

Innovaciones de Negocios 21(41): 85-116

© 2024 UANL, Impreso en México (ISSN: 2007-1191)

Fecha de recepción: 29 de septiembre del 2023. Fecha de aceptación: 17 de noviembre del 2023

<https://revistainnovaciones.uanl.mx/>

DOI: <https://doi.org/10.29105/revin21.41-440>

Motivos, Factores de Éxito y Barreras en el Emprendimiento en las PYMES en México. (Entrepreneurial Motives, Success Factors and Barriers among SMEs in México.)

Yves Robichaud*

Jean Charles Cachon*

José Nicolás Barragán-Codina*

Pablo Guerra-Rodríguez*

Abstract: SMEs are an important part of Mexico's economy in terms of job creation and GDP. It is therefore essential to better understand how SMEs are created and developed in order to build a stronger economy. The aim of this study was to determine the motivations of Mexican entrepreneurs, the success factors they value and the obstacles they face. To achieve this, this research identified and analyzed the entrepreneurial motives, success factors and obstacles experienced by a sample of 278 entrepreneurs in urban Mexico. The results show that entrepreneurs in Mexico are mainly motivated by economic goals, as four of the top six goals identified by firm owners were extrinsic. In terms of success factors, Mexican entrepreneurs favor those related to personal and product/service characteristics while difficulties related to finding reliable personnel as well as the weaknesses of the Mexican economic environment were reported as the main obstacles by respondents.

Keywords: Entrepreneurship, entrepreneurial motivations, success factors, barriers, SMEs, Mexico, gender, women entrepreneurship practices, business performance, entrepreneurial traits, entrepreneurial experience.

Resumen: Las PYMES son una parte importante de la economía de México en términos de creación de empleo y del producto interno bruto (PIB). Por lo tanto, es esencial comprender mejor cómo se crean y desarrollan las PYME para construir una economía más fuerte. El

*Laurentian University, Gran Sudbury, Canadá, Ramsey Lake Rd, Sudbury 935, (+1) 705-675-1151.
yrobichaud@laurentienne.ca, <https://orcid.org/0000-0003-1452-1475>

*Laurentian University, Gran Sudbury, Canadá, Ramsey Lake Rd, Sudbury 935, (+1) 705-675-1151.
ccachon@laurentian.ca, <https://orcid.org/0000-0001-5328-4201>

*Universidad Autónoma de Nuevo León, Monterrey, Nuevo León, México, Av. Universidad S/N Col. Ciudad Universitaria, (+52)8183294000. jbarraganc@uanl.mx, <https://orcid.org/0009-0009-3552-721X>

*Universidad Autónoma de Nuevo León, Monterrey, Nuevo León, México, Av. Universidad S/N Col. Ciudad Universitaria, (+52)8183294000. pablo.querrard@uanl.edu.mx, <https://orcid.org/0000-0003-0546-2098>

objetivo de este estudio fue determinar las motivaciones de los emprendedores mexicanos, los factores de éxito que valoran y los obstáculos que enfrentan. Para lograr esto, esta investigación identificó y analizó los motivos emprendedores, los factores de éxito y los obstáculos experimentados por una muestra de 278 emprendedores en el México urbano. Los resultados muestran que los emprendedores en México están motivados principalmente por objetivos económicos, ya que cuatro de los seis objetivos principales identificados por los propietarios de empresas eran extrínsecos. En términos de factores de éxito, los empresarios mexicanos prefieren aquellos relacionados con las características personales y del producto/servicio, mientras que las dificultades relacionadas con encontrar personal confiable, así como las debilidades del entorno económico mexicano, fueron los principales obstáculos por parte de los encuestados.

Palabras clave: Emprendimiento, motivaciones emprendedoras, factores de éxito, barreras, Pymes, México, género, prácticas de emprendimiento de mujeres, desempeño empresarial, rasgos emprendedores, experiencia emprendedora.

Introducción y marco teórico

Según el censo nacional de marzo de 2020 (INEGI, 2021a), México tiene una población total de 126 millones. Utilizando criterios estándar internacionales desarrollados en México por Gordon (2010) y Gordon y Nandy (2012), Coneval (2018) informó que, a pesar de las mejoras en algunos indicadores de pobreza entre 2008 y 2018, todavía había un 16.8 por ciento de los mexicanos que vivían con ingresos extremadamente bajos, y el 48,8 por ciento vive por debajo del umbral de pobreza. Además, se informó que la crisis de Covid 19 tuvo un grave impacto en la economía, particularmente entre las mujeres y los adultos jóvenes (Organización Internacional del Trabajo, 2020). De la Garza et al. (2020) también informaron que los sectores más afectados por la pandemia fueron el turismo, la construcción y la manufactura.

En 2017, la Cámara de Comercio de Estados Unidos publicó datos que muestran que el comercio entre Estados Unidos, México y Canadá creó 13,7 millones de empleos en Estados Unidos y representó un tercio del total de las exportaciones estadounidenses. Zepeda y Virchez (2019) observaron que el comercio entre los tres países se había cuadruplicado desde 1994, y que México y Canadá eran los principales países de destino de más de 125 000 pequeñas y medianas empresas en los EE. UU. Sin embargo, se esperaba que el comercio de América del Norte aumentara, afectado negativamente por algunos de los cambios implementados a través del nuevo acuerdo comercial T-MEC entre los tres países. Si bien la industria automotriz mexicana estaba en auge desde el acuerdo del TLCAN de 1994, los aumentos de cuotas en términos de contenido regional fueron vistos como amenazas potenciales a

largo plazo para los empleos mexicanos en ese sector. Incluso en la era post-Trump, el proteccionismo sigue siendo parte de las agendas políticas federales y estatales de Estados Unidos. Zepeda y Virchez (2019) también observaron que las cuestiones en las áreas de seguridad nacional y migración podrían representar oportunidades para conversaciones bilaterales renovadas que podrían conducir a nuevas soluciones en los próximos años.

México, al igual que sus socios comerciales, también miró más allá de América del Norte para ampliar sus relaciones comerciales con otros socios. Se firmaron acuerdos con más de 50 países y bloques comerciales, particularmente en América Latina, Europa y Asia.

58.8 millones de mexicanos fueron identificados como económicamente activos durante el cuarto trimestre de 2021 (INEGI, 2022a), lo que representa una tasa de actividad de 58.7% (INEGI, 2022b). Tras una caída del 8,3% en 2020, el producto interior bruto creció un 1,1% en 2021 hasta los 1.086 millones de dólares. El PIB per cápita ascendió a 8.329 dólares en 2020, mientras que la inflación fue del 3,4% ese año (Banco Mundial, 2022). Según la Administración de Comercio Internacional de Estados Unidos (2022), México ha firmado 13 acuerdos comerciales que involucran a 50 países: esto incluye el T-MEC que entró en vigor el 1 de julio de 2020, reemplazando el Tratado de Libre Comercio de América del Norte (TLCAN) entre México, Canadá, y Estados Unidos. Además de impulsar las exportaciones, los acuerdos comerciales impactan indirectamente la economía de México al estimular las inversiones extranjeras directas del resto de América del Norte, así como de Europa y China.

Según Konfio (2022), el 60% de las Pequeñas y Medianas Empresas (Pymes) mexicanas, los propietarios esperaban ver 2022 como un año de recuperación para su empresa, tras la crisis de Covid19 que provocó casi un millón de cierres de empresas. Todavía se consideraba que las pymes generaban más del 50% del PIB nacional y más del 72% del empleo (BBVA 2022).

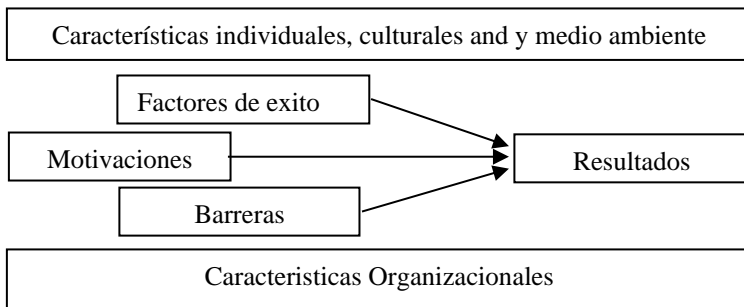
Esta investigación tiene tres objetivos: 1) determinar las motivaciones empresariales, factores de éxito y obstáculos que enfrentan los emprendedores mexicanos, 2) identificar la dirección y las diferencias en las motivaciones empresariales, factores de éxito y obstáculos por género, y 3) agregar individuos variables de las tres dimensiones en componentes más limitados (factores).

Dadas estas razones y la importancia de la contribución de las PYMES a la economía mexicana, es crucial comprender mejor cómo se crean y desarrollan las PYMES para construir una economía más fuerte. En este

sentido, una mejor comprensión de las motivaciones, factores de éxito y obstáculos que enfrentan los empresarios mexicanos ayudará al gobierno en el desarrollo de políticas públicas. Además, una mejor comprensión de las motivaciones empresariales, los factores de éxito y los obstáculos proporcionaría información clave a los propios empresarios (por ejemplo, en qué factores de éxito centrarse), minimizando así la tasa de fracaso de las PYME. Además, tales iniciativas reducirían el nivel de incertidumbre que rodea la creación y el desarrollo de una empresa, haciendo que más personas se interesen en una carrera empresarial. Para ello utilizaremos una muestra de 278 encuestados de México. Hasta la fecha, en México se han realizado muy pocos estudios empíricos sobre emprendimiento.

El marco conceptual utilizado en esta investigación (Figura 1) se basa en la literatura y específicamente en las publicaciones de Benzing, Chu y Kara (2009), Chu, Benzing y McGee (2007) y Kuratko, Hornsby y Naffziger (1997). Este marco conceptual enfatiza las siguientes tres dimensiones: motivaciones, factores de éxito y barreras.

