



**UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA DE MÉXICO**

---

---

**FACULTAD DE ECONOMÍA**

**“PRINCIPALES CAUSAS DE FRACASO DE LAS MIPYMES  
EN LA CIUDAD DE MÉXICO: UNA PERSPECTIVA DE  
EMPRENDIMIENTO POR OPORTUNIDAD Y NECESIDAD”**

**TESINA**

Que para obtener el título de:  
**LICENCIADA EN ECONOMÍA**

Presenta:

**DÍAZ MAY KARLA SOFÍA**

Director de tesina:

**VALENCIA ARRIAGA ROBERTO**

Ciudad Universitaria, CD.MX., 2022.



Universidad Nacional  
Autónoma de México



**UNAM – Dirección General de Bibliotecas**  
**Tesis Digitales**  
**Restricciones de uso**

**DERECHOS RESERVADOS ©**  
**PROHIBIDA SU REPRODUCCIÓN TOTAL O PARCIAL**

Todo el material contenido en esta tesis esta protegido por la Ley Federal del Derecho de Autor (LFDA) de los Estados Unidos Mexicanos (México).

El uso de imágenes, fragmentos de videos, y demás material que sea objeto de protección de los derechos de autor, será exclusivamente para fines educativos e informativos y deberá citar la fuente donde la obtuvo mencionando el autor o autores. Cualquier uso distinto como el lucro, reproducción, edición o modificación, será perseguido y sancionado por el respectivo titular de los Derechos de Autor.

## **Agradecimientos**

Agradezco con especial cariño a la Facultad de Economía por tantos aprendizajes, a todos los profesores que fueron parte de mi formación académica, en especial al Dr. Roberto Valencia Arriaga porque sin su guía, apoyo y paciencia no hubiera sido posible culminar la presente investigación. A mis sínodos por sus valiosas aportaciones (XXX, XXX, XXX).

Gracias a toda mi familia, principalmente a mi madre Andrea May Solís que con su ejemplo me inspiró a seguir sus pasos de culminar una carrera y por el apoyo incondicional que siempre me brindo para terminar mis estudios, por enseñarme que todo es posible si nos esforzamos. Este logro también es de ustedes hermanos: Alfredo, Alix, Marlon y Paty, gracias por ser mis compañeros de vida, por su cariño y por darme los mejores sobrinos que alguien pudiera tener, también se los dedico a ustedes.

También agradezco infinitamente a Dios por poner en mi camino a grandes amigos; Silvia Bermúdez, Arturo Ramírez y Angélica Núñez, no imagino esta etapa sin ustedes, gracias por tanto cariño y apoyo siempre que les he necesitado, su amistad es uno de los regalos más valiosos que me dejó la Universidad.

## Tabla de contenido

<b>Introducción</b> .....	<b>4</b>
<b>Capítulo 1. Perspectivas teóricas: mipymes, tipos de emprendimiento y el fracaso empresarial</b> .....	<b>8</b>
<b>1.1 Definición de las mipymes</b> .....	<b>8</b>
<b>1.2 Tipos de emprendimiento: necesidad y oportunidad.</b> .....	<b>11</b>
<b>Capítulo 2. Panorama de las Mipymes en la Ciudad de México</b> .....	<b>20</b>
<b>2.1 Las Mipymes en el entorno nacional</b> .....	<b>20</b>
<b>2.1.1 Sector manufacturero</b> .....	<b>23</b>
<b>2.1.2 Sector comercio</b> .....	<b>24</b>
<b>2.1.3. Sector servicios</b> .....	<b>25</b>
<b>2.2.1 Mipymes en la Ciudad de México</b> .....	<b>28</b>
<b>2.2.2 Mipymes del sector manufacturero de la Ciudad de México</b> .....	<b>29</b>
<b>2.2.3 Mipymes del sector comercio de la Ciudad de México</b> .....	<b>31</b>
<b>2.3.1 Mipymes del sector servicios en la Ciudad de México</b> .....	<b>34</b>
<b>Capítulo 3. Análisis de las mipymes en la Ciudad de México</b> .....	<b>39</b>
<b>3.1 Metodología</b> .....	<b>39</b>
<b>3.1.1 Población y muestra</b> .....	<b>40</b>
<b>3.1.2 Perfil del emprendedor</b> .....	<b>41</b>
<b>4. Conclusiones</b> .....	<b>53</b>
<b>5. Anexo Cuestionario: Tipos de emprendimiento que se formulan en la Ciudad de México.</b> .....	<b>56</b>
<b>Bibliografía</b> .....	<b>57</b>

## **Introducción**

Conocer las condiciones del entorno que afectan el comportamiento empresarial es uno de los puntos importantes a considerar en la formulación de empresas, los principales retos a los que se enfrentan los emprendedores son: el lento crecimiento económico, la aceleración tecnológica, el menor dinamismo del comercio internacional, la crisis ambiental y de salud que se está experimentado el mundo entero. Aunado a lo anterior, las demandas globales asociadas a los objetivos de la Agenda 2030 para el Desarrollo Sostenible, que no solo representan oportunidades para un desarrollo más justo y sostenible sino también los desafíos que representan para los países de América Latina. Bajo este contexto, las micro, pequeñas y medianas empresas no pueden quedarse atrás, siendo parte importante del tejido productivo, pues de hecho el 99% de los empleos formales latinoamericanas son mipymes y el 61% del empleo formal es generado por empresas de ese tamaño, que las convierte en el canal que permite el crecimiento económico y del mismo modo buscan resolver los problemas que atañen a la sostenibilidad e inclusión (Dini y Stumbo, 2020).

