

Revista Electrónica Nova Scientia

Factores de éxito emprendedor en dos
municipios de la montaña de Guerrero, México
Entrepreneurial success factors in two
municipalities of the mountain Guerrero, Mexico

**Juan Morales-Jiménez¹, Ángel Bustamante-González¹,
Samuel Vargas-López¹, Nicolás Pérez-Ramírez¹ y Oscar
Serenio-Pareja²**

¹Colegio de Postgraduados, Campus Puebla, San Pedro Cholula

²Secundaria Plan de Ayutla, en Metlatónoc, Guerrero

México

Juan Morales-Jiménez. E-mail: morales@colpos.mx

Resumen

El Objetivo del trabajo fue identificar la motivación para el emprendimiento y los factores del éxito competitivo de los emprendedores de pequeños negocios que se ubican en la Montaña de Guerrero, México. Se aplicó un cuestionario con preguntas cerradas, con una escala de tipo Likert, con variables de los factores económicos, psicológicos, sociales y culturales para identificar diferencias de emprendimiento y del éxito competitivo. Estas diferencias fueron medidas con base en la importancia que el dueño le asignó a las acciones de desarrollo del negocio. Con la prueba de U de Mann-Whitney se evaluó estadísticamente si había diferencias en el éxito competitivo entre los municipios de Huamuxtitlán y Metlatónoc. Los resultados indicaron que la mayoría de los emprendedores son jóvenes y en su mayoría son mujeres, quienes inician la microempresa con ahorros propios y predomina en su operación la informalidad. El factor económico de motivación para emprender una microempresa o negocio fue la mejora en el ingreso. El principal factor psicológico fue la confianza en el éxito del negocio, siendo importante la motivación del o la conyugue. El factor social fue el desempleo y el factor espacial fue la buena ubicación del negocio. Al comparar entre municipios, se encontró diferencia estadística significativa entre ellos ($p \leq 0.001$) para todos los factores evaluados. El análisis de regresión logística binaria indicó que las variables de mayor peso para la consolidación o éxito de las empresas de los emprendedores de la Montaña de Guerrero son la edad, la escolaridad y el lugar donde estén ubicados.

Palabras clave: emprendimiento rural, factores de éxito, microempresa, motivación

Recepción: 03-03-2015

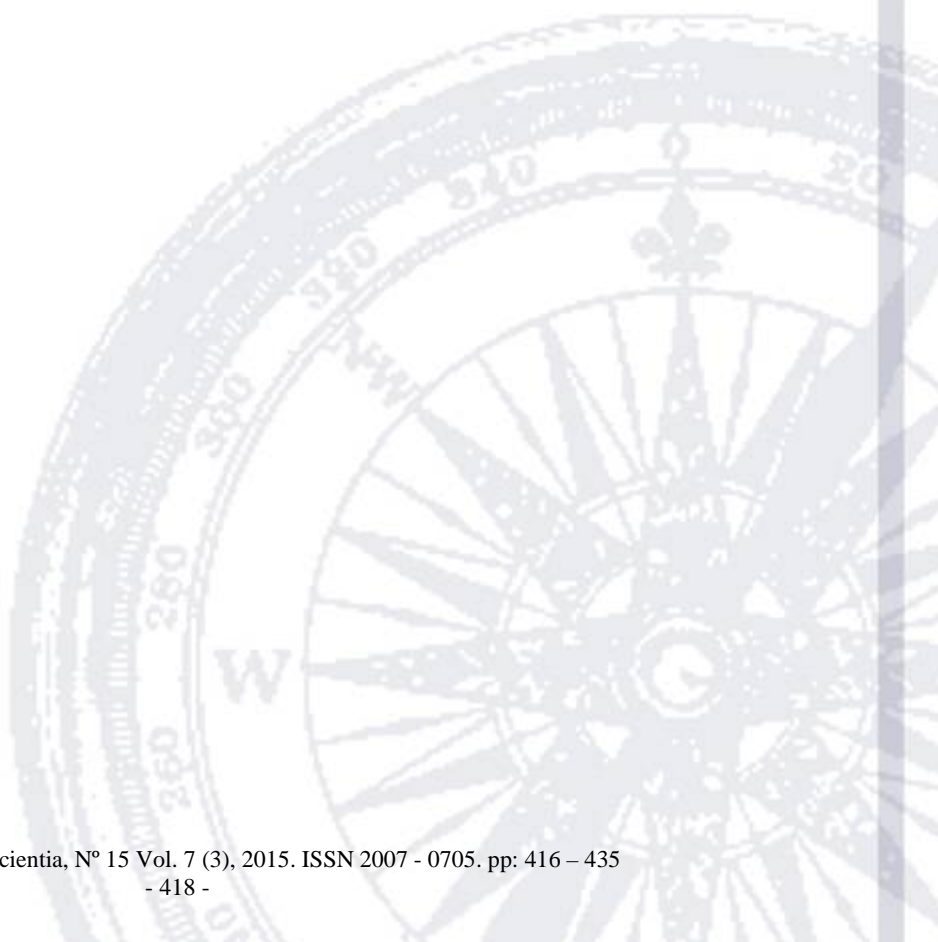
Aceptación: 30-07-2015

Abstract

This study aims to identify entrepreneurship motivation and competitive success factors for entrepreneurs of small business in the Mountain of Guerrero region, México. A questionnaire

with close-ended questions, based on a Likert scale, of variables related to economical, psychological, social and cultural factors was applied to identify differences in entrepreneurship and competitive success of the entrepreneurs. These differences were measured based on the importance each entrepreneur assigned to business development activities. Mann-Whitney test was used to evaluate statistically significant differences in competitive success between Huamuxtitlán and Metlatónoc municipalities. Results indicate that most of the entrepreneurs were young people, mainly women, whom began their business using their own money and operated their business in the informality. Income improvement was the main economic factor that motivates to become an entrepreneur. The main psychological factor was trust in business success, and spouse motivation was important. The main social factor was unemployment, while good location of the business was an important spatial factor. There were statistically significant differences ($P \leq 0.01$) in all entrepreneurship factors between both municipalities. Results of fitting the binary logistic regression indicates that age, number of years of education received and business location were the main variables determining business performance and success.