Figura 1. Marco teórico: motivos emprendedores, factores de éxito y barreras



Este artículo se divide en dos partes: la primera presenta la situación del emprendimiento en México y analiza las motivaciones emprendedoras, factores de éxito y barreras, mientras que la última parte incluye la metodología del estudio, los resultados y la discusión y conclusión.

2. Revisión de la literatura

2.1 *Emprendimiento en México*

Basado en la tipología de Porter, Sachs y McArthur (2002), el Foro Económico Mundial clasifica las economías nacionales en tres categorías, es decir, 1) economías impulsadas por factores basadas en infraestructuras adecuadas y otros requisitos económicos básicos, 2) economías impulsadas por la eficiencia capaces de desarrollar sus base de mercado y competir a través de la educación superior y la eficiencia en la tecnología y en los mercados de trabajo, capital y bienes y servicios, y 3) economías impulsadas por la innovación capaces de competir a través de la innovación y el dinamismo empresarial (WEF, 2016). Según el WEF (2016), los países con mayor dinamismo empresarial tienen condiciones económicas que permiten que se inicien nuevas empresas más rápidamente, a un costo menor, donde las actitudes hacia el riesgo financiero son positivas y donde las empresas nuevas e innovadoras pueden crecer más rápidamente.

Según el Índice de Competitividad Global de 2016-17 y 2017-18 (Foro Económico Mundial, 2017), México avanzó del puesto 57 al 51 sobre un total de 138 países en 2016-17, y se mantuvo en ese puesto en 2017-18. Si bien se citaron la corrupción, el crimen y la burocracia ineficiente como los factores más problemáticos para hacer negocios en México, la calidad de la salud pública, la estabilidad del gobierno y de las políticas, la baja inflación, una sólida ética de trabajo, un acceso más fácil a financiamiento de capital y una capacidad para la innovación se citaron como factores empresariales positivos.

A escala global, México ocupa un lugar destacado en términos de actividad emprendedora total (índice TEA), con una tasa del 25% en 2015 (Kelley, Singer y Herrington, 2016). Además, en México la generación más joven es muy emprendedora: el grupo de 16 a 24 años representa casi el 30% del número total de emprendedores, cuya edad promedio es 33.5 años (Bosma *et al.*, 2007). México ha sido muy dinámico en términos de creación de empresas. Se ha atribuido a las políticas implementadas en México durante las últimas décadas el mérito de estar detrás de este crecimiento económico, incluyendo una desvinculación del Estado de la economía, avances hacia una mayor competencia, así como el libre comercio con Estados Unidos y Canadá (Méndez, 1998 a y 1998b). Llama la atención que más del 75% de las importaciones mexicanas involucran productos semiacabados destinados a la manufactura (Sánchez *et al.*, 2014).

Además, en los últimos años México ha aumentado su enfoque en el emprendimiento. En 2012, el gobierno federal creó un fondo inicial para coinversiones en nuevas empresas a través del banco federal de desarrollo, la Nacional Financiera (NAFIN): esta fue una novedad en México (North, 2012). Además, a principios de 2013 el gobierno creó el Instituto Nacional del Emprendedor (INADEM), una entidad administrativa integrada al Ministerio de Economía, con el mandato de desarrollar un ecosistema emprendedor más fuerte (INADEM). Existe una red de apoyo de más de 500 programas de incubadoras disponibles en 190 ciudades de todo México, incluidas 50 incubadoras dedicadas a empresas emergentes con alto potencial de crecimiento (New Venturist). Tales acciones subrayan el compromiso del gobierno de mejorar el potencial de innovación y competitividad de México a pesar de las dificultades persistentes para movilizar capital de riesgo.

Para reforzar estos esfuerzos, la proximidad geográfica de México a Estados Unidos, combinada con su participación en el TLCAN, así como en otros doce acuerdos de libre comercio que involucran a 44 países, ofrecen enormes oportunidades a los exportadores (Villareal, 2017). El aumento de los costos laborales en China también impulsó la reubicación a México de fabricantes que abastecían a clientes estadounidenses. En los últimos años, México ha progresado considerablemente desde que el gobierno federal identificó el emprendimiento como un vector de crecimiento económico.

Algunas debilidades estructurales aún obstaculizan el impulso empresarial de México, en particular un acceso limitado al financiamiento de corto y largo plazo que limita la capacidad de crecimiento de las empresas, y un bajo nivel de educación postsecundaria que reduce la oferta de personal calificado. En el mediano plazo, esto podría limitar seriamente la contribución de México a la economía basada en el conocimiento (EY, 2013). La economía de México también se ha visto directamente afectada por el colapso de los precios del petróleo desde 2014, por un comercio mundial lento, por una producción industrial reducida después de 2009, antes de verse afectada por los efectos adversos de los anuncios de la administración Trump sobre el Acuerdo Transpacífico, el TLCAN y la construcción de un muro entre Estados Unidos y México (Villareal, 2017, 16). A pesar de lo anterior, México sigue siendo una de las economías más competitivas de la región y sigue avanzando en términos de los factores fundamentales necesarios para su prosperidad futura.

2.2 Motivaciones de los emprendedores mexicanos

La investigación sobre la motivación humana intenta identificar por qué las personas piensan y actúan de diversas maneras, dentro del contexto de factores externos que afectan sus percepciones y sus medios de acción (Cachon et al., 2013). Los primeros estudiosos del emprendimiento han adoptado ampliamente teorías desarrolladas dentro del campo del comportamiento organizacional, hasta que Gartner, Bird y Starr (1992) observaron una brecha entre estas teorías y la realidad. Esto desencadenó más investigaciones relativas a los motivos y objetivos empresariales, como se describe a continuación.

Los modelos teóricos de desempeño han subrayado el importante papel que desempeña el establecimiento de objetivos por parte de los empresarios en el crecimiento de su empresa (Morris *et al.*, 2006; Blawatt, 1995; Naffziger, Hornsby y Kuratko, 1994; Herron y Robinson, 1993). Bird (1988) ha sugerido que las intenciones de un emprendedor determinarían la forma de una organización, así como la dirección que ésta tomaría. Añadió que las intenciones de un empresario determinado tienden a cambiar con la evolución de la empresa en el tiempo: «el éxito, el desarrollo, el crecimiento y el cambio organizacionales subsiguientes se basan en estas intenciones, que se modifican, elaboran, encarnan o transforman.» (Pájaro, 1988:444)

La literatura señala una amplia variedad de motivaciones para los emprendedores que pueden ser económicas, como obtener una compensación monetaria y generar riqueza en el negocio (Langan-Fox y Roth, 1995), generar ingresos adicionales después de la jubilación (Aspaas, 2004), adquirir riqueza personal, aumento de los ingresos personales y/o aumento de los ingresos (Kuratko *et al.*, 1997) o razones no económicas como la seguridad laboral para uno mismo y la familia (Aronoff y Ward, 1995), la autorrealización, la oportunidad de crear algo (Aspaas, 2004), independencia y autonomía, el control que se obtiene al ser el propio jefe, el crecimiento personal, el reconocimiento, el desafío y la satisfacción de una necesidad de éxito (Kuratko et al., 1997; Robichaud et al., 2001; Pereira, 2003).

Son poco comunes los estudios de campo basados en encuestas sobre motivos empresariales en México y otros lugares de América Latina. Samaniego (1998) distinguió a los trabajadores autónomos de los empresarios con empleados y encontró diferencias motivacionales entre estas dos categorías. Entre los fundadores de empresas que tienen empleados, el 40% declaró como principal motivo empresarial una remuneración insatisfactoria, el 25% eligió como segundo motivo el cierre de su empleador o la finalización de

un contrato. Otras razones estaban relacionadas con una mayor flexibilidad en un puesto directivo, jornadas laborales más cortas, proximidad a la residencia y otras razones. Por el contrario, el 33% de los que se convirtieron en autónomos sin tener asalariados mencionaron el cese involuntario del empleo como principal motivo de su decisión. Un salario insuficiente y la necesidad de flexibilidad fueron, por orden, los dos motivos siguientes.

Los resultados de Samaniego (1998) corresponden a los obtenidos más recientemente por Radojevich-Kelley (2014), donde el 64% de los empresarios mexicanos encuestados había calificado la independencia financiera como su motivo principal para haber iniciado un negocio. Hacer realidad su sueño y la independencia personal fueron mencionados respectivamente por el 18,7% y el 17,2% de los encuestados. Más del 57,5% de ellos consideraba la prosperidad financiera como la principal recompensa para un emprendedor, con mayores ingresos, la posibilidad de sostener a su familia y disfrutar de cierta libertad financiera y económica. La autonomía y la independencia ocuparon el segundo lugar (33,6%), brindando la libertad de elegir tus propios horarios de trabajo y no tener un jefe que te diga qué hacer. Kantis, Ishida y Komori (2002) también identificaron el deseo de ser el propio jefe como el factor de motivación más importante. De hecho, el 80.5% de los emprendedores mexicanos declararon haber estado motivados por un deseo de autonomía e independencia.

2.3 Factores de éxito

Algunos estudios empíricos han examinado la cuestión de los factores de éxito empresarial en América Latina, incluido México. En Argentina, Sastre (2013) entrevistó a empresarios en tres etapas diferentes de la actividad empresarial: 1) potencial – o en etapa de planificación; 2) emprendedores nacientes – o durante su puesta en marcha, y 3) emprendedores establecidos. Todos coincidieron en tres categorías principales de factores de éxito: a) la identificación de un nicho de mercado viable; b) proponer un producto o servicio comercializable, y c) brindar a los clientes un servicio excelente.

