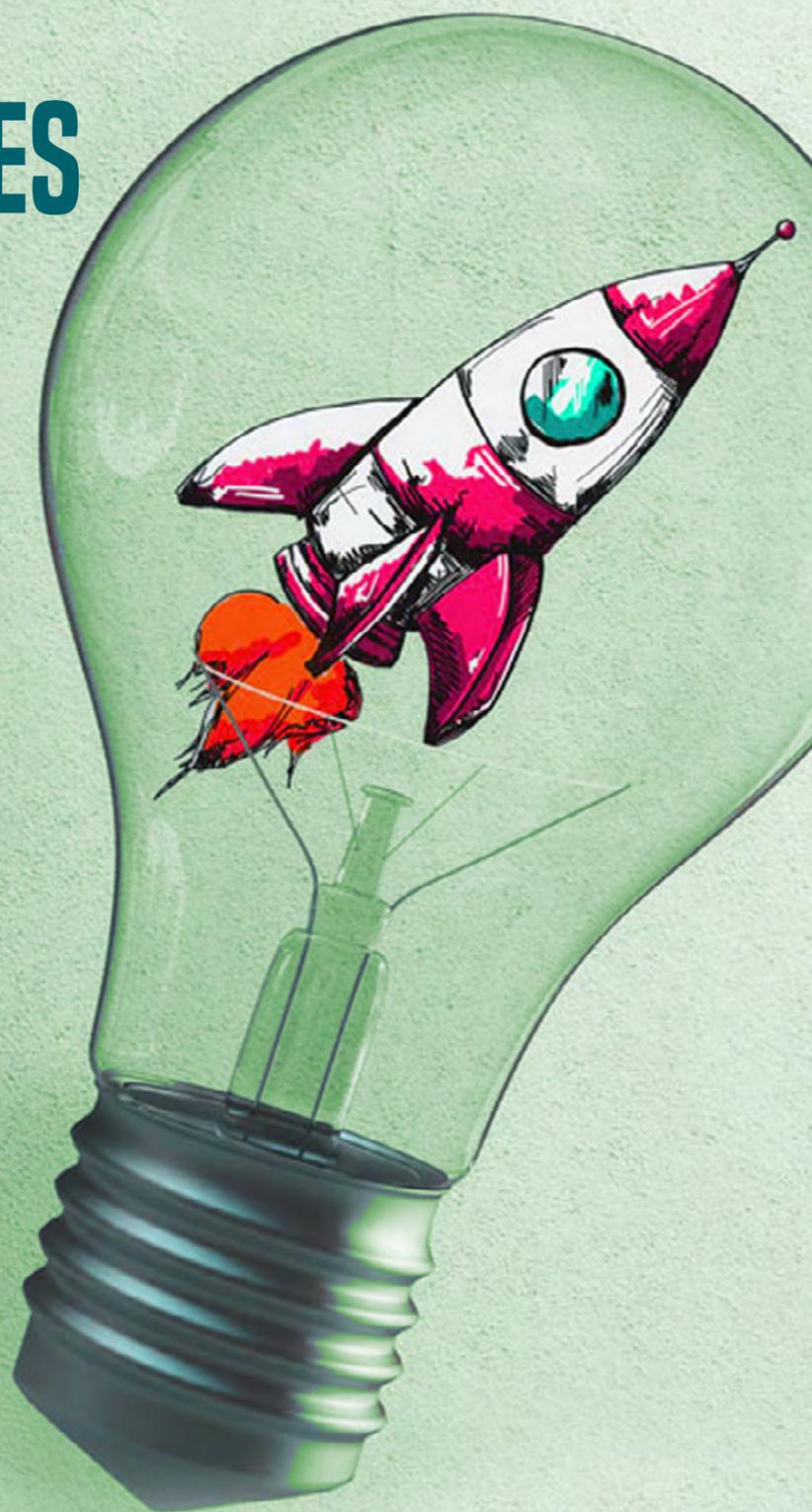


# EXPECTATIVAS Y CREENCIAS DE EMPREENDEDORES MEXICANOS, A PARTIR DE UNA VISIÓN DE GÉNERO



---

EXPECTATIONS AND BELIEFS OF  
MEXICAN ENTREPRENEURS,  
FROM A GENDER PERSPECTIVE

The objective of this research is to determine the characteristics that explain the motivation of Mexican entrepreneurs from various viewpoints: chances and needs, flexibility, profit, and their relation with gender and with domestic affairs. The data collection was by survey, with a 32-item instrument, on a sample of entrepreneurs from the municipalities of Puebla and Tlaxcala. The data treatment was carried out by means of multivariate logistic regression. The findings were that the Mexican women entrepreneurs' motivation is mainly to cooperate with family needs and not to neglect family responsibilities because it is the institutional role assigned to the woman (mother). Another reason for their decision to start a business is that people earn less being waged workers; that is because they suffer from either cultural or social pressures, or they feel frustrated in their jobs. Besides, Mexican entrepreneurs prefer to use external financial sources before risking their owns, and above all, they are driven by expectations or beliefs about the costs-benefits they may obtain, and not necessarily by planned, prepared, or analyzed start-ups.

**KEYWORDS:** Entrepreneurs, motivations, gender.

El objetivo de la investigación fue determinar las características que explican la motivación de emprendedores mexicanos desde ópticas diversas: oportunidades, necesidades económicas, flexibilidad de tiempos, ganancias, y su relación con actividades domésticas o familiares y con su género. La recolección de datos fue por encuesta, con un instrumento de treinta y dos ítems, sobre una muestra de emprendedores de los municipios de Puebla y Tlaxcala. El tratamiento de datos se realizó por medio de una regresión logística multivariable. Los hallazgos encontrados fueron que la mujer emprende motivada por el hecho de que este tipo de ocupación le permite realizar actividades familiares, orillada por el rasgo propio de su sexo (madre), y por la idea de que se gana poco siendo asalariada, es decir, a causa de presiones culturales y sociales sobre ella o porque se siente frustrada en su trabajo. Además, los emprendedores mexicanos deciden utilizar fuentes de recursos externos antes de arriesgar los propios y sobre todo, son impulsados por sus expectativas o creencias sobre los costos-beneficios que puedan obtener y no necesariamente por inicios planeados, preparados o analizados.

**PALABRAS CLAVE:** Emprendimiento, motivaciones, género, creación de empresas.

ABSTRACT

RESUMEN

Alfredo Pérez-Paredes

Facultad de Administración,  
Benemérita Universidad Autónoma de  
Puebla, Puebla, México.

[alfredo.perez@correo.buap.mx](mailto:alfredo.perez@correo.buap.mx)  
<https://orcid.org/0000-0001-8766-5766>

Pablo Daniel Palacios-Duarte

Facultad de Administración,  
Benemérita Universidad Autónoma de  
Puebla, Puebla, México.

[pablo.palacios@correo.buap.mx](mailto:pablo.palacios@correo.buap.mx)  
<https://orcid.org/0000-0003-3741-770X>

Amado Torralba-Flores

Facultad de Administración,  
Benemérita Universidad Autónoma de  
Puebla, Puebla, México.

[amado.torralba@correo.buap.mx](mailto:amado.torralba@correo.buap.mx)  
<https://orcid.org/0000-0003-3802-0501>

ARTÍCULO RECIBIDO:  
31/08/2020

ARTÍCULO ACEPTADO:  
01/12/2020

TEC EMPRESARIAL  
VOL. 15 NO. 2, PP. 50-66

## INTRODUCCIÓN

El emprendimiento en la literatura ha sido observado como la actividad de iniciar una empresa o comenzar actividades económicas desde una empresa existente. (Teece & Al-Aali, 2013). Entre los primeros estudios sobre emprendimiento, Paturel (1997) aportó tres razones por las que se emprende: la primera, las aspiraciones o motivaciones del emprendedor; la segunda, sus competencias y los recursos disponibles, y la tercera, el ambiente o entorno. Este trabajo ahonda en la importancia del vínculo entre el emprendimiento y el género. Algunos resultados empíricos encuentran que las mujeres emprenden menos que los hombres, más por necesidad que por una oportunidad dada, y, en suma, por la lucha con barreras culturales y sociales que enfrentan (Ahl & Marlow, 2012; Zambrano & Vázquez, 2019). Ahl y Marlow (2012, pág. 17) abandonan el enfoque alrededor del debate entre la representación estereotipada de las mujeres como madres y amas de casa, y su espíritu empresarial. De hecho, Ahl y Marlow proponen a los investigadores en el tema de género abandonar la perspectiva definida por roles normativos para cada sexo, que dan lugar secundario al espíritu empresarial de las mujeres, así como a sus iniciativas en el contexto socioeconómico más amplio.