En México de acuerdo con el Instituto Nacional de Estadística y Geografía (INEGI) durante el (2018) se registraron 4.9 millones de Mipymes (micro, pequeñas y medianas empresas), de las cuales 97.3% son microempresas y 2.7% son Pymes. Cabe mencionar que con base al Plan Nacional del Desarrollo (2015, p.61), “las mipymes mexicanas aportan el 52% de la Producción Bruta total y alrededor del 73% del empleo en el país que se traduce en 19 mil 600 millones de puestos laborales”. El interés de estudiar a las mipymes en México se debe a que son mayoría en número y en impacto en las cifras económicas así como en la incidencia en la forma de vida. Su creciente importancia se destaca por su aporte al Producto Interno Bruto, ser fuente de empleo, y además por ser parte de la producción y distribución de bienes y servicios, ya que son tan necesarios para el funcionamiento de una economía. Sin embargo, las mipymes no logran permanecer mucho tiempo en el mercado y es necesario entender y conocer el porqué.

La participación de las mipymes tiene un peso importante en la economía, de hecho de acuerdo con Panreiter (2018, p.230) “la empresa es una de las principales unidades de análisis, si no es que la más importante. Las empresas se han estudiado en cuanto a sus estrategias de localización y sus políticas de innovación, como impulsores de las cadenas productivas o en lo que respecta a su impacto en el desarrollo regional”.

Por tanto, en ese sentido el estudio y análisis de las empresas permite saber exactamente cuáles son sus características distintivas. Asimismo, ayudará a identificar retos y oportunidades, permitiendo aplicar herramientas para lograr un crecimiento sostenido (Nuño De León, 2012).

A pesar de la importante dinámica de las mipymes se encuentra un común denominador al que se enfrentan, “en América Latina existe un alto índice de mortalidad en las empresas, donde el 70 y 80% de ellas cierran antes de cumplir un año de vida y de las que sobreviven, menos del 70% alcanzan los 5 años de vida” (El periódico México, 2007).

En México, se estima que anualmente se generan alrededor de 200 mil nuevas empresas, y en contraste existe una alta tasa de mortalidad de las empresas que alarma a los emprendedores (Morales, 2011).

Empleando las palabras de Morales (2011) “de las nuevas empresas, 65% desaparece antes de los dos años. Aún peor, 50% quiebran en el primero, 30% en el segundo. Al décimo año de su creación solo sobrevive el 10%, es decir se mueven a una tasa decreciente de 22.6% por año. En otras palabras, sobreviven solo 10 al décimo año de su creación de cada 100 empresas nuevas” (p.44).

Como lo hace notar Nuño De León (2012), las cifras indican que el problema inicial se hace presente durante el nacimiento y los primeros años de vida. Lo cual se presenta porque no logran resolver los siguientes problemas: la insuficiencia tecnológica y de innovación, el bajo nivel organizacional y la carencia de financiamiento (Morales, 2011).

Para fines de esta investigación, se analizarán e identificarán las causas que dan origen al cierre forzado de las mipymes en la Ciudad de México, vistas desde dos tipos de emprendimiento, por oportunidad y necesidad. “Algunos autores han concordado que la motivación por emprender puede estar motivada por uno de estos dos tipos de factores y que el “tipo” de motivación puede en gran parte determinar el éxito o fracaso de un negocio” (Terán y Guerrero, 2019, p.79).

En resumen, el tipo de emprendimiento importa, y quizá la clave para el crecimiento económico esté más relacionada con el tipo de actividad que se inicia que con el hecho de que se inicie o no una actividad (Almodóvar, 2016, p. 226).

Para guiar la presente investigación es necesario sustentar lo que se pretende investigar, es por ello que nuestro objetivo general es identificar cuáles son las principales causas de fracaso de las mipymes en Ciudad de México.

Para lograr este fin, nos hemos propuesto apoyarnos de los siguientes tres objetivos particulares:

- Describir los tipos de emprendimiento: oportunidad y necesidad.
- Describir el panorama de las mipymes en la Ciudad de México.
- Presentar y analizar los resultados de un cuestionario que aplicaremos a mipymes de la Ciudad de México, con la idea de conocer las causas del fracaso de las empresas.

El trabajo se divide en tres capítulos, el primero se dedica a la revisión de la literatura sobre el problema central de la investigación, el fracaso empresarial visto desde dos grandes enfoques: emprendimiento por oportunidad y emprendimiento por necesidad. Se comienza por delimitar lo que aquí se entiende por micro, pequeñas y medianas empresas, así como sus antecedentes, cómo están constituidas legalmente y las variables que se han tomado a consideración para estratificarlas de acuerdo a la Secretaría de Economía. En la segunda sección se plantea la perspectiva de distintos economistas desde Cantillón en el siglo XVIII hasta los autores más recientes. Sus contribuciones han ayudado a comprender qué es el emprendimiento, cuáles son sus principales características y por último el desarrollo de las dos posturas respecto a los tipos de emprendimiento antes mencionadas.