Kantis, Gonzalo y Álvarez (2013) encontraron que los empresarios exitosos (etiquetados como "ambiciosos") que dirigían empresas de tecnología en Argentina, Brasil y Chile eran significativamente diferentes de los que podían identificarse en parte por tener experiencia previa en una empresa grande, así como una excelente trayectoria en el negocio. También tendían a tener un capital sustancial para invertir en sus negocios, atender a una base de mercado establecida y la capacidad de mantener el capital de trabajo de su empresa. El éxito también dependía de atraer recursos humanos calificados,

encontrar socios capacitados y mantenerse al día con la tecnología. En términos de apoyo gubernamental, Kantis, Gonzalo y Álvarez informaron que las incubadoras de empresas desempeñaron un papel positivo importante hacia el éxito de nuevos negocios en Brasil y Chile. La tutoría de otros empresarios también jugó un papel importante para el éxito a largo plazo. Estos resultados confirmaron resultados anteriores en toda América Latina (Kantis, 2004).

La investigación empírica mexicana sobre los factores de éxito empresarial incluye informes de Morales-Jiménez *et al.* (2015) y de Ynzunza Cortés e Izar Landéta (2021). Entre los microempresarios informales ubicados en el estado de Guerrero, Morales-Jiménez *et al.* (2015) informaron que la ubicación y la manutención del cónyuge fueron los factores de éxito más importantes. Una investigación realizada en el estado de Querétaro por Ynzunza Cortés e Izar Landéta (2021) reveló una relación positiva entre las variables habilidades de gestión general, capacitación adecuada y apoyo conyugal sobre los factores de éxito.

En otras partes del mundo, los factores de éxito empresarial han sido examinados empíricamente por Benzing, Chu y Bove (2005), Benzing, Chu y Callanan (2005), Benzing, Chu y Kara (2009), Chu *et al.*, (2008, 2011), Zimmerman y Chu, (2013), y Gok *et al.* (2021). Estos estudios utilizaron un cuestionario desarrollado por Hung M. Chu (Chu y Katsioloudes, 2001).

En el estudio de Benzing Chu y Kara (2009), realizado en Turquía, los factores de éxito más importantes fueron «la reputación de la honestidad», «Carisma; Amabilidad con los clientes», «Buenas habilidades de gestión general» y «Buen servicio al cliente». El último de la lista fue la afirmación "Apoyo gubernamental satisfactorio". Datos empíricos similares obtenidos en Vietnam (Benzing, Chu y Callanan, 2005) y Rumania (Benzing, Chu y Bove, 2005) también ponen de manifiesto la afirmación «Carisma; la amabilidad con los clientes» a la cabeza, seguida de «buen servicio al cliente» en Rumanía y «buen producto a un precio competitivo» en Vietnam. En una muestra nigeriana de Chu *et al.* (2008), los encuestados eligieron en primer lugar la afirmación «Trabajo duro», seguida por «Buenas habilidades de gestión general», seguida de «Buen servicio al cliente» y «Carisma; Amabilidad con los clientes» en tercera y cuarta posición como contribución al éxito. La afirmación «Participación política» fue la menos preferida entre los encuestados nigerianos. Otra investigación realizada en China por Chu *et al.*, (2011) reveló el mismo resultado excepto que la Honestidad fue la primera opción como variable de éxito; Gok *et al.* obtuvieron un resultado similar en China, (2021), quienes también informaron que los empresarios chinos calificaron los

problemas relacionados con los empleados como el problema más crítico de todos. En Venezuela (Zimmerman y Chu, 2013) las primeras cuatro opciones fueron «Buenas habilidades de gestión general», «Capacitación adecuada», «Mantenimiento de registros precisos de ventas/gastos» y «Participación política». La Tabla 1 resume los resultados obtenidos por estos estudios. Se obtuvieron resultados similares en Bangladesh (Uddin y Bose, 2013).

Tabla 1. Factores de éxito identificados en la literatura

Variables de éxito	Benzing <i>et al.</i> , (2009) Pavo	Benzing <i>et al.</i> , (2005) Vietnam	Benzing <i>et al.</i> , (2005) Rumania	Chu <i>et al.</i> , (2008) Nigeria	Chu <i>et al.</i> , (2011) Gok <i>et al.</i> (2021) Porcelana	Zimmerman <i>et al.</i> (2013) Venezuela
Buenas habilidades de gestión general	3			2	3	1
Carisma: amabilidad con los clientes	2	1	1	4	4	
Formación adecuada						2
Buen producto a un precio competitivo		2				
Buen servicio al cliente	4		2	3	2	
Trabajo duro				1		
Mantenimiento de registros precisos						3
Participación política						4
Reputación de honestidad	1	3	3		1	

Los resultados anteriores sugieren que "Carisma - amabilidad hacia los clientes", "Reputación de honestidad", "Buenas habilidades de gestión general" y "Buen servicio al cliente" fueron citadas (o variables equivalentes) con mayor frecuencia por los encuestados de todas las culturas. De hecho, esto también fue cierto entre los empresarios hombres, así como en la mayoría de los países donde se midieron las mismas variables. Por lo tanto, será interesante saber si esos resultados se corroborarán aquí.

2.4 Barreras/Limitaciones

Otra dimensión importante de la investigación sobre emprendimiento se centra en las barreras o limitaciones que enfrentan los emprendedores (Yalcin y Kapu, 2008; Kantis, Gonzalo y Alvarez, 2013). Storey (1994) define las barreras como factores internos o externos que impiden el crecimiento de las empresas. En México, es probable que ciertas debilidades estructurales moderen el desarrollo del emprendimiento en México. De hecho, el acceso a la mayoría de los tipos de financiación sigue siendo muy difícil, lo que obstaculiza el crecimiento de muchas empresas. También está el hecho de que el desempeño de la innovación en México parece estar disminuyendo, ya que ha habido una disminución en el número de patentes registradas desde 2008.

A pesar de algunos obstáculos a la creación de empresas, México ha logrado avances considerables en los últimos años en varias áreas. Por ejemplo, según el Índice de Competitividad Global 2016-2017 del Foro Económico Mundial (World Economic Forum 2017), México ha pasado del puesto 57 al 51 de un total de 138 países y se considera que se encuentra en la fase de transición de un país orientado por preocupaciones de eficiencia a uno orientado hacia la innovación y la sofisticación. Este aumento en la clasificación se puede atribuir principalmente a las mejoras en la eficiencia del mercado. La posición competitiva de México tanto a nivel interno como externo en el mercado de bienes ha mejorado considerablemente, lo que refleja los resultados no sólo de las decisiones políticas sino también de las reformas políticas comerciales. El mercado laboral ha aumentado tanto la flexibilidad como los incentivos, y los mercados financieros han mejorado su accesibilidad.

Sin embargo, México sigue siendo una de las economías más competitivas de la región y está avanzando en algunos de los factores fundamentales responsables de la prosperidad futura (WEF, 2016). Según el Foro Económico Mundial (2016), los principales obstáculos para la creación de empresas en México son, en orden descendente de importancia, la corrupción, el crimen y el robo, la burocracia gubernamental ineficiente, la infraestructura inadecuada y una fuerza laboral con educación inadecuada.

3. Metodología

3.1 Selección de muestras y definición de PYME

Al ser obligatorio el registro en la Cámara de Comercio en México, los listados de empresas estaban fácilmente disponibles. Participaron 278 encuestados, de los cuales 78 fueron de Guadalajara y 200 de Monterrey. Todos los

empresarios mexicanos fueron entrevistados personalmente. Una entrevista promedio duró 30 minutos. Para efectos de esta investigación se adoptó la definición de la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico (OCDE), es decir, cualquier empresa que tenga menos de 250 empleados.

Se eligieron para este estudio Guadalajara (estado de Jalisco) y Monterrey (estado de Nuevo León) debido a su fuerte sector de pequeñas empresas. La población total del área metropolitana de Monterrey es de 5.34 millones de personas, según Informador (2021). En promedio, en ambos estados, el 62.75% de la población masculina formaba parte de la población económicamente activa (PEA) en 2020 (INEGI 2021b y 2021c), mientras que el 40.2% de la población femenina era económicamente activa.

Las PYMES ocupan el 76% de la población en Nuevo León. Es también una de las principales entidades responsables del crecimiento económico y la creación de empleo en México. Con el 4% de la población, el estado produce el 7,5% del PIB nacional y el 11% de la manufactura nacional; Nuevo León también genera el 11% de las exportaciones, recibe el 10% de la inversión extranjera directa (IED) que llega a México y crea el 9% del empleo formal total. Su ingreso per cápita de 20.000 dólares es casi el doble del promedio nacional. Según los últimos datos publicados por INEGI (2021b), Nuevo León es el estado con menor tasa de actividad económica informal.

En cuanto a Guadalajara, es la segunda ciudad más grande de México con una población total de 5.27 millones de personas en 2020 (Informador 2021), con una tasa de participación económica del 64.1 % para el estado de Jalisco en su conjunto (INEGI 2021b). Este es el lugar de nacimiento de la música del mariachi y el tequila, pero también uno de los principales centros industriales y de negocios del país, a veces denominado el Silicon Valley de México (Webber, 2015).

Después de la Ciudad de México y Monterrey, Guadalajara tiene la tercera economía e infraestructura industrial más grande de México. y aporta el 37% del PIB total del estado de Jalisco. Su base económica es diversificada, basada principalmente en el comercio y los servicios, aunque el sector manufacturero juega un papel definitorio. También se encuentra entre los diez primeros de América Latina en términos de producto interno bruto y el tercer ranking más alto de México.