Keywords: microenterprise, motivation, rural entrepreneurship, success factor



Introducción

En México, los programas para impulsar el emprendimiento para la creación de nuevos negocios familiares, como el de jóvenes emprendedores rurales de la Secretaría de Reforma Agraria como gestor y Financiera Rural en la administración de los apoyos (Financiera Rural, 2010), son una opción para promover el desarrollo de regiones marginadas y de alto desempleo. El estado de Guerrero tiene municipios de alta marginación y pobreza según datos de CONEVAL (2012). Para el 2008, el 68.3% de la población estaba en situación de pobreza y este mismo indicador para el 2012 fue de 69.5%. La población con el nivel de ingreso inferior a la línea de bienestar mínima para el 2008 era de 38.9% y para el 2012 representó el 41.5%. Este indicador equivale que las personas no pueden cubrir el costo mensual de la canasta alimentaria (CONEVAL, 2014). El INEGI (2011) indica que del total de la población económicamente activa, el 32.2% se ubican en el sector informal y el mayor porcentaje es de mujeres.

El estado de Guerrero se divide en siete regiones: Centro, Norte, Acapulco, Costa Chica, Costa Grande, Tierra Caliente y Montaña. La región Montaña está conformada por 19 municipios con marcadas diferencias culturales, de lenguaje, de acceso a la educación, migración y fuentes de generación de empleo. El 70% de su población es indígena: mixtecos, tlapanecos y náhuatl. Para abordar esta situación, el plan de desarrollo hace énfasis, a través de la secretaria de la juventud, en la promoción de programas como emprendedores guerrero y fortalecimiento de las capacidades y competitividad juvenil; con microfinanciamiento para que los jóvenes desarrollen actividades productivas en la micro, pequeña y mediana empresa (IMJUVE, 2014). Por su parte, los planes municipales de desarrollo ponen énfasis en la problemática, social, ambiental y política.

La creación de empresas ha sido una opción para tener empleo. Sin embargo, según Brunet y Alarcón (2004), existen empresas creadas por una oportunidad y otras son creadas por necesidad. Estas últimas se crean por desempleo, subempleo o poco empleo; por esta razón el empleo por cuenta propia se ha vuelto la opción de trabajo, no con miras de estrategia o de realización personal, sino como alternativa de subsistencia. Según Barba y Martínez (2006) la motivación tiene orígenes personales o ambientales (desde el punto de vista contextual) y de esto depende que el emprendedor genere un compromiso con su proyecto futuro o frente a un fracaso total de su empresa.

Los emprendedores son agentes que promueven la actividad económica y favorecen ambientes de competencia por medio de la creación de empresas o negocios. Muchas de estas iniciativas emergen en condiciones marginales, y le corresponde al emprendedor hacer uso de sus competencias, redes y actitudes para hacerlas progresar y posicionarlas dentro del mercado de trabajo competitivo. Según Rusque (2005), los emprendedores están comprometidos no sólo con la satisfacción propia, sino además tienen una responsabilidad social para la mejora de su entorno y de la calidad de vida por medio de la generación de empleo. Al crear más empresas se espera que contribuyan al desarrollo de la región, impulsando la innovación y la competitividad (García *et al.*, 2010), y se han reconocido como motor del desarrollo económico y como generadores de innovaciones para incrementar la productividad (Toca, 2010).

El emprendedor

El proceso de construcción del concepto emprendedor ha pasado por varios aportes teóricos, clasificados en tres periodos. En el preclásico destacan los aportes de Richard Cantillon. En el periodo considerado como clásico sobresalen los aportes de Jean Baptiste Say y John Stuart Mill, y en el neoclásico destacan Thünen y Mangoldt; en esta etapa se sitúan los precursores del enfoque marginalista, como J.B. Clark, Marshall, Frank Knight y Schumpeter (Formichella, 2004; Tarapuez y Botero, 2007).

Los preclásicos introdujeron el término emprendedor. Richard Cantillon, en el siglo XVIII, utilizó el concepto *entrepreneur* y lo definió como un personaje tomador de riesgos que se encuentra en constante incertidumbre y sus ganancias son irregulares comparadas ante las demás personas. Además, Jaques Turgot y Barón de Laune consideraron que los riesgos tomados son sorteados por los mismos emprendedores. Para los clásicos fue un concepto que no tenía afinidad. Para unos, era un individuo tomador de riesgos, para otros un hombre inteligente y trabajador, superior e innovador. Esta diferencia de enfoques han repercutido hasta la fecha porque no existe coincidencia en la definición de emprendedor (Rodríguez, 2009). Aunque es posible que esta multiplicidad de definiciones también han promovido la búsqueda de nuevos aportes teóricos para su explicación.

El emprendedor de éxito y el emprendedor sin éxito son también diferenciados a partir de características individuales y estructurales. Sin embargo, determinar rasgos de diferente índole es muy cuestionable y al parecer no hay nada definitivo para definir con exactitud las características

específicas del emprendedor. Gray y Cyr (1994) mencionan 44 características del emprendedor exitoso. Según Tarapuez *et al.* (2008), Frank Knight hace referencia de por lo menos diez características. El Test de Tendencia Emprendedora (General Enterprising Tendency Test) cita solamente cinco: a) necesidades de logro, b) de autonomía e independencia, c) creatividad, d) tomador de riesgos calculados y e) fuerza y determinación (Rusque, 2005). Otros autores como Barba y Martínez (2006) hacen una lista de características tales como – psicológicas, motivacionales, experienciales, habilidades y comportamentales, todas ellas según estos autores con un enfoque empresarial.

Para Schumpeter, según Carrasco y Castaño (2008), el emprendedor era “una especie individualista de superhombre”. Frank Knight fue criticado por considerar que el emprendedor no se hace sino que nace (Tarapuez *et al.*, 2008). Dehter (2008) hace un análisis llegando a la conclusión que en efecto algunos emprendedores nacen con cualidades extraordinarias; sin embargo, otros se van forjando en el ambiente en el que se desarrollan y que también es razonable pensar que estos últimos deben ser activos en su contexto.