En el segundo capítulo se presentan características de la composición de las mipymes a través del tiempo, su contribución a la creación de empleos, remuneraciones, activos fijos, esperanza de vida y principales problemáticas que enfrentan.

La información que se presenta corresponde a un periodo de tiempo que antecede a la pandemia, por lo que es importante considerar que la crisis económica ocasionada por las medidas de distanciamiento social impuestas a partir de la COVID-19 modifique en alguna medida los datos. Se pretende que la información expuesta en esta sección permita dimensionar el papel que desempeñan las mipymes de la Ciudad de México dentro la economía a nivel nacional.

El tercer y último capítulo está dedicado a la presentación y análisis de los resultados obtenidos del cuestionario que se aplicó a las mipymes mexicanas con la finalidad de conocer el tipo de

empresas de la Ciudad de México y por consecuencia las razones por las que existe un alto nivel de fracaso. Se comienza por describir los pasos que seguimos para obtener los resultados, posteriormente se explica el tamaño de la muestra y en la última sección la descripción de los resultados obtenidos en la investigación. Se culmina la presente investigación con las conclusiones generales y un anexo del cuestionario que se aplicó a las empresas.



## **Capítulo 1. Perspectivas teóricas: mipymes, tipos de emprendimiento y el fracaso empresarial**

El presente capítulo se dedica a la revisión de la literatura sobre el problema central de la investigación, el fracaso empresarial visto desde dos grandes enfoques: emprendimiento por oportunidad y emprendimiento por necesidad. Se comienza por delimitar lo que aquí se entiende por micro, pequeñas y medianas empresas, así como sus antecedentes, como están constituidas legalmente y las variables que se han tomado a consideración para estratificarlas a lo largo del tiempo, todo ello visto desde diferentes concepciones de organismos como la Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL) y la Secretaría de Economía (SE). En el segundo subapartado se plantea la perspectiva de distintos economistas desde Cantillón en el siglo XVIII hasta los autores más recientes sus contribuciones que han ayudado a comprender qué es el emprendimiento, cuáles son sus principales características y por último se desarrollan las dos posturas respecto a los tipos de emprendimiento antes mencionadas.

En el último subapartado se describe el concepto de fracaso empresarial, reuniendo las características y etapas del emprendimiento dónde es más probable que surja el fracaso basado en la investigación del GEM<sup>1</sup>, desde la insolvencia técnica hasta la insolvencia definitiva en la que ya no hay marcha atrás, llevando a las empresas a la quiebra.

### **1.1 Definición de las mipymes**

“El concepto de mipyme se ha vuelto relativo en cada contexto” (Tomta y Chiatchoua, p. 155, 2009). Sin embargo para fines de esta investigación nos interesa estudiar desde nuestra disciplina la perspectiva económica de la empresa, por tanto si la economía es la ciencia que estudia la asignación eficiente de los recursos escasos (Samuelson y Nordhaus, 2006), en el concepto de empresa también surge este problema, considerándose como un agente que realiza

---

<sup>1</sup> El Global Entrepreneurship Monitor (GEM) es el estudio sobre el estado de la actividad emprendedora a nivel mundial. Esta investigación ha analizado a más de 100 países desde el año 1999 y tiene como objetivo principal medir los niveles de emprendimiento de los países y probar la relación de estos con el desarrollo económico local. Actualmente es coordinado a nivel mundial por la Global Entrepreneurship Research Association que es patrocinada por la Universidad del Desarrollo de Chile, el Tecnológico de Monterrey y la Universidad Tun Abdul Razak.

una actividad organizando con eficiencia los factores económicos para producir bienes y servicios para el mercado con el ánimo de alcanzar beneficios; en lo cual coincide (Andersen, 1999 en Chiatchoua, Cesaire y Castañeda, p. 56, 2015), él cual sostiene que una empresa se puede definir como “una unidad económica de producción, que mediante la organización y coordinación de una serie de factores: capital y trabajo, pretende obtener un beneficio produciendo y comercializando productos o prestando servicios en el mercado”.

Sin embargo, cada país define a las mipymes utilizando diferentes criterios. No existe una variable única para definir las, en varios países se utiliza más de un criterio y, por tanto, existen diversas definiciones. Algunos de los criterios más relevantes son: el número de trabajadores que emplean, el volumen de producción o de ventas, el valor del capital invertido, el consumo de energía, el nivel de tecnología de la producción, la ubicación o localización, el tipo de producto, orientación de mercados, entre otros. (Garza, 2002 y Tunal, 2003). En la actualidad, siguen existiendo diferencias para clasificar a las mipymes, ya sea en países industrializados como en los de menor grado de desarrollo, pero de cualquiera manera conocer su definición permitirá dimensionar la magnitud de cada segmento de empresa y como resultado su impacto en la actividad productiva (Zevallos, 2003).