La mayor parte de la economía gira en torno al comercio y emplea al 60% de la población. Esta actividad se ha centrado principalmente en la compra y venta de los siguientes productos: alimentos y bebidas, textiles, aparatos electrónicos, tabaco, cosméticos, artículos deportivos, materiales de

construcción y otros. La actividad comercial de Guadalajara es superada sólo por la Ciudad de México.

En términos de tecnologías de la información y las comunicaciones, que son necesarias para la mayoría de las operaciones comerciales, tanto los estados de Jalisco como Nuevo León estaban por delante de los promedios nacionales de México al 2020. Según INEGI (2021a, b y c), mientras que el 37.6% de los mexicanos tenía una computadora personal, estas proporciones fueron de 44.5% en Jalisco y 47.8% en Nuevo León en 2020. La propiedad de teléfonos celulares equivalía al 87.5% en todo México, el 91.7% en Jalisco y el 93% en NL. La propiedad de teléfonos fijos alcanzó el 37.5% en todo el país. 43.4% en Jalisco y 55.7% en NL Finalmente, mientras el 52.1% de los mexicanos tenía acceso a Internet, en Jalisco lo tenía el 61.8% y en NL el 69.6%.

3.2 Medición de variables

Los datos sobre los motivos empresariales se recopilaron a través de un cuestionario desarrollado y validado por Robichaud, McGraw y Roger (2001) y Robichaud (2011) sobre la base de una revisión de la literatura que identifica las principales categorías de motivos presentes en la literatura existente. Luego se validaron constructos motivacionales entre muestras de emprendedores y mediante investigaciones adicionales en varios países, incluidos Canadá (Robichaud *et al.*, 2010), México y Estados Unidos (Cachon *et al.*, 2013) y Francia (Assaidi, Kizaba y Guilluy- Sulikashvili, 2015).

Los datos sobre factores de éxito y barreras se recopilaron mediante un instrumento desarrollado por Chu y Katsioloudes (2001). Este cuestionario ha sido ampliamente utilizado en muchos países, como Rumania, Vietnam, India, Venezuela, Canadá, México, Estados Unidos, Nigeria, Ghana y Kenia. La escala de factores de éxito consta de 17 ítems y la escala de barreras de 16 ítems. El citado instrumento de medición de las motivaciones de los emprendedores incluye 18 afirmaciones. Esta escala también se ha utilizado en diversos estudios, especialmente en Francia, Rusia, México, Marruecos, Canadá y Estados Unidos. Las variables de las escalas se midieron con escalas tipo Likert que van desde 1 = sin importancia hasta 5 = extremadamente importante.

3.3 Análisis de datos

Los datos fueron analizados con el paquete SPSS, utilizando las siguientes estadísticas: estadística descriptiva como medias y desviaciones estándar, pruebas no paramétricas de Mann-Whitney; Pruebas T de diferencias entre medias y análisis de componentes principales, generalmente denominados análisis factoriales (con rotación ortogonal en modo varimax, que maximiza la varianza de las cargas cuadradas en cada columna).

4. Resultados

4.1 Perfil de los encuestados

La Tabla 2 resume la distribución de los encuestados según características personales y organizacionales. Los resultados que describen las características personales de los encuestados revelan que el 51% de los emprendedores tienen entre 30 y 49 años, tienen un nivel educativo alto (el 72% tiene educación universitaria) y tienen experiencia previa en gestión y campo limitada.: El 70% tenía cinco años o menos de experiencia en gestión, mientras que el 68% tenía cinco años o menos de experiencia en su sector actual. La mayoría de los encuestados son hombres (63% frente al 37% de las mujeres), están casados o viven con su cónyuge en el 66% de los casos y el 47% de ellos se vieron obligados a crear su negocio por necesidad. Además, el 36% de ellos tiene un cónyuge involucrado en el negocio y la contribución conyugal al ingreso familiar puede calificarse de mínima, ya que sólo el 25% de los cónyuges aporta más del 26% del ingreso total de la familia. Finalmente, aproximadamente la mitad de los encuestados de la muestra (45%) informaron trabajar más de 40 horas por semana.

En términos de variables organizativas, las empresas de los encuestados están más concentradas en los sectores minorista y de servicios (el 92% está ubicada en estos dos sectores), son relativamente jóvenes (el 50% de las empresas se han creado en cinco años) y están ubicadas en comunidades urbanas (el 85% de las empresas están ubicadas en ciudades con más de 100.000 habitantes). En segundo lugar, la mayoría de los empresarios tienden a operar solos (55% de ellos), con ventas inferiores a \$100.000 en el 38% de los casos y el 84% de ellos había iniciado su propio negocio (en lugar de heredarlo o comprarlo). Finalmente, la mayoría de ellos califica el nivel de endeudamiento de su empresa como bajo (56%) y su personal es limitado (el 64% tiene menos de seis empleados).

Motivos, Factores de Éxito y Barreras en el Emprendimiento de las PYMES

Tabla 2. *Características personales y organizativas de los encuestados (N=278)*

Características personales		Características organizativas	
	%		%
Edad		Población	
20 a 29 años	23	Menos de 25.000	6
30 a 49 años	51	25.001 a 100.000	9
50 +	26	Más de 100.000	85
Educación		Ventas	
Preparatoria	28	Menos de \$100,000	38
Título universitario	72	\$100,001-\$500,000	26
		\$500,001 y +	36
Género		Complemento de dotación	
Masculino	63	1 a 5 empleados	64
Femenino	37	6 a 10 empleados	13
		11 +	23
Estado y participación conyugal		Sector económico	
Casado	66	Minorista	50
Cónyuge involucrado en negocios	36	Servicios	42
Empezó el negocio por razones de necesidad.	47	Manufactura	8
Experiencia pasada en el sector empresarial actual.		Proceso de puesta en marcha	
Ninguno	29	Creado por el propietario	84
1-5 años	39	Compró	9
6-10 años	14	Heredado/Franquiciado	7
11+ años	18		
Experiencia de gestión pasada		Edad de la empresa	
Ninguno	28	1-5 años	50
1-5 años	42	6-10 años	23
6-10 años	17	11-20 años	20
11+ años	13	21 años y +	7
Contribución conyugal a los ingresos familiares		Número de propietarios	
Ninguno		1 dueño	55
1% - 25%	62	2 dueños	33
26% - 60%	13	3 propietarios y +	12
61% - 100%	18		
	7		
Horas semanales trabajadas en la empresa		Importancia de la deuda	
0-20 horas	28	Bajo/muy bajo	56
21-40 horas	26	Medio	21
41 – 55 horas	23	Importante/muy importante	23
56 horas y más	22		

4.2 Motivaciones

La Tabla 3 presenta las puntuaciones de cada uno de los 18 ítems variables que forman la escala de motivación. La afirmación mejor valorada para todos los encuestados fue "Aumentar mis ingresos", con una puntuación media total de 4,31. La segunda afirmación mejor clasificada es "Para mi propia

satisfacción", con una puntuación media de 4,24, mientras que "Aumentar las ventas y los beneficios" y "Crear mi propio trabajo" ocuparon el tercer y cuarto lugar con puntuaciones medias de 4,16 y 4,11 respectivamente, seguidas de "Ser mi propio jefe" y "Maximizar el crecimiento empresarial" (puntuaciones medias de 4,07 y 4,06). Por otro lado, las dos opciones menos favorecidas por los encuestados son, por orden: "Obtener reconocimiento público" y "Divertirse" con puntuaciones medias de 2,99 y 2,75. Las opciones extrínsecas parecen haber sido las más importantes para los encuestados, ya que cuatro de las primeras seis opciones son de naturaleza económica.

Tabla 3. *Medias y desviaciones estándar de la escala de motivación empresarial*

Variabes de motivación	Media	Desviaciones estándar
Aumentar mis ingresos	4.31	.898
Para mi propia satisfacción	4.24	.947
Incrementar las ventas y las ganancias	4.16	.939
Crear mi propio trabajo	4.11	1.109
Ser mi propio jefe	4.07	1.113
Maximizar el crecimiento empresarial	4.06	1.027
Para tener siempre seguridad laboral	4.04	1.028
Tomar mis propias decisiones	4.00	1.058
Adquirir una vida cómoda	3.97	.985
Mantener mi libertad personal.	3.93	.956
Acepta el desafío	3,89	1.103
Demstrar que puedo tener éxito	3.75	1.221
Estar más cerca de mi familia	3.74	1.277
Construir un negocio para transmitir	3.50	1.237
Acumular capital para la jubilación	3.36	1.247
Proporcionar trabajo a mi familia.	3.25	1.233
Obtener reconocimiento público	2,99	1.277
Divertirse	2,75	1.424

Curiosamente, no hubo diferencias estadísticamente significativas en las motivaciones entre géneros. Además, "Aumentar mis ingresos" y "Para mi propia satisfacción" fueron las dos opciones principales tanto para hombres como para mujeres en la muestra, mientras que "Obtener reconocimiento público" y "Divertirme" fueron las dos últimas opciones en el mismo orden que Bueno.

Se realizó un análisis factorial (análisis de componentes principales Varimax) de las motivaciones de los encuestados para determinar los factores motivacionales. El criterio para la retención de factores fue el de Kaiser, es decir, se pueden conservar todos los factores con un valor propio superior a 1. Según lo recomendado por Hair *et al.* (2006), retuvimos afirmaciones cuyas

Motivos, Factores de Éxito y Barreras en el Emprendimiento de las PYMES

comunalidades entre variables eran superiores a 0,50 con una carga factorial superior a 0,40. La aplicación de estos criterios dio como resultado la eliminación de las siguientes afirmaciones:

"Para tener siempre seguridad laboral", y "Obtener reconocimiento público". Las principales observaciones que se derivan del Cuadro 4 son las siguientes:

- Del análisis de componentes principales resultaron cuatro factores motivacionales: motivos de independencia y autonomía (seis afirmaciones), motivos extrínsecos (cuatro afirmaciones), motivos intrínsecos (tres afirmaciones) y objetivos de seguridad y bienestar familiar (tres afirmaciones).
- El porcentaje total de varianza explicada fue del 60,15%.
- La consistencia interna de las cuatro escalas calculada por el alfa de Cronbach oscila entre 0,69 y 0,77 lo que indica una buena consistencia interna teniendo en cuenta el número de afirmaciones. Al respecto, Nunnally y Bernstein (1994) mencionan que, para un instrumento compuesto por escalas pequeñas de tres a cuatro afirmaciones, un coeficiente alfa de 0,70 o más se considera satisfactorio e indica que los ítems que forman las escalas probablemente miden el mismo constructo.

