checkbox"/>	<input type="text"/> <input type="text"/>	_____	\$ _____
07 Por percances e imprevistos naturales (incendio, inundación, plagas)	<input type="checkbox"/>	<input type="text"/> <input type="text"/>	_____	\$ _____
08 Por destrucción o accidentes provocados por personas ajenas a su negocio	<input type="checkbox"/>	<input type="text"/> <input type="text"/>	_____	\$ _____
09 Por concepto de amparos y demandas	<input type="checkbox"/>	<input type="text"/> <input type="text"/>	_____	\$ _____
10 Secuestro	<input type="checkbox"/>	<input type="text"/> <input type="text"/>	_____	\$ _____
11 Grafiteros	<input type="checkbox"/>	<input type="text"/> <input type="text"/>	_____	\$ _____

***SITUACIONES**

- | | | | |
|--------------------------------------|---|------------------------|--|
| 01 Puso rejillas en su negocio | 04 Realizó el pago | 07 Cambió de giro | 11 Se organizó con otros comerciantes, empresarios, locatarios |
| 02 Contrató seguridad privada | 05 Compró un seguro contra riesgos | 08 Cambió de domicilio | 12 Otro |
| 03 Instaló alarmas o cámaras ocultas | 06 Denunció el hecho ante las autoridades | 09 Repuso lo perdido | 13 No hizo nada |
| | | 10 Reparó el daño | |

XI. PERTINENCIA COMO ASALARIADO					
<p>61. ¿Aceptaría un trabajo asalariado con un ingreso similar a lo que actualmente gana en su negocio o actividad, pero donde usted tuviera acceso a los servicios del IMSS?</p> <p><i>(Escucha y circula la opción indicada)</i></p> <p>1 Sí 2 No</p>	<p>63. ¿Cuál es el salario mensual por el que usted aceptaría dejar su negocio o actividad?</p> <p><i>(Escucha, circula la opción indicada y en su caso anota la cantidad en pesos)</i></p> <p>1 \$ _____ 2 No lo dejaría 3 Se negó a contestar</p>				
XII. SECTOR DE ACTIVIDAD ECONÓMICA					
SÓLO PARA EL ENTREVISTADOR					
<p>62. ¿Cambiaría su negocio o actividad actual, si le ofrecieran un trabajo con un ingreso similar al que tiene actualmente y además tuviera derecho a una pensión?</p> <p><i>(Escucha y circula la opción indicada)</i></p> <p>1 Sí 2 No</p>	<p>64. Clasifica de acuerdo con la respuesta dada a la pregunta 9. ¿A qué se dedica su negocio o en qué consiste la actividad que desarrolla actualmente?</p> <p><i>(Una vez clasificada la respuesta, sigue la secuencia indicada)</i></p> <p>1 Manufactura 2 Comercio → <i>Pasa a 70</i> 3 Construcción } <i>Pasa a 75</i> 4 Servicios</p>				
XIII. INGRESOS DERIVADOS DE LA ACTIVIDAD MANUFACTURERA					
<p>65. De los productos que usted fabrica, ¿cuáles fueron los 3 más vendidos el mes pasado? <i>(Circula la respuesta correspondiente)</i></p> <p>1 Proporcionó información 2 Se negó a contestar 3 No tuvo ventas el mes pasado</p>					
Producto	Unidad de medida	Cantidad	Precio unitario	Destino*	Forma de venta**
1 _____	_____	_____	\$ _____	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
2 _____	_____	_____	\$ _____	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
3 _____	_____	_____	\$ _____	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<p>66. ¿Cuál es el monto de los ingresos que generó el negocio en el mes pasado por los siguientes conceptos?</p> <p><i>(Lee las opciones, circula y anota la cantidad indicada)</i></p> <p>1 Venta de los productos elaborados por este negocio \$ _____ 2 Servicios de maquila \$ _____ 3 Prestación de servicios \$ _____ <i>(Incluye materiales y servicios de reparación y mantenimiento)</i> 4 Venta de mercancía adquirida para su reventa \$ _____ 5 Otros ingresos \$ _____ 6 No generó ingresos el mes pasado 7 Se negó a contestar 8 Exclusivo capturista</p>					
XIV. GASTOS DERIVADOS DE LA ACTIVIDAD MANUFACTURERA					
<p>67. ¿Cuáles fueron las 3 principales materias primas que adquirió el mes pasado? <i>(Circula la respuesta correspondiente)</i></p> <p>1 Proporcionó información 2 Se negó a contestar 3 No adquirió materias primas el mes pasado</p>					
Producto	Unidad de medida	Cantidad	Precio unitario	Proveedor*	Forma de compra**
1 _____	_____	_____	\$ _____	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
2 _____	_____	_____	\$ _____	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
3 _____	_____	_____	\$ _____	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
CÓDIGOS PARA LAS SECCIONES XIII Y XIV					
<p>* DESTINO O PROVEEDOR</p> <p>1 Sector público 5 Fábrica pequeña 2 Comercio grande 6 Directamente al público 3 Comercio pequeño 7 Importación o exportación 4 Fábrica grande 8 Maquila</p>			<p>** FORMA DE COMPRA</p> <p>1 De contado 4 A consignación 2 A crédito o fiado 5 Otra 3 Con anticipos</p>		