También se han considerado otros factores en los estudios de las motivaciones para el emprendimiento, con importantes conclusiones. Si la razón del emprendimiento es por necesidad, esta es consecuencia de los tropiezos en el crecimiento de la economía, revelado por su tasa de desempleo y por la estrecha relación con la pobreza y la marginación (Larroulet & Ramírez, 2008; Cancino & Bonilla, 2011). Si es por aspiraciones, estas se vinculan a las oportunidades de negocio que surgen de los estilos de vida de un emprendedor (*Lifestyle business*), y la motivación al emprendimiento radica en las metas económicas o ganancias, y aún más, en aquellos factores que esencialmente no son económicos, pero explican individualmente la creación de una empresa (Dawson, Fountain, & Cohen, 2011) como reconocimiento, prestigio, respeto, etc. El entorno de emprendimiento es otro factor; Zhao, *et al.* (2005) señalan que en el contexto de

su estudio, las mujeres percibían el entorno difícil y poco conveniente para llevar a cabo una acción emprendedora. En una investigación española se afirmó que la creación de empresas por oportunidad es más frecuente que la motivada por necesidad, tanto entre hombres como entre mujeres (GEM 2010). Por otro lado, en cuanto a la identificación de oportunidades de creación empresarial, González-Álvarez y Nieto-Antolín (2012) concluyeron que los hombres aventajan a las mujeres.

Continuando sobre razones que originan el emprendimiento relacionadas con diferencias de comportamiento entre hombres y mujeres, Arteaga-Cervantes, *et al.* (2020) confirmaron que las mujeres emplean estrategias empíricas de manera inconsciente, pues no las formulan a partir de una planeación o diseño, con un objetivo específico; sino que movidas por la necesidad y guiadas por la intuición. Wilson, *et al.* (2007) destacan la importancia de estudiar el espíritu empresarial en las mujeres y explican que la mayor atención prestada a esta área por académicos y educadores se debe al hecho de que los hombres continúan siendo más activos en el emprendimiento que las mujeres, en todo el mundo.

Resumiendo, emprender es una acción incipiente de crear una empresa. El objetivo de esta investigación fue coadyuvar en la identificación de perfiles de motivación hacia el emprendimiento, definidos por las razones que sirvieron de propulsión al aventurarse en él, tales como que se gana más, que el ser asalariado no es opción para ganar, que ofrece flexibilidad en el trabajo o que emprender es para complementar el

EL OBJETIVO DE LA INVESTIGACIÓN FUE DETERMINAR LAS CARACTERÍSTICAS QUE EXPLICAN LA MOTIVACIÓN DE EMPRENDEDORES MEXICANOS DESDE ÓPTICAS DIVERSAS: OPORTUNIDADES, NECESIDADES ECONÓMICAS, FLEXIBILIDAD DE TIEMPOS, GANANCIAS, Y SU RELACIÓN CON ACTIVIDADES DOMÉSTICAS O FAMILIARES Y CON SU GÉNERO

ingreso familiar y privilegiar las relaciones y actividades domésticas o familiares y finalmente, porque permite administrar el propio tiempo y dedicación al trabajo. Desde estos orígenes motivacionales que sirven de impulso a la creación de una empresa o la realización de actividades emprendedoras, el estudio se abocó a encontrar los factores que identificaran y/o explicaran las peculiaridades de cada uno de los perfiles, en relación con aspectos como la preferencia por fuentes de recursos, el reconocimiento, la percepción del fracaso, la experiencia previa; la valoración de la competencia y el producto, el nivel educativo, el género, la apreciación sobre el conjunto de formalidades para emprender, y variables del entorno.

## MARCO TEÓRICO

La teoría económica institucional en materia de *entrepreneurship* nos sitúa en las reglas del juego establecidas por el varón para dar forma a la interacción y fijar los límites para las actividades del emprendedor (North, 2006; Marulanda, *et al.*, 2014). Esto ubica al investigador frente a la existencia de barreras estructurales que estimulan o sosiegan al espíritu emprendedor, como son los estereotipos de género (Méndez, 2010; Zambrano & Vázquez, 2019; Von, 2010), que implican mayores fortalezas de las mujeres en sus motivaciones, competencias y recursos. Según Camarena y Saavedra (2016), enfrenta a los obstáculos que la mujer encuentra para ascender laboralmente como elementos institucionales informales que constituyen techos de cristal o barreras convencionales. De lo anterior, el factor común para el análisis del emprendimiento, en palabras de M<sup>a</sup>. do Carme García-Negro, es que el primer enfoque que constituye una fuente de conocimiento es encontrar los elementos diferenciadores entre el emprendimiento masculino y el femenino (citada por López-Diez, 2013, pág. 27).

El debate sobre el emprendimiento desde una perspectiva de género es muy variado, y se ubica a las mujeres en posiciones ventajosas o desventajosas, según el contexto socioeconómico y cultural (Eijdenberg, *et al.*, 2019; Essers & Benschop, 2007). Las investigaciones no solo presentan sesgos de género, sino que aprovechan poco la metodología cualitativa para visualizar de mejor forma

las diferencias de género-rol que las personas cumplen dentro de lo social, lo político y lo económico (Zambrano & Vázquez, 2019; Creswell, 2009). Zambrano y Vázquez (2019) dentro de la teoría institucional identifican una posible razón para la falta de estudios de género, y es que no todos los emprendimientos son exitosos ni son observados.

Un estudio del Banco Mundial (2010) sobre mujeres empresarias en América Latina y el Caribe, aborda a la mujer trabajadora desde la perspectiva de por qué la mujer se convierte en empresaria, y nos afirma que la riqueza familiar reduce la posibilidad de que eso ocurra. Adicionalmente, tener más educación reduce la posibilidad de que las mujeres se involucren en una actividad empresarial (Méndez, 2010). Por otro lado, Sharma (2013) elaboró un estudio a partir de información secundaria sobre qué factores afectaban a las mujeres empresarias y encontró que las emprendedoras se enfrentaban a muchos problemas como falta de educación, barreras sociales, formalidades legales, altos costos de producción, sociedad dominada por hombres, capacidad gerencial limitada y falta de confianza en sí mismas.

Para medir la intención emprendedora, algunos investigadores han identificado tres categorías de factores: **a)** los datos demográficos (edad, género, lugar de nacimiento, etc.); **b)** las características personales (propensión a tomar riesgos, creatividad y motivación), y **c)** los factores contextuales relacionados con aspectos como la experiencia previa en actividades emprendedoras o la familiaridad con ellas, la educación formal y el tipo de asignaturas, así como los modelos de emprendimiento universitario (Neira Gómez, *et al.*, 2013). Avanzini (2009) propone abordar el tema desde dimensiones claves como la actividad empresarial (supervivencia y dinámica, propiedad y dirección), el empleo (nuevos puestos, nuevas empresas, iniciativa emprendedora - autoempleo), la actividad económica (remuneraciones, cuota de mercado, innovación, comercio internacional, costos transaccionales), el espíritu, la cultura, y el reconocimiento. También considera el autor los siguientes ítems para el análisis del emprendimiento: las barreras, el apoyo institucional, la búsqueda de conocimiento, la inversión empleada y la destinada a investigación y desarrollo. Sin embargo, no existe un consenso por la comunidad académica sobre los factores del emprendimiento. En este sentido, el presente trabajo

se apoya en las tres categorías básicas de Neira Gómez, *et al.*, datos demográficos, datos personales y factores contextuales, para observar el emprendimiento según roles de género y sus motivaciones diferenciales.

Alonso-Nuez y Galve-Górriz (2008) al explicar las principales teorías de la creación de empresas reafirman la relación entre tres elementos claves: el empresario, la empresa y el entorno. Sin aventurarnos en un debate teórico estos tres elementos nos aportan un marco de análisis: **a)** el económico, bajo la teoría de desarrollo económico de Schumpeter dentro de la función empresarial; **b)** el psicológico, bajo la mirada de la teoría del empresario de Kirzner, explicando los rasgos de personalidad, y finalmente, **c)** el sociocultural, con la teoría institucional sobre de rol, autoridad, las redes, las instituciones como incubadoras y otras.