El análisis de componentes principales reduce un conjunto más amplio de variables a unas pocas dimensiones generales, proporcionando así una imagen general de los factores en lugar de una consideración individual de cada variable. Los valores propios obtenidos para cada factor indican su importancia relativa al explicar la proporción de la varianza total asociada con las variables que componen un factor. Por ejemplo, el factor "motivos extrínsecos" explica la mayor parte de la varianza total (32,66%), seguido del factor "independencia y autonomía" con un 10,08% y por los factores "motivaciones intrínsecas" y "seguridad y bienestar familiar". con 9,72% y 7,69% respectivamente.

Es importante comprender que los resultados del análisis factorial no nos informan sobre la importancia relativa de cada factor desde la perspectiva de los encuestados. Por ejemplo, aunque el factor "motivaciones intrínsecas" ocupa el tercer lugar en el porcentaje de varianza explicado en el análisis factorial con un 9,72% (Tabla 4), en la Tabla 5 se muestra que su puntuación acumulada ocupa el segundo lugar en importancia atribuida a los factores por los encuestados de la muestra, con una puntuación media acumulada de 3,97. Además, el factor "motivaciones extrínsecas" resultó ser el más importante

Robichaud, Y.; Cachon, J. C., Barragán-Codina, J. N. & Guerra-Rodríguez, P.

según las puntuaciones de los encuestados, con una media acumulada de 4,12. Ambos factores "independencia y autonomía" y "seguridad y bienestar familiar" ocuparon el tercer y cuarto lugar respectivamente con puntuaciones medias de 3,77 y 3,37.

Tabla 4. Motivaciones – Análisis factorial

Variables	Motivos extrínsecos	Independencia y autonomía	Motivos intrínsecos	Seguridad y bienestar familiar	Comunalidades
Adquirir una vida cómoda	0.605				0.538
Maximizar el crecimiento empresarial	0.525				0,598
Incrementar las ventas y las ganancias	0,797				0.709
Aumentar mis ingresos	0.836				0.743
Tomar mis propias decisiones		0.607			0,614
Ser mi propio jefe		0.584			0,694
Mantener mi libertad personal.		0,773			0.680
Estar más cerca de mi familia		0.605			0,577
Divertirse		0.521			0.504
Crear mi propio trabajo		0.502			0.542
Acepta el desafío			0.810		0,722
Demostrar que puedo tener éxito			0.750		0.633
Para mi propia satisfacción			0,624		0.502
Acumular capital para la jubilación				0.561	0.512
Proporcionar trabajo a mi familia.				0,761	0.603
Construir un negocio para transmitir				0,697	0.511
Valores propios	5.226	1.614	1.556	1.229	
Varianza explicada	32,66	10.08	9,72	7,69	
Alfa de Cronbach	.77	.73	.70	.69	

Tabla 5. Puntuaciones medias - Factores de motivación

Factores	Media	Desviación Estándar
Motivos extrínsecos	4.12	.74317
Motivos intrínsecos	3.97	.86336
Independencia y autonomía	3.77	.80861
Seguridad y bienestar familiar	3.37	.92648

Motivos, Factores de Éxito y Barreras en el Emprendimiento de las PYMES

Las medias de las escalas se calcularon promediando las puntuaciones de todas las afirmaciones que componen cada factor. Por ejemplo, la puntuación media igual a 3,37 obtenida para el factor «familia» equivale a la puntuación media de las afirmaciones que componen ese factor. (ver tabla 4).

4.3 Factores de éxito

La Tabla 6 presenta los resultados de un análisis de la importancia atribuida a todas las cargas de factores de éxito. El factor de éxito más importante fue "buen servicio al cliente" con una media de 4,61, seguido de "reputación por la honestidad" y "carisma - amabilidad hacia los clientes" con medias de 4,53 y 4,49 respectivamente. Los factores "trabajar muchas horas" y "buen producto/servicio a precio competitivo" ocuparon el cuarto y quinto lugar con promedios de 4,38 y 4,30 respectivamente. Las opciones menos importantes fueron "apoyo gubernamental satisfactorio" y "participación política" con promedios de 2,44 y 2,27. Estas son las únicas dos afirmaciones, entre las 17 afirmaciones del instrumento de medición de factores de éxito, que obtienen una media inferior a 3,00. Esto significa que, en general, los empresarios de nuestra muestra no dependen del apoyo gubernamental o político para asegurar el éxito de sus negocios.

Tabla 6: *Medias y desviaciones estándar de la escala de éxito empresarial*

Variables de éxito	Media	Desviaciones estándar
Buen servicio al cliente	4.61	.717
Reputación de honestidad	4.53	.777
Carisma; amabilidad con los clientes	4.49	.773
Trabajo duro	4.38	.882
Buen producto a un precio competitivo	4.30	.908
Capacidad para gestionar personal	4.11	.777
Buenas habilidades de gestión general	4.08	1.043
Mantenimiento de registros precisos de ventas/gastos	4.03	1.003
Formación adecuada	3.83	1.123
Ubicación	3.81	1.141
Factores de marketing como la promoción de ventas	3.76	1.141
Apoyo de familiares y amigos	3.70	1.196
Experiencia empresarial previa	3.61	1.258
Acceso a la capital	3.56	1.282
Participación comunitaria y creación de redes	3.35	1.082
Apoyo gubernamental satisfactorio	2.44	1.344
Participación política	2.27	1.259

Los resultados del análisis de género revelan que las mujeres priorizan los factores de marketing (media de 4,11 frente a 3,60) y la participación política (2,39 frente a 1,96) más que los hombres. Estos dos últimos resultados son estadísticamente significativos al nivel de 0,001. Los hombres obtuvieron puntuaciones más altas que las mujeres en los siguientes factores (estadísticamente significativos con 0,05): buenas habilidades de gestión general (4,16 frente a 3,86), formación adecuada (3,92 frente a 3,61) y experiencia empresarial (3,70 frente a 3,37).

La Tabla 7 presenta el resultado del análisis factorial (análisis de componentes principales) para los factores de éxito. Al igual que en el caso de las motivaciones, sólo se retuvieron los enunciados cuyas comunidades (también llamadas calidad de representación) entre las variables fueron superiores a 0,50 y cuyo peso factorial superó 0,40. Tras la aplicación de estos criterios, se eliminó la afirmación "conocida por su honestidad". Los resultados finales del análisis factorial sugieren cuatro agrupaciones: el Factor 1 corresponde a características personales y del producto/servicio (4 afirmaciones), el Factor 2 incluye 5 afirmaciones sobre diferentes aspectos, el Factor 3 se ocupa de las habilidades de gestión y la formación (3 afirmaciones), mientras que el cuarto factor se refiere a los entornos inmediatos y externos (4 afirmaciones). Se encontró que la escala de características personales y de producto/servicio era la más sólida en el análisis (% de la varianza explicada de 16,26 y un valor propio de 2,602), seguida en orden por el factor misceláneo (% de la varianza explicada de 14,09 y un valor propio de 2,255), el factor de habilidades directivas y capacitación (% de varianza explicada de 13,06 y un valor propio de 2,177), y el factor de entornos inmediatos y externos (% de varianza explicada de 13,4 y un valor propio de 2,149). El porcentaje total de varianza explicada es del 57,4% y la consistencia interna de las 4 escalas calculadas por el alfa de Cronbach oscila entre 0,66 y 0,74.

Motivos, Factores de Éxito y Barreras en el Emprendimiento de las PYMES

Tabla 7. Factores de éxito - Análisis factorial

Variables	Características personales y del producto/servicio.	Misceláneos	Habilidades de gestión y formación	Entornos inmediatos y externos.	Comunalidades
Carisma; amabilidad con los clientes	0.665				.523
Buen producto a un precio competitivo.	0,737				.610
Buen servicio al cliente	0,797				.653
Trabajo duro	0,695				.517
Experiencia empresarial previa		0.521			.510
Ubicación		0,788			.673
Acceso al capital		0.510			.537
Participación comunitaria y creación de redes.		0.560			.514
Mantenimiento de registros precisos.		0,676			.592
Formación adecuada			0.708		.653
Buenas habilidades de gestión general.			0,672		.553
Capacidad para gestionar personal.			0,653		.536
Apoyo gubernamental satisfactorio				0,715	.677
Factores de marketing				0.557	.523
Apoyo de familiares y amigos.				0,678	.562
Participación política				0,659	.643
Valores propios	2.602	2.255	2.177	2.149	
Varianza explicada	16.26	14.09	13.60	13.40	
Alfa de Cronbach	.74	.73	.66	.66	

La Tabla 8 presenta las medias acumuladas de los factores de éxito para determinar qué factores son más importantes para los encuestados. Se encontró que el factor "características personales y de producto/servicio" era el factor más importante entre los encuestados con un promedio acumulado de 4,44, seguido por el factor "habilidades de gestión y capacitación" con un promedio de 4,00. Los factores "misceláneos" y "entorno inmediato y externo" ocuparon el tercer y cuarto lugar en importancia atribuida a los factores por los encuestados con medias acumuladas de 3,67 y 3,04, respectivamente.