En cuanto a los criterios para clasificar de manera oficial a las mipymes en México, no es hasta el año 1985, cuando la entonces Secretaria de Comercio y Fomento Industrial (SECOFI) establece la clasificación de la industria acorde a su tamaño, desde entonces la ahora Secretaría de Economía ha establecido el marco normativo y regulatorio de las actividades económicas de las mipymes (INEGI, 2006). De acuerdo con INEGI (2015) en los Censos Económicos 2014 describe que a partir de 1990 existen seis pronunciamientos acerca de los criterios para definir a las mipymes, los primeros cuatro fueron realizados por la entonces SECOFI, el Diario Oficial de la Federación estableció las siguientes clasificaciones de las empresas en el que se considera el número de trabajadores, la cual es dependiente del sector al que pertenecen, véase en la tabla 1. Los dos últimos pronunciamientos fueron publicados por la Secretaría de Economía, el pronunciamiento más reciente considera el número de trabajadores y el rango de ventas anuales como se muestra en la tabla 2.

**Tabla 1. Estratificación de empresas publicadas en el Diario Oficial de la Federación 30 de marzo de 1999**

Clasificación según el número de empleados			
Tamaño	Industria	Comercio	Servicios
Micro empresa	de 0 a 30	de 0 a 5	de 0 a 20
Pequeña empresa	de 31 a 100	de 6 a 20	de 21 a 50
Mediana empresa	de 101 a 500	de 21 a 100	de 51 a 100

Fuente: Elaboración propia con datos de los Censos Económicos 2004.

**Tabla 2. Estratificación de empresas publicadas en el Diario Oficial de la Federación 30 de junio de 2009**

Sector	Micro empresa		Pequeña empresa		Mediana empresa	
	Personal	Rango de monto de ventas anuales (mdp)	Personal	Rango de monto de ventas anuales (mdp)	Personal	Rango de monto de ventas anuales (mdp)
Industria	de 0 a 10	hasta \$4	de 11 a 50	de \$4.01 hasta \$100	de 51 a 250	desde 100.01 hasta \$250
Comercio	de 0 a 10	hasta \$4	de 11 a 30	de \$4.01 hasta \$100	de 31 a 100	desde 100.01 hasta \$250
Servicios	de 0 a 10	hasta \$4	de 11 a 50	de \$4.01 hasta \$100	de 51 a 100	desde 100.01 hasta \$250

Fuente: Elaboración propia con datos de los Censos Económicos 2014.

Ahora, de acuerdo con (Jiménez, 2012) describiremos de manera general los antecedentes de las empresas que nos permitirá comprender lo complejo que es hoy en día definirla, la empresa tiene un papel muy importante como potenciador de la economía, pues es uno de los ejes fundamentales de la actividad económica, junto con los consumidores y el Estado. De acuerdo con el Senado de la República (2002) se describe las etapas que han atravesado las empresas a lo largo de la historia, sin embargo es importante mencionar que desde su origen ha existido dos maneras de crear proyectos de inversión, la primera es que algunas empresas fueron creadas con carácter familiar motivado por las circunstancias de ese momento para supervivencia, sin prestar demasiada atención a temas de planificación, organización y crecimiento y por otro lado están las que fueron formuladas con una eficiente gestión empresarial, organización y estructura. La historia reciente de las empresas en México, y en particular de las mipymes se puede dividir en cuatro etapas, la primera etapa sucedió entre los años 1950 y 1960 caracterizándose por alcanzar

un crecimiento económico basado en la inversión en urbanización, industrialización y educación.

La segunda etapa ocurre debido a las limitaciones durante el modelo de sustitución de importaciones en materia de equipamiento, organización, capacitación e información principalmente, lo que limitó que las mipymes alcanzaran la productividad y calidad, alejándolas de los niveles de competencia internacional causando en los años 1970, época de inestabilidad económica, que solo se preocuparan por sobrevivir, debido a la profunda crisis que continuó en la década de 1980. La tercera etapa, acontecida en los años 1990 destacó por los cambios que los conducirían a una nueva etapa que les permitiría la disponibilidad de financiamiento externo y estabilidad económica interna.

Finalmente la etapa que estamos viviendo en la actualidad, las empresas se han enfrentado a diferentes retos, uno de ellos es el proceso de globalización y como consecuencia el elevado nivel de competencia del mercado. Además del estancamiento en el crecimiento económico mundial sin olvidar la pandemia por COVID-19 que estamos atravesando, donde todas aquellas empresas que no han logrado adaptarse a los cambios tan abruptos que sufren debido a los semáforos de la contingencia, se han visto afectadas en sus procesos producción y distribución, repercutiendo en el cierre forzado de sus negocios. De hecho, de acuerdo con el segundo comunicado por parte de INEGI (2020), el estudio de demografía de los negocios (EDN) estima que de los 4.9 millones de establecimientos sobrevivieron 3.9 millones de empresas que representan el 79.19%, mientras que el 20.81% que representa 1 millón 10 mil 857 establecimientos cerraron sus puertas definitivamente.

