

PERFILES DE CREACIÓN DE MICROEMPRESAS EN LAS ZONAS RURALES: EL CASO DE SANTA BÁRBARA ALMOLOYA, CHOLULA, PUEBLA

CREATION PROFILES OF MICROENTERPRISES IN RURAL ZONES: THE CASE OF SANTA BÁRBARA ALMOLOYA, CHOLULA, PUEBLA

Emmanuel Remilien*, Miguel Sánchez-Hernández, J. Hilario Hernández-Salgado, Roselia Servin-Juárez, Ignacio Carranza-Cerda

Colegio de Postgraduados, Campus Puebla. (emmaremilien@gmail.com; msanchez@colpos.mx; jhhernan@colpos.mx; roselijas@colpos.mx; icarranza@colpos.mx).

RESUMEN

Actualmente el emprendimiento tiene gran importancia, tanto para emprendedores como para instituciones públicas y privadas. La creación de empresas se vuelve un tema de investigación importante. El objetivo de este trabajo es determinar las diferencias que existen entre la manera de crear las microempresas. El trabajo se desarrolló en la comunidad de Santa Bárbara Almoloya con 73 microempresarios. Mediante un cuestionario se levantó la información necesaria y se han podido formar cuatro grupos que se diferencian entre sí, tanto en capitales financiero, social y humano como en motivaciones. Se concluye que los objetivos y el capital financiero son los elementos indispensables para la creación de las microempresas, pero este último pierde su importancia si las personas tienen un nivel de capital social alto. Las implicaciones de este trabajo sirven para los interesados en la promoción del emprendimiento en el medio rural, como instituciones de microfinanzas (IMF), gobierno e investigadores, así como futuros emprendedores.

Palabras claves: creación de microempresas, microfinanza, medios de vida sostenible.

INTRODUCCIÓN

El estudio del fenómeno del emprendimiento está cobrando una importancia muy peculiar porque influye en el bienestar personal y a nivel comunitario, y es tema de interés político, económico, social, ambiental e intelectual. A nivel mundial se le considera como un instrumento de combate a la pobreza (Sigalia y Carney, 2012), y de reducción en el nivel de desempleo y desarrollo económico local (Rodríguez Pose y Palavicini, 2013). En otros términos, este

* Autor responsable ✦ Author for correspondence.

Recibido: agosto, 2016. Aprobado: noviembre, 2016.

Publicado como ARTÍCULO en ASyD 15: 29-45. 2018.

ABSTRACT

Presently, business venture is very important, both for entrepreneurs and for public and private institutions. The creation of businesses becomes an important research theme. The objective of this study is to determine the differences there are between ways of creating microenterprises. The work was developed in the community of Santa Bárbara Almoloya with 73 micro entrepreneurs. The necessary information was obtained through a questionnaire and four groups have been established which differentiate between them, both in financial, social and human capitals, and in motivations. It is concluded that the objectives and the financial capital are the essential elements for the creation of microenterprises, although the latter loses its importance if people have a high level of social capital. The implications of this work serve for those interested in the promotion of business venture in the rural environment, such as microfinance institutions (MFI), governments and researchers, as well as future entrepreneurs.

Key words: creation of microenterprises, microfinance, sustainable livelihoods.

INTRODUCTION

The study of the phenomenon of entrepreneurship is taking on a quite distinct importance because it influences the personal and community level wellbeing, and is an issue of political, economic, social, environmental and intellectual interest. At the global level, it is considered an instrument used to combat poverty (Sigalia and Carney, 2012), and to reduce the level of unemployment and for local economic development (Rodríguez Pose and Palavicini, 2013). In other terms, this phenomenon helps to struggle against delinquency and migration, among others. The people who do business because they don't

fenómeno ayuda a luchar contra la delincuencia y la migración, entre otros. Las personas que hacen negocios porque no tienen otra opción de trabajo son conocidas como emprendedor de necesidad (Baptista, Karaöz y Mendonça, 2014; Taxis, Ramírez y Aguilar, 2016), aunque para Acs (2006) estas actividades no influyen en el crecimiento económico de un país, pero la suma de todos estos tiene algo que ver con el Producto Interno Bruto.

Prestar dinero para invertirlo en un negocio es asunto de emprendedores, independientemente del nivel de la empresa. Existen diferentes categorías de micro, pequeñas, medianas y grandes empresas, y cada país las define según unos criterios (generalmente son tamaño e ingreso). No obstante, por ser de tamaño muy pequeñas, las actividades generadoras de ingreso han sido ignoradas como una categoría de las microempresas (Verrest, 2013), pero la industria de la microfinanza se dedica principalmente a atender esta categoría de emprendedores porque la microfinanza se basa en la lógica de que si los pobres tienen acceso a servicios financieros pueden iniciar o ampliar una microempresa y de ahí salir de esa situación (Arora y Singhal, 2013). Desde de esta perspectiva surgen muchas preguntas:

1. ¿Cómo se inicia una microempresa?
2. ¿Cuáles son los factores asociados a este inicio?
3. ¿Cuáles son los perfiles de los emprendedores al inicio?
4. ¿Quieren todos los dueños ampliar sus microempresas?

Estas interrogantes sugieren una variedad de investigaciones en el área del emprendimiento a nivel micro, ya que pueden contribuir a ofrecer mejores servicios y adaptarlos a los perfiles de los microempresarios. Con respecto a la última pregunta, Gundry y Welsch (2001:455) plantean: “si la decisión de iniciar un negocio es una elección hecha por el fundador, se puede asumir que la decisión de ampliarlo es una elección de la misma persona”. En la práctica lo que hacen las instituciones microfinancieras (IMF) es mandar a sus agentes de créditos a ofrecer servicios a los que tienen un micronegocio y casi no hacen un análisis a fondo del perfil del microempresario. Eso arroja como resultado muchos problemas para los dueños de negocios en cuanto a reembolsar, por un lado y, por otro lado, problemas para las IMF en

have another work option are known as necessity entrepreneurs (Baptista, Karaöz and Mendonça, 2014; Taxis, Ramírez and Aguilar, 2016), although for Acs (2006) these activities do not influence the economic growth of a country, although the sum of all of these has something to do with the Gross Domestic Product.

Lending money to invest in a business is a matter of entrepreneurs, regardless of the level of the enterprise. There are different categories of micro, small, medium and large enterprises, and each country defines them based on certain criteria (generally size and income). However, because they are of very small size, the activities that generate income have been ignored as a category of microenterprises (Verrest, 2013), although the microfinance industry is devoted primarily to tending to this category of entrepreneurs because microfinance is based on the logic that if the poor have access to financial services they can begin or expand a microbusiness and from there get out of that situation (Arora and Singhal, 2013). From this perspective, many questions arise:

1. How does a microenterprise begin?
2. Which are the factors associated to this beginning?
3. Which are the profiles of the entrepreneurs at the beginning?
4. Do all the owners want to expand their microenterprises?

These questions suggest a variety of studies in the area of entrepreneurship at the micro level, since they can contribute to offering better services and adapting them to the profiles of microentrepreneurs. With regards to the last question, Gundry and Welsch (2001:455) suggest: “if the decision of beginning a business is a choice made by the founder, it can be assumed that the decision to expand it is a choice by the same person”. In practice, what microfinancing institutions (MFI) do is to send their credit agents to offer their services to those who have microbusinesses and almost do not make an in-depth analysis of the microentrepreneur’s profile. This results in many problems for the business owners in terms of reimbursement, on the one hand, and on the other, problems for the MFIs in terms of money losses. It has been found that functioning microbusinesses take better advantage of the credits

cuanto a pérdidas de dinero. Se ha encontrado que las microempresas en funcionamiento aprovechan mejor los créditos que las recientes creadas y se presentan graves problemas de fungibilidad en relación con el destino del dinero (Rodríguez, Raccanello y Aguilar, 2015). Una manera para evitar estos problemas es estudiar las preguntas relacionadas con la creación del negocio, lo que es motivo de la presente investigación.