En este contexto, Wicks (2001) propone que la teoría institucional nos brinda la posibilidad de observar el emprendimiento desde un nivel micro afín de conocer más sobre el comportamiento individual. La teoría institucional ha abierto varias nuevas y ricas avenidas de potencial investigación para el emprendimiento, con cuestiones tales como la mentalidad macro- y microinstitucional – individual, típicamente observado el fenómeno a nivel macro (Wicks, 2001; Collins, 2004; Bruton, Ahlstrom & Li, 2010).

De lo anterior, se formularon como hipótesis de investigación las siguientes:

**H1.** Las mujeres son motivadas a emprender por la creciente necesidad de obtener recursos económicos.

**H2.** La búsqueda de flexibilidad en su trabajo es el estereotipo típico de los emprendimientos femeninos en la pesquisa de equilibrar sus responsabilidades con la familia (hogar).

La investigación fue exploratoria; básicamente, desde un análisis de género, se centró en la motivación al emprendimiento y su relación con el entorno inmediato y cercano que vive el individuo, y las capacidades, competencias y recursos disponibles del emprendedor o de la emprendedora.

## METODOLOGÍA

Se diseñó exprofeso un instrumento con 32 ítems, según características demográficas, personales y de contexto (Neira Gómez, *et al.*, 2013), cuya población objetivo era de micro- y pequeños empresarios de cualquier sector económico, que en algún momento realizaron emprendimientos. Para la determinación de la muestra se obtuvieron datos del Directorio Estadístico Nacional de Unidades Económicas (DENUE), del Instituto Nacional de Estadística y Geografía de México (INEGI), para los municipios de Puebla y Tlaxcala, con un registro de 89 192 y 7407 individuos, respectivamente.

Para el tamaño de la muestra, se consideró un nivel de confianza del 95% y un margen de error del 5% en una población de 96 599 y se obtuvo un resultado de 382,63 sujetos. El proceso de recolección de datos fue durante el periodo comprendido entre septiembre y noviembre de 2019; se obtuvo 656 sujetos que accedieron a responder el instrumento por vía telefónica o en visitas en su domicilio y que desarrollaron actividades económicas entre 2017 y 2018. Los datos quedaron distribuidos así: 325 encuestas, procedentes del Municipio de Puebla, y 331, del Municipio de Tlaxcala. En cuanto al género, se registró un 48% de mujeres y 52% de hombres. Sin embargo, al desagregar por municipio, se observó que las mujeres eran el 52% de Tlaxcala y el 43% de Puebla. Con el objeto de depurar la información recopilada<sup>1</sup> se realizó por último la comprobación de la congruencia de sus datos mediante un análisis de atipicidades y el tratamiento de respuestas carentes o nulas.

Una vez recopilada la información, los datos fueron codificados para ser valorados mediante un modelo de regresión logística, y se determinó como variable dependiente el ítem IV.16 “¿Por qué desea ser independiente?”, con el propósito de estudiar las motivaciones e identificar los perfiles de los emprendedores. Singularmente, este primer resultado fue significativo en su valoración estadística, y como orientación sobre las razones por las que llevar a cabo

<sup>1</sup> La prueba de fiabilidad de estadístico Alfa de Cronbach con 32 ítems arrojó un valor de 0,787, y con este resultado, el análisis calificó como aceptable.

Tabla 1. Determinantes de las decisiones de emprendimiento

Variable	Descripción	Medición
Gen	Género	0. Mujer   1. Hombre
NA	Nivel académico	1. Educación básica.   2. Educación media superior 3. Educación superior   4. Posgrado
I.1	¿Conoce a alguien que ha iniciado un negocio en los últimos dos años?	
I.2	¿Considera que iniciar un negocio es una buena opción de carrera?	
I.3	¿Piensa que los emprendedores exitosos gozan de un estatus social alto?	
I.4	¿Identifica que los medios de comunicación ponen atención en historias de emprendimiento exitosas?	
II.1	¿Percibe buenas oportunidades de iniciar un negocio?	
II.2	¿Considera que el fracaso es un aspecto negativo en el ámbito empresarial?	
II.4	¿Considera que el fracaso es un aspecto negativo en el ámbito empresarial?	
II.5	¿Anteriormente ha fracasado en el ámbito empresarial?	1. Nada
II.7	¿Tiene planes de iniciar un negocio en los próximos tres años?	2. Poco
III.10	¿Actualmente realiza alguna actividad adicional a la administración de la empresa?	3. De acuerdo
III. 11	¿Existió algún antecedente empresarial en su familia?	4. Muy de acuerdo
IV.12	¿La idea de la empresa fue propia?	5. Totalmente
IV.17	¿Actualmente emite comprobantes fiscales?	
IV.18	¿Considera que el trámite para darse de alta en el SAT es muy problemático?	
V.20	¿Realiza el registro contable de sus actividades empresariales?	
V.21	¿Actualmente cuenta con algún tipo de financiamiento?	
V.22	¿Actualmente cuenta con algún método de ahorro o inversión?	
V.23	¿Actualmente cuenta con clientes en el extranjero?	
V.24	¿Considera que su producto o servicio es innovador?	
V.25	¿Considera que actualmente tiene competencia?	
II.3	¿Sobre qué tema empresarial le gustaría capacitarse?	1. Contabilidad   2. Mercadotecnia   3. Administración 4. Recursos humanos   5. Otro
II.6	¿Por qué motivo fracasó?	1. Falta de rentabilidad   2. Competencia   3. Situaciones personales 4. Falta de financiamiento   5. Otro
III.8	¿Por qué se decidió a emprender?	1. Aumento de ingreso   2. Mayor independencia 3. Oportunidad y necesidad   4. Mantener el ingreso   5. Otro
III.9	¿Cuándo decidió emprender usted?	1. Trabajaba   2. No trabajaba   3. Ya tenía una empresa 4. Estudiaba   5. Otro
IV.14	El financiamiento de la empresa fue con...	1. Recursos propios   2. Préstamos de amigos o familia 3. Crédito bancario   4. Programa de gobierno   5. Otro
IV. 15	¿Cómo definiría la función que realiza?	1. Trabajador independiente   2. Microempresario 3. Pequeño empresario   4. Empresario   5. Otro
IV.16	¿Por qué desea ser independiente?	1. Me permite ganar   2. Se gana poco siendo asalariado 3. Me gusta no tener jefe   4. Me permite realizar actividades familiares   5. Determino mi tiempo.
V.19	¿Cuál considera que es el aspecto más importante que impide su crecimiento?	1. Falta de demanda   2. Falta de financiamiento 3. Altos costos   4. Inseguridad   5. Incertidumbre sobre la situación económica
TE	Tipo de empresa	1. Comercio   2. Transformación   3. Servicios

Fuente: datos provenientes de la encuesta aplicada para este estudio

un emprendimiento. Finalmente, para explicar el comportamiento de los datos recolectados, se utilizó el modelo *logit multinomial* con apoyo en el paquete estadístico de SPSS, de IBM<sup>2</sup>.

Dentro de los parámetros establecidos por el modelo de regresión logística múltiple, el rango de variación de los componentes es de 0 a 1. Los componentes determinados en el estudio se presentan en la tabla 1.

En tanto que la relación de cada componente con el deseo de ser independiente, tomando en cuenta los elementos colaterales a cada uno que pudieron influir en este puede expresarse bajo la siguiente fórmula:

$$IV. 16_i = Gen_i + NA_i + I1_i + I2_i + I3_i + I4_i + III1_i + III2_i + III3_i + III5_i + III6_i + III7_i + III8_i + III9_i + III8_i + III9_i + III10_i + III11_i + IV12_i + IV13_i + IV14_i + IV15_i + IV16_i + IV17_i + IV18_i + V19_i + V20_i + V21_i + V22_i + V23_i + V24_i + V25_i + \varepsilon_i$$

$\varepsilon_i$ , un término de perturbación estocástica, se supone independiente y normalmente distribuido en distintas observaciones.