Tabla 8. Puntuaciones medias – Factores de éxito

Factores	Media	Desviaciones estándar
Características personales y del producto/servicio.	4.44	.61608
Habilidades de gestión y formación.	4.00	.79782
Misceláneos	3.67	.82373
Entornos inmediatos y externos.	3.04	.86363

Las medias de las escalas se calcularon promediando las puntuaciones de todas las afirmaciones que componen cada factor. Por ejemplo, la puntuación media obtenida para el factor «Misceláneos» es igual a la puntuación media de las afirmaciones que componen ese factor. (ver tabla 7).

4.4 Barreras

El Cuadro 9 presenta los resultados obtenidos sobre las barreras que enfrentan los emprendedores en México. Las tres opciones principales de los encuestados que se destacan del resto fueron "economía débil". "empleados no confiables y poco confiables" y "demasiada competencia", con puntuaciones medias de 3,59, 3,50 y 3,42. La obtención de financiación a corto plazo quedó en cuarto lugar con una puntuación media de sólo 3,19. La única diferencia de género que surgió del análisis fue en el ítem de competencia (estadísticamente significativo al nivel de 0,05): las mujeres percibieron que la competencia era más fuerte que los hombres (media de 3,84 versus 3,34 para los hombres).

Motivos, Factores de Éxito y Barreras en el Emprendimiento de las PYMES

Tabla 9. *Medias y desviaciones estándar de la escala de barreras empresariales*

Variables de barreras	Media	Desviaciones estándar
Economía débil	3.59	1.170
Empleados no confiables y poco confiables	3.50	1.359
Demasiada competencia	3.42	1.196
Obtención de financiación a corto plazo	3.19	1.224
Incapacidad para mantener registros contables precisos.	3.18	1.269
Obtención de financiación a largo plazo	3.03	1.184
Demasiada regulación/burocracia gubernamental	3.01	1.457
Falta de formación gerencial.	2,99	1.288
Falta de formación en marketing.	2,99	1.243
Ubicación insegura	2.94	1.395
Estructura fiscal compleja y confusa	2.91	1.351
Proceso de registro de empresas complicado	2.76	1.301
Problemas de electricidad	2.71	1.501
Carreteras en mal estado – transporte	2.59	1.411
Estacionamiento limitado	2.55	1.357
Limitaciones del comercio exterior	2.42	1.346

Los datos sobre barreras empresariales también se sometieron a un análisis de componentes principales para determinar su estructura factorial. Se eliminaron las declaraciones "empleados no confiables y poco confiables", "estacionamiento limitado" y "demasiada competencia". La Tabla 10 presenta los resultados del análisis factorial, sugiriendo tres agrupaciones de la siguiente manera: el factor 1 representa cuestiones de infraestructura (6 afirmaciones); El factor 2 representa la falta de habilidades (3 afirmaciones), mientras que el factor 3 engloba el entorno externo (4 afirmaciones). Se encontró que la escala de problemas de infraestructura era la más fuerte en el análisis (% de varianza explicada de 24,53 y un valor propio de 3,189), seguida en orden por el factor de falta de habilidades (% de varianza explicada de 22,19 y un valor propio de 2,886) y el factor de entorno externo (% de varianza explicada de 18,56 y un valor propio de 2,413). El porcentaje total de varianza explicada fue del 65,29%. La consistencia interna de las 3 escalas calculada por el alfa de Cronbach varía de 0,76 a 0,86 lo que indica una buena consistencia interna.

Tabla 10. Barreras – Análisis factorial

Variables	Infraestructura asuntos	Falta de habilidades	Entorno externo	Comunalidades
Estructura fiscal compleja y confusa	0.520			.677
Ubicación insegura	0.540			.572
Proceso de registro de empresas complicado	0.710			.650
Limitaciones del comercio exterior	0.690			.616
Carreteras/transporte en malas condiciones	0,852			.761
Problemas de electricidad	0,751			.666
Incapacidad para mantener registros contables precisos.		0.569		.623
Falta de formación en marketing.		0.864		.780
Falta de formación gerencial.		0.824		.761
Obtención de financiación a corto plazo			0,837	.713
Obtención de financiación a largo plazo			0.821	.693
Demasiada regulación/burocracia gubernamental	0,751		0.591	.510
Economía débil			0.606	.515
Valores propios	3.189	2.886	2.413	
Varianza explicada (%)	24,53	22.19	18.56	
Alfa de Cronbach	.86	.82	.76	

La Tabla 11 presenta los factores más importantes para los encuestados. El factor "Entorno externo" ocupó el primer lugar con una puntuación media de 3,20, mientras que "Falta de habilidades" y "Problemas de infraestructura" ocuparon el segundo y tercer lugar, con puntuaciones medias acumuladas respectivamente iguales a 3,06 y 2,71.

Tabla 11. Puntuaciones medias – Factores de barrera

Factores	Media	Desviaciones estándar
Entorno externo	3.20	.96045
Falta de habilidades	3.06	1.08201
Problemas de infraestructura	2.71	1.06849

Las medias de las escalas se calcularon promediando las puntuaciones de todas las afirmaciones que componen cada factor. Por ejemplo, la puntuación media obtenida para el factor «Entorno externo» es igual a la puntuación media de las afirmaciones que componen ese factor. (ver tabla 10).

5. Discusión y conclusión

Este estudio intentó obtener una mejor comprensión del emprendimiento en México a través del estudio de motivaciones, factores de éxito y barreras. Para ello, se identificaron las motivaciones emprendedoras, los factores de éxito y las limitaciones/barreras de los emprendedores mexicanos para resaltar los más importantes. También se utilizó un análisis factorial para agrupar las afirmaciones en grupos más pequeños.

Primero, los análisis estadísticos de los resultados revelan que los emprendedores en México están motivados principalmente por objetivos extrínsecos, ya que cuatro de las seis opciones principales están motivadas económicamente. Sólo la segunda opción "ayudar a mi desarrollo personal" y la quinta opción "ser mi propio jefe" son de naturaleza intrínseca. Los emprendedores de la muestra buscan, por tanto, a través de su negocio, alcanzar objetivos principalmente económicos, así como ayudar a su desarrollo personal y satisfacer su necesidad de independencia. Los resultados de este estudio parecen mostrar que los emprendedores en México comparten similitudes con sus pares de Kenia, Ghana, Nigeria, Venezuela, Rumania y Turquía, donde las motivaciones extrínsecas son predominantes, pero también con países como Canadá y Estados Unidos, donde las motivaciones intrínsecas son predominantes. más importante. (Benzing et al. 2009; Benzing y Chu, 2009).

En segundo lugar, los resultados finales del análisis factorial sugieren cuatro factores: motivación extrínseca, motivación intrínseca, independencia y autonomía, y seguridad y bienestar familiar. Esta agrupación es similar a los resultados obtenidos en los estudios de Robichaud, McGraw y Roger (2001), Kuratko, Hornsby y Naffziger (1997) y Benzing et al. (2009). Además, el factor de motivaciones extrínsecas ocupó el primer lugar en el cálculo de las medias acumuladas con una media de 4,12, seguido de cerca por el factor de motivaciones intrínsecas con una media de 3,97. En conclusión, estos resultados apoyan lo dicho en el párrafo anterior de que los empresarios mexicanos darían más importancia a las motivaciones extrínsecas y al mismo tiempo favorecerían ciertos objetivos intrínsecos como la necesidad de autonomía e independencia. Además, el estudio de Radojevich-Kelley (2014) coincide con esto en la medida en que el aspecto financiero constituía, para un emprendedor mexicano, la principal recompensa por estar en el negocio seguido en segundo lugar por la necesidad de autonomía e independencia. Además, la presencia de objetivos intrínsecos en las primeras elecciones de los encuestados podría explicarse por el hecho de que el estudio se realizó en

dos ciudades importantes de México donde las condiciones económicas son más favorables. En conclusión, no se observaron diferencias significativas entre hombres y mujeres de la muestra. De hecho, nuestros resultados muestran que las mujeres emprendedoras favorecían esencialmente las mismas motivaciones que los hombres emprendedores.

Los resultados de los análisis revelan muchas similitudes en los factores de éxito identificados en este estudio en comparación con investigaciones anteriores (Partida, Carrera y Villareal, 2012). De hecho, las tres opciones principales identificadas como "brindar un buen servicio al cliente", "honestidad" y "carisma o ser amigable con los clientes" estaban entre las principales opciones mencionadas en la literatura (ver Tabla 1). Además, Benzing *et al.*'s (2005b) obtuvo las mismas opciones, pero en diferente orden. En contraste con los resultados sobre motivaciones, hubo varias diferencias de género significativas en relación con los factores de éxito. Las mujeres favorecieron más que los hombres los factores de marketing y la participación política, mientras que los hombres pusieron más énfasis que sus contrapartes femeninas en las habilidades de gestión general, la capacitación adecuada y la experiencia empresarial como factores dominantes de éxito.

Los análisis factoriales identificaron cuatro grupos de factores de éxito: "características personales y de producto/servicio", "misceláneos", "capacidades de gestión y capacitación" y "entornos inmediatos y externos". Por lo tanto, el análisis factorial redujo el conjunto de 17 variables de éxito a dimensiones más generales, permitiendo una imagen global de los factores en lugar de una consideración individual. Comparando las medias acumuladas de las cuatro escalas de factores de éxito, encontramos que los encuestados están de acuerdo en la importancia de las escalas "características personales y de producto/servicio" y "habilidades de gestión y formación" en el éxito de su negocio. De hecho, estas dos escalas salen a la cabeza con medias de 4,44 y 4,00 respectivamente. Esto significa que los encuestados de nuestra muestra priorizan las características personales del emprendedor y del producto/servicio, concretamente carisma, trabajar muchas horas, buen servicio al cliente y un buen producto/servicio a un precio competitivo, así como capacidad de gestión (buen conocimiento general). capacidad de gestión, capacidad para gestionar personal, formación adecuada), en detrimento de factores relacionados con el entorno interno y externo, como un apoyo gubernamental satisfactorio, el apoyo de familiares y amigos y la implicación política. Por lo tanto, podemos concluir, con la cautela requerida en el contexto de una muestra de este tipo, que las organizaciones que capacitan, apoyan y

asesoran a los futuros emprendedores, así como aquellos que ya dirigen su empresa, deben poner énfasis en estas categorías de factores.