Los dueños de micronegocios son sujetos de los microcréditos; no solamente el sector privado por medio de la microfinanza se interesa a los microemprendedores. En México son numerosos los programas del gobierno que se enfocan a que la gente se auto-emplea tanto en el sector urbano como rural (Rivera-Huerta, López y Mendoza, 2016). Por ejemplo, se tienen los siguientes: Programa de Fomento al Autoempleo, Programa de Apoyo a Jóvenes Emprendedores Agrario, Programa de apoyo para la productividad de la mujer emprendedora, Programa Nacional de financiamiento a microemprendedores (PRONAFIM), siendo algunas iniciativas del gobierno en este sentido. Además de estos dos (IMF y Gobierno), varias universidades promueven la formación de los estudiantes para egresar como emprendedores y no como buscadores de trabajo. Para cumplir con eso, los estudiantes reciben cursos relacionados con el emprendimiento y poco se sabe si llegan realmente a poner en marcha un negocio. En la literatura solo hacen estimaciones sobre la probabilidad de que los estudiantes llegarán a crear su negocio (Boudabbous, 2011; Backes-Gellner y Moog, 2013). Asumiendo que algunos estudiantes inician un micronegocio, sus formas de iniciar son diferentes de los campesinos quienes cuentan generalmente con pocos años de estudios y la mayoría de ellos no han tomado cursos para hacer negocio.

El tipo de microemprendedores de interés en este trabajo son aquellos que no esperan ni a los programas del gobierno, ni a las IMF, ni a alguna formación para iniciar sus negocios, lo que hace que se diferencian mucho de la corriente del emprendimiento formal (Fortunato, 2014). Son microemprendedores que viven en áreas rurales, que enfrentan un conjunto de problemas como cualquier emprendedor; aunque los campesinos y los empresarios capitalistas hacen negocios para obtener dinero, pero el principal objetivo no es lo mismo; más allá de eso hay otras diferencias (Cuadro 1).

than those of recent creation and serious problems of fungibility take place regarding the destination of money (Rodríguez, Raccanello and Aguilar, 2015). A way to avoid these problems is to study the questions related to the creation of the business, which is the reason for this study.

The owners of microbusinesses are subject of microcredits; not only is the private sector interested to microentrepreneurs through microfinance. In México there are many government programs that are focused on people self-employing both in the urban and the rural sector (Rivera-Huerta, López and Mendoza, 2016). For example, there are the following: Program of Promotion for Self-Employment, Program of Backing for Young Agrarian Entrepreneurs, Program of Backing for the Productivity of Women Entrepreneurs, National Program of Financing for Microentrepreneurs (PRONAFIM), these being some government initiatives in this sense. In addition to these two (MFI and Government), several universities promote the training of students to graduate as entrepreneurs and not as job seekers. To fulfill this, the students receive courses related to entrepreneurship and little is known about whether they actually can launch a business. In literature they only make estimations about the probability of students managing to create their business (Boudabbous, 2011; Backes-Gellner and Moog, 2013). Assuming that some students start microbusinesses, the ways they begin are different from the way peasants do, who generally have few years of study and most have not taken business courses.

The type of microentrepreneurs of interest in this study are those who do not expect either government programs or MFIs, nor any training to start their businesses, which makes them differ quite a lot from the trend of formal entrepreneurship (Fortunato, 2014). They are microentrepreneurs who live in rural areas, who face a group of problems like any entrepreneur; although both peasants and capitalist entrepreneurs do business to obtain money, the main objective is not the same; beyond that, there are other differences (Table 1).

These differences are reflected in the level of money, the growth models, as well as the aspirations. The entrepreneurial behaviors and profiles of entrepreneurs are different (Verrest, 2013). Likewise, differences are seen in what provokes the creation of

Cuadro 1. Diferencias entre microempresario rural y empresario normal.
Table 1. Differences between rural microentrepreneur and normal entrepreneur.

	Empresario normal	Microempresario rural
Objetivos	Ganancia	Supervivencia
Plan de negocio	Si	No
Estudio de mercado	Si	No
Enfoque de economía	Economía capitalista D-M-D	Economía campesina M-D-M
Visión del futuro	Planean y prevén	Viven al día
Dedicación	Horarios fijos y extra	Sin horarios

Fuente: elaboración propia. ♦ Source: authors' elaboration.

Estas diferencias se reflejan en el nivel de dinero, los modelos de crecimiento, así como las aspiraciones. Los comportamientos emprendedores y los perfiles de los empresarios son diferentes (Verrest, 2013). De igual manera, se denotan diferencias en lo que provoca la creación de empresas: Necesidad y Oportunidad (Baptista *et al.*, 2014; Morales *et al.*, 2015; Taxis *et al.*, 2016). Esta situación da lugar a la duda de saber los perfiles de creación de las microempresas, siendo la pregunta central: ¿cuáles son los perfiles de creación de micronegocio en las áreas rurales de los países en vía de desarrollo, especialmente en Santa Bárbara Almoloya? La respuesta implica estudiar la combinación de factores conocidos que influyen en la creación de un negocio en el contexto de los campesinos.

MARCO TEÓRICO: MEDIOS DE VIDA SOSTENIBLES Y MOTIVACIÓN

Gibb y Ritchie (1982) fueron los primeros en establecer los elementos que debe cumplir un emprendedor para crear un micronegocio. Estos autores presentaron cuatro elementos para obtener un inicio exitoso: “la motivación o determinación, la idea o mercado, los recursos, y finalmente las habilidades”. Dentro de estos hay unos que no sirven para los microempresarios rurales, como la evaluación de la idea y estudio de mercado. La creación de un negocio no se hace de un día al siguiente, por eso le llaman un proceso, y las recientes investigaciones denominan “emprendedores nacientes” a las personas que están en este proceso (Davidsson y Honig, 2003; Kim, Aldrich y Keister, 2006). Durante el mismo, estas personas combinan varios factores que pueden ser resumidos en dos: “capitales y motivación”.

En el medio rural estos capitales usados para explicar la creación de negocio caen dentro del enfoque de

the enterprises: Necessity and Opportunity (Baptista *et al.*, 2014; Morales *et al.*, 2015; Taxis *et al.*, 2016). This situation gives rise to the doubt of knowing about the creation profiles of the microenterprises, with the central question being: which are the creation profiles of microenterprises in the rural areas of developing countries, especially in Santa Bárbara Almoloya? The answer implies studying the combination of known factors that influence business creation in the context of peasants.

THEORETICAL FRAMEWORK: SUSTAINABLE LIVELIHOODS AND MOTIVATION

Gibb and Ritchie (1982) were the first to establish the elements that an entrepreneur must fulfill to create a microenterprise. These authors present four elements to obtain a successful beginning: “the motivation or determination, the idea or market, the resources, and finally the skills”. Within these there are some that do not serve rural microentrepreneurs, such as the idea assessment and the market study. Business creation does not happen from one day to the next, that is why it is called a process, and recent studies call the people who are undergoing this process “emerging entrepreneurs” (Davidsson and Honig, 2003; Kim, Aldrich and Keister, 2006). During it, these people combine several factors that may be summarized in two: “capitals and motivation”.

In the rural environment these capitals used to explain business creation fall into the approach of sustainable livelihoods managed by the United Kingdom’s Department for International Development (DFID). This approach is used by many researchers to study rural development (Bennett and Franzel, 2009; Mummidi, 2009; Ansoms and McKay, 2010); however, other researchers use

medios de vida sostenibles manejado por el Departamento para el Desarrollo Internacional (DFID) de Inglaterra. Este enfoque es manejado por varios investigadores para estudiar el desarrollo rural (Bennett y Franzel, 2009; Mummidi, 2009; Ansoms y McKay, 2010); sin embargo, otros investigadores toman los capitales para explicar la creación de empresa, pero con pequeñas diferencias (Cuadro 2).

Estos capitales no solo favorecen la creación de empresas, sino que permiten la competitividad y son de tipo tangible e intangible (Fuentes, Osorio y Mungaray, 2016). El capital humano se compone de las habilidades, capacidades y conocimientos adquiridos y se puede generar vía la educación tanto formal como no formal (Baptista *et al.*, 2014). La experiencia de trabajo o en negocio propio es un elemento importante a considerar en la educación no formal porque permite acumular conocimientos y habilidades. Para unos autores, los individuos que posean un capital humano de mayor calidad identificarán mejor las oportunidades empresariales (Davidsson y Honing, 2003). Con esta aseveración hay autores que consideran que no son los individuos con altos niveles de capitales humano y social que llegan a crear empresas, sino los que tienen estos capitales en un nivel balanceado y combinado con experiencia (Backes-Gellner y Moog, 2013). La población rural, generalmente, no tiene un nivel de educación alto y las pocas fuentes de trabajo que existen no son generalmente un negocio.