## RESULTADOS Y DISCUSIÓN

El análisis de la razón de verosimilitud de cada uno de los factores de la ecuación que influyen en la motivación a ser independiente, inicialmente permitió excluir algunas variables del predictor<sup>3</sup> por razón de no haberse

establecido una relación al menos positiva. Para evaluar los resultados del modelo de regresión logística<sup>4</sup>, los contrastes en la *razón de verosimilitud* contenidos en la tabla 2 (Lindsey, 1996) proporcionan una interpretación de los valores de la función de verosimilitud normalizada (con respecto a su máximo), los cuales indican que si la significancia es menor al alfa asumido,  $\alpha = 0,05$ , la evidencia se califica como “Positiva” (0,05-0,37), “Fuerte” (0,007-0,05) o “Muy fuerte” (<0,007).

De los resultados anteriores, se centró la atención en los ítems que poseían una relación fuerte con la variable dependiente, es decir, en las siguientes variables: I.1, consistente en el conocimiento de alguien que había iniciado un negocio en los últimos dos años antes de la realización del estudio; I.2, referente a la opinión sobre iniciar un negocio si como carrera o como proyecto de vida; II.2, consistente en la percepción del fracaso como un aspecto negativo; II.7, si en el momento del estudio se tenían planes de iniciar un negocio en los próximos tres años; III.8, sobre la creencia de por qué uno decide emprender; IV.14, referente a la fuente de financiamiento; V.19, las barreras que en el momento consideraba como limitantes de crecimiento; V.22, si contaba con un ahorro o inversión, y último ítem, V.24, la valoración de su producto como innovador. Sin embargo, este primer resultado no permitió explicar los factores determinantes de la motivación a ser independiente o emprender de manera independiente. Por tal motivo, para interpretar los factores del modelo fuertemente relacionados con el emprendimiento, se recurrió al análisis de coeficientes y sus resultados estadísticos.

2 Enchautegui (2000) afirma que los modelos de autoselección han proliferado en la microeconomía en los últimos años. Entre estos, los modelos *probit* y *logit* producen resultados cualitativamente similares. De hecho, se pueden obtener los coeficientes *logit* a partir de los coeficientes *probit* y viceversa. Dadas las características del instrumento y que la mayoría de las variables eran categóricas, especialmente la dependiente, se optó por el modelo de *logit*.

3 Con la finalidad de ajustar mejor el modelo e identificar aquellas variables que influyeran significativamente en el predictor se eliminaron “Tipo de empresa”, II.3, II.4, II.5, III.9, III.11, IV.13, IV.15, IV.16, V.21, V.23.

4 El ajuste del modelo muestra un grado pleno de significación a partir de la razón de verosimilitud, que es de 868,711 (Chi-cuadrado) con 464 grados de libertad, por lo cual la probabilidad asociada al estadístico Chi-Cuadrado es menor que 0,05, altamente aceptable, por lo que se rechaza la hipótesis nula de los coeficientes del modelo y nos permite poder realizar una estimación de probabilidad de los parámetros contenidos en la variable categórica IV. 16. Por otra parte, los resultados del ajuste global que califica la proporción de la varianza explicada por el modelo de regresión logística obtenido, la prueba de McFadden, aducen al nivel de verosimilitud, que será mayorcuanto mayor sea la capacidad explicativa del modelo. El valor (de...) observado en este modelo fue 0,319; aunado al estadístico de Cox y Snell confirmó el ajuste al resultar un valor de  $R^2 = 0,635$ . Finalmente, en conjunto con el estadístico de Nagelkerke, ratificó la significación del pseudo  $R^2$  de 0,663, que calificó el modelo como de fiabilidad aceptable. La eficiencia predictiva de la probabilidad de ocurrencia de las categorías de la variable dependiente fue entonces de 66,3%, lo que explica a su vez el porcentaje restante por la influencia de otras variables que no fueron incluidas por el modelo propuesto. Además, el porcentaje de aciertos globales fue de 5,3%.

## RESULTADOS ESTADÍSTICOS DESCRIPTIVOS DE LA MUESTRA

Los resultados descriptivos obtenidos sobre la muestra aportan una orientación inicial y parcial. De las variables mencionadas en el epígrafe anterior como significativas, se observa que a I.1, I.2, I.3, I.4, II.1, II.2, II.7, III.10, IV.12, IV.17, IV.18, V.20, V.22, V.24 y V.25 corresponde una media cercana a 3 o superior, lo que revela mediciones desde

“De acuerdo” hasta “Muy de acuerdo”. Los resultados descriptivos no relacionados con preguntas de grado “de acuerdo”, permitieron realizar un análisis limitado a partir de la media de estas variables, como el ítem II.6, al que corresponde una media de 2,69, de la que se infiere que tanto la presencia de competencia como de factores personales pueden influir en el fracaso de los emprendimientos mexicanos. Por su parte, el ítem III.8, cuya media fue de 2,52, permitió inferir el por qué el sujeto decide emprender, sea por una mayor independencia

Tabla 2. Contrastes en la razón de verosimilitud

Efecto	Criterios de ajuste de modelo	Pruebas de la razón de verosimilitud		
	Logaritmo de la verosimilitud -2 de modelo reducido	Chi-cuadrado	Gl	Sig.
Intersección	1411,756a	,000	0	,
Gen	1424,308	12,553	4	,014
NA	1437,741	25,985	12	,011
<b>I.1</b>	1450,532	38,776	16	<b>,001</b>
<b>I.2</b>	1454,364	42,608	16	<b>,000</b>
I.3	1441,506	29,750	16	,019
I.4	1438,926	27,170	16	,040
II.1	1429,256	17,500	16	,354
<b>II.2</b>	1444,806	33,051	16	<b>,007</b>
II.6	1442,068	30,313	16	,016
<b>II.7</b>	1455,484	43,728	16	<b>,000</b>
<b>III.8</b>	1452,007	40,252	16	<b>,001</b>
III.10	1436,704	24,949	16	,071
IV.12	1434,035	22,280	16	,134
<b>IV.14</b>	1476,561	64,806	16	<b>,000</b>
IV.17	1423,200	11,444	16	,781
IV.18	1432,914	21,158	16	,173
<b>V.19</b>	1459,591	47,836	16	<b>,000</b>
V.20	1443,765	32,009	16	,010
<b>V.22</b>	1453,997	42,242	16	<b>,000</b>
<b>V.24</b>	1445,602	33,847	16	<b>,006</b>
V.25	1434,424	22,668	16	,123

Fuente: Elaboración propia. El resaltado se debe a una significación de  $< 0,007$ .

a. Este modelo reducido es equivalente al modelo final.

y/o por una mezcla de oportunidad y necesidad. El ítem IV.14 mostró una media de 2,34, de la que se infirió que el financiamiento de la empresa puede provenir de préstamos de amigos y/o de la familia, como se indica en la tabla 3.

En lo que respecta a la consideración por el empresario de cuál era el aspecto más importante que impedía su crecimiento, el valor medio de 3,04 aportó claramente una idea de que son los altos costos que paga a su proveeduría. Nuevamente, estos resultados son insuficientes para analizar las posturas de elección establecidas en relación con la variable dependiente y cómo las variables

explicativas se comportan. Con objeto de identificar perfiles o posturas de emprendimiento y las características que determinan a cada uno de ellos, contenidas en las variables independientes con respecto a la dependiente, la utilización de modelos de regresión logística multinomial (Díaz de Rada, 1994; Hosmer & Stanley, 2004; Lindsey, 1996) sirve de apoyo cuando la variable explicada puede asumir varias categorías, como *Me permite ganar, Se gana poco siendo asalariado, Me gusta no tener jefe, Me permite realizar actividades familiares y Determino mi tiempo de trabajo*. La mayoría de las variables explicativas fueron variables de tipo categórico, también.

Tabla 3. Resultados descriptivos de la muestra

Ítems	Mínimo	Máximo	Media	Desv. Típica
Género	0	1	,52	,500
N.A.	1	4	2,52	,903
I.1	1	5	3,51	1,365
I.2	1	5	3,86	,999
I.3	1	5	3,50	1,156
I.4	1	5	3,23	1,178
II.1	1	5	3,32	1,092
II.2	1	5	3,75	,988
<b>II.6</b>	<b>1</b>	<b>5</b>	<b>2,69</b>	<b>1,398</b>
II.7	1	5	3,16	1,385
<b>III.8</b>	<b>1</b>	<b>5</b>	<b>2,52</b>	<b>1,246</b>
III.10	1	5	2,84	1,489
IV.12	1	5	3,41	1,416
<b>IV.14</b>	<b>1</b>	<b>5</b>	<b>2,34</b>	<b>1,334</b>
IV.17	1	5	2,98	1,556
IV.18	1	5	3,31	1,398
<b>V.19</b>	<b>1</b>	<b>5</b>	<b>3,04</b>	<b>1,416</b>
V.20	1	5	3,34	1,366
V.22	1	5	2,97	1,393
V.24	1	5	2,84	1,362
V.25	1	5	3,92	1,324

Fuente: Elaboración propia. Se incluyen aquellos con significación de < 0,007.