## **1.2 Tipos de emprendimiento: necesidad y oportunidad.**

Durante los siglos XVI y XVII, el término entrepreneur significaba pionero y se refería a los aventureros que viajaban al Nuevo Mundo en la búsqueda de nuevas oportunidades sin saber lo que les esperaba. Etimológicamente, emprendedor y el verbo emprender proviene del francés, entrepreneur, entreprendre (Azqueta, 2017). Sin embargo, el término no se generalizó en obras

de economía hasta la mitad del siglo XVIII por Richard Cantillón<sup>2</sup> en 1730, en su trabajo reflexiona acerca del entrepreneur, al que caracteriza por su capacidad de generar riqueza, producción y consumo (Azqueta, 2017). En el cuál Cantillón describe “el emprendimiento como la voluntad de los individuos de desarrollar formas de intermediación que implican el riesgo económico de una nueva empresa” (Minniti, 2012, p.23). En ese sentido (Hamilton y Haper, 1994 en Azqueta, 2017) indican que el principal rasgo que caracteriza al emprendedor es su capacidad para asumir riesgos en condiciones de incertidumbre.

Complementando la idea anterior Tapia y Turizo (2007) definen al emprendedor como alguien que sabe aprovechar oportunidades incrementando beneficios al tomar iniciativas y asumir riesgos, cuyas habilidades lo hacen especial a diferencia de un empresario que cuya función primordial es aportar capital. Por su parte Turgot y Say, dos de los autores clásicos en el campo del emprendimiento, sostienen que el emprendedor es quien obtiene y organiza los factores productivos para generar valor, mientras que Schumpeter vinculaba al emprendedor con el concepto de innovación, es decir aquella persona que tiene capacidad e iniciativa para proponer y realizar nuevas combinaciones de medios de producción (Valls Pasola et al., 2012).

En el campo de la economía neoclásica aproximadamente en 1860, diversos economistas aportaron distintos matices del emprendimiento, coincidiendo en que el emprendimiento implica la toma de decisiones ante un escenario de riesgo e incertidumbre (Cherukara y Manalel, 2011 citado en Terán y Guerrero, 2020).

A partir del siglo XVIII la definición de emprendedor avanza simultáneamente con la teoría económica. En el periodo de 1750 a 1780 durante el pensamiento clásico, destacan dos autores por sus contribuciones a la noción de emprendedor; Jean Baptiste Say y Jhon Stuart Mill (Azqueta, 2017). Las aportaciones de Say están relacionadas con la teoría del empresario. El entrepreneur se caracteriza porque “está expuesto a todos los riesgos, pero en cambio se aprovecha de todo lo que puede serle favorable” (Say, p. 413-414, 1821).

Por otra parte, Stuart Mill el primer teórico del utilitarismo, señala como criterio básico de la acción humana la búsqueda de beneficios y la maximización del bienestar (Mill, 1984). “Para Arendt (1993) el utilitarismo conlleva el bienestar individual a un bienestar colectivo. Este

---

<sup>2</sup> Cantillón fue el primero en introducir el vocablo entrepreneur en el discurso económico en su obra *Essai sur la Nature du Commerce en Général* por lo cual es considerado el padre de la economía de la empresa.

planteamiento involucra al emprendedor en un elemento clave del proceso productivo además de generar valor al progreso económico y social” (Azqueta, 2017, p.26). A partir de los conceptos, el emprendedor posee habilidades para dirigir acciones que potencien los recursos disponibles para incrementar sus beneficios, aprovechando las oportunidades y enfrentando los retos que son parte de cada proceso de la creación de un producto o servicio.

Emprender es más que gestionar una empresa, es adaptarse a los nuevos escenarios de mercado que la economía impone (Vázquez, 2015). Alcaraz (2011) coincide que el emprender es un conjunto de características que hacen actuar a una persona de una manera determinada y le permiten mostrar ciertas competencias para visualizar, definir y alcanzar objetivos.

Con respecto a la clasificación que se da a los tipos de emprendimientos, Amorós y Poblete (2013) sostienen que según su naturaleza, los emprendimientos se pueden crear por oportunidad o por necesidad. El origen de la diferenciación entre actividad emprendedora por oportunidad y por necesidad se encuentra en los informes del GEM como se muestra en la siguiente tabla. Por otra parte (Acs y Amorós 2008 en Díaz de León y Cancino, 2014) consideran que esta clasificación que se da a los emprendimientos depende de su capacidad de innovación, la estructura de las actividades empresariales y su naturaleza.

Características	Emprendimientos por oportunidad		Emprendimientos por necesidad
	Por estilo de vida	Dinámicos y de alto impacto	
Fundador	Personas con ingresos bajos o medios A veces poseen educación técnica o universitaria Ven oportunidades de crecimiento pero son limitadas	Personas con ingresos medios o altos Estudios universitarios o posgrado Fundan el negocio con una visión de alto crecimiento	Personas de bajos ingresos Poseen educación básica o media No hay visión de crecimiento para el negocio
Empresa	Participan en redes primarias de contacto Se producen principalmente en regiones turísticas Crecimiento limitado, debido al rechazo de nuevos socios para crecer	Aprovechan redes de contacto especializadas En sectores donde se privilegia la innovación, la I + D y el desarrollo tecnológico. La expectativa es crecer un 20% o 30% anual	Baja capacidad para generar redes de contacto Se mantienen en sectores tradicionales de la economía Generalmente fracasan o mantienen un estatus de micronegocio en el tiempo
Contribución económica o social	Contribuyen al capital social y financiera de las comunidades rurales	Mueven el tejido productivo. Incrementan la riqueza y bienestar de la sociedad.	No generan efectos en el crecimiento. Opción positiva ante el desempleo.