La predicción de la creación de empresa es estudiada por factores como la experiencia de trabajo, nivel de educación, etcétera, y generalmente se ocupan variables dicotómicas (Kim *et al.*, 2006; Elam, 2008), lo que implica pérdida de información. Hay una probabilidad de que la experiencia no tenga ningún vínculo

capitales to explain business creation, although with small differences (Table 2).

These capitals not only favor the creation of businesses, but rather allow competitiveness and are tangible and intangible (Fuentes, Osorio and Mungaray, 2016). Human capital is made up of the abilities, capacities and acquired knowledge and can be generated via education both formal and informal (Baptista *et al.*, 2014). Experience in work or in a business of their own is an important element to consider in informal education because it allows accumulating knowledge and skills. For some authors, the individuals that own human capital of higher quality will identify better the entrepreneurial opportunities (Davidsson and Honing, 2003). For some authors, individuals who own human capital of higher quality will identify better entrepreneurial opportunities (Davidsson and Honing, 2003). With this assertion there are authors who consider that it is not the individuals with high levels of human and social capitals who manage to create businesses, but rather those that have these capitals at a balanced level and combined with experience (Backes-Gellner and Moog, 2013). The rural population, generally, does not have a high level of education and the few sources of work available are not generally a business.

The prediction of the creation of an enterprise is studied by factors such as work experience, level of education, etc., and dichotomous variables are generally used (Kim *et al.*, 2006; Elam, 2008), which implies loss of information. There is a probability that the experience does not have any connection with the enterprise created. For Baptista *et al.* (2014), work experience is useful when the business created is within the same sector. In this study we take the perception of owners of microenterprises regarding

Cuadro 2. Similitud y diferencia en el uso de los capitales.
Table 2. Similarity and difference in the use of capitals.

Tipos de capitales	Medios de vida	Investigadores
Financiero	DFID, Mummidi (2009)	Kim <i>et al.</i> (2006)
Social	DFID	Davidsson y Honig (2003)
Humano	DFID	Davidsson y Honig (2003), Kim <i>et al.</i> (2006)
Físico	DFID	X
Natural	DFID	X
Cultural	X	Kim <i>et al.</i> (2006), Elam (2008)
Simbólico	X	Elam (2008)

Fuente: elaboración propia. ♦ Source: Authors' elaboration.

con la empresa creada. Para Baptista *et al.* (2014), la experiencia de trabajo es útil cuando la empresa que se crea es dentro del mismo sector. En este trabajo se toma la percepción de los dueños de los micronegocios sobre la manera en que usaron los elementos del capital humano para crear sus micronegocios.

El capital social en la creación de empresas se da de varias formas. Como activo que la gente obtiene al estar en contactos con otros (Coleman, 1988), este capital se obtiene mediante la influencia de otros, de algún tipo apoyo para crear el negocio. Según Elam (2008) la pregunta central del capital social es: “¿A quién conoce?”, pero puede ser que una persona conoce a mucha gente y no le pueden dar apoyo para crear una microempresa o hacer otra cosa. En este sentido viene la diferenciación entre los tipos de capital social. Davidson y Honig (2003) presentan el capital social en tres dimensiones: unión o puente, vinculación y aproximación. En el primero existe en relaciones socialmente estrechas (intensos sentimientos de conexión), en el segundo las relaciones sociales son medianamente estrechas (respeto, la confianza y el compañerismo) y, por último, hay relaciones asimétricas entre personas que tienen pocos puntos de coincidencia (presidente y ciudadano).

En su marco operacional, el capital social es tomado por algunos investigadores como la participación o pertenencia a alguna organización, grupo, etnia (Narayan y Pritchett, 1999); dentro de eso se dan las normas, la reciprocidad, la confianza. Respecto a la definición de Elam (2008), conocer a otras personas se da mediante la participación en grupo. La variable “conocer a otra persona o a otros empresarios” ha sido muy estudiada como capital social, sobre todo por los investigadores que toman el enfoque de *Global Entrepreneurship Monitor* (GEM). En este trabajo se considera el capital social en sus tres formas: la influencia de otros empresarios, la cantidad de ayuda recibida y la participación en grupo.

El capital financiero es otro factor para la creación de empresas; típicamente es lo que posee alguien en términos de dinero (Elam, 2008). La población rural, sujeta de este trabajo, no tiene mucho dinero y combina recursos de varias maneras para asegurar su supervivencia. En esta perspectiva entra la microfinanza, brindando acceso al dinero de manera diferente de las tradiciones financieras. Belwal *et al.* (2014) encontraron que los recursos financieros y el acceso a recursos externos son las barreras principales de las

the way they used the elements of human capital to create their microbusinesses.

Social capital in businesses creation takes place in many ways. As an asset that people obtain when being in contact with others (Coleman, 1988), this capital is obtained through the influence of others, of some type of support to create the business. According to Elam (2008) the central question of social capital is: “Who does he/she know?” Although it can be that a person knows many people yet they cannot offer support to create a microenterprise or do something else. In this sense there is differentiation between the types of social capital. Davidson and Honig (2003) present social capital in three dimensions: union or bridge, correlation and approximation. In the first there are socially close relationships (intense feelings of connection), in the second the social relationships are moderately close (respect, trust and comradeship), and lastly, there are asymmetrical relationships between people who have few points of agreement (president and citizen).

Within its operational framework, social capital is taken by some researchers as participation or belonging to some organization, group, ethnic group (Narayan and Pritchett, 1999); in it, there are regulations, reciprocity, and trust. Regarding the definition by Elam (2008), knowing other people happens through participation in a group. The variable “knowing another person or other entrepreneurs” has been quite studied as social capital, particularly by researchers who take the approach of *Global Entrepreneurship Monitor* (GEM). In this study, social capital is considered in its three forms: influence from other entrepreneurs, amount of help received, and participation in a group.

The financial capital is another factor for the creation of businesses; typically it is what someone possesses in terms of money (Elam, 2008). The rural population, subject of this study, does not have much money and combines resources in several ways to ensure its survival. In this perspective microfinance comes in, providing access to money in a different way than financial traditions. Belwal *et al.* (2014) found that financial resources and access to external resources are the main barriers for women entrepreneurs. There are those who found that microentrepreneurs who use external loans from banks, clients and suppliers, to begin a business are more efficient than those who begin with their own

mujeres emprendedoras. Hay quienes encontraron que los microempresarios que usan préstamos externos en proveniencia de bancos, clientes y proveedores para iniciar un negocio son más eficientes que los que inician con sus propios recursos y los de sus familiares y amigos (Hernández-Trillo *et al.*, 2005).

A pesar de su importancia, poseer el dinero no es suficiente; se tiene que saber lo que va a emprender con ello (Elam, 2008). Ahí entra el concepto de capital cultural, lo cual se basa en lo que sabe o en la manera de pensar, de sentir y de hacer. La operacionalización del capital cultural consiste en variables edad, educación y experiencia; así, este capital coincide con los elementos del capital humano. Kim *et al.* (2006) consideran al capital cultural como el tener a los padres como empresarios, lo que influirá en el hijo a crear su negocio. Ahí el capital cultural tiende a entrar en el capital social; el conocer y la influencia de otros empresarios no solo se da en la familia, sino en cadenas más grandes donde el futuro emprendedor obtiene la aspiración viendo otros. Así, esta influencia puede llegar de los tres tipos de capital social identificado anteriormente.

Elam (2008) presenta el capital simbólico como la fuerza simbólica en su forma pura, como la influencia, el prestigio, el estatus social. Dichos valores se buscan y esta búsqueda de valores se traducen en este estudio como el elemento motivacional. Este factor permite la separación de personas que crean empresas contra las que no lo hacen.

Se toman generalmente los capitales social, financiero y humano para explicar la creación de empresas, pero fallan al no poder responder por qué todas las personas no crean empresas mientras tengan a su disposición estos capitales. El enfoque psicológico de los negocios es el elemento que provee la respuesta a este interrogante. Mummidi (2009) trata de entender por qué las mujeres hacen o no actividades generadoras de ingresos y la sustentabilidad de estas basándose solamente en unos componentes del capital humano y la motivación. Según este autor, estos elementos pueden ayudar a ver el impacto de la microfinanza, mas no son los únicos que determinan la creación de estas actividades.