## INTERPRETACIÓN DE LOS COEFICIENTES EN LA ECUACIÓN DE PROBABILIDAD

El anexo 1<sup>5</sup> presenta las variables de las ecuaciones y los coeficientes estimados ( $\beta_i$ ) para ellas y las desviaciones típicas de B, así como los p-valores para la determinación de la significancia del coeficiente estimado (Sig.) sobre la variable dependiente cuando esta asume una de las posturas mencionadas, definidas como categorías del estudio.

El modelo de base o postura inicial de un sujeto está definido por la variable dependiente “*determino mi tiempo*”, y de las variables explicativas como: el género; hombre, el nivel educativo; posgrado. En tanto que los ítems I.1, I.2, I.3, I.4, II.1, II.2, II.7, III.10, IV.12, IV.17, IV.18, V.20, V.22, V.24 y V.25 se asume como “Total acuerdo”. Para aquellos ítems que no son una escala de Likert como los II.6, III.8 y IV.14, el parámetro inicial de partida o base sobre el motivo del fracaso, el motivo de realizar un emprendimiento, y el financiamiento es *otro*, y finalmente el último ítem V.19, que es un cuestionamiento sobre el aspecto más importante que impide su crecimiento, la postura base es *incertidumbre sobre la situación económica*.

Para explicar cuándo es  $Y=1$ , primeramente, se debe mencionar el signo del coeficiente, que define su orientación hacia una probabilidad positiva o negativa. Además, dígase que  $\beta_i$  es mayor que cero; cuando  $X_i$  aumenta, la probabilidad de que  $Y$  sea 1 aumenta. En suma, si su significación es muy fuerte ( $< 0.007$ ), se logra determinar aquellas variables independientes que explican la probabilidad de  $Y=1$  (véase anexo 1).

### Primera postura: Me permite ganar.

Para la primera ecuación de probabilidad, *me permite ganar (1)*, se observa que la variable I.1 = 3 conlleva aumento de la probabilidad emprender bajo esta postura cuando el sujeto conoce a alguien que ha iniciado un negocio en los últimos dos años, sin embargo, esta postura pierde fuerza si el sujeto está a favor de iniciar un negocio por considerarlo como buena opción de carrera. Esto

puede ser resultado de una motivación de tipo institucional en cuanto que los empresarios exitosos gozan de una buena reputación (I.2 = 3 e I.3 = 3). Se observa también un efecto local de las fuentes de financiación muestra una preferencia de elegir según el siguiente orden: primero, crédito bancario; luego, recursos propios y, finalmente, préstamos por amigos o familia (IV. 14). Estos resultados sugieren que aquellos emprendedores que son motivados por la idea de ganar ingresos económicos prefieren arriesgar recursos financieros externos antes de los que puedan provenir de su círculo interno.

Un hallazgo curioso fue la percepción sobre el riesgo o las barreras comerciales. Al tipo de emprendedores motivados por la aspiración de ganar, lo que les impide su crecimiento son los altos costos y la baja demanda (V.19), lo que revela que las expectativas superan las ganancias logradas en el mercado donde participan, o que se desenvuelven empresarialmente en un mercado reducido. También se detecta la debilidad de contar con una estrategia comercial poco innovadora (V.24 = 2). Robles y Martínez (2015) en su trabajo sobre determinantes de escape o exclusión retoman los criterios de Hirschman sobre vertientes de decisión de los individuos por abandonar el mercado laboral formal; estas son escape, “voz” y lealtad. El escape (*exit*, término en inglés) cuando el individuo sale porque se encuentra insatisfecho con diversas situaciones en el trabajo, y opta por irse a otro lado (emprender), mientras en su interior la “voz” le insiste en quedarse y tratar de subsanar el problema. Y la tercera vertiente posible es la lealtad, la que define si el individuo opta por irse o quedarse. Por lo tanto, desde el enfoque de escape, acuñado por Hirschman (1970), existen dos formas de respuesta de los individuos ante situaciones no satisfactorias que se presentan en un país o empresa, la de escape o la de permanencia (voz o lealtad), y esta decisión de buscar ganar es visiblemente un escape.

### Segunda postura: Se gana poco siendo asalariado.

La segunda ecuación de probabilidad, *se gana poco siendo asalariado*, ofrece un identificador de género, la idea de que se gana poco siendo empleadas subordinadas, que motiva a las mujeres a optar por emprender porque

<sup>5</sup> El lector interesado en el anexo 1 puede obtenerlo solicitándolo por correo electrónico a los autores.

perciben una menor ganancia por el mismo tipo de trabajo que desarrolla un varón asalariado. El nivel educativo fue otro factor, desde educación básica hasta superior, que influye fuertemente en la probabilidad de optar por esta postura, especialmente, la educación media superior, por lo que se infiere que la motivación originada en esta postura está definida por el nivel educativo, que le permite al sujeto identificar mejores oportunidades en el emprendimiento que en el trabajo subordinado. Cuando los sujetos respondieron al indicador “conoce a alguien que ha iniciado un negocio en los últimos dos años” (I.1 = 4); se obtuvo un resultado contrario a la postura anterior al hecho de considerar esta empresa emergente como una buena opción de carrera (I.2 = 3). Esto parece señalar que este tipo de emprendedor, en la medida que se le presentara una opción mejor e incluso si esta fuera como asalariada, abandonaría el emprendimiento (Rivera-Huerta, *et al.*, 2016).

Un hallazgo particular se realizó al analizar los factores que disminuían la probabilidad de asumir esta postura y concluir que mostraba la desaprobación al reconocimiento que medios de comunicación dan a las historias de emprendimiento exitosas (I.4). Esto puede interpretarse como la necesidad de que se comuniquen los errores, los fracasos y los traspies en que incurre una empresa naciente, así también como una de las barreras que enfrenta un individuo por la falta de conocimiento o experiencia en el tipo de emprendimiento.

Una singularidad en esta postura dogmática detectada, es asumir que no se perciben buenas oportunidades para iniciar un negocio o emprender (II.1 = 1) y su valoración sobre fracaso de poca importancia (II.2 = 2), y que cuando esto surge para aquellas personas que emprenden porque se gana poco siendo asalariado, la característica encontrada fue la falta de rentabilidad (II.6 = 1) producto de situaciones personales (II.6 = 3). Lo anterior puede ser interpretado como una actitud emprendedora motivada por el poco interés de ser asalariado o empleado, no tienen miedo al fracaso y ven esto como un camino al éxito. Esto se determinó dada la ecuación de probabilidad y el efecto local que produce en la variable explicada el aumento de la probabilidad por consecuencia del aumento en el grado de “acuerdo en utilizar planes para iniciar un negocio en los próximos tres años” (II.7 = 3 y 4). Sin embargo, existe una barrera institucional para este tipo de emprendedores que perciben ganar poco siendo asalariados que es el enfrentar el conjunto de formalidades que tendrían que

cumplir al emprender. Lo anterior se infiere cuando el sujeto determina la nula importancia de los trámites para darse de alta en el SAT, Sistema de Administración Tributaria (IV.18 = 1) y de llevar posiblemente a cabo un registro contable de sus actividades empresariales (V.20 = 3), lo que sugiere su poco agrado ante la imposición de cumplir el conjunto de formalidades propias del inicio de un negocio o empresa. Otras barreras detectadas surgen de su valoración del entorno como la poca demanda y los altos costos que afectan su mercado (V.19 = 1 y 3).

Esta actitud puede ser influida por la experiencia de los sujetos como empleados asalariados y por el hecho de no haber generado ahorro o inversión (V.22 = 2). Y nuevamente, la percepción de contar con un producto poco innovador, ítem V.24. El análisis de la postura desde una perspectiva de exclusión indica que cuando por características propias del mercado laboral, un acelerado crecimiento de la fuerza laboral y una alta desigualdad en la distribución de los ingresos, o por carencia de cualificaciones educativas requeridas por el mercado laboral, el sujeto no se ajusta a las expectativas de la oferta laboral, en contraste con la calidad y beneficios que ofrece el empleo formal, se genera un descontento del individuo por ocupar un puesto, y como resultado un emprendimiento por exclusión (Brandt, 2011; Tokman, 1978).