68. Al último día del mes pasado, ¿en cuánto calcula el valor de los siguientes conceptos?
(Lee las opciones, circula y anota la cantidad indicada)

1 El total de mercancías no vendidas \$ _____
 2 Los productos en elaboración o aún no terminados \$ _____
 3 Las materias primas guardadas o almacenadas \$ _____
 4 Las refacciones y materiales almacenados \$ _____
 5 No tiene inventarios
 6 Se negó a contestar
 0 Exclusivo capturista

69. En promedio, ¿cuánto le deja su negocio o actividad al mes?
(Escucha, circula la opción indicada y anota la cantidad cuando corresponda)

1 \$ _____
 2 El negocio está comenzando y aún no genera ganancias
 3 Se negó a contestar

Al terminar esta sección, pasa a la pregunta 80.

XV. INGRESOS DERIVADOS DE NEGOCIOS COMERCIALES

70. ¿Cuáles fueron los 3 productos que más vendió el mes pasado? *(Circula la respuesta correspondiente)*
 1 Proporcionó información 2 Se negó a contestar 3 No tuvo ventas el mes pasado

Producto	Unidad de medida	Cantidad	Precio unitario	Destino*	Forma de venta**
1 _____	_____	_____	\$ _____	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
2 _____	_____	_____	\$ _____	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
3 _____	_____	_____	\$ _____	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

71. ¿Cuál es el monto de los ingresos que generó el negocio en el mes pasado por los siguientes conceptos?
(Lee las opciones, circula y anota la cantidad indicada)

1 Venta de mercancías \$ _____
 2 Por suministro de bienes y servicios \$ _____
 3 Por consignación o comisión \$ _____
 4 Otros ingresos \$ _____
 5 No generó ingresos el mes pasado
 6 Se negó a contestar
 0 Exclusivo capturista

XVI. GASTOS DERIVADOS DE LA COMPRA DE MERCANCÍA

72. De los 3 productos que mencionó, ¿qué cantidad adquirió el mes pasado? *(Circula la respuesta correspondiente)*
 1 Proporcionó información 2 Se negó a contestar 3 No adquirió productos el mes pasado

Producto	Unidad de medida	Cantidad	Precio unitario	Proveedor*	Forma de compra**
1 _____	_____	_____	\$ _____	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
2 _____	_____	_____	\$ _____	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
3 _____	_____	_____	\$ _____	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

CÓDIGOS PARA LAS SECCIONES XV Y XVI

<p>*DESTINO O PROVEEDOR</p> <p>1 Sector público 5 Fábrica pequeña 2 Comercio grande 6 Directamente al público 3 Comercio pequeño 7 Importación o exportación 4 Fábrica grande 8 Maquila</p>	<p>**FORMA DE VENTA O COMPRA</p> <p>1 De contado 4 A consignación 2 A crédito o fiado 5 Otra 3 Con anticipos</p>
---	---

73. Al último día del mes pasado, ¿en cuánto calcula el valor de los siguientes conceptos?

(Lee las opciones, circula y anota la cantidad indicada)

- 1 El total de mercancías no vendidas \$ _____
- 2 El total de mercancías vendidas de las que aún no le pagan ni un peso \$ _____
- 3 El monto que aún le queda por cobrar de mercancías que ya le comenzaron a pagar \$ _____
- 4 Las refacciones y materiales almacenados \$ _____
- 5 No tiene inventarios
- 6 Se negó a contestar
- 0 Exclusivo capturista

74. En promedio, ¿cuánto le deja su negocio o actividad al mes?

(Escucha, circula la opción indicada y anota la cantidad cuando corresponda)

- 1 \$ _____
- 2 El negocio está comenzando y aún no genera ganancias
- 3 Se negó a contestar

Al terminar esta sección, pasa a la pregunta 80.