Las personas están en la búsqueda de algo satisfactorio para su vida y eso se traduce por la independencia económica personal, ser activa o de una necesidad de interacción social y para obtener un reconocimiento social (Anthopoulou, 2010). No cabe

recursos and those of their relatives and friends (Hernández-Trillo *et al.*, 2005).

Despite their importance, having the money is not enough; there needs to be knowledge about what will be done with it (Elam, 2008). The concept of cultural capital enters there, which is based on what is known or the way of thinking, feeling and doing. The operationalization of cultural capital consists in the variables age, education and experience; thus, this capital coincides with the elements of human capital. Kim *et al.* (2006) consider cultural capital as having the parents as entrepreneurs, which will influence the child to create his/her business. There, cultural capital tends to enter social capital; knowing other entrepreneurs and their influence not only happens in the family, but rather in larger chains where the future entrepreneur gets aspiration from watching others. Thus, this influence can come from the three types of social capital identified previously.

Elam (2008) presents symbolic capital as the symbolic strength in its pure form, such as influence, prestige, social status. These values are sought and this search for values is translated in this study as the motivational element. This factor allows the separation of people who create businesses against those who do not.

Social, financial and human capitals are generally used to explain business creation, but fail when they are unable to respond why not all people create enterprises while they have access to these capitals. The psychological approach of businesses is an element that provides the response to this question. Mummidi (2009) attempts to understand why women carry out or not the activities that generate income and their sustainability based only in some components of human capital and motivation. According to this author, these elements can help to see the impact of microfinance, although they are not the only ones that define the creation of these activities.

People are in search for something satisfactory for their life and this is translated by personal economic independence, being active or from a need for social interaction and to obtain social recognition (Anthopoulou, 2010). There is no doubt that people who do microbusinesses in rural communities are survival entrepreneurs. In the contrary sense to what Elam (2008) points out with symbolic capital, not all entrepreneurs seek these values. There are economic

duda que las personas que hacen micronegocios en las comunidades rurales son emprendedores de supervivencia. En el sentido contrario de lo que señala Elam (2008) con el capital simbólico, no todos los emprendedores buscan estos valores. Hay objetivos económicos y no económicos que la gente tiene al crear una empresa (Kantis *et al.*, 2002). En términos de motivación, no solamente los objetivos hacen que la gente crea negocio. La creación del negocio es una acción y toda acción humana puede ser estudiada por su comportamiento planificado, cuyo determinante es la intención (Ajzen, 1991). Dicho de otra manera, la intencionalidad dará lugar a la acción. Para Bird (1988) la intención es un proceso y empieza con las necesidades, valores, creencia. En ciertos casos, la intención no da lugar a la acción porque es planeado y eso tiene que ver con el tiempo (Davidsson, 1995).

Todo lo anterior permite avanzar que la creación de empresas se da de manera diferente en los individuos con la combinación de capitales y motivación. Casi no hay estudio que establezca perfiles de los empresarios al momento de iniciar sus negocios, utilizando todos los capitales y la motivación, ya que solo con los capitales no se inicia un negocio. Heirman y Clarysse (2004) encontraron cuatro perfiles de creación, pero se basaron en recursos financieros, tecnológicos y humanos. Este trabajo pretende cubrir el vacío en establecer los modelos de creación de microempresas en el medio rural.

METODOLOGÍA

El trabajo se desarrolló en la localidad de Santa Bárbara Almoloya, San Pedro Cholula, Puebla con gente que tiene algún tipo de micronegocio. Las coordenadas geográficas de la comunidad son: latitud 18.8875 y longitud -98.2826; su población es de 4200 habitantes. En esta comunidad no existe una lista de todos los micronegocios ya que la informalidad de este tipo de empresas en todo el territorio mexicano es inviable. Se carece de investigación sobre estos tipos de empresas en la zona. La localidad cuenta con un mayor número de micronegocio que las localidades que la rodean.

Se hizo un muestreo para establecer la lista de estas unidades en la localidad. Como se mencionó, la apertura y el cierre de una empresa depende de la voluntad del dueño; durante el recorrido para sacar el número total de micronegocios se encontró que varios estaban cerrados, aunque no se sabe si el cierre es definitivo;

and non-economic objectives that people have when creating a business (Kantis *et al.*, 2002). In terms of motivation, not only the objectives make people create businesses. Business creation is an action and all human action can be studied from its planned behavior, whose determinant is intention (Ajzen, 1991). In other words, the intentionality will give place to the action. For Bird (1988), intention is a process and begins with the needs, values, and beliefs. In certain cases, the intention does not give rise to the action because it is planned and this has to do with time (Davidsson, 1995).

All of this allows advancing that business creation takes place differently in individuals with the combination of capitals and motivation. There are almost no studies that establish profiles of entrepreneurs at the moment of beginning their business, using all the capitals and motivation, since with just the capitals a business is not started. Heirman and Clarysse (2004) found four creation profiles, but they are based on financial, technological and human resources. This study attempts to cover the void in establishing the models of microenterprise creation in the rural environment.

METHODOLOGY

The study was developed in the locality of Santa Bárbara Almoloya, San Pedro Cholula, Puebla, with people who have some sort of microenterprise. The geographical coordinates of the community are: latitude 18.8875 and longitude -98.2826; its population is 4200 inhabitants. In this community there isn't a list of all microenterprises, since informality in this type of business in the whole Mexican territory is non-viable. There is a lack of research regarding these types of businesses in the zone. The locality has a higher number of microbusinesses than the localities that surround it.

Sampling was made to establish the list of these units in this locality. As mentioned, the opening and closing of an enterprise depends on the will of the owner; during the visit to get the total number of microbusinesses it was found that many were closed, although it is not clear if the closing is definitive; however, a population of 328 microbusinesses was obtained. Not all microentrepreneurs could be interviewed, which is why a sample size was calculated using the formula of maximum variance ($p=0.5$ and

sin embargo, se obtuvo una población de 328 microempresas. No se pudo entrevistar a todos microempresarios; por eso se calculó un tamaño de muestra utilizando la fórmula de la varianza máxima (p=0.5 y q=0.5), con un nivel de confianza igual a 95 % y un error muestral de 0.09. La asignación de los valores de p y q se hace con la proporción de microempresas que siguen funcionando o no.

$$n = \frac{NZ_{\alpha/2}^2 pq}{Nd^2 + Z_{\alpha/2}^2 pq}$$

La fórmula arroja un tamaño de 70, pero se hicieron tres encuestas más, lo que da la n=73. En México, la Encuesta Nacional de Micronegocios (ENAMIN) es un instrumento de base para analizar las microempresas (Fuentes *et al.*, 2016; Mungaray *et al.*, 2016; Rodríguez *et al.*, 2015). Se construyó un cuestionario basándose en el ENAMIN y el enfoque teórico. Las variables consideradas se muestran en el Cuadro 3, así como su forma de medición. Se obtuvieron los datos mediante una encuesta realizada en los meses de enero y febrero de 2015. Para analizar los datos se usaron los programas Infostat y JMP.

q=0.5), with a level of trust equal to 95 % and a sampling error of 0.09. Assigning the values of p and q is done with the proportion of microbusinesses that continue functioning or not.

$$n = \frac{NZ_{\alpha/2}^2 pq}{Nd^2 + Z_{\alpha/2}^2 pq}$$

The formula results in a sample size of 70, but three more surveys were performed, which results in n=73. In México, the National Microbusiness Survey (*Encuesta Nacional de Micronegocios*, ENAMIN) is a basic instrument to analyze microenterprises (Fuentes *et al.*, 2016; Mungaray *et al.*, 2016; Rodríguez *et al.*, 2015). A questionnaire was built based on the ENAMIN and the theoretical approach. The data were obtained through a survey carried out in the months of January and February 2015 (Table 3). To analyze the data, the software Infostat and JMP were used.

The variable *Apoy_rec* is the sum of all the backing received at the moment of creating the business; this varies from 0 to 4. This represents the number of people who supported the entrepreneur

Cuadro 3. Descripción y medición de las variables des estudio.
Table 3. Description and measurement of study variables.