Factores de supervivencia de los emprendedores

El éxito de un negocio se aborda con diferentes parámetros. Los cuantitativos contemplan el número de empleados, las ganancias obtenidas y rendimientos de la inversión, entre otros. Los parámetros cualitativos consideran la satisfacción del empresario, la comparación con otros negocios y el tiempo de operación del negocio en el mercado; es decir, su supervivencia (Sastre, 2013). El éxito de un negocio puede abordarse desde la competitividad de las empresas, desde una superioridad del negocio hacia sus rivales en factores productivos y tecnológicos (Porter, 2008). Para el éxito de una empresa intervienen varios factores como la edad, el capital humano, la educación y la motivación del emprendedor (Arias y Peña, 2010). El interés en la sostenibilidad de los negocios es un tema de gran interés, dado que no solo es iniciar las empresas. Es más trascendente su consolidación, es decir el éxito, y éste se mide por la probabilidad de supervivencia del emprendimiento (Haber y Reichel, 2005). La supervivencia de los negocios jóvenes, de reciente creación, varía por tipo de giro, región o país. En promedio el 56% de los negocios cierran a los cuatro años de iniciado (Knaup, 2005). El impacto de la crisis de estos negocios y su cierre se refleja no solo con los empleados, sino también con los clientes y proveedores (Mures *et al.*, 2012). Los factores de éxito de las empresas primordialmente se

enfocan en el perfil del emprendedor (edad, género, formación, experiencia previa y la motivación para emprender); tamaño, financiamiento (Serraga y Callejon, 2000) y localización (Arauzo y Manjón, 2004). La aparición y desarrollo de los negocios tiene varios factores internos (personales) y externos (entorno). Del entorno, son importantes las condiciones económicas y sociales del contexto, además de una gestión y planeación e innovación (Sastre, 2013). La tasa de supervivencia es mayor al principio, pero después crece la tasa de mortalidad de los negocios, alcanzando su máximo a los 3 o 4 años (Simón *et al.*, 2012).

Factores que motivan la actividad emprendedora

La motivación para emprender una microempresa se da por dos situaciones: oportunidad y necesidad. Los emprendedores que identifican una oportunidad son motivados por dos razones: incrementar sus ingresos y por una mayor independencia. Los que surgen por necesidad, sus principales motivaciones son: no tener empleo y para mantener sus ingresos (Amoros *et al.*, 2010; Heller, 2010). La motivación del emprendedor va a ser definitiva para la creación, sobrevivencia y crecimiento de la empresa. Por ejemplo, en España la creación de empresas se da por escasas oportunidades de empleo asalariado (Genescá y Capelleras, 2004). Otros factores son por la condición social, el medio, lazos afectivos y sociales (Heller, 2010).

El desarrollo crea sujetos activos y pasivos. Los primeros prosperan porque tienen iniciativa y autoconfianza, buscan tener poder, no ser manipulados y reducir la incertidumbre; esto hace que se apropien de su proyecto. Los sujetos pasivos se apropian poco de su proyecto, sus relaciones son limitadas, luchan poco para tener control de su vida y su ambiente, su augurio es limitado en el desarrollo y son personas autoritarias (Lins, 2007).

Las oportunidades, las capacidades y el estatus social son cuestiones que afectan al emprendedor, obligándolo a generar mejores espacios para que él desarrolle sus propias oportunidades y capacidades, aun teniendo condiciones precarias. Kantis (2006) deja claro “que se debe nivelar el terreno” para que las personas de clase baja puedan tener acceso a ser empresarios formales; en su investigación, los factores como el desempleo, el temor a perder el trabajo y la insatisfacción en el empleo o no haber podido estudiar, son los factores de mayor presencia para que estos emprendieran.

Los factores culturales, según Ortiz *et al.* (2008), son trascendentes de un miembro e influenciados por el padre o la madre. Kliksberg (2000) menciona que muchas veces la cultura es vista por la economía no como eje del desarrollo sino como algo que complementa, al considerarse como un área “que utiliza recursos, que no genera retornos económicos a la inversión, cuyos productos son difíciles de medir y cuya gestión es de dudosa calidad”. Sin embargo, la cultura es un factor que facilita la lucha contra la pobreza, porque aunque los pobres no cuentan con recursos materiales tienen un modo de cooperación y un buen conjunto de conocimientos acumulado (Kantis, 2006). Este factor no sólo lo relaciona con la familia, sino además para ganar reconocimiento social, ser independiente y hacer lo que otros han hecho con relación al emprendimiento; en este caso, abarca la cultura de un pueblo completo.

Según Garrocho (2003) existe poca literatura que hable del factor espacial como uno de los elementos a considerar para iniciar una empresa. En países como México es nula o muy poco se sabe de esta teoría. Sin embargo, se muestran algunas explicaciones por medio de la teoría del lugar central, teoría de la subasta del suelo urbano y la teoría de la interacción espacial. Explican que por falta de información de este tipo muchas de las empresas que se establecen toman decisiones basadas en la intuición y la práctica de los empresarios, no obstante los empresarios optan por establecerlas en los lugares más concurridos o donde existe mayor tránsito de gente.

Formichella (2008) encontró en efecto que quien tiene mayor educación tiene mejores remuneraciones. Los empleados con menor educación son más propensos a autoemplearse y a generar su propia empresa. El nivel educativo tiene relación con la probabilidad de ser trabajador independiente. También, un individuo con educación puede ser o estar desempleado y refugiarse en un trabajo de subsistencia, esperar una oportunidad para nuevamente emplearse o bien ser un trabajador por cuenta propia. La diferencia entre los individuos que tienen educación formal y los que no tienen, es que estos últimos son más propensos a recurrir a actividades de subsistencia, porque no logran insertarse en el mercado laboral.