Al igual que con los factores de éxito, los resultados de los análisis de las barreras/limitaciones que enfrentan los encuestados revelan muchas similitudes con investigaciones anteriores. Las opciones que más destacaron para los encuestados fueron "economía débil", "empleado no confiable y poco confiable" y "demasiada competencia", con promedios de 3,59, 3,50 y 3,42 respectivamente. El problema de atraer y retener empleados fiables en los que se pueda confiar parece omnipresente. De hecho, este problema se encontró en muchos estudios, incluidos Argentina, Chile, Brasil, Rumania, Turquía, Nigeria, Kenia, Vietnam, China y Serbia, donde ocupó el primer o segundo lugar en la lista, mientras que el problema de la competencia se informó como un problema muy importante. barrera en los siguientes países: Nigeria, Venezuela, Kenia, China y Vietnam.

Al respecto, un artículo publicado por el Foro Económico Mundial (2016) plantea algunas debilidades estructurales, incluido el problema del personal, que probablemente moderen el desarrollo del emprendimiento en México. El documento menciona que la baja matrícula del país en la educación superior es responsable de una brecha de habilidades, que desacelera el crecimiento de la productividad y limita la oferta de talento para nuevas empresas. Como resultado, México podría verse incapaz de hacer frente a la economía del conocimiento en el mediano plazo. Sin embargo, durante el período 2008-2010, México gastó el 5,1% de su PIB en educación, cifra superior al promedio del G20 del 4,8% para el mismo período.

Finalmente, el análisis factorial realizado sobre las barreras sugiere tres agrupaciones: "problemas de infraestructura", "falta de habilidades" y "entorno externo". Los tres factores generados por el análisis factorial parecen ser bastante consistentes ya que se agruparon barreras de la misma naturaleza. Por ejemplo, el factor "entorno externo" incluye las declaraciones "economía débil", "demasiada burocracia gubernamental" y "obtención de financiamiento a corto y largo plazo", mientras que el factor "falta de habilidades" incluye las declaraciones "incapacidad mantener registros contables actualizados", "falta de capacitación en marketing" y "falta de capacitación en gestión". De hecho, son estos dos factores los que ocupan el primer y segundo lugar en el cálculo de los promedios de los factores acumulados con promedios de 3,20 y 3,06 respectivamente, por delante del factor "problemas de infraestructura" (promedio de 2,71).

6. Límites de esta investigación

Esta investigación tiene ciertas limitaciones en cuatro áreas: 1) en cuanto a la elección de las variables utilizadas (cuestionario utilizado), 2) en la limitación relacionada con los instrumentos de medición utilizados en el estudio. Estos instrumentos representan medidas perceptivas de los objetivos perseguidos por los emprendedores, así como de las variables de éxito y obstáculos, y no una evaluación objetiva. 3) Una tercera limitación reside en la elección de las regiones estudiadas. En el último caso, la muestra se extrajo exclusivamente de entornos urbanos, lo que impide cualquier generalización de los resultados a la población general (un problema de validez externa). 4) Una cuarta limitación reside en la importancia de las actividades clandestinas reportadas por los encuestados. Como se indicó anteriormente, el 58% de los encuestados consideró que más del 50% de la actividad de su sector no estaba reportada. Esto sugeriría que sería necesaria una mayor investigación en profundidad para encontrar por qué se produce esta situación y cuáles son sus consecuencias.

Sin embargo, saber, por ejemplo, que los motivos de los empresarios mexicanos se centran principalmente en resultados extrínsecos y que enfrentan problemas para contratar personal calificado, confiable y con la capacitación adecuada, y tienen dificultades para acceder a apoyo financiero, debería ayudar a los gobiernos locales en los respectivos estados de Nuevo León para el área de Monterrey, y Jalisco para la región de Guadalajara, para diseñar políticas apropiadas capaces de mejorar el apoyo a los emprendedores actuales y potenciales. Más específicamente, saber que la capacitación y confiabilidad de la fuerza laboral mexicana es el principal obstáculo para los empresarios mexicanos podría alentar a las autoridades gubernamentales a desarrollar programas de capacitación laboral mejor adaptados a las necesidades empresariales.

Esta investigación exploratoria podría extenderse a otras ciudades, así como a áreas rurales, para permitir una comparación urbana versus rural de un país. Un estudio de este tipo proporcionaría más información para comprender mejor las cuestiones que rodean las motivaciones, los factores de éxito y los obstáculos según el tamaño de las localidades en las que operan las PYME y así generalizar los resultados a todas las poblaciones

Referencias

- Aronoff, C.E. and Ward, J.L., 1995. «Family owned businesses: A thing of the past or a model for the future?». *Family Business Review*, 8(2), p. 121–130.
- Aspaas, H.R., 2004. «Minority women's microenterprises in rural area of the United States of America: African American, Hispanic American and Native American case studies». *GeoJournal*, 61(3), p. 281–289.
- BBVA Bancomer. 2022. Importancia de las pymes en México. <https://www.bbva.mx/educacion-financiera/creditos/porque-son-importantes-las-pymes-en-mexico.html>
- Benzing, C., and Chu. H.M., 2009. « A Comparison of the Motivations of Small Business Owners in Africa ». *Journal of Small Business and Enterprise Development* 16(1), p. 60-77.
- Benzing, C., H.M. Chu, and Kara O., 2009. «Entrepreneurs in Turkey: A Factor Analysis of Motivations, Success Factors, and Problems». *Journal of Small Business Management*, 47(1), p. 58-91.
- Benzing, C., Chu, H.M., and R. Bove (2005). 'The Motivation, Problems, and Perceived Success of entrepreneurs in Romania,' *Journal of the Academy of Business Administration* 10(1&2, Spring/Fall), 73-88.
- Benzing, C., Chu, H.M., and G. Callanan (2005). 'Regional Comparison of the Motivation and Problems of Vietnamese Entrepreneurs,' *Journal of Developmental Entrepreneurship* 10, 3-27.
- Bird, B. 1988. Implementing Entrepreneurial Ideas: The Case for Intention. *The Academy of Management Review* 13, 3, 442-453.
- Blawatt, K., 1995. « Defining the entrepreneur a conceptual model of entrepreneurship », *CCSBE-CCPME Proceedings*, 13-37.
- Bosma, N., Jones, K., Autio, E. & Levie, J. 2007. *Global Entrepreneurship Monitor: 2007 Executive Report*. London: London Business School.
- Cachon, J.-C., Barragan Codina, J.M., Eccius-Wellmann, C., McGraw, E., and D. A. Myers. 2013 «Entrepreneurial Motives and Performance: Evidence from North America». *Journal of Management Policy and Practice*, 14, 5, 50-77. http://na-businesspress.homestead.com/JMPP/CachonJC_Web14_3_.pdf
- Chu, H.M., Benzing, C., and McGee, C. (2007) "Ghanaian and Kenyan Entrepreneurs: A Comparative Analysis of their motivations, success characteristics, and problems" *Journal of Developmental Entrepreneurship*, 12(3), 295-322.
- Chu, H.M., and Katsioloudes, M.I. (2001). Cultural Context in the Vietnamese-American Entrepreneurial Experience. *Journal of Transnational Development* 7(2), 37-46.
- Coneval (Consejo nacional de evaluación de la Política de Desarrollo Social) (2018) Medición de pobreza 2008-2018 Estados Unidos Mexicanos. Accessed July 23, 2021. https://www.coneval.org.mx/Medicion/PublishingImages/Pobreza_2018/Serie_2_008-2018.jpg
- De la Garza-Carranza, M.T., Guzmán-Soria, E. López-Lemus, J.A., & Sierra-Martínez, A.C. (2020). Social Entrepreneurship Innovation: A study from México. *Entrepreneurial Business and Economics Review*, 8(4), 201-202. <https://doi.org/10.15678/EBER.2020.080411>
- EY. 2013. *The Power of Three: The EY G20 Entrepreneurship Barometer 2013*: Mexico.