Nombre de la variable	Descripción de la variable	Forma de medición
Capital financiero		
Orig_recur	Origen de recursos para iniciar	1=Recursos propios, 2=Recursos externos, 3=Ambos
Vent_cred	Venta a crédito para iniciar	1=Si, 0=Otros
Capital social		
Infl_otr	Influencia de otros empresarios	1=Si, 0=Otros
Part_grup	Participación en grupos antes del inicio	1=Si, 0=Otros
Apoy_rec	Cantidad de apoyos recibidos	Numérica
Capital humano		
Edu_ini	Ayuda de la educación para iniciar	1=Nada. 5=Mucho
Exp_ini	Ayuda de la experiencia de trabajo para iniciar	1=Nada. 5=Mucho
Habil_ini	Ayuda de las habilidades para iniciar	1=Nada. 5=Mucho
Capac_ini	Ayuda de la capacitación para iniciar	1=Nada. 5=Mucho
Motivación		
Cant_obj	Suma de los objetivos	Numérica
Inten	Intención emprendedora	1=Nunca. 5=Siempre
Variables de control		
Sexo	La sexo del empresario	1=Mujer y 0=Hombre
Escol	El grado de escolaridad	Numérica

Fuentes: elaboración propia. ♦ Source: Authors' elaboration.

La variable *Apoy_rec* es la suma de todas las ayudas recibidas al momento de crear el negocio; eso varía de 0 a 4. Esto representa el número de personas que apoyaba al empresario al inicio y fueron considerados: “hijos, cónyuge, amigos, familiares”. Los tipos de ayuda que reciben oscilan desde dar la idea de crear el negocio hasta prestar dinero y ayudar a ponerlo en marcha. La variable *Cant_objet* suma los objetivos de los microemprendedores que son los objetivos económicos y no económicos señalados por Kantis *et al.* (2002). Se consideran los cinco objetivos siguientes: “Ser su propio jefe, tener o mejorar sus ingresos, tener buena reputación, tener simplemente una actividad y desarrollarse como persona” (Morales *et al.*, 2015). Algunas otras variables de control fueron usadas para interpretar los resultados, como el sexo (*sex*) y la escolaridad (*escol*).

RESULTADOS Y DISCUSIÓN

Análisis estadísticos

Se usó el análisis de conglomerados, con el método de conglomerado jerárquico, el método de Wald, con distancia euclídea al cuadrado, para obtener el dendrograma que provee este algoritmo y de ahí ver el número de grupo máximo que se puede crear (Ansoms y McKay, 2010). Con el dendrograma se eligió la distancia 6.07, la cual permite formar cuatro grupos. Se guardó una nueva variable donde se identifican los cuatro grupos. Para compararlos se hizo un análisis de la varianza no paramétrica de Kruskal-Wallis porque los datos no cumplen con los supuestos de: “homogeneidad de la varianza y normalidad” para hacer un ANOVA.

No se pudieron separar los rangos para la variable que describe ayuda de capacitación para iniciar con la prueba de Kruskal-Wallis; por ello, se tomó un análisis alternativo: la “U de Mann-Whitney”, lo cual permite comparar dos grupos por ejemplo uno y dos; uno y tres, así y en adelante.

Caracterización de los clústeres

Grupo 1: Mal inicio

En este grupo la mayoría son mujeres (67 %); 57 % de los miembros tienen nada más la primaria. En el Cuadro 4 este grupo tiene los puntos más bajos; esta condición puede ser considerada una desventaja

at the beginning and the following were taken into account: “children, spouse, friends, relatives”. The types of help that entrepreneurs received ranged from giving the idea of creating the business to lending money and helping to launch it. The variable *Cant_objet* combines the objectives of microentrepreneurs which are the economic and non-economic objectives pointed out by Kantis *et al.* (2002). The following five objectives are considered: “Becoming your own boss, having or increasing income, having a good reputation, simply having an activity, and developing as a person” (Morales *et al.*, 2015). Some other control variables were used to interpret the results, such as sex (*sex*) and schooling (*escol*).

RESULTS AND DISCUSSION

Statistical analyses

The conglomerate analysis was used, with the hierarchical conglomerate method, the Wald method, with Euclidean distance squared, to obtain the dendrogram that provides this algorithm and from there to see the maximum number of group that can be created (Ansoms and McKay, 2010). The distance of 6.07 was chosen with the dendrogram, which allows forming four groups. A new variable was saved where the four groups are identified. To compare them, the Kruskal-Wallis non-parametrical variance analysis was performed, because the data do not fulfill the assumptions of: “homogeneity of variance and normality” to perform an ANOVA.

The ranges for the variable that describes help in training could not be separated, to begin with the Kruskal-Wallis test; therefore, an alternative analysis was taken: Mann-Whitney U, which allows comparing two groups, for example one and two; one and three; so on and so forth.

Characterization of the clusters

Group 1: Bad beginning

In this group the majority are women (67 %); 57 % of the members have only studied primary school. Table 4 shows that this group has the lowest points; this condition can be considered a disadvantage when comparing it to other groups, so it is graded as bad beginning. Within this group there

al ser comparada con los otros grupos, por eso es calificado de mal inicio. Dentro de este grupo se encuentran las personas que no iniciaron las microempresas que encabezan actualmente. Las características de este grupo coinciden en lo que dicen Banerjee y Dufflo (2007:162): “si tienes pocas habilidades y un poco de capital y, especialmente, si eres una mujer, ser emprendedora es más fácil que encontrar un trabajo”. Las habilidades se adquieren con el tiempo o mediante algún tipo de aprendizaje, ya sea en escuela o en un puesto de trabajo. Los miembros del grupo no tienen un nivel de escolaridad alto y sus edades varían, pero la mayoría tiene más de 43 años, por lo que las pocas habilidades que tienen las han adquirido en sus años de vida.

Grupo 2: Fuerza en motivación y capital financiero

Este grupo tiene más mujeres (52 %) que hombres. La educación de la mayoría de los miembros de este grupo oscila entre la secundaria (45.8 %) y la primaria (25 %). En el Cuadro 4 se puede notar que el grupo tres gana al dos en la variable que describe intención emprendedora, pero no es problema para decir que el grupo dos tiene mayor motivación porque gana en los objetivos. Eso es porque la intención no da lugar generalmente a la acción (Boudabbous, 2011). La intención es algo que llega a la mente de los individuos por un tiempo dado, pero si sienten más necesidad transformarán esta intención en objetivos y, por ende, eso dará lugar a la creación de la empresa.

are people who did not start the microbusinesses that they head now. The characteristics of this group coincide with what Banerjee and Dufflo (2007:162) say: “if you have few skills and scarce capital and, especially, if you’re a woman, being an entrepreneur is easier than finding a job”. The abilities are acquired with time or through some type of learning, whether in school or in a job. Members of the group do not have a high schooling level and their ages vary, but most of them are over 43 years old, which is why the few abilities that they have, they have acquired in their years of life.

Group 2: Strength in motivation and financial capital

This group has more women (52 %) than men. The education of most of the members of this group ranges between secondary school (45.8 %) and primary (25 %). Table 4 shows that group three exceeds group two in the variable that describes entrepreneurial intention, but it is not a problem to say that group two has higher motivation because it wins in objectives. This is because the intention does not generally lead to action (Boudabbous, 2011). Intention is something that reaches the mind of individuals for a given time, but if they feel greater need they will transform this intention into objectives and, therefore, this will lead to the creation of the business.

The objectives that these microentrepreneurs have allow confirming that they are not the same

Cuadro 4. Resultado del análisis de la varianza unifactorial por rango de Kruskal-Wallis.

Table 4. Result from the analysis of unifactorial variance by Kruskal-Wallis ranking.

Variables	χ^2	Cluster 1	Cluster 2	Cluster 3	Cluster 4	P-valor
Orig_recur	9.372	29.21 ^a	44.87 ^b	34.09 ^{ab}	43.64 ^{ab}	0.025
Inten	12.645	27.29 ^a	36.26 ^{ab}	48.80 ^b	31.50 ^{ab}	0.005
Cant_obj	28.101	19.31 ^a	51.02 ^c	35.57 ^b	48.50 ^{bc}	0.000
Edu_ini	8.482	27.24 ^a	37.33 ^{ab}	44.41 ^b	41.93 ^{ab}	0.037
Exp_ini	44.185	25.76 ^a	23.04 ^a	59.82 ^b	44.86 ^b	0.000
Habil_ini	22.484	20.24 ^a	42.76 ^b	48.52 ^b	32.14 ^{ab}	0.000
Capac_ini	9.477	31.52 ^{a*}	34.09 ^{a*}	43.98 ^{b*}	41.07 ^{ab*}	0.024
Infl_otr	19.731	24.24 ^a	46.30 ^b	35.77 ^{ab}	48.57 ^b	0.000
Part_grup	8.539	32.21 ^a	36.52 ^{ab}	36.95 ^{ab}	53.07 ^b	0.036
Apoy_rec	21.563	19.74 ^a	44.41 ^b	44.89 ^b	39.64 ^b	0.000
Vent_cred	72.000	33.50 ^a	33.50 ^a	33.50 ^a	70.00 ^b	0.000
N		21	23	22	7	

Fuente: elaboración propia con datos de campo. *Prueba U de Mann-Whitney. ♦ Source: Authors’ elaboration with field data. *Mann-Whitney U test.