### **Tercera postura: “Me gusta no tener jefe”.**

Al considerar la tercera ecuación de probabilidad, *me gusta no tener jefe* (3), nuevamente, el análisis se centró en las variables explicativas con mayor influencia en la variable explicada. La percepción de emprender como una opción de carrera parece haber encontrado coincidencia entre aquellas personas a quienes no les gusta ser subordinadas. El rol de los medios de comunicación al difundir las historias de emprendimiento exitosas tuvo un efecto local, una disminución en la probabilidad de la variable dependiente, lo que se infiere de la falta de interés por algún reconocimiento (I.4 = 3). Un hallazgo valioso sobre las razones de por qué se cree que se decide emprender (III.8), determinado por la fuerza de todos coeficientes que integran la variable categórica fueran significativos, y que también su signo de orientación fuera positivo, por lo que se infieren, según su orden de influencia, estas razones son: una combinación entre oportunidad y necesidad, seguida por

mayor independencia, aumento de ingreso, y finalmente, continuidad del ingreso, las cuales confirman el deseo de escapar del trabajo asalariado como resultado de una aspiración del sujeto.

Efectivamente, la variable III.10 = 3 ratifica que la persona actualmente realiza otra actividad fuera de la administración de la empresa y que manifiesta su deseo de dejar de ser o, por el contrario, de continuar siendo subordinada. Otro hallazgo fue la valoración de la naturaleza de la financiación buscada, según su influencia en probabilidad de esta postura, el individuo prefiere: crédito bancario, prestamos de amigos o familia, programa de Gobierno, y fisgonamente en último lugar, recursos propios. Sumariamente, un sujeto que elige emprender porque no le gusta tener jefes se ve impulsado, cuando su entorno le impide su crecimiento personal y la percepción económica le indica inseguridad o poca estabilidad justificando el autoempleo sobre otra opción factible (V.19 = 3 y 4, respectivamente).

#### **Cuarta postura: “Me permite realizar actividades familiares”.**

Finalmente, respecto a la última ecuación de probabilidad *me permite realizar actividades familiares* (4), se esperaba encontrar como variable significativa el género, especialmente, la presencia de la mujer. No obstante, fue una sorpresa para los investigadores descubrir que la mujer no asume posturas tradicionalmente impuestas a su género encasillándola en un rol de atender primeramente las actividades del hogar o familia. Este hallazgo evidenciado por la ausencia de significación en la variable “Gen” nos permite descartar de la mentalidad de la mujer el asumir como rol tradicional la responsabilidad sobre el cuidado de una familia. Los postulados de Cristina Bloj (2017) sobre la construcción de las identidades en la medida que el individuo se sitúa frente a otros; de acuerdo con estos, la autopercepción de las mujeres se conjuga con el modo como son vistas desde afuera, y no necesariamente porque ellas asuman el rol que se les atribuye. Entonces, este discurso empresarial sobre la mujer permanece incrustado dentro de una epistemología con prejuicios de género (Ahl & Marlow, 2012), por lo que, a la luz de estos resultados, la comprensión del común acerca de quién puede ser reconocido o reconocida como emprendedor o emprendedora, basada en su género, debe ser modificada,

así como la comprensión de su motivación para hacerlo.

Otra característica observada en cuanto a esta cuarta postura fue la de contar con una educación media, factor que influye en la probabilidad (NA=2), y permitió inferir que, a mayor educación, mayores beneficios y, por ende, mayores posibilidades de compartir con la familia. Conjuntamente, los ítems I.2 = 3 e I.3 = 2, muestran una desaprobación sobre considerar al emprender un negocio como opción de carrera y su decisión de considerar innecesario el reconocimiento, además de no creer que el emprendimiento sea una actividad económica rentable (II.6 = 1). Esto debe ser interpretado como que la motivación para emprender es complementar, adicionar o la de mantener el ingreso familiar (III.8 = 4) y revela su razón de emprender como una actividad complementaria a los ingresos de la familia o hogar. En suma, las manifestaciones sobre la idea de *empresa propia* muestran una inclinación hacia “poco de acuerdo”; esto permite inferir que la iniciativa empresarial es motivada por factores exógenos al sujeto (IV.12). Nuevamente el entorno juega un papel impulsor, la inseguridad y los altos costos están presentes en su valoración del riesgo. Hay que destacar la particularidad estratégica de contar con un producto innovador (V.24 = 4) como un factor que empuja a este emprendimiento, a diferencia de las otras posturas, en las que no se acepta que sea necesario, lo que lo convierte en un factor determinante. Esto se puede interpretar como una clara conciencia sobre la presencia de la competencia (V.25 = 4). Y es oportuno señalar que, para contar con un producto innovador, el sujeto debe conocer su posición frente a la competencia como factor estratégico para el éxito de su emprendimiento. Lo anterior lleva a asumir que hombres y mujeres muestran trayectorias laborales y de emprendimiento diferentes, pero especialmente las mujeres están más propensas al abandono de su educación y a experimentar mayores dificultades en el acceso al trabajo y su permanencia en él por sus imperativos en las tareas familiares, domésticas o de cuidado, forjadas por una institucional división del trabajo por sexo, como lo indica Bloj (2017, pág. 59).

Los estereotipos culturales y las prácticas hegemónicas comunes tanto a hombres como a mujeres son una de las principales barreras para el acceso al mercado de trabajo, y típicamente, son las mujeres las que tienen que *demostrar* sus capacidades (Bloj, 2017, pág. 58). Ciertamente, el proceso de decisión para llegar a transformarse en empresario difiere entre hombres y mujeres; en el estudio

aquí presentado, explícitamente las mujeres mostraron consenso en que existen mejores beneficios en emprender que en ser un empleado asalariado. No obstante, los investigadores aceptamos que la presencia femenina en el emprendimiento aún se encuentra bajo muchos factores de inducción específicamente a la mujer, como la responsabilidad por el cuidado del hogar y los hijos, su rol de sostén familiar secundario y la existencia de topes y obstáculos invisibles en el sector privado (Méndez, 2010, pág. 21). La mayoría de los resultados empíricos logrados demostró que existe una preocupación por factores externos, tales como altos costos en el mercado, demanda muy reducida y la falta de seguridad, que prueban, independientemente del género que se trate, que los emprendedores cuentan con una motivación denominada *autoeficacia percibida* (Bandura, 1977), que es como un juicio personal del individuo sobre sus capacidades para enfrentar determinadas situaciones, que depende de la información procedente del entorno y la información procesada y transformada por el individuo (Marulanda, et al., 2014. pág. 211). Palpablemente, se observa que de las posturas favorables al emprendimiento, la mujer justifica su razón de aventurarse empresarialmente en *me permite realizar actividades familiares y se gana poco siendo asalariado*, las cuales son ejemplos de motivaciones por *evento empresarial* (Shapero, 1985), entendido como situaciones de personas que han sido despedidas, mujeres que sufren el síndrome del nido vacío o desequilibrios en la salud económica de su hogar, y personas que posiblemente han sido maltratadas o se sienten frustradas en sus trabajos subordinados.

Los resultados fueron contradictorios en relación con la credibilidad, que hace referencia a la valoración positiva de la deseabilidad y la viabilidad de convertirse en emprendedor exitoso (Krueger & Brazeal, 1994), por lo que se infiere una primera aproximación al hecho, según una de las teorías motivacionales del emprendimiento, la propuesta por Vroom (1964), con base en tres tipos de relaciones la expectativa, lo atractivo y la creencia. Esta consiste en que el emprendimiento mexicano viene determinado por la esperanza de que el esfuerzo conducirá a un resultado, ejemplificado en las posturas *me permite ganar y no me gusta tener jefe*, y explicado por el entusiasmo de que el individuo tomará una decisión cuando crea que sus esfuerzos le conducirán a un desempeño exitoso. En resumen, esto es posiblemente una consecuencia de lo atractivo, conveniente y satisfactorio

que se piensa que es el emprendimiento, y, adicionalmente, son producto de creencias sobre los costos-beneficios del emprendimiento.