Fuente:(Reynolds et al. , 2005)

De acuerdo con Terán y Guerrero (2019) autores como Wickham, (2001); Hisrich y Peters, (2002); Nieman et al., (2003); Baum et al., (2001); Verheul et al., (2016) coinciden que la motivación por emprender se relaciona con alguno de estos dos, y el éxito del emprendimiento depende en gran medida de la motivación original. Además el tipo de emprendimiento es fundamental para el crecimiento económico, ya que éste se relaciona más con el tipo de actividad que se inicia, que con el hecho de que se inicie o no una actividad, sin embargo se debe considerar otros factores que influyen en la actividad emprendedora como el nivel de estudios, el sexo, la edad, las habilidades sociales; (Hessels, Van Gelderen, y Thurik, 2008 citado por Almodóvar, 2018) están de acuerdo con que estudiar el motivo por el que se comienza un negocio es clave, puesto que los resultados económicos de la iniciativa empresarial varían en función de la motivación del emprendedor.

Para entender los factores que motivan a emprender por necesidad, nos apoyamos de la teoría de la lógica de la acción emprendedora la cual considera que existen factores individuales y contextuales que llevan a las personas a convertirse en emprendedores por necesidad (Álvarez, 2019). Dentro de las contextuales la teoría de la acción emprendedora se presenta de dos maneras, push y pull (Shapiro, y Sokol, 1982). Una lógica de acción push (necesidad) es el resultado de una reacción frente al mercado de trabajo y/o dificultades personales del emprendedor (Giacomin et al., 2007). Algunas causas de esto puede ser el desempleo, la presión familiar y/o la insatisfacción con la situación laboral actual (Verheul et al., 2016).

En contraste, una lógica de la acción pull (oportunidad) es la que surgiría de una iniciativa proactiva y consciente, y no de las circunstancias (Giacomin et al., 2007), posiblemente originadas en la identificación de una oportunidad por diferentes razones, ya sea por necesidad de logro, el deseo de ser independiente y/o las posibilidades de desarrollo social (Verheul et al., 2016). A partir de esta definición, entendiéndose como desarrollo social el reconocimiento por medio del éxito de la actividad económica.

La razón que predomina en la creación de los emprendimientos por necesidad tiene relación con la falta de un empleo bien remunerado. En ese sentido, (Álvarez, 2019; Pico, 2016) definen a este tipo de emprendimiento como aquellas personas que no desean ser emprendedores, pero la situación les obliga a convertirse en emprendedores, en la cual no necesariamente hay potencial de crecimiento.

“Sin embargo este tipo de emprendimientos contribuyen a que una economía se beneficie cuando experimenta un incremento en su tasa de desempleo (Lohest, 2011; Wagner, 2010) y cuando no es capaz de sostener un gran número de trabajos en sectores de alta productividad (Amorós y Poblete, 2013)” (Díaz de León y Cancino, p. 50, 2014). Otra característica de este tipo de emprendimiento, es que no existe un estudio de mercado previo a la apertura del negocio, por lo que los emprendimientos motivados por necesidad que no logran sostenerse o crecer, tienden a reemprender, sin embargo lo hacen cometiendo los mismo errores; creando ciclos de emprendimientos fallidos (Díaz de León y Cancino, 2014).

Adicionalmente, los emprendimientos por necesidad se asocian a los países en vías de desarrollo y a condiciones de pobreza (Amorós y Acha, 2014) pues no se considera que aporten significativamente al crecimiento económico (Acs & Amorós, 2008). Asimismo, (Amorós et al., 2012) sostienen que en las economías desarrolladas encontramos más iniciativas por oportunidad y los emprendedores motivados por necesidad dominan en los países de bajos ingresos. De hecho, de acuerdo al reporte GEM Nacional México (Naranjo et al., 2015, p.42) se menciona que “en África y América Latina la participación de los emprendimientos por necesidad es del 30% y en contraste el porcentaje más alto de emprendedores por oportunidad se da en Estados Unidos y Canadá más de 60% de los emprendedores”.

En ese sentido, (Larroulet y Couyoumdjian, 2009 en Almodóvar, 2018) señalan que de manera general las economías avanzadas ofrecen niveles de emprendimiento inferiores en comparación con las economías en desarrollo, pero en economías desarrolladas predomina más los emprendimientos por oportunidad respecto a las motivadas por necesidad y viceversa los países menos avanzados tienen mayores tasas de actividad emprendedora total, aunque la presencia de las iniciativas por oportunidad es menor. Complementando lo anterior, Shane (2009) coincide en que las iniciativas en países desarrollados son de mayor calidad.

Por lo que respecta a los emprendimientos pull o también llamados “orientados al crecimiento y a la innovación”, se caracterizan por tener un comportamiento proactivo de búsqueda e identificación de oportunidades reales de negocio (Almagro et al., 2016, p.76.). La literatura coincide en que las empresas que se crean por factores pull exhiben mayores índices de supervivencia y aspiraciones de crecimiento, así como también mayor incidencia sobre la creación de mejores puestos laborales e innovación (Liñán, Fernández, y Romero, 2013).