La complejidad cultural y socioeconómica especial de la montaña de Guerrero incide en la operación de diversos programas, como el de jóvenes emprendedores, y en las políticas económicas de generación de empleo. Esto requiere la revisión de las variables específicas asociadas a factores locales. El Objetivo del presente trabajo fue identificar los factores de éxito de los emprendimiento de pequeños negocios que se ubican en región Montaña de Guerrero, México.

Metodología

El estudio se realizó en la cabecera municipal de los municipios de Metlatónoc y Huamuxtitlán, ubicadas en la región de la Montaña de Guerrero (Figura 1). Para el municipio de Huamuxtitlán, el 90% de la población tiene al menos una carencia social, más del 46% de la población tiene ingresos menores a la línea de bienestar mínimo, no existen fuentes suficientes de empleo para cubrir la demanda y 13.23% son indígenas cuyo analfabetismo alcanza el 47.6% (Gobierno Municipal de Huamuxtitlán, 2012). Para Metlatónoc el 99.8% de la población tiene al menos una carencia social y 94.7% de la población se encuentra en situación de pobreza, el 52.3% de la población no sabe leer ni escribir, el 89.82% habla una lengua indígena y el 86.9% de la población del municipio está en la actividad primaria (municipio de Metlatónoc, 2013).

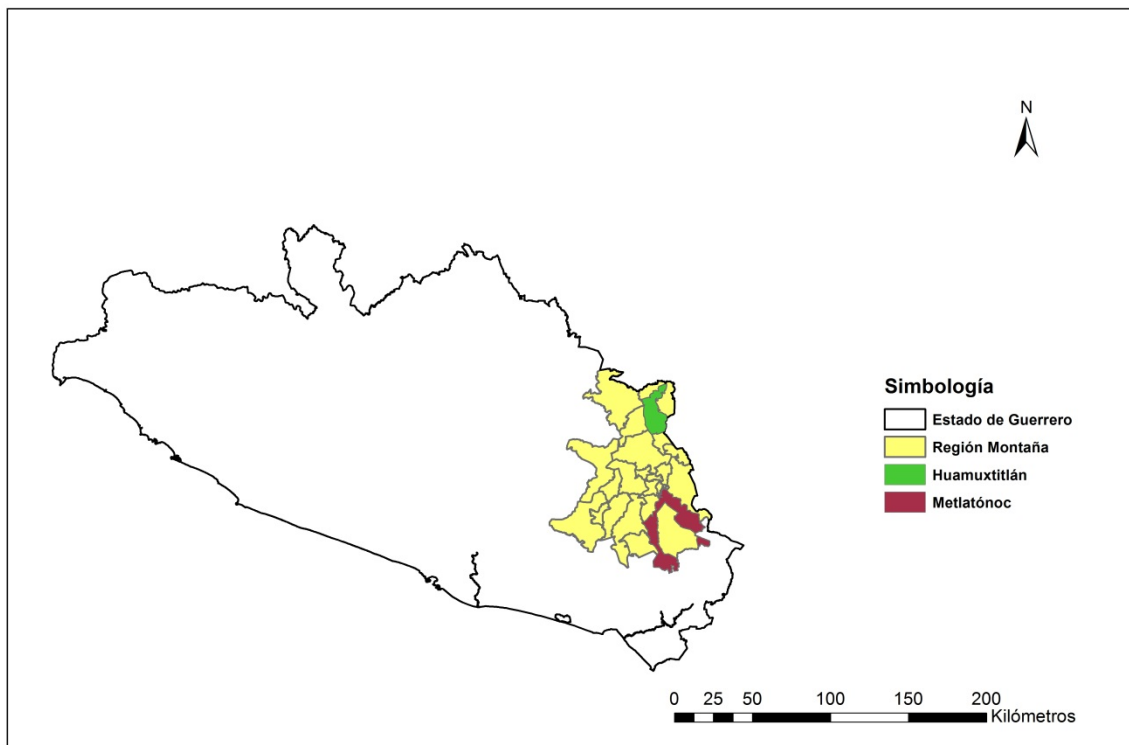


Figura 1. Localización del área de estudio

Se eligieron 40 microempresas en Metlatónoc y 50 en Huamuxtitlán. Los criterios para seleccionar las empresas fueron: a) microempresas de servicios, b) ubicadas en puntos estratégicos (la carretera, el mercado, cerca de escuelas y las esquinas) y c) que el establecimiento fuera fijo. Debido a que en Metlatónoc no se tiene registro de las microempresas

activas y el listado en Huamuxtitlán no estaba actualizado la muestra fue aleatoria no probabilística.

Las variables sociodemográficas, para describir el perfil del emprendedor, fueron: sexo, edad, nivel máximo de estudios, estado civil, tipo de propietario. Las variables estructurales y económicas de motivación para iniciar el negocio fueron: apoyo de alguna dependencia gubernamental, no hay trabajo en su localidad, aumentar su riqueza material, mejorar los ingresos y si hubo una oportunidad de negocio. Las variables psicológicas e individuales: tenía en mente hacerla (la planeó), quería ser su propio patrón, se tiene confianza, no existía el servicio que se ofrecía, pretendía auto-realizarse y tenía insatisfacción de su empleo anterior. Las variables sociales fueron: estaba desempleado, no estaba satisfecho en su trabajo anterior, le dijo un amigo y le dijo un familiar. Las variables culturales, espaciales y educativas fueron: ser reconocido en su localidad, el local está “bien ubicado”, se ubica el local donde pasa mucha gente, es una tradición familiar y el nivel de estudio.

Análisis de los datos.