## CONCLUSIONES, LIMITACIONES Y FUTURAS INVESTIGACIONES

Retomando el objetivo de la investigación, que fue el de identificar perfiles de motivación sobre el emprendimiento que sirven de propulsión para aventurarse en él, se encontró que la **HI**, la necesidad de obtener recursos económicos, ejerce una motivación importante para el emprendimiento, especialmente en las mujeres. La regresión múltiple facilitó a los investigadores el trabajar con variables dependientes discretas y permitió observar cómo el conjunto de variables explicativas se comportaba conforme a cada una de las posturas individuales de elección. Las posturas de elección basadas en la búsqueda de una mayor retribución fueron *me permite ganar y se gana poco siendo asalariado*. Si bien, los resultados mostraron que la variable de género únicamente poseía una fuerte asociación con esta última opción. La Organización Internacional del Trabajo, OIT, (2015), ultimó esta discusión con la conclusión de que las mujeres prefieren emprender por el motivo de autoemplearse. Para Neira-Gómez, et al (2013), las mujeres tienen en mente emprender antes que trabajar por cuenta ajena. Tenemos entonces, que las mujeres tienden a menospreciar el ser asalariadas, y esta actitud es influida, por el nivel de preparación académica (educación media superior, preferentemente). Donde la educación aún constituye, la palanca de desarrollo, no únicamente para el emprendimiento, como en la búsqueda del estado de bienestar.

De las pruebas de ajuste del modelo, los resultados empíricos sobre los porcentajes de aciertos obtenidos en cada postura ofrecen una visión general sobre la calidad de las predicciones contenidas en la variable dependiente. Consecuentemente, los investigadores a cargo de esta investigación nos aventuramos a destacar como hallazgo una jerarquía sobre las motivaciones de un emprendedor mexicano a partir de la tasa de aciertos: la primera es, *me permite ganar*, con un porcentaje de 63,4% por parte de los sujetos; la segunda, *determino mi tiempo*, con un

62,7% ; la tercera, *se gana poco siendo asalariado*, con un 57,0%; la cuarta, *me gusta no tener jefe*, con un 51,6%, y finalmente, *me permite realizar actividades familiares*, con un 50,9%. Esta jerarquía permite inferir que existe una búsqueda del equilibrio entre la responsabilidad de administrar el tiempo para otras actividades (familiares y domésticas) y para aquellas de índole empresarial o laboral (Chaves, Valenciano, Vega y Ortiz, 2013; López-Diez, 2013; Pineda, 2014; Saavedra, 2020), particularmente, por las mujeres. La **H1** solo se comprobó parcialmente, con base en el consenso alrededor de dos tipos de motivaciones, de necesidad de ingresos y de flexibilidad en el tiempo de trabajo, y únicamente en la postura *se gana poco siendo asalariado* tuvo la variable de sexo una significación fuerte, lo que obliga a preguntarse si la existencia de instituciones tradicionales como la familia, están mutando en la asignación de roles típicos de responsabilidad sobre el hogar, a aquellos compartidos por ambos sexos, modificando así las motivaciones del emprendimiento femenino.

La búsqueda de flexibilidad en el trabajo como principal motivador de los emprendimientos mexicanos, especialmente en las mujeres, las posturas establecidas como *me gusta no tener jefe*, *me permite realizar actividades familiares* y *determino mi tiempo* revelaron que no existe un rol de género distintivo o particular, asumido propiamente por el sexo femenino. Esto fue evidente dado que no recayó ninguna fuerte significación en la variable "Gen" que demostrara la inclinación a una postura referente. Los investigadores rechazamos parcialmente la hipótesis **H2**, y claramente, tomamos esta afirmación con cautela, puesto que el individuo puede o no asumir o aceptar roles tradicionales de género, y no significa que menospreciemos la existencia de externalidades o presiones que influyan en ello. Inferimos que la mujer emprende motivada por la posibilidad de realizar actividades familiares, orillada por el rasgo propio de su sexo, ser madre, y por la idea de que se gana poco siendo asalariada, es decir, a causa de presiones culturales y sociales sobre ella, o porque se siente frustrada en su trabajo.

Los principales hallazgos fueron los siguientes: **a)** en la medida que el nivel académico del emprendedor es mayor, aumentan sus posibilidades de elección de mejores condiciones de vida y de realización personal, lo que se explica por la postura *se gana poco siendo asalariado* y deseo de *balance entre trabajo y actividades familiares*;

**b)** de cualquier forma, el nivel académico de la muestra fue educación media superior, el cual caracteriza al capital humano de tipo empresarial de la muestra y determinó su valoración de las opciones ; **c)** en el tema de financiación, las posturas mostraron una ruta con orientación estratégica de preferencia por la búsqueda de recursos externos como el crédito bancario antes que propios; **d)** otros factores que presentaron gran aprobación fueron la percepción de altos costos y paralelamente, la de poca demanda y la inseguridad, limitantes que los empresarios consideraron clave superar para mejorar su competitividad en México; **e)** la pregunta sobre innovación mostró dos puntos de vista distantes; el primero, el reconocimiento de no contar con un producto innovador, en aquellas posturas orientadas a un rendimiento económico, en contraposición con la mayor flexibilidad de quienes aun cuando reparten su tiempo entre las responsabilidades de la familia (domésticas) y las empresariales, consideran el contar con una ventaja competitiva basada en la innovación como elemento diferenciador, lo que les permite desarrollarse empresarialmente y equilibrar su tiempos. Resumiendo, los emprendedores mexicanos deciden aventurarse porque son impulsados por las expectativas o creencias en costos-beneficios favorables, y no necesariamente por inicios planeados, preparados o analizados. Esto es coincidente con las conclusiones de Arteaga-Cervantes, *et al.* (2020).

El presente estudio también tiene limitaciones: los datos obtenidos son transversales; un estudio longitudinal podría dar mayor poder explicativo de validación a la investigación. Un factor que limitó el vigor del estudio fue que el diseño de las preguntas del instrumento para caracterizar las posturas aportaba un reducido número de opciones. Además, los hallazgos se derivaron específicamente de las características de la muestra y del propio diseño del instrumento, que correspondía a las opciones de elección planteadas sobre el emprendimiento mexicano. Es indudable reconocer que dentro de la curva de aprendizaje que logra el individuo en sus elecciones por alcanzar independencia por razones de escape o exclusión y/u oportunidad o necesidad, el trabajo es inconcluso. Reconocemos la posible existencia de otros elementos internos y externos que corresponden a otros motivos de emprendimiento empresarial, así como que la investigación continua en la búsqueda de nuevos aportes, propuestas, mecanismos, herramientas para observar las motivaciones en el emprendimiento mexicano.