También (Gries y Naudé 2010 en Díaz de León y Cancino, 2014) proponen que la creación de empresas por oportunidad puede impulsar la transformación estructural mediante la innovación, el suministro de insumos, el aumento del empleo y la productividad. De forma semejante Aparicio et al. (2016) describen en sus investigaciones que los nuevos negocios por oportunidad contribuyen al crecimiento económico a diferencia de los emprendimientos por necesidad que no tienen efecto a largo plazo en el crecimiento económico a pesar de que pueden tener efectos a corto plazo como por ejemplo cuando un país no es capaz de sostener gran cantidad de trabajos en sectores de alta productividad (Amorós y Poblete, 2013) o cuando la economía se beneficia cuando hay aumento en la tasa de desempleo (Giacomin et al., 2011).

### **Fracaso empresarial**

El fracaso empresarial es una situación de plena actualidad, sin embargo definirla e identificarla no es una tarea sencilla, esto se debe a que no existe un concepto unánime del término, las definiciones pueden ir desde que una empresa presenta pérdidas continuas hasta que la rentabilidad financiera este por debajo de lo que se obtendría en el mercado para inversión (Lev, 1978), o bien puede considerarse como fracaso todo negocio que interrumpe su actividad o también incluiría aquellos negocios que han cerrado por razones personales del emprendedor e incluso por la posibilidad de emprender un negocio mejor (Jaume et al., 2012).

Otra definición frecuente para el fracaso en el emprendimiento es la interrupción de la actividad empresarial. En la terminología anglosajona se habla de la discontinuidad, es decir, el fracaso sería el fin de las operaciones de la empresa por cualquier razón (Jaume et al., 2012). Asimismo, la definición de quiebra es una de las más citadas, la empresa es incapaz de hacerle frente a los pagos porque sus recursos económicos son insuficientes; (Ulmer y Nielsen, 1947) mencionan que la quiebra es una estrategia por parte de los empresarios para evitar mayores pérdidas en el futuro.

Por otra parte existe un amplio debate en cuanto a la determinación de una mipyme en quiebra, algunos especialistas consideran que una empresa está en quiebra cuando el propietario decide retirarse del mercado; ya que la discontinuidad puede ser un signo actual de fracaso porque los recursos del negocio pueden reasignarse (Everett y Watson, 1998). En contraposición hay quienes consideran la quiebra a partir del cierre físico del negocio. Con base en lo anterior el fracaso empresarial adopta varias definiciones que originan desacuerdos en cuanto a los indicadores para

declarar dicho estado (Susetty y Leyva, 2019), pero queda claro que el fracaso depende de una mezcla de causas y es raro encontrar una sola, no obstante, el primer factor de fracaso tiene que ver con el tema financiero.

En resumen, en el análisis de la literatura se puede “identificar cuatro condiciones bajo las cuales puede considerarse a una mipyme en quiebra, esas condiciones incluyen: a) cierre físico de la empresa por cualquier razón, b) quiebra financiera, c) liquidación del negocio para evitar pérdidas futuras, d) ordenamientos jurídicos que impiden seguir con la actividad” (González, Cuisman, y Hernández, p.3, 2017)

El fracaso empresarial está integrado por tres aspectos que intenta analizar la noción jurídica, financiera y económica (Romero, 2013; Mures y García, 2004; Mora, 1994 en Dépaz y Lupaca, 2016). No obstante Ibarra (2001) refiere que muchos analistas coinciden en que el fracaso normalmente sufre un proceso de crisis que se compone de dos etapas: el fracaso económico y el fracaso financiero. (Lizano et al., 2010) coinciden en que el fracaso se da en realidad cuando la empresa tiende a vivir un proceso denominado crisis que se compone de etapas: fracaso económico y el fracaso financiero, las cuales sí se atienden de forma oportuna se puede salir de cualquiera de ellas; siempre y cuando no se llegué a transitar por la última y definitiva etapa conocida como el fracaso legal o también conocida como quiebra. La cuestión legal en varios trabajos se considera como empresa fracasada aquellas que se encuentran bajo declaración formal de quiebra bajo la legislación de cada país (García y Mures, 2012; Pervan et al., 2011; Carter y Auken, 2006 en Maté Sánchez, López Hernández , y Rodríguez Fuentes, 2017).

Desde un enfoque económico, el fracaso empresarial consiste en las empresas que presenten ejercicios negativos durante tres periodos consecutivos (Hyewon & Zheng , 2010). Por otra parte (Laitinen, 1998 en Romero Espinosa, 2013) define al fracaso empresarial financiero en el sentido de insolvencia como la incapacidad de la empresa para pagar las deudas a medida que se vence. Lizarraga (1997) clasifica la insolvencia en aguda o técnica, insolvencia crónica e insolvencia terminal o definitiva. El primer tipo de insolvencia consiste en la falta de liquidez a corto plazo para pasivos vencidos; el segundo tipo de insolvencia es la de liquidez para pagos de pasivos que comprenden dos o más ejercicios económicos e insolvencia terminal o definitiva es la falta de capacidad para financiar cambios permanentes en el estado de situación financiera.