Para describir el perfil sociodemográficos del emprendedor de ambas comunidades se hizo el análisis descriptivo de los datos. Se utilizó la prueba de U de Mann-Whitney, con el programa SPSS versión 17, para evaluar si había diferencia de los factores para el emprender las microempresas entre las cabeceras municipales. Para establecer que factores son importantes en la consolidación de los negocio se realizó una regresión logística binaria. El atributo de este tipo de regresión es que permite predecir o explicar el comportamiento de una variable dependiente en función de una o más variables independientes o explicativas, además de evaluar con precisión la capacidad predictiva del modelo. La variable dependiente es de carácter dicotómico, es decir 0 y 1 que indica ausencia o presencia respectivamente; y una o más variables independientes. El modelo logístico toma la siguiente expresión, considerando la probabilidad de que ocurra un suceso.

$$P [Y= 1 / X_1, X_2, \dots, X_k] = \frac{1}{1 + e^{(-\beta_0 - \beta_1 x_1 - \beta_2 x_2 - \dots - \beta_k x_k)}}$$

La meta es determinar los coeficientes de $(\beta_0, \beta_1, \dots, \beta_k)$ que mejor ajuste la función.

Los ODDS (ratios de riesgo) al coeficiente de probabilidades se determinaron con la siguiente función:

$$\text{ODDS} = \frac{P[Y = 1 / X_1, X_2, \dots, X_k]}{1 - P[Y = 1 / X_1, X_2, \dots, X_k]} = \frac{P[X_1, X_2, \dots, X_k; \beta]}{1 - P[X_1, X_2, \dots, X_k; \beta]} = e^{\beta_1 + \beta_2 X_2 + \dots + \beta_k X_k}$$

y tomando el logaritmo neperiano de la formula anterior se genera una expresión lineal del modelo.

$$\text{Logit [P (Y=1)]} = \text{Ln} \left[\frac{P[Y = 1 / X_1, X_2, \dots, X_k]}{1 - P[Y = 1 / X_1, X_2, \dots, X_k]} \right] = \beta_1 + \beta_2 X_2 + \dots + \beta_k X_k$$

Donde:

$\pi = P (y = 1/x)$ es la probabilidad que las variables de respuesta binaria (y) tome el valor de 1.

$\beta_0, \beta_1, \dots, \beta_p$, son los parámetros desconocidos; k_1, \dots, K_p . son p variables explicativas.

Para la presente investigación la variable dependiente (y) fue el éxito de la microempresas, valorada en tiempo de operación del negocio, 0 para los negocios que no superan los 4 años de operación y 1 para los que si superan los 4 años. Se establecieron las siguientes variables independientes relacionadas con las características del emprendedor: edad, género, propensión al riesgo, educación, motivación para emprender. Características de la microempresa, como son: tipo de giro (alimenticio y no alimenticio), ubicación, capacitación (recursos humanos) y financiamiento. Todas las variables que se introducen al modelo son variables que influyen en el éxito emprendedor. Las variables fueron transformados en categóricas para realizar la regresión logística.

Resultados

Perfil sociodemográfico del emprendedor

Se encontró que en Metlatónoc hay mayor presencia de hombres (55%) como responsables de los negocios. La edad promedio es de 31.8 años. Más de la mitad (67.5%) de los emprendedores no tiene estudios formales básicos, el 15% tiene nivel básico, 2.5% nivel medio y 15% nivel superior. De acuerdo a su estado civil menos de la mitad (47.5%) son casados otros viven en unión libre (32.5%) y solteros (17.5). El perfil de los emprendedores de Huamuxtitlán muestra que hay mayor presencia de mujeres (56%). La edad promedio es de 42.3 años e iniciaron su emprendimiento a los 20 años. De acuerdo a su nivel de estudios el 36% no tiene estudios

formales, el 38% tiene educación básica, el 22% nivel medio y sólo el 4% nivel superior. El estado civil de los emprendedores son casados (64%), solteros (20%) y unión libre (12%). La mayoría de los entrevistados son propietarios (90%), familiares (6%) y administrador y socio respectivamente (4%).

Se identificaron siete grupos de giros de microempresas en la región de la Montaña (Cuadro 1): 1) alimentos y bebidas (cocinas económicas, misceláneas, tortillerías, fruterías, panaderías, rosticerías, pastelerías, carnicerías, taquerías y depósitos de bebidas alcohólicas), 2) calzado y ropa (guarachería, tiendas de ropa, venta de telas), 3) muebles (mueblerías, carpinterías), 4) ganadería (veterinarias), 5) artículos diversos (perfumería, dulcerías, florería, venta de discos y venta de sombreros); 6) de servicios (taller mecánico, taller de costura, corte de pelo, ciber café, caseta telefónica y envío de paquetería) y 7) del sector salud (farmacias).

Cuadro 1. negocios agrupadas por tipo de giro

<i>Negocios</i>	<i>Huamuxtílán Metlatónoc</i>	
	<i>%</i>	<i>%</i>
1. Alimentos y bebida	48	47.5
2. Calzado y ropa	6	10
3. Muebles	6	2.5
4. Ganadería	2	0
5. Artículos diversos	18	32.5
6. Servicios	18	7.5
7. Sector salud	2	0
Total	100	100

El tipo de microempresa predominante es familiar (88.9% de los entrevistados). Las personas que indicaron se asociaron con otros lo hicieron por relaciones de amistad de mucho tiempo o relaciones de compadrazgo; ningún emprendedor se asoció con personas externas de la comunidad. Esto coincide con lo reportado por García (2007), quien encontró que la mayoría de los emprendedores prefieren emprender solos. Respecto a los años de funcionamiento de las microempresas, para ambos municipios la mayoría se ubica en un periodo de uno a cinco años (Figura 2). Un grupo importante de microempresas tenía funcionando entre seis a 10 años. Según Arteaga y Lasio (2009) las empresas con cuatro y 10 años muestran mayores ventas y más generación de empleo. Aunque Santa María y Roso (2009) afirma que durante este proceso hay un elevado cierre de empresas.