## REFERENCES

- Ahl, H. & Marlow, S. (2012). Exploring the dynamics of gender, feminism and entrepreneurship: Advancing debate to escape a dead end? *Organization*, 19(5) 543–562. Doi: 10.1177/1350508412448695
- González -Álvarez, N. & Nieto-Antolín, M. (2012). Descubrimiento y explotación de oportunidades empresariales: un análisis desde la perspectiva del capital social y el género. *Economía Industrial* (383), 65-74.
- Avanzini, D. B. (2009) Designing Composite Entrepreneurship Indicators: An Application Using Consensus PCA. *Entrepreneurship and economic development: designing composite entrepreneurship indicators*, Chapter 3, Wim Naudé, ed., Palgrave MacMillan, 2011,
- Banco Mundial (2010). *Mujeres Empresarias: Barreras y Oportunidades en el Sector Privado Formal en América Latina y el Caribe*. Washington, DC. Banco Internacional de Reconstrucción y Fomento / Banco Mundial.
- Bandura, A. (1977). Self-efficacy: Toward a unifying theory of behavioral change. *Psychological Review*, 84 (2), 191-215.
- Bloj, C. (2017). *Trayectorias de mujeres. Educación técnico-profesional y trabajo en la Argentina: Serie Asuntos de Género* (vol. 145).
- Brandt, N. (2011). Informality in Mexico. *OECD Economics Department Working Papers, No. 896*, OECD Publishing, Paris, <https://doi.org/10.1787/5kg3n2lpvnmq-en>
- Bruton, G. D., Ahlstrom, D., & Li, H. L. (2010). Institutional theory and entrepreneurship: Where are we now and where do we need to move in the future? *Entrepreneurship Theory and Practice*, 34(3), 421-440.
- Camarena-Adame, M. E., & Saavedra-García, M. L. (2016). Un estudio de las PYME lideradas por mujeres en Latinoamérica. *Revista Universitaria Ruta*, 18(1), 1-27.
- Cancino, C., & Bonilla, C. (2011). Financiamiento público al emprendimiento chileno: un análisis chileno. *Trend Management*, 156-161.
- Castillo, A. (1999). *Estado del arte en la enseñanza del emprendimiento: Emprendedores como creadores de riqueza y desarrollo regional*, Chile: INTEC CHILE.
- Arteaga-Cervantes, L. A., Ojeda-Hidalgo, J. F. & Álvarez-Orozco, D. G. (2020). Trayectoria y estrategias de emprendimiento en mujeres. *adResearch: Revista Internacional de Investigación en Comunicación* (22), 176-195.
- Chaves-Núñez, M., Valenciano-Salazar, A., Vega-Arce, G. & Ortiz-Valverde, G. (2013) Mejorando la competitividad de las microempresas en la Región Brunca de Costa Rica. *Revista de Ciencias Sociales*, 1(139), 137-149.
- Collins, R. (2004). *Interaction ritual chains*. Princeton, NJ: Princeton University Press
- Creswell, J. (2009). *Research design: Qualitative, quantitative and mixed methods approaches*. Los Angeles: Sage.
- Dawson, D., Fountain, J., & Cohen, D. (2011). An exploratory analysis of lifestyle entrepreneurship in rural, cool-climate wine tourism regions. *Asia Pacific Journal Tourism Research*, 16(5), 551-572.
- Díaz de Rada, V. (1994). Alternativas metodológicas al análisis de regresión lineal. *Cuadernos de Economía* 22 (64), 321-345.
- Eijdenberg, E. L., Thompson, N. A., Verduijn, K., & Essers, C. (2019). Entrepreneurial activities in a developing country: An institutional theory perspective. *International Journal of Entrepreneurial Behavior & Research*. 25(3). 414-432.
- Enchautegui, M. E. (2000). *Módulo de estudio sobre modelos Probit y Logit*. Puerto Rico: Universidad de Puerto Rico. Notas de clase. <http://economia.uprrp.edu/notas%20de%20clase%207.pdf>
- Essers, C., & Benschop, Y. (2007), Enterprising identities: Female entrepreneurs of Moroccan or Turkish origin in the Netherlands. *Organization Studies*, 28 (1), 49-69.

- Gartner, W. B. (1985). A conceptual framework for describing the phenomenon of new venture creation. *Academy of Management Review*, 10(4), 696-706.
- Global Entrepreneurship Monitor (GEM 2010). *Informe España*. Fundación Xavier de Salas, Cáceres.
- Hirschman, A. (1970). *Exit, voice, and loyalty: Responses to decline in firms, organizations, and states*. Massachusetts, Estados Unidos de América: Harvard University Press
- Hosmer, D., & Jr. Stanley L. (2004) *Applied Logistic Regression (2nd ed.)*. New York. John Wiley & Sons.
- Kirzner, I. M. (1973). *Competition and entrepreneurship*. Chicago: University of Chicago Press.
- Krueger, N. F. & Brazeal, D. V. (1994). Entrepreneurial potential and potential entrepreneurs. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 18, 91-104.
- Larroulet, C., & Ramírez, M. (2008). Emprendimiento: factor clave para la nueva etapa de Chile. En P. Durán (Ed.), *Emprendimiento e innovación en Chile* (pp. 15-38). Santiago, Chile: Facultad de Economía y Negocios, Universidad del Desarrollo.
- Lindsey, J. K. (1996). *Parametric Statistical Inference*. Oxford: Clarendon Press.
- López-Diez, A. (2013). *Emprender: una perspectiva de género*. Coruña: Universidade da Coruña, Servizo de Publicacións.
- Marulanda-Valencia, F. Á., Montoya-Restrepo, I. A., & Vélez-Restrepo, J. M. (2014). Teorías motivacionales en el estudio del emprendimiento. *Revista científica Pensamiento y Gestión*, 36.
- Méndez, M. C. (2010). La mujer como trabajadora en el sector privado formal de América Latina y el Caribe: ¿Por qué las mujeres se convierten en empresarias? En Banco mundial (ed) *Mujeres empresarias: barreras y oportunidades en el sector privado formal en América Latina*. Washington, DC. Banco Internacional de Reconstrucción y Fomento / Banco Mundial.
- Neira-Gómez, I., Portela-Maseda, M., Fernández-Fernández, L. & Rodeiro-Pazos, D. (2013). Actitud emprendedora: un enfoque a través de los jóvenes y el género. En López-Diez, A. (Ed). *Emprender: una perspectiva de género* (pp. 69-84). Universidade da Coruña, Servizo de Publicacións.
- North, D. C. (2006). *Instituciones, cambio institucional y desempeño económico*. México: Fondo de Cultura Económica.
- Alonso-Nuez, M. J. & Galve-Górriz, C. (2008). El emprendedor y la empresa: una revisión teórica de los determinantes a su constitución. *Acciones e Investigaciones Sociales*, (26), 5-44.
- OIT (2015). *La mujer en la gestión empresarial: cobrando impulso*. Ginebra: Oficina Internacional del Trabajo.
- Paturel, R. (1997). *Pratique du management stratégique*. Presses universitaires de Grenoble.
- Pineda, J. (2014). Emprendimiento y género: el caso de la industria de la belleza en Bogotá. *Revista Sociedad y Economía*, 26, 239-272.
- Rivera-Huerta, R., López, N., & Mendoza, A. (2016). Políticas de apoyo a la productividad de la microempresa informal ¿dónde está México? *Problemas del desarrollo*, 47(184), 87-109.
- Robles, D. & Martínez, M. (2015). Escape y exclusión: algunos determinantes de la informalidad en México. *Análisis Económico*, XXX (73), 139-161.
- Saavedra-García, M.L. (2020). La competitividad en MIPYMES dirigidas por mujeres en la Ciudad de México. *Ciencias Administrativas*, 8 (15), 61-74. <https://doi.org/10.24215/23143738e055>
- Schumpeter, J. (1934). *The theory of economic development*. Cambridge, MA: Harvard University Press.
- Schumpeter, J. A. (1950). *Capitalism, Socialism, and Democracy* (3rd ed.). New York. Harper y Brothers.
- Shapero, A. T. (1985). *The entrepreneurial event*. Ohio: College of Administrative Science, Ohio State University.
- Sharma, Y. (2013). Women entrepreneur in India. *IOSR, Journal of Business and Management*, 15(3), 9-14.

Su, J., Zhai, Q., & Karlsson, T. (2017). Beyond red tape and fools: Institutional theory in entrepreneurship research, 1992–2014. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 41(4), 505-531.

Teece, D. J., & Al-Aali, A. Y. (2013). Knowledge, entrepreneurship, and capabilities: Revising the theory of the MNE. *Universia Business Review*, (40), 18-32.

Tokman, V. (1978). *An Exploration into the Nature of the Informal-Formal Sector Relationship*. World Development, 6(9/10), 1065–1075. [https://doi.org/10.1016/0305-750X\(78\)90063-3](https://doi.org/10.1016/0305-750X(78)90063-3)

Zambrano-Vargas, S. M. & Vázquez-García, A. W. (2019). Algunas perspectivas teóricas para el estudio del emprendimiento y el género. *Saber, Ciencia y Libertad*, 14(1), 159-170.

Von, K. (2010). ¿Por qué no crecen las empresas lideradas por mujeres? En *Mujeres empresarias: barreras y oportunidades en el sector privado formal en América Latina*. Washington, DC.

Vroom, V.H. (1964). *Work and motivation*. New York: John Wiley and Sons.

Wicks, D. (2001). Institutionalized mindsets of invulnerability: Differentiated institutional fields and the antecedents of organizational crisis. *Organization Studies*, 22, 659–692.

Wilson, F., Kickul, J., & Marlino, D. (2007). Gender, entrepreneurial self-efficacy, and entrepreneurial career intentions: Implications for entrepreneurship education. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 31(3), 387-406.

Zhao, H., Seibert, S. E., & Hills, G. E. (2005). The mediating role of self-efficacy in the development of entrepreneurial intentions. *Journal of Applied Psychology*, 90(6), 1265–1272. <https://doi.org/10.1037/0021-9010.90.6.1265>. ■