- Gartner, W.B., Bird, B.J., and A.J. Starr (1992). "Acting as if: Differentiating entrepreneurial from organisational behaviour". *Entrepreneurship Theory and Practice*, 16, 3, 13-32
- Gok, K., Kara, O., Lakshman, S., Demirtas, O., and Chu, H. M. (2021) A Factor Analysis of the Entrepreneurial Success, Motivation and Problems Faced: The Case of Chinese Entrepreneurs. *Journal of Entrepreneurship and Innovation in Emerging Economies*, 7, 2, 165-193. <https://doi.org/10.1177/23939575211019591>
- Gordon, D. (2010) *Metodología de Medición Multidimensional de la Pobreza para México a partir del Concepto de Privación Relativa* (Methodology for Multidimensional Poverty Measurement in Mexico Using the Concept of Relative Deprivation – in Spanish). In Boltvinik, J., Chakravarty, S., Foster, J. Gordon, D. Hernández Cid, R., Soto de la Rosa, H. and Mora, M. (coord.), *Medición Multidimensional de la Pobreza en México* Ciudad de México, D.F: El Colegio de México and Consejo de Evaluación de la Política de Desarrollo Social. pp 401-97.
- Gordon, D. Nandy, S. (2012) *Measuring Child Poverty and Deprivation*. In Alberto Minujin and Shailen Nandy (eds.) *Global Child Poverty and Well-Being Measurement, concepts, policy and action* Bristol, UK: The Policy Press – University of Bristol, 57-102.
- Hair, J.F., Black, W.C., Babin, B.J., Anderson, R.E. and Tatham, R.L. (2006). *Multivariate Data Analysis*. Upper Saddle River, NJ: Pearson Prentice Hall.
- Herron, L. and Robinson, R.B., 1993. « A structural model of the effects of entrepreneurial characteristics on venture performance », *Journal of Business Venturing*, 8(3), p. 281-294.
- INEGI Instituto Nacional de Estadística y Geografía (2022a) Población Económicamente Activa - Última actualización: 30 de marzo de 2022. <https://www.inegi.org.mx/temas/empleo/>
- INEGI (2022b) Indicadores de Ocupación y Empleo. 30 de marzo de 2022. <https://www.inegi.org.mx/app/saladeprensa/noticia.html?id=7251>
- INEGI (2021a) Censo de Población y Vivienda 2020 – Última actualización: 16 de marzo de 2021. <https://www.inegi.org.mx/programas/ccpv/2020/default.html>
- INEGI (2021b) Panorama Sociodemográfico de Jalisco 2020. https://www.inegi.org.mx/contenidos/productos/prod_serv/contenidos/espanol/bvinegi/productos/nueva_estruc/702825197872.pdf
- INEGI (2021c) Panorama Sociodemográfico de Nuevo León 2020. https://www.inegi.org.mx/contenidos/productos/prod_serv/contenidos/espanol/bvinegi/productos/nueva_estruc/702825197926.pdf
- INEGI (2021d) Panorama Sociodemográfico de México – Censo de Población y Vivienda 2020. https://www.inegi.org.mx/contenidos/productos/prod_serv/contenidos/espanol/bvinegi/productos/nueva_estruc/702825197711.pdf
- Informador (2021) Guadalajara deja de ser la segunda metrópoli más poblada; Monterrey ocupa su lugar. <https://www.informador.mx/jalisco/Guadalajara-deja-de-ser-la-segunda-metropoli-mas-poblada-Monterrey-ocupa-su-lugar-20210125-0045.html>
- Kantis H. (Ed.). 2004. con la colaboración de Angelelli P. y Virginia Moori Koenig. *Desarrollo Emprendedor: América Latina y la Experiencia Internacional*. Washington DC: Banco Interamericano de Desarrollo y Fundes Internacional.
- Kantis, H. Gonzalo, M. and Alvarez, P. 2013. ¿Emprendedores “ambiciosos” en Argentina, Chile y Brasil?: el Papel del Aprendizaje y del Ecosistema en la Creación de Nuevas Empresas Dinámicas *Revista Pymes, Innovación y Desarrollo*, Vol. 1, No. 3, pp. 33-60.

Motivos, Factores de Éxito y Barreras en el Emprendimiento de las PYMES

- Kantis, H., Ishida, M., and Komori, M. 2002. Entrepreneurship in emerging economies: the creation and development of new firms in Latin America and East Asia: summary report. Inter-American Development Bank.
- Kelley, D., Singer, S. and Herrington, M. (2016). *GEM Global Report 2015-16*. Global Entrepreneurship Research Association (GERA) <https://www.gemconsortium.org/file/open?fileId=49480>
- Konfio (2022) Conoce las tendencias más relevantes para PyMEs en 2022. <https://konfio.mx/tips/negocios/tendencias-para-pymes-2022/#:~:text=Seq%C3%BAn%20datos%20de%20la%20industria,que%20aportar%20en%20el%20tema.>
- Kuratko, D.F., Hornsby, J.S. and Naffziger, D.W. 1997. An Examination of Owner's Goals in Sustaining Entrepreneuriat, *Journal of Small Business Management* 35(1), p. 24-33.
- Langan-Fox, J. and Roth, S., 1995. Achievement motivation and female entrepreneurs, *Journal of Occupational and Organizational Psychology*, 68, p. 200-218.
- Méndez, M.J.S. 1998a. El neoliberalismo en México ¿éxito o fracaso? *Revista Contaduría y Administración*. Universidad Nacional Autónoma de México (UNAM). 191:56-65.
- Méndez, J. 1998b. Las regiones como actores economicos: el caso de Pennsylvania, Estados Unidos (con referencias generales a los casos de Nuevo León México y Westfalia del Rin del Norte, Alemania), in C. Alba, I. Bizberg & H. Riviere (eds) *Las Regiones Ante la Globalizacion*. Mexico City: El Colegio de México CEMCA/ORSTOM.
- Morris, M.H., Miyasaki, N.N., Watters, C.E. and Coombes, S.M., 2006. The Dilemma of Growth: Understanding Venture Size Choices of Women Entrepreneurs, *Journal of Small Business Management*, 44(2), p. 221-244.
- Morales-Jiménez, J., Bustamante-González, A., Vargas-López, S., Pérez-Ramírez, N, y O. Sereno-Pareja. 2015. Factores de éxito emprendedor en dos municipios de la montaña de Guerrero, México. *Revista Electrónica Nova Scientia*, N° 15 Vol. 7 (3) 416-435.
- Naffziger, D.W., Hornsby, J.S. and Kuratko, D.F. 1994. A Proposed Research Model of Entrepreneurial Motivation, *Entrepreneurial Theory and Practice*, 18(3), p. 29-42.
- North, C. 2012. Mexico's First Government-Sponsored Seed Fund Debuts. *Emprende* August 1, 2012. Accessed April 14, 2022. <http://www.pvangel.com/news-mexico/2252/mexicos-first-government-sponsored-seed-fund-debuts>
- Nunnally, J.C. and Bernstein, I.H. 1994. *Psychometric Theory*. Third Edition. New York: McGraw-Hill.
- Partida, A. Carrera, M. & L.A. Villareal (2012) «Análisis de las motivaciones, factores de éxito y obstáculos al espíritu empresarial: estudio comparativo entre México, EEUU y Turquía» *Innovaciones de Negocios* 9(18): 207 – 231.
- Pereira, F. 2003. Reflexión sobre algunas características del espíritu emprendedor colombiano. *Economía, Gestión y Desarrollo*, 1(1), 9-26.
- Porter, M., Sachs, J., and McArthur, J. (2002). Competitiveness and stages of economic development. In M. Porter, J. Sachs, P. K. Cornelius, J. W. McArthur, & K. Schwab (Eds.), *The global competitiveness report*. New York: Oxford University Press.
- Radojevich-Kelley, N. 2014. Mexican Small Business Owners and Entrepreneurs: Who are They, What Motivates Them and What Challenges Do They Face. *The Journal of Business Leadership*, 194-216.

Robichaud, Y.; Cachon, J. C., Barragán-Codina, J. N. & Guerra-Rodríguez, P.

- Robichaud, Y., Cachon, J.-C. and Haq, R., 2010. « Motives, Success Factors, and Barriers Among Canadian Female Entrepreneurs: The Case of Greater Sudbury », *Entrepreneurial Practice Review*, 1(2), p. 36-64.
- Robichaud, Y., McGraw, E. and Roger, A., 2001. « Toward the Development of a Measuring Instrument for Entrepreneurial Motivation ». *Journal of Developmental Entrepreneurship*, 6(2), 189-201.
- Samaniego, N. (1998). Urban Self-Employment in Mexico: Recent Trends and Policies, Paper presented at the Canadian International Labor Network Conference, Burlington, ON.
- Sánchez, R.M., Salazar, A.L., Ricardo Contreras Soto, R.C. (2014). El emprendimiento y crecimiento de las Pymes. *Acta Universitaria*, 24(NE-1), 59-72.
- Sastre R. (2013). La motivación emprendedora y los factores que contribuyen con el éxito del emprendimiento. *Ciencias Administrativas* 1: 1 - 10.
- Storey, D., 1994, *Understanding the small business sector*, Routhledge, London.
- United States Chamber of Commerce (2017) North American Economic Alliance Facts. <https://www.naeconomicalliance.com/nafta-and-you-interactive-map/>
- U.S. International Trade Administration (2022) Mexico – Country Commercial Guide. <https://www.trade.gov/country-commercial-guides/mexico-trade-agreements>
- Villareal, M.A. (2017). Mexico's Free Trade Agreements, Congressional Research Service. 17 p. Consulted April 17, 2022. <https://fas.org/sqp/crs/row/R40784.pdf>
- Webber, J (2015). Guadalajara: Mexico's Second City is a Latin American Silicon Valley. *Financial Times*, June 16, 2015.
- WEF - World Economic Forum (2016). The Global Competitiveness Report.
- Yalcin, S., and Kapu, H. 2008. Entrepreneurial dimensions in transitional economies: A review of relevant literature and the case of Kyrgyzstan. *Journal of Developmental Entrepreneurship*, 13(2), 185-203.
- Ynzunza Cortés, C.B. & J.M. Izar Landéta. 2021. Las motivaciones, competencias y factores de éxito para el emprendimiento y su impacto en el desempeño empresarial. Un análisis en las MIPyMES en el estado de Querétaro, México. *Contaduría y Administración* 66 (1), 2021, 1-26
- Zepeda, R. & J. Virchez (2019) The role of subnational actors in North America during the NAFTA renegotiation. *Geography Notebooks* 2, 2, 87-102.
- Zimmerman, M.A., and Chu, H.M. (2013). Motivation, Success, and Problems of Entrepreneurs in Venezuela, *Journal of Management Policy and Practice*, 14(2), 76-90.