XVII. INGRESOS DERIVADOS DE LA PRESTACIÓN DE SERVICIOS O CONSTRUCCIÓN

75. ¿Cuáles fueron los 3 principales servicios que prestó el mes pasado? (Circula la respuesta correspondiente)

- 1 Proporcionó información 2 Se negó a contestar 3 No tuvo ventas el mes pasado

Producto	Unidad de medida	Cantidad	Precio unitario	Destino*	Forma de venta**
1 _____	_____	_____	\$ _____	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
2 _____	_____	_____	\$ _____	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
3 _____	_____	_____	\$ _____	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

76. ¿Cuál es el monto de los ingresos que obtuvo el mes pasado por los siguientes conceptos?

(Lee las opciones, circula y anota la cantidad indicada)

- 1 Por total de servicios \$ _____
(Incluye materiales y servicios de reparación y mantenimiento)
- 2 Por venta de mercancías \$ _____
- 3 Otros ingresos \$ _____
- 4 No generó ingresos el mes pasado
- 5 Se negó a contestar
- 0 Exclusivo capturista

XVIII. GASTOS DERIVADOS DE LA PRESTACIÓN DE SERVICIOS O CONSTRUCCIÓN

77. ¿Cuáles fueron los 3 principales materiales que adquirió el mes pasado para poder prestar sus servicios?

(Circula la respuesta correspondiente)

- 1 Proporcionó información 2 Se negó a contestar 3 No adquirió materiales el mes pasado

Producto	Unidad de medida	Cantidad	Precio unitario	Proveedor*	Forma de compra**
1 _____	_____	_____	\$ _____	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
2 _____	_____	_____	\$ _____	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
3 _____	_____	_____	\$ _____	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

CÓDIGOS PARA LAS SECCIONES XVII Y XVIII

***DESTINO O PROVEEDOR**

- 1 Sector público 5 Fábrica pequeña
 2 Comercio grande 6 Directamente al público
 3 Comercio pequeño 7 Importación o exportación
 4 Fábrica grande 8 Maquila