Los objetivos que tienen estos microempresarios permiten confirmar que no son iguales que los capitalistas porque mencionaron más objetivos no económicos que económicos. Estos resultados van en el mismo sentido que otros hallazgos (Mungaray, Aguilar-Barceló y Osorio, 2016). Además, al usar los objetivos este trabajo entra en las dos escuelas del emprendimiento identificadas por Thornton (1999), ya que se abarcan las características personales del emprendedor y el contexto que favorece la creación de las microempresas.

Este grupo tiene el valor más alto para la variable de origen de recursos, por lo cual queda en el extremo. Algunos de los microempresarios combinaron recursos (préstamos y recursos propios) para dar inicio al negocio, pero los miembros del grupo dos usan más préstamos. Los microempresarios usan más sus propios recursos para iniciar los micronegocios (67 %) y estos provienen de venta de cosechas o animales y ahorros, lo que es típico de comunidades rurales de bajo recurso (Morales *et al.*, 2015). Eso confirma que los pobres pueden ahorrar (Rutherford, 1999), ya sean en especie o en efectivo. Sin embargo, los ahorros en especies pueden ser considerados como inversión, ya que la gente compra un animal, por ejemplo, pero en el futuro este último generará otros animales.

Grupo 3: Fuerza en capital humano

El grupo tres es el que usa con mayor intensidad los elementos del capital humano para iniciar los negocios. La literatura en la medición del capital humano en la creación de negocios toma en cuenta el nivel de escolaridad de los emprendedores nacientes. En este estudio, alrededor de 47 % de los entrevistados afirman que no les ayudó en nada la educación y eso se presenta para todos los grupos, aunque es de mayor intensidad para el uno y el cuatro. Eso no se debe al nivel de estudio que tienen los dueños porque no se encontró diferencia entre los grupos y el nivel de estudio. Un factor que podría explicar este elemento es la calidad de educación y las capacidades individuales para aprender. Hay personas que aprovechan de lo poquito que aprendieron en la escuela para crear sus negocios. Esto se debe a que no hay necesidad de alto nivel de estudio para crear esta categoría de micronegocio en la zona rural, tal como lo plantea Backes-Gellner y Moog (2013). Con el simple saber leer y escribir, las personas pueden aprender

as capitalists because they mentioned more non-economic than economic objectives. These results go in the same direction as other findings (Mungaray, Aguilar-Barceló and Osorio, 2016). In addition, using the objectives this study enters the two schools of entrepreneurship identified by Thornton (1999), since the personal characteristics of the entrepreneur and the context that favors the creation of microbusinesses are covered.

This group has the highest value for the variable origin of resources, which is why it remains in the end. Some of the microentrepreneurs combined resources (loans and resources of their own) to start the business, but the members of group two use more loans. The microentrepreneurs use more their own resources to start microbusinesses (67 %) and these come from the sale of harvests or animals, and savings, which is typical of rural communities of low income (Morales *et al.*, 2015). This confirms that the poor can save (Rutherford, 1999), whether in kind or in cash. However, savings in kind can be considered investment, since people buy an animal, for example, although in the future it will generate other animals.

Group 3: Strength in human capital

Group three is the one that uses most intensely the elements of human capital to start businesses. The literature in measuring human capital in business creation takes into account the level of schooling of emerging entrepreneurs. In this study, around 47 % of the interview respondents state that education did not help them at all and that is present in all groups, although more intensely for group one and group four. This is not due to the level of schooling that the owners have because there was no difference found between the groups and the level of study. A factor that could explain this element is the quality of education and the individual capacities to learn. There are people who take advantage of the little they learned in school to create their businesses. This is because there is no need for a high level of study to create this category of microbusiness in rural zones, as Backes-Gellner and Moog (2013) suggest. With simply knowing how to read and write, people can learn by themselves (self-study) the basic elements for the creation and management of businesses.

There is a lack of training in the rural environment, specifically in the community of Santa

solas (autoaprendizaje) los elementos básicos para la creación y administración de empresas.

Hay una falta de capacitación en el medio rural, específicamente en la comunidad de Santa Bárbara Almoloya; es por esto que la prueba para comparar los grupos se hizo de manera diferente. Solamente 21 % de los entrevistados tuvieron una capacitación antes de iniciar sus actividades. De igual manera, 48 % de los entrevistados mencionaron que la experiencia de trabajo no les ayudó para iniciar los micronegocios. Eso confirma lo que dice Baptista *et al.* (2014) sobre la utilidad de la experiencia de trabajo, ya que en el medio rural no hay generalmente fuentes de trabajo que podrían dar suficientes conocimientos y habilidades para iniciar una microempresa.

De Janvry y Sadoulet (2001) encontraron que el capital humano es un elemento clave en tipos de ingreso no agrícola, tal como microempresas consideradas en este estudio. No se puede afirmar que este grupo tiene mayor ingreso que los otros por las características de estas unidades: no tienen registro y no saben cuánto ingresan diario.

Grupo 4: Fuerza en capital social

De los entrevistados 63 % comentaron que conocieron a otros emprendedores antes de iniciar sus propios negocios. De estos empresarios, los conocidos (por ejemplo, patrón, vecino) y los familiares representan cada uno 32.88 %, mientras que hijo, esposo y amigos respectivamente tienen 1.37 %, 9.59 % y 27.40 %. Esta variable “conocer a otros empresarios” es muy estudiada en el capital social sobre todo los autores que adoptan el modelo GEM (Elam, 2008). Con esta variable encontramos dos niveles de capital social en la comunidad de Santa Bárbara Almoloya. El capital social de aproximación está ausente porque ninguno de los entrevistados mencionó que conocieron a dueños de grandes empresas. La lógica de la empresa grande se basa en tener sucursales y poner un administrador a cada una y, en este sentido, se da el capital social de aproximación porque los dueños no mantienen relación directa con el empleado sino con el administrador.

En este trabajo el capital de unión encontrado se da por los hijos, los esposos y los familiares, y la suma de estos tres (43.84 %) no sobrepasa la suma del capital de vinculación (60.20 %), lo cual es dado por los amigos y conocidos. El hecho de que la gente co-

Bárbara Almoloya; this is why the test to compare the groups was done differently. Only 21 % of the interview respondents had training before beginning their activities. Likewise, 48 % of the interview respondents mentioned that work experience did not help them to start the microenterprises. This confirms what Baptista *et al.* (2014) say about the usefulness of work experience, since in the rural environment there are generally no sources of work that could provide sufficient knowledge and abilities to start a microenterprise.

De Janvry and Sadoulet (2001) found that human capital is a key element in non-agricultural types of income, as microbusinesses are considered in this study. It cannot be stated that this group has higher income than the others from the characteristics of these units: they don't have a record and do not know how much they earn daily.

Group 4: Strength in social capital

Of the interview respondents, 63 % mentioned that they met other entrepreneurs before starting their own businesses. Of these entrepreneurs, the ones they knew (for example, boss, neighbor) and the relatives represent each 32.88 %, while the son, husband and friends, respectively, have 1.37 %, 9.59 % and 27.40 %. This variable, “knowing other entrepreneurs” is quite studied in social capital, particularly by authors that adopt the GEM model (Elam, 2008). With this variable we find two levels of social capital in the community of Santa Bárbara Almoloya. Social capital of approximation is absent because none of the interview respondents mentioned that they knew owners from large businesses. The logic of the large enterprise is based on having branches and placing a manager in each of them and, in this study, social capital of approximation takes place because the owners do not have a direct relationship with the employee but rather with the manager.