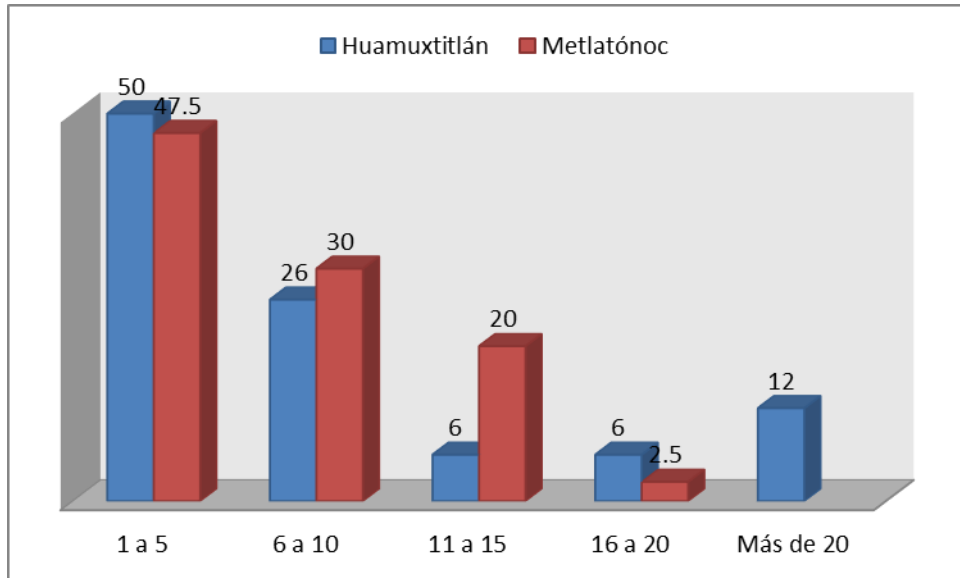


Figura 2: Tiempo de funcionamiento de las microempresas en el momento de la entrevista.

La mayoría de las microempresas mostraron una deficiente planeación. El 87.5% de ellas no elaboraron un proyecto para establecer su viabilidad. El 42.5% de los entrevistados no tenía conocimiento previo de la actividad que emprendió, mientras que otro 30% recibió asesoría de familiares. Sin embargo, la mayoría de los emprendedores dedicó un tiempo considerable a su microempresa, ya que el 10% indicó que emplea 14 horas diarias y un 40% indicó que emplea 12 horas diarias. Esto refleja la falta de otras opciones de empleo en la región.

Los principales problemas que enfrentan los microempresarios se relacionan con el contexto regional. Las bajas ventas, manifestadas por el 32.2% de los emprendedores, se relacionan con el bajo ingreso per cápita local y regional, y al papel que juega la ciudad de Tlapa de Comonfort, como centro comercial principal de la Montaña de Guerrero. El escaso financiamiento (30.0% de las microempresas) indica las limitadas opciones de financiamiento regional, suplido muchas veces por prestamistas locales que cobran intereses muy altos. Un tercer problema es la falta de locales adecuados (11.1%), lo cual lleva a que se acondicionen para la microempresa las propias viviendas de los emprendedores.

Factores motivacionales del emprendedor

Los principales factores que motivaron el emprendimiento en ambas comunidades son diferentes. Para Metlatónoc, el hecho de que no hay trabajo y estuviera desempleado fue lo que motivó a más de la mitad de las personas a emprender, mientras que para Huamuxtitlán fue la mejora de

los ingresos. La prueba de U *Mann-Whitney* (Cuadro 2) mostró que existen diferencias significativas entre estas dos comunidades y también confirma lo que el análisis descriptivo mostró, que los factores estructurales y económicos son los que marcan diferencias.

Cuadro 2. Prueba de U *Mann-Whitney*

<i>Los factor :</i>	<i>Valor de U</i>	<i>Valor de P = 0.05 %</i>
Estructurales y económicos	374	0.00
Psicológicos e individuales	498	0.00
Sociales	586	0.00
Culturales, espaciales y educativas	782	0.05

Nivel de significancia alfa (α) = 5 % = 0.05

La predicción de la consolidación de los negocios en la región, de acuerdo al análisis de regresión logística binaria, indicó que las variables con influencia significativa para consolidar los negocios de los emprendedores fueron la edad, el nivel de estudio y la ubicación geográfica (en este caso ubicada en la carretera) (Cuadro 3).

Cuadro 3. Estimación del modelo regresión logística

		B	E.T.	Wald	gl	Sig.	Exp(B)
Paso 1(a)	Edad	.059	.021	7.486	1	.006	1.060
	Constante	-1.525	.778	3.837	1	.050	.218
Paso 2(b)	nivel_estudios_2(1)	1.097	.496	4.884	1	.027	2.996
	Edad	.063	.022	8.084	1	.004	1.065
	Constante	-2.185	.862	6.422	1	.011	.112
Paso 3(c)	nivel_estudios_2(1)	1.575	.578	7.423	1	.006	4.828
	Edad	.088	.028	10.010	1	.002	1.092
	localiza.empr			9.451	4	.051	
	localiza.empr(1)	-.220	.602	.133	1	.715	.803
	localiza.empr(2)	.622	1.022	.370	1	.543	1.862
	localiza.empr(3)	20.694	22657.108	.000	1	.999	97115121 0.892
	localiza.empr(4)	-2.823	.974	8.403	1	.004	.059
	Constante	-2.975	1.077	7.628	1	.006	.051

a Variable(s) introducida(s) en el paso 1: edad*.

b Variable(s) introducida(s) en el paso 2: nivel_estudios_2*.

c Variable(s) introducida(s) en el paso 3: localizaci.empr (4)*.

El cuadro de regresión logística muestra los valores estimados de los coeficientes de modelo. Dos parámetros son positivos y corresponden a la edad y el nivel de escolaridad, con valores p menores que $\alpha = 0.05$. El parámetro sobre la localización de la empresa es de signo negativo, lo que indica que un incremento en el valor de la localización en la carretera causará una disminución en la consolidación de la microempresa.

Discusión

Con relación a los factores que motivaron a los entrevistados para emprender un negocio, todos los factores fueron altamente significativos para que las personas inicien una microempresa en las comunidades de estudio. Los factores económicos, sociales, culturales, psicológicos, espaciales y de educación juegan un papel importante como factores de motivación. Sin embargo, es necesario relacionar algunas variables del análisis descriptivo, ya que esta prueba no indica direccionalidad; es decir, no define que variables son por oportunidad y cuales por necesidad. El proyecto GEM (2006) en Colombia, encontró que las personas con bajos niveles educativos emprendieron por necesidad, mientras que las de alto nivel educativo emprendieron por oportunidad. De acuerdo los resultados de este estudio, por el nivel educativo de los entrevistados, en la región de la Montaña de Guerrero los emprendimientos se dan por necesidad. Los factores estructurales y económicos muestran un valor (U de Mann-Whitney = 374) menor que otros factores. Efectivamente, tal como se observó en el análisis descriptivo, su motivación está dada porque no hay trabajo y también para mejorar sus ingresos; esto confirma que el emprendimiento se dio por necesidad. Esto es similar a lo que ocurre en otros ámbitos del país, ya que se ha reportado que en México el desempleo, por causas estructurales y económicas, ha dado pie al crecimiento del sector informal (Nuñez y Gómez, 2008).

En segundo lugar se encuentran los factores psicológicos e individuales. Hay diferencia entre localidades en el grado de confianza. Esta fue mayor en Metlatónoc que en Huamuxtlán. Los individuos consideran el grado de confianza, de lo contrario se notarán inseguros e indecisos en la toma de riesgos, que en este caso también es alto para el caso de Metlatónoc. El tercer factor, el social, da sustento al primer factor. La mayoría de las personas iniciaron su microempresas porque estaban desempleadas.

Los resultados de la regresión logística binaria son similares a los encontrados por otros autores sobre las variables predictoras significativas, como la edad y la educación (Arias y Peña, 2010).

Formichella (2008) mostró el efecto de una mayor educación con una mayor probabilidad de trabajar de manera independiente. La escolaridad y lugar geográfico son determinantes en el éxito emprendedor (Garrocho, 2003; Arauzo y Manjón, 2004). Es importante considerar que la localización del negocio es parte de la planeación previa al establecimiento del mismo e iniciar sin una planeación mínima incrementa el riesgo en la consolidación del negocio. Es necesario seguir con el análisis de estos emprendimientos para generar más evidencias sobre otros factores que no fueron significativos.

Conclusiones

A pesar de que Huamuxtitlán y Metlatónoc se ubican en la región Montaña de Guerrero, los factores que motivaron a los microempresarios a emprender no son similares. Esto se explica porque el municipio de Metlatónoc tiene mayor nivel de migración y marginación y para los emprendedores la prioridad es generar fuentes de empleo. En contraparte, para el municipio de Huamuxtitlán, con mejores condiciones socioeconómicas, los emprendedores tienen como prioridad el mejorar los ingresos. Para ambas comunidades son cuatro los factores importantes en la motivación para emprender. Los estructurales y económicos se relacionan con la condición de que no hay trabajo en la comunidad y la necesidad de mejorar el ingreso. El factor psicosocial tiene que ver con la confianza del emprendedor en el éxito del negocio. El factor social es determinado por el desempleo, por el cual las microempresas son vistas como una opción de empleo. Finalmente, el factor espacial es considerado determinante por los mismos emprendedores, ya que se reconoce que para que una microempresa funcione ésta debe estar bien ubicada en la comunidad; en donde el flujo de personas sea mayor o sea más accesible. Las variables de control que determinan la consolidación de las microempresas de los emprendedores de la región Montaña son la edad, la escolaridad y el lugar donde están ubicadas.

De acuerdo a los factores y variables importantes para el funcionamiento de las microempresas estudiadas, es necesaria una iniciativa de consolidación de los emprendimientos. Un elemento importante es la motivación y capacitación de los jóvenes emprendedores. Se requieren cursos de capacitación sobre la administración de negocios. Es conveniente promover un programa de acompañamiento individual y colectivo a las microempresas del municipio, tanto de negocios formales como informales, dado que ambos tienen como fin generar empleo, aspecto que en los dos municipios son necesarios.

Referencias

Amorós, J. E.; Leguina, A. y Gutiérrez, I. (2010). Análisis de la actividad emprendedora en sectores de comercio en América Latina: una aproximación desde el Global Entrepreneurship Monitor. Primera Edición. FUNDES. Santiago, Chile. Pp. 11 - 91.

Arauzo, J. y Manjón, M. (2004). Firm size and geographical aggregation: an empirical appraisal in industrial location. *Small Business Economics* 22: 299 - 312.

Arias, A. and Peña, I. (2010). The effect of entrepreneurs' motivation and the local economic environment on young venture performance. *International Journal Business Environment* 3(1): 38 - 56.

Arteaga, M. E. y Lasio, V. (2009). "Empresas dinámicas en Ecuador: factores de éxito y competencias de sus fundadores". Academia. *Revista Latinoamericana de Administración*. Consejo Latinoamericano de Escuelas de Administración, número 42. Latinoamericanistas. pp. 49-67

Barba, S. V. y Martínez, R. M. P. (2006). Cambios en el modelo de desarrollo económico y creación de empresas. El emprendedor como factor clave del proceso de cambio. *Boletín Económico de ICE* 2882: 15 - 27.

Brunet, I. y Alarcón A. (2004). Teoría sobre la figura del emprendedor. Universitat Rovira Virgili. Departamento de Sociología. *Papers* 73: 81-103.

Carrasco, I. y Castañeda, M. S. (2008). El emprendedor Schumpeteriano y el contexto social. *Revista ICE* 845. 121 – 134.

CONEVAL. (2012). Medición de la pobreza en Guerrero. http://www.coneval.gob.mx/Informes/Coordinacion/PDFS_TABLAS_POBREZA_2012/Guerrero%202012.pdf

CONEVAL. (2014). Medición de la pobreza, línea de bienestar y canasta alimentaria. <http://www.coneval.gob.mx/Medicion/Paginas/Lineas-de-bienestar-y-canasta-basica.aspx>

CONEVAL. (2005). Mapas de la pobreza en México: Estado de Guerrero. <http://www.coneval.gob.mx/mapas/plantillaEdo.jsp>.

Dehter, M. (2008). Nacer – Naturalmente Emprendedor: una cuestión de autoestima. <http://www.mariodehter.com>.

Financiera Rural. (2010). Programas y proyectos crediticios, programas de crédito jóvenes emprendedores rurales. http://www.financierarural.gob.mx/Prog_prod_cred/Actividadesproductivasmediorural/Paginas/JovenesEmprendedores.aspx.

Formichella, M. M. (2004). El concepto de emprendimiento y su relación con la educación, el empleo y el desarrollo local. Instituto Nacional de Tecnología Agropecuaria. Tres Arroyos, Buenos Aires, Argentina. Pp.1-34. http://www.inta.gov.ar/barrow/info/documentos/desarrollo_local/emprendydesarrollolocal.pdf.

Formichella, M. M. (2008). Educación y trabajo independiente: un aporte a la evidencia empírica. *Revista Estudios de Economía Aplicada* 26(3): 115 - 139.

García, R. C.; Martínez C. A. y Fernández G. R. (2010). Características del emprendedor influyente en el proceso de creación empresarial y en el éxito esperado. *Revista Europea de Dirección y Economía de la Empresa* 19(2): 31 – 48.

García del J. J.; Álvarez M. P. y Reyna Z. R. (2007). “Características del emprendedor de éxito de PYME Españolas”. *Estudios de Economía Aplicada*. Asociación de Economía Aplicada, diciembre, vol. 25, núm. 3. España. pp. 951-974.

Garrocho, C. (2003). La teoría de la interacción espacial como síntesis de las teorías de localización de actividades comerciales y de servicios”. *Revista Economía Sociedad y Territorio* IV(14): 203 - 251.

GEM. (2006). Reporte de resultados. Global Entrepreneurship Monitor. Colombia. pp. 1-74.

Genesca, G, E. y Capelleras, S. J. L. (2004). Un análisis comparativo de las características de las microempresas en España. *Revista Universia Business Review* 2: 72 – 93.

Gray, D.A y Cyr, D.G. (1994). Como evaluar su potencia emprendedor. Editorial GRANICA. España. 192 p.

Gobierno Municipal de Huamuxtitlán. 2012. Plan de desarrollo municipal Huamuxtitlán Guerrero, 2012-2015. Huamuxtitlán, Guerrero. Paginas. 64.

Gobierno Municipal de Metlatónoc. 2013. Plan Municipal de desarrollo, 2013 – 2015. Metlatónoc, Guerrero. Paginas 97.

Haber, S. and Reichel, A. (2005). Identifying performance measures of small ventures – the case of the tourism industry. *Journal of Small Business Management* 43(3): 257 - 286.

Heller, L. (2010). Mujeres emprendedoras en América Latina y el Caribe: realidades, obstáculos y desafíos. Serie 93 Mujer y desarrollo. Pp. 7 – 5.

IMJUVE. 2014. Emprendedores juveniles, convocaría 2014. http://www.imjuventud.gob.mx/imgs/uploads/Convocatoria_EMPRENDEDORES_JUVENILES.pdf

INEGI. 2011. Encuesta nacional de ocupación y empleo. Indicadores estratégicos, IV trimestre de 2011.

Kantis, H. (2006). Emprendedores de origen humilde: ¿Cómo incide la estructura social en la creación de empresas en América Latina?. <http://www.littec.ungs.edu.ar/pdfespa%F1ol/DT%2010-2005%20Kantis.pdf>

Kliksberg, B. (2000). Capital social y cultura, claves olvidadas del desarrollo. BID-INTAL. Documento de divulgación 7. Buenos Aires. 44 pags.

Knaup, A.E. (2005). Survival and longevity in the business employment dynamics database. Monthly Labor Review 128(5): 50 - 56.

Lins, R. G. (2007). Poder, redes e ideología en el campo del desarrollo. Revista Tabula Rasa 6: 173 - 193.

Mures, Q. M. J.; García, G. A. y Vallejo, P. M.E. 2012. Análisis del fracaso empresarial por sectores: factores diferenciadores. Pevnia Monográfico (2012): 53 - 83.

Ortiz, R.C.; Duque, O. Y. V. y Camargo, M. D. (2008). Una revisión a la investigación en emprendimiento femenino. Revista Facultad de Ciencias Económicas: Investigación y Reflexión XVI(1): 85 - 104.

Porter, M.E. (2008). Las cinco fuerzas competitivas que le dan forma a la estrategia. Harvard Business Review 86(1): 58 - 77.

Rodríguez R. A. 2009. Nuevas perspectivas para entender el emprendimiento empresarial. Pensamiento y Gestión 26: 94 - 119.

Rusque, A.M. (2005). Capacidad emprendedora y capital social. Revista Venezolana de Coyuntura XI(2): 189 - 202.

Santa María, S. M. y Rozo V. S. (2009). “Análisis cualitativo y cuantitativo de la informalidad empresarial en Colombia”. *Desarrollo y Sociedad*. Universidad de los Andes, junio, núm. 63. Colombia. pp. 269-296.

Sastre R. (2013). La motivación emprendedora y los factores que contribuyen con el éxito del emprendimiento. *Ciencias Administrativas* 1: 1 - 10.

Simón M. V.; Revuelto T. L. y Medina, L.A.F. (2012). La influencia de la formación, la experiencia y la motivación para emprender en la supervivencia de las empresas de nueva creación. *Estudios Gerenciales* 28: 237 – 262.

Segarra, A. y Callejon, M. (2002). New firm's survival and market turbulence: New evidence from Spain. *Review of Industrial Organization* 20: 1- 14.

Tarapuez, C. E.; Zapata, E.J. A. y Agreda, M. E. 2008. Knight y sus aportes a la teoría del emprendedor. *Estudio Gerenciales* 24(106): 83-98.

Tarapuez, C. E. y Botero, V.J.J (2007). Algunos aportes de los neoclásicos a la teoría del emprendedor. *Cuadernos de Administración* 20(34) 39 - 63.

Toca T. C. 2010. Consideraciones para la formación en emprendimiento: explorando nuevos ámbitos y posibilidades. *Estudios Gerenciales* 26(117): 41-60.