****FORMA DE VENTA O COMPRA**

- 1 De contado 4 A consignación
 2 A crédito o fiado 5 Otra
 3 Con anticipos

<p>78. Al último día del mes pasado, ¿en cuánto calcula el valor de los siguientes conceptos? <i>(Lee las opciones, circula y anota la cantidad indicada)</i></p> <p>1 El costo total de los servicios de lo que no le han pagado ni un peso \$ _____</p> <p>2 El monto que resta por cobrar de servicios que ya le están pagando \$ _____</p> <p>3 Mercancías o materiales que tiene almacenados \$ _____</p> <p>4 No tiene inventarios</p> <p>5 Se negó a contestar</p> <p>0 Exclusivo capturista</p>	<p>82. ¿Por qué no ha solicitado préstamos o créditos? <i>(Escucha, anota la respuesta y después clasificala en la opción indicada)</i></p> <p>_____</p> <p>1 No tiene necesidad</p> <p>2 No sabe cómo pedirlo</p> <p>3 Piensa que no lo conseguiría</p> <p>4 El monto y los plazos no le convienen</p> <p>5 Los intereses o comisiones son muy altos</p> <p>6 Demasiados trámites</p> <p>7 No le gusta endeudarse o pedir prestado</p> <p>8 No podría pagarlos</p> <p>9 Otro</p> <p style="text-align: right;"><i>Pasa a 90</i></p>
<p>79. En promedio, ¿cuánto le deja su negocio o actividad al mes? <i>(Escucha, circula la opción indicada y anota la cantidad cuando corresponda)</i></p> <p>1 \$ _____</p> <p>2 El negocio está comenzando y aún no genera ganancias</p> <p>3 Se negó a contestar</p>	<p>83. ¿A quién solicitó el préstamo más reciente? <i>(Escucha, anota la respuesta y después clasificala en la opción indicada; si el informante dice que es un programa de gobierno, pregunta el nombre)</i></p> <p>_____</p> <p>1 Banca comercial (BBVA-Bancomer, Banamex, etc.)</p> <p>2 Banca de desarrollo (Nafin, Bancomext)</p> <p>3 Programa de gobierno</p> <p>4 Cajas populares</p> <p>5 Créditos de proveedores</p> <p>6 Prestamistas particulares (con intereses)</p> <p>7 Préstamo de amigos o parientes (sin intereses)</p> <p>8 Otro</p>
XIX. FINANCIAMIENTO	
<p>80. El dinero para iniciar este negocio o actividad, ¿de dónde provino principalmente? <i>(Escucha, anota la respuesta y después clasificala en la opción indicada; si el informante dice que es un programa de gobierno, pregunta el nombre)</i></p> <p>_____</p> <p>01 Banca comercial (BBVA-Bancomer, Banamex, etc.)</p> <p>02 Banca de desarrollo (Nafin, Bancomext)</p> <p>03 Programa de gobierno</p> <p>04 Cajas populares</p> <p>05 Crédito de proveedores</p> <p>06 Prestamistas particulares (con intereses)</p> <p>07 Préstamo de amigos o parientes (sin intereses)</p> <p>08 Venta, hipoteca o empeño de sus bienes</p> <p>09 Liquidación del empleo anterior</p> <p>10 Ahorros personales</p> <p>11 Otra fuente</p> <p>12 Heredó el negocio</p> <p>13 No lo necesitó</p>	<p>84. ¿Obtuvo este préstamo? <i>(Escucha y circula la opción indicada)</i></p> <p>1 Sí</p> <p>2 No → <i>Pasa a 90</i></p>
<p>81. Durante el tiempo que lleva a cargo del negocio o desarrollando su actividad, ¿ha solicitado préstamos para poder seguir operando? <i>(Escucha y circula la opción indicada)</i></p> <p>1 Sí → <i>Pasa a 83</i></p> <p>2 No</p>	<p>85. ¿En qué fecha le fue otorgado este préstamo? <i>(Escucha y anota el año y mes)</i></p> <p>Año [] [] [] [] Mes [] []</p>
	<p>86. ¿Cuánto fue el monto del préstamo? <i>(Escucha y anota la cantidad señalada)</i></p> <p>\$ _____</p>

<p>87. ¿Cuánto paga al mes por el préstamo? (Escucha y anota la cantidad indicada)</p> <p>\$ _____</p>	<p>91. ¿Cuál fue el principal beneficio de dicha capacitación? (Escucha, anota la respuesta y después clasificala en la opción indicada)</p> <p>_____</p>
<p>88. ¿Qué plazo le dieron para pagar? (Escucha y anota los años y meses)</p> <p>Años [] [] Meses [] []</p>	<p>01 Aumentaron las ventas 02 Mejoró la calidad de los productos o servicios 03 Aumentaron las ganancias 04 Facilitó el uso de maquinaria o equipos 05 Mejoró el desempeño de los trabajadores 06 Disminuyeron los accidentes laborales 07 Disminuyó el desperdicio 08 Reducción de costos 09 Innovación en productos o servicios 10 Otros 11 Ningún beneficio</p> <p style="text-align: right;"><i>Pasa a 93</i></p>
<p>89. ¿Para qué destinó principalmente ese préstamo? (Escucha, anota la respuesta y después clasificala en la opción indicada)</p> <p>_____</p> <ol style="list-style-type: none"> 1 Comprar local o vehículo 2 Ampliar, adecuar o reparar el local o vehículo 3 Adquirir o comprar mercancía 4 Pagar deudas del negocio 5 Comprar maquinaria, equipo o herramientas 6 Reparar o dar mantenimiento a maquinaria, equipo o herramientas 7 Otro 8 Se negó a contestar 	<p>92. ¿Cuál fue la causa principal por la que usted o sus trabajadores no han asistido a cursos de capacitación durante 2012? (Escucha y circula la opción indicada)</p> <ol style="list-style-type: none"> 1 No lo consideró necesario 2 No tiene los recursos 3 No sabe a dónde acudir 4 No tiene tiempo 5 Otro _____ <p style="text-align: right;"><i>Especifica</i></p>
XX. CAPACITACIÓN	
<p>90. ¿Qué cursos de capacitación recibió usted o sus trabajadores durante 2012? (Lee las opciones y circula las indicadas)</p> <ol style="list-style-type: none"> 1 Manejo de materiales, herramientas, equipo o maquinaria 2 Reparación de herramientas, equipo o maquinaria 3 Aspectos administrativos, contables o fiscales 4 Control de calidad en producción o servicio 5 Computación 6 Mercadotecnia, comercialización y ventas 7 Seguridad e higiene 8 Otros _____ <p style="text-align: right;"><i>Especifica</i></p> <p>9 No recibió o recibieron cursos de capacitación → <i>Pasa a 92</i></p> <p>0 Exclusivo capturista</p>	<p>93. ¿Qué cursos de capacitación para el trabajo considera necesario tomar para el desempeño de su negocio o actividad? (Lee las opciones y circula las indicadas)</p> <ol style="list-style-type: none"> 1 Manejo de materiales, herramientas, equipo o maquinaria 2 Reparación de herramientas, equipo o maquinaria 3 Aspectos administrativos, contables o fiscales 4 Control de calidad en producción o servicio 5 Computación 6 Mercadotecnia, comercialización y ventas 7 Seguridad e higiene 8 Otros _____ <p style="text-align: right;"><i>Especifica</i></p> <p>9 No requiere capacitación</p> <p>0 Exclusivo capturista</p>