In this study the union capital found takes place from children, spouses and relatives, and the sum of these three (43.84 %) does not exceed the sum of the correlation capital (60.20 %), which is given by friends and acquaintances. The fact that people know other entrepreneurs cannot directly explain what they are going to copy from these entrepreneurs to begin their own; thus, the question was set out of whether

nozca a otros empresarios no puede explicar directamente que van a copiar sobre estos empresarios para iniciar lo suyo; así se planteó la pregunta para si algunos de los empresarios conocidos influyeron para que puedan crear lo suyo. De los 46 entrevistados (63 %) que afirman que conocieron a otros empresarios, solamente 29 declararon que tuvieron la influencia. Eso permite ver que el simple conocer no implica la influencia o aspiración.

Un elemento que es estudiado mucho en el capital social es la confianza. En este trabajo no se plantea como tal, pero la variable venta a crédito para iniciar permite explorarlo. La venta a crédito es capital financiero para el dueño de las mercancías porque algún día la persona que las recibe tendrá que pagar o regresarlas, pero para este último dicha acción es capital social porque es por medio de la confianza que pudo obtener las mercancías de la otra persona. Como lo afirma Bennett y Franzel (2009), en el marco de los medios de vida el incremento de un tipo de capital puede implicar el aumento en otro. El capital financiero en el grupo cuatro tiende a incrementarse porque ya tiene un capital social elevado.

El dinero es un factor que impide la creación de las microempresas (Belwal *et al.*, 2014), pero cuando el nivel de capital social es muy alto las microempresas pueden crear sin la posesión de dinero (caso del grupo cuatro). En este sentido, no hay un capital como tal que tiene más importancia que otros en la creación de las microempresas y si este existe, debería ser el social. En caso de que las personas no tengan un nivel de capital social alto, el dinero es el elemento más importante para la creación de las microempresas. El capital social puede generar el capital financiero (prestamos entre amigos o familiares) y humano (capacitación entre amigos o familiares). A pesar de todo, eso sin el dinero la gente puede pasar toda su vida con la intención de emprender, con varias metas, con enormes habilidades y conocimientos, con personas conocidas, y no llegan a crear una microempresa.

Los campesinos no son homogéneos; cada quien tiene un perfil diferente de otro. Algunos aún se dedican al campo solamente, otros combinan el negocio y la actividad agrícola. Estos perfiles son importantes para las IMF o cualquier institución interesada en la microfinanza rural porque implica conocer a fondo los dueños de microempresas, lo que permite entender la razón por la cual hay personas que crezcan

some of the entrepreneurs they knew influenced them to be able to create their own business. Of the 46 interview respondents (63 %) that state that they knew other entrepreneurs, only 29 declared that they were influenced. This allows seeing that simply knowing does not imply influence or aspiration.

An element that is quite studied in social capital is trust. In this study it is not stated as such, but the variable credit selling to begin, allows exploring it. The sale on credit is financial capital for the owner of the merchandise because some day the person who receives them will have to pay or return them, but for the latter this action is social capital because it is through trust that they could obtain the merchandise from the other person. As Bennet and Franzel (2009) mention, within the framework of livelihoods, the increase of one type of capital can imply the increase in another. The financial capital in group four tends to increase because there already is high social capital.

Money is a factor that impedes the creation of microenterprises (Belwal *et al.*, 2014), but when the level of social capital is very high the microbusinesses can create without having money (case of group four). In this sense, there is no capital as such that is more important than others in the creation of microbusinesses and if it exists, it should be social. In the case when people do not have a high social capital level, money is the most important element for the creation of microenterprises. Social capital can generate financial capital (loans among friends or relatives) and human capital (training among friends or relatives). Despite all of this, without money people can spend their whole life with the intention of becoming entrepreneurs, with several goals, with huge skills and knowledge, with people they know, and do not manage to create microbusinesses.

The peasants are not homogeneous; each one has a different profile from another. Some are still devoted to the country entirely, while others combine business and agricultural activity. These profiles are important for MFIs or any institution interested in rural microfinancing because it implies knowing the owners of microbusinesses deeply, which allows understanding the reason why there are people who grow with the same instrument of microcredit, while others stay the same or do worse (Armendáriz and Morduch, 2011). On the other hand, the MFIs can use these profiles when they want to avoid problems of reimbursement; for example, people from group

con el mismo instrumento de microcrédito, mientras que otros quedan igual o se empeoran (Armendáriz y Morduch, 2011). Por otro lado, las IMF pueden usar estos perfiles cuando quieren evitar problemas de reembolso; por ejemplo, las personas del grupo cuatro no presentarán esta dificultad porque desde el inicio de su micronegocio habían hecho estos tipos de transacción. Cabe mencionar que en el grupo cuatro los micronegocios tienen mínimo un año de existencia, lo que significa que sí han devuelto la mercancía comprada a crédito o están en el proceso.

Tener una microempresa cae dentro de los tres tipos de ingreso no agrícola mencionados por Berdegúe *et al.* (2001). Es un buen instrumento cuando se trata de promover el desarrollo rural; dotar a los campesinos de un micronegocio o incentivarlos a crear es una estrategia que cae dentro de la nueva ruralidad porque no pasan todo el día en el campo sembrando y cosechando. Los gobiernos que promueven el desarrollo rural mediante el emprendimiento pueden aprovechar de los perfiles de este trabajo; por ejemplo, hay personas cuyos objetivos son nada más obtener el apoyo del gobierno y después de eso pueden dejar de hacer negocios. Eso se debe a la característica del comportamiento emprendedor (Minniti y Lévesque, 2008), lo cual reside en la acción humana. No se sabe si el objetivo que tiene la gente hoy, seguirá teniéndolo mañana o en un futuro cercano. Así que es posible que una persona o un grupo de personas obtengan el apoyo del gobierno para implementar una empresa y que luego, por una razón u otra, esta se cierre.

CONCLUSIONES

Se quiso conocer si hay diferencias entre los microemprendedores en el proceso de creación de sus microempresas. La discusión derivada de este artículo permite confirmar la heterogeneidad de los emprendedores al momento de crear sus microempresas y el peso de esta diferencia. Se encontró que existe un grupo que inicia muy bien, combinando todos los factores de capitales y motivación mientras que otros inician mal, sin motivación y sin algunos capitales. Los objetivos y el capital financiero son los elementos más importantes para crear una microempresa, pero cuando el capital social es alto el capital financiero puede perder su importancia.

Estos perfiles pueden ser usados por las IMF para apoyar a los microempresarios y evitar problemas con

four will not present this difficulty because from the beginning of their microbusiness they had made these types of transactions. It should be mentioned that in group four the microbusinesses have at least one year of existence, which means that they have returned the merchandise bought on credit or are in the process of doing so.

Having a microbusiness falls into the three types of non-agricultural income mentioned by Berdegúe *et al.* (2001). It is a good instrument when attempting to promote rural development; giving peasants microbusinesses or encouraging them to create is a strategy that falls into the new rurality because they do not spend all day in the field sowing and harvesting. The governments that promote rural development through entrepreneurship can take advantage of the profiles from this study; for example, there are people whose objectives are only obtaining government backing and after that they can cease to do business. This is because of the characteristic of entrepreneurial behavior (Minniti and Lévesque, 2008), which resides in human action. It is not known whether the objective that people have today will continue to be the one they have tomorrow or in the near future. Thus, it is possible for a person or group of people to obtain the backing from the government to implement a business and which then, for one reason or another, will close.

CONCLUSIONS

There was an interest in understanding whether there are differences between microentrepreneurs in the process of creation of their microbusinesses. The discussion derived from this article allows confirming the heterogeneity of entrepreneurs at the time of creating their microbusinesses and the weight of this difference. It was found that there is a group that starts very well, combining all the factors of capitals and motivation while other begin badly, without motivation and without some capitals. The objectives and the financial capital are the most important elements to create microbusinesses, but when social capital is high, financial capital can lose importance.

These profiles can be used by the MFIs to support microentrepreneurs and avoid problems with clients. They can also be of use to understand why with the same microfinance instruments there are people who grow, while others do not. Future research can study

los clientes. También pueden ser de buen uso para entender por qué con los mismos instrumentos de microfinanzas hay personas que crecen, mientras que otros no. Futuras investigaciones pueden estudiar qué tipo de negocios son más sustentables y exitosos en los perfiles existentes. Estos servirán a gobiernos que se involucran en apoyar a la gente a tener un micronegocio mediante las políticas públicas, lo que dará como resultado la eficiencia en los programas, ya que estos perfiles permiten ver a qué tipo de persona apoyar.