El mismo autor considera que, el uso de las razones financieras para analizar los informes financieros es la herramienta más utilizada en la contemporaneidad, pues se apoya de esté análisis utilizando pruebas estadísticas para determinar la insolvencia, esta es la vía en que los analistas realizan aproximaciones sobre el comportamiento de la empresa y determinan el fracaso empresarial con los resultados obtenidos.

Por último, el fracaso desde una perspectiva económica considera tener un patrimonio neto contable negativo o los ingresos procedentes son insuficientes para cubrir los costos (Rubio, 2008 citado por Romero, 2013). La primera señal de alerta sería el fracaso económico, considerado cuando la rentabilidad es inferior al costo de oportunidad. Una prolongación de esta situación conllevaría a que los ingresos sean inferiores a los gastos y de no corregirse tal estado se llega a la crisis o insolvencia técnica, que es la primera etapa del fracaso financiero. Una vez en este punto se está muy cercano al término insolvencia definitiva y al proceso de quiebra, del cual no existe retorno (Altman, 1968). Lo posterior a la quiebra es la liquidación del negocio, siempre acompañada de procesos legales y financieros contemplados en la ley que depende de cada país, que deben asumir para el cierre de actividades (Ibarra, 2001).

La siguiente tabla, reúne algunas de las principales definiciones de fracaso en el emprendimiento por 31 autores:

**Tabla 3. Definiciones del fracaso empresarial por diferentes autores**

Principales definiciones de fracaso en el emprendimiento
Quiebra
Discontinuación del negocio
Discontinuación de la propiedad
Liquidación del negocio para prevenir nuevas pérdidas
Una desviación de las expectativas del emprendedor
Valoración de la empresa por debajo del coste que significa mantenerse en el negocio
Rendimiento deficiente del negocio
Emprendedor fracasa en proporcionar el retorno de capital adecuado para los inversores
Fallo del negocio en poder atraer fondos o tomar deuda

Fuente: Gulst y Maritz (2011).


La mayoría de las investigaciones con respecto a la creación de empresas, se concentran en las características del emprendedor y los determinantes del éxito, sin embargo estudiar las determinantes del fracaso empresarial son igual de importante que las primeras (González &

Fuentelsaz, 2015). Lo cierto es que “el fracaso empresarial repercute directamente en numerosos agentes, tales como, trabajadores, accionistas, clientes, proveedores y entidades financieras” (Laffarga y Pina, 1995; Mora, 1995; Gabas, 1997 en García, 1997, p. 2).

El paso siguiente es comprender en qué momento se da el fracaso, de acuerdo con el modelo del proceso emprendedor GEM se incorpora en su análisis de la actividad emprendedora total (TEA) dos grupos: el emprendimiento naciente y el emprendimiento nuevo en relación con la población entre 18 y 64 años. El emprendimiento naciente corresponde a las iniciativas de la población que se están poniendo en marcha y que aún no han pagado salarios. El emprendimiento nuevo se refiere a las iniciativas que se hallan en fase de consolidación, los cuales tienen menos de 42 meses de actividad (Amorós y Acha, 2014). Estas etapas tempranas son especialmente peligrosas y es donde el fracaso del proyecto tiene mayor probabilidad de producirse (Valls Pasola et al., 2012).

**Tabla 4. El proceso emprendedor Global Entrepreneurship Monitor**

Emprendimiento potencial	Emprendimiento naciente	Emprendimiento nuevo	Empresa consolidada
Personas que tienen la intención de emprender en los próximos tres años	Iniciativas de puesta en marcha que no han pagado salarios y no han realizado operaciones económicas por más de tres meses.	Iniciativas en fase emprendedora, que han pagado salarios o realizado operaciones económicas por más de 3 meses y hasta 3.5 años.	Actividades operativas por más de 3.5 años. Han superado la fase emprendedora y forman parte del tejido empresarial.



Concepción
Nacimiento
Consolidación
Persistencia

**Fuente:** (Hernández , 2013).

El principal problema lo tenemos durante el nacimiento de las pequeñas empresas hasta su primer aniversario; entonces, es importante clarificar cuáles son las causas, comprenderlas y estructurar estrategias para soportarlas, minimizarlas, eliminarlas o evitarlas, y lograr el objetivo de crecimiento, desarrollo y maduración (Nuño De León, 2012).

Aunque los fracasos no pueden evitarse por completo en un sistema de libertad empresarial, las tasas de fracaso si se podrían reducir si algunas de sus causas son reconocidas y se toman medidas preventivas (Abdelsamad y Burn, 1978 en Macías Molina, 2015).“Por lo que existe un amplio interés en los últimos veinte años en conocer los factores que benefician, o alternativamente, obstaculizando el proceso del emprendedor” (Kantis, Angelelli, y Gatto, 2000, p. 30).

## **Capítulo 2. Panorama de las Mipymes en la Ciudad de México**

Este capítulo presenta una visión general de la situación de las micro, pequeñas y medianas empresas en la Ciudad de México. La información que a continuación se presenta corresponde a un periodo de tiempo que antecede a la pandemia, por lo que es importante considerar que la crisis económica ocasionada por las medidas de distanciamiento social impuestas a partir de la COVID-19 modifique en alguna medida los datos, se pretende que la información expuesta en esta sección permitan dimensionar el papel que desempeñan las mipymes de la Ciudad de México dentro la economía a nivel nacional.