XXI. PROGRAMAS DE APOYO				
<i>Ahora le haré unas preguntas sobre los programas de apoyo relacionados con su negocio o actividad</i>				
<p>94. ¿Conoce algún programa de apoyo gubernamental relacionado con su negocio o actividad?</p> <p>1 Sí 2 No → <i>Pasa a 95</i></p>	<p>¿Cómo se enteró del programa?</p> <p>1 Por amigo o conocido 2 Acudió personalmente 3 Por un anuncio promocional, póster, folleto, tríptico, etc. 4 Anuncio en radio o televisión 5 Por Internet 6 Por el periódico 7 Visita promocional 8 En un centro educativo 9 Otro medio</p>	<p>¿Solicitó o se inscribió a este programa, en el transcurso de 2012?</p> <p>1 Sí 2 No</p> <p><i>(Si la respuesta es 2 continúa con el siguiente programa o con la pregunta 95)</i></p>	<p>¿Recibió el apoyo de este programa?</p> <p>1 Sí 2 No</p> <p><i>(Si la respuesta es 2 continúa con el siguiente programa o con la pregunta 95)</i></p>	<p>¿Qué tipo de apoyo recibió?</p> <p>1 Bonos y apoyos financieros no recuperables 2 Créditos y microcréditos 3 Cursos de capacitación o consultoría 4 Otro</p>
<p>94.1 Digame el nombre del o los programas de apoyo gubernamental relacionados con su negocio o actividad que usted conoce.</p>				
<p>1. _____ <input type="checkbox"/></p>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<p>2. _____ <input type="checkbox"/></p>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<p>3. _____ <input type="checkbox"/></p>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<p>1 Programa Bécate 2 Fondo Nacional de Apoyo para Empresas en Solidaridad 3 Programa Nacional de Financiamiento al Microempresario 4 Programa Nacional de Emprendedores 5 Programa Nacional de Microempresas</p>		<p>6 Programa Nacional de Promoción y Acceso al Financiamiento para Pequeñas y Medianas Empresas 7 Programa Nacional de Empresas Tractoras 8 Fondo de Apoyo para la Micro, Pequeña y Mediana Empresa 9 Otro</p>		
XXII. EXPECTATIVAS				
<p>95. SÓLO PARA EL ENTREVISTADOR</p> <p><i>(De acuerdo con el sector de actividad en el que se ubica el negocio o actividad, revise la información de las preguntas 69, 74 o 79, y clasifica según corresponda)</i></p> <p>1 Obtiene ganancias (Opción 1) 2 Sin ganancias o no sabe (Opciones 2 o 3) → <i>Pasa a 97</i></p>	<p>99. ¿Cuál es su plan para continuar?</p> <p><i>(Escucha, anota la respuesta y después clasifícala en la opción indicada)</i></p> <p>1 Tramitar un crédito o préstamo 2 Aumentar el número de trabajadores 3 Asociarse con otros negocios o personas 4 Cambiar de domicilio 5 Regularizar su negocio 6 Mejorar la calidad de los productos o servicios 7 Sin cambios importantes 8 Con otro plan</p> <p style="text-align: right;"><i>Termina</i></p>			
<p>96. ¿Las ganancias que obtiene en su negocio o actividad le permiten...</p> <p><i>(Lee las opciones y circula las indicadas)</i></p> <p>1 realizar nuevas inversiones en el negocio o actividad? 2 cubrir los gastos del hogar? 3 No le permite invertir, ahorrar o cubrir gastos del hogar 0 Exclusivo capturista</p>	<p>100. ¿Qué piensa hacer o a qué piensa dedicarse?</p> <p><i>(Escucha, anota la respuesta y después clasifícala en la opción indicada)</i></p> <p>1 Cambiar de giro de actividad 2 Buscar un empleo en esta ciudad o localidad 3 Cambiarse a otra ciudad del país 4 Irse del país 5 Dedicarse al hogar 6 Otro</p>			
<p>97. En su negocio o actividad, ¿usted tiene asignado un sueldo o salario?</p> <p><i>(Escucha y circula la opción indicada)</i></p> <p>1 Sí 2 No</p>	TERMINA			
<p>98. ¿Piensa continuar durante 2013 con este negocio o actividad?</p> <p><i>(Escucha y circula la opción indicada)</i></p> <p>1 Sí 2 No → <i>Pasa a 100</i></p>				

CONTROL DE VISITAS				
ENTREVISTADOR <i>(Circula el número de visita y registra los datos requeridos)</i>				
Núm. de visita	Fecha	Hora	Resultado	Comentarios
1	<input type="text"/> día <input type="text"/> mes <input type="text"/> año	<input type="text"/> hora : <input type="text"/> minutos	<input type="text"/>	
2	<input type="text"/> día <input type="text"/> mes <input type="text"/> año	<input type="text"/> hora : <input type="text"/> minutos	<input type="text"/>	
3	<input type="text"/> día <input type="text"/> mes <input type="text"/> año	<input type="text"/> hora : <input type="text"/> minutos	<input type="text"/>	
4	<input type="text"/> día <input type="text"/> mes <input type="text"/> año	<input type="text"/> hora : <input type="text"/> minutos	<input type="text"/>	
5	<input type="text"/> día <input type="text"/> mes <input type="text"/> año	<input type="text"/> hora : <input type="text"/> minutos	<input type="text"/>	
0	Exclusivo capturista			
SUPERVISOR <i>(Circula el número de visita y registra los datos requeridos)</i>				
Núm. de visita	Fecha	Hora	Resultado	Comentarios
1	<input type="text"/> día <input type="text"/> mes <input type="text"/> año	<input type="text"/> hora : <input type="text"/> minutos	<input type="text"/>	
2	<input type="text"/> día <input type="text"/> mes <input type="text"/> año	<input type="text"/> hora : <input type="text"/> minutos	<input type="text"/>	
3	<input type="text"/> día <input type="text"/> mes <input type="text"/> año	<input type="text"/> hora : <input type="text"/> minutos	<input type="text"/>	
4	<input type="text"/> día <input type="text"/> mes <input type="text"/> año	<input type="text"/> hora : <input type="text"/> minutos	<input type="text"/>	
5	<input type="text"/> día <input type="text"/> mes <input type="text"/> año	<input type="text"/> hora : <input type="text"/> minutos	<input type="text"/>	
0	Exclusivo capturista			
LISTADO DE CLAVES PARA REGISTRAR EL RESULTADO DE LA ENTREVISTA (LOGRADA 00)				
<p>TIPO A <i>(vivienda habitada)</i></p> <p>01 Nadie en el momento de las visitas 02 Ausente temporalmente 03 Se negó a dar información 04 Informante inadecuado 05 Otro motivo <i>(especifica en observaciones)</i> 14 El hogar se mudó 15 Entrevista suspendida</p>	<p>TIPO B <i>(vivienda deshabitada)</i></p> <p>06 Adecuada para habitarse 07 De uso temporal 08 Inadecuada para habitarse 09 De uso temporal para fines diferentes de habitación</p>	<p>TIPO C <i>(vivienda fuera de muestra)</i></p> <p>10 Demolida 11 Cambió de sitio (móvil) 12 Uso permanente para fines diferentes a los de habitación 13 Otro motivo <i>(especifica en observaciones)</i></p>	<p>TIPO D <i>(persona seleccionada)</i></p> <p>16 No se encontró al seleccionado 17 El seleccionado se negó a dar información 18 Seleccionado inadecuado para dar información 19 El seleccionado ya no es residente del hogar</p>	