LITERATURA CITADA

- Acs, Zoltan. 2006. How is entrepreneurship good for economic growth? *In: Innovation*, pp: 97-107.
- Ajzen, Icek. 1991. The theory of planned behavior. *In: Organizational behavior and human decision processes*, Vol. 50, pp: 179-211.
- Ansoms, An, y Andrew McKay. 2010. A quantitative analysis of poverty and livelihood profiles: The case of rural Rwanda. *In: Food Policy*, Vol. 35, pp: 584-598.
- Anthopoulou, Theodosia. 2010. Rural women in local agrofood production: Between entrepreneurial initiatives and family strategies. A case study in Greece, *In: Journal of Rural Studies*, Vol. 26, pp: 394-403
- Armendáriz, Beatriz, y Jonathan Morduch. 2011. Economía de las microfinanzas. Fondo de Cultura Economía y Centro de Investigación y Docencia económicas, A.C. México.
- Arora, Bindu, y Aanchal Singhal. 2013. A comprehensive literature on impacts of microfinance. *In: Online International Interdisciplinary Research Journal*, Vol. 3, No. 5, pp: 346-358.
- Backes-Gellner, Uschi, y Petra Moog. 2013. The disposition to become an entrepreneur and the jacks-of-all-trades in social and human capital. *In: The Journal of Socio-Economics*, Vol. 47, pp: 55-72.
- Banerjee, Abhijit V., y Esther Duflo. 2007. The economic lives of the poor. *In: Journal of Economic Perspectives*, Vol. 21, No. 1, pp: 141-167.
- Baptista, Rui, Murat Karaöz, y Joana Mendonça. 2014. The impact of human capital on the early success of necessity versus opportunity-based entrepreneurs. *In: Small Business Economics* Vol. 42, No. 4, pp: 831-847.
- Belwal, Shweta, Rakesh Belwal, y Fatema Al Saidi. 2014. Characteristics, motivations, and challenges of women entrepreneurs in Oman's Al-Dhahira region. *In: Journal of Middle East Women's Studies*, Vol. 10, No. 2, pp: 135-151.
- Bennett, M., y S. Franzel. 2009. Can organic and resource-conserving agriculture improve livelihoods? A meta-analysis and conceptual framework for site-specific evaluation. *In: ICRAF Occasional Paper* 11. Nairobi.
- Berdegú, Julio A., Eduardo Ramírez, Thomas Reardon, y Germán Escobar. 2001. Rural Nonfarm Employment and Incomes in Chile. *In: World Development*, Vol. 29, No 3, pp: 411-425.
- Bird, Barbara. 1988. Implementing entrepreneurial ideas: the case for intention. *In: Academy of management review*, Vol. 13, No. 3, pp: 442-453.
- which types of business are more sustainable and successful in the existing profiles. This will be useful to governments that are involved in supporting people to have a microenterprise through public policies, which will result in the efficiency of programs, since these profiles allow understanding which type of person to support.

– End of the English version –

Boudabbous, Sami. 2011. L'intention entrepreneuriale des jeunes diplômés. *In: Revue Libanaise de Gestion et d'Economie*, No. 6, pp: 1-20.

Coleman, James S. 1988. Social Capital in the creation of Human Capital. *In: The American Journal of Sociology*, Vol. 94, Supplement, pp: 95-120.

Davidsson, Per. 1995. Determinants of entrepreneurial intentions. Paper prepared for the RENT IX Workshop, Piacenza, Italy, 23-24 Noviembre.

Davidsson, Per, y Benson Honig. 2003. The role of social and human capital among nascent entrepreneurs. *In: Journal of Business Venturing*, Vol. 18, pp: 301-331.

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

Elam, Amanda B. 2008. Gender and entrepreneurship: A multilevel theory and analysis, Edward Elgar Publishing Limited.

Fortunato, Michael W. P. 2014. Supporting rural entrepreneurship: a review of conceptual developments from research to practice. *In: Community Development*, Vol. 45, No 4, pp: 387-408.

Fuentes, Noé, Germán Osorio, y Alejandro Mungaray. 2016. Capacidades intangibles para la competitividad microempresarial en México. *In: Revista Problemas del Desarrollo*, Vol. 186, No. 47, pp: 83-106.

Gibb, Allan, y John Ritchie. 1982. Understanding the process of starting small businesses. *In: European small business journal*, Vol. 1, No. 1, pp: 26-47.

Gundry, Lisa K., y Harold P. Welsch. 2001. The ambitious entrepreneur: high growth strategies of women-owned enterprises. *In: Journal of Business Venturing* 16, pp: 453-470.

Heirman, Ans, and Bart Clarysse. 2004. How and why do research-based start-ups differ at founding? A resource-based configurational perspective. *In: Journal of technology transfer*, Vol. 29, pp: 247-268.

Hernández-Trillo, Fausto, José A. Pagán, y Julia Paxton. 2005. Start-up capital, microenterprises and technical efficiency in Mexico. *In: Review of Development Economics*, Vol. 9, No. 3, pp: 434-447.

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

Kim, Phillip H., Howard E. Aldrich, y Lisa A. Keister. 2006. Access (not) denied: the impact of financial, human, and cultural capital on entrepreneurial entry in the United States. *In: Small Business Economics*, Vol. 27, pp: 5-22.

- Minniti, Maria, y Moren Lévesque. 2008. Recent developments in the economics of entrepreneurship. *In: Journal of Business Venturing*, Vol. 23, pp: 603-612.
- Morales Jiménez, Juan, Angel Bustamante González, Samuel Vargas López, Nicolás Pérez Ramírez, y Oscar Sereno-Pareja. 2015. Factores de éxito emprendedor en dos municipios de la montaña de Guerrero, México. *In: Nova Scientia*, Vol. 7, No. 3, pp: 416-435.
- Mungaray, Alejandro, José G. Aguilar-Barceló, y German Osorio. 2016. Rethinking the purpose of micro enterprises in developing countries: evidence for Mexico. *In: Journal of Developmental Entrepreneurship*, Vol. 21, No. 3, 1650019
- Mummidi, Thanuja. 2009. Women and income generating activities: understanding motivations by prioritising skill, knowledge and capabilities. *In: Rural Microfinance and Employment (RUME) working papers series 2009-1*, pp: 5-29.
- Narayan, Deepa, y Lant Pritchett. 1999. Cents and Sociability; household income and social capital in Rural Tanzania. *In: Economic Development and Cultural Change*, Vol. 47, No. 4, pp: 871-897.
- Rivera-Huerta, René, Nidia López, y Alejandra Mendoza. 2016. Políticas de apoyo a la productividad de la microempresa informal ¿Dónde está México? *In: Revista Problemas del Desarrollo*, Vol. 184, No. (47), pp: 87-109.
- Rodríguez Pose, Andrés, y Eduardo I. Palavicini. 2013. Does local economic development really work? Assessing LED across Mexican municipalities. *In: Geoforum*, Vol. 44, pp: 303-315.
- Rodríguez Vázquez, Verónica, Kristiano Raccanello, y Carlos Jair Aguilar Pérez 2015. El financiamiento a las microempresas en el Distrito Federal. Una aplicación del modelo FOCO. *FAEDPYME International Review*, Vol. 4, No. 6, pp: 34-44.
- Rutherford, Stuart. 1999. The poor and their money: An essay about financial services for poor people, Department for International Development, India.
- Texis Flores, Michelle, Martín Ramírez Urquidy, y José G. Aguilar Barceló. 2016. Microempresas de base social y sus posibilidades de supervivencia. *In: Contaduría y Administración*, Vol. 61, pp: 551-567.
- Sigalia, Rachel Jactan, y Stephen Carney. 2012. Poverty reduction through entrepreneurship: Microcredit, learning and ambivalence amongst women in urban Tanzania. *In: International Journal of Educational Development* Vol. 32, pp: 546-554.
- Thornton, Patricia H. 1999. The sociology entrepreneurship. *In: Annual review of sociology*, Vol. 25, pp: 19-46.
- Verrest, Hebe. 2013. Rethinking microentrepreneurship and business development programs: Vulnerability and ambition in low-income urban caribbean households. *In: World Development*, Vol. 47, pp: 58-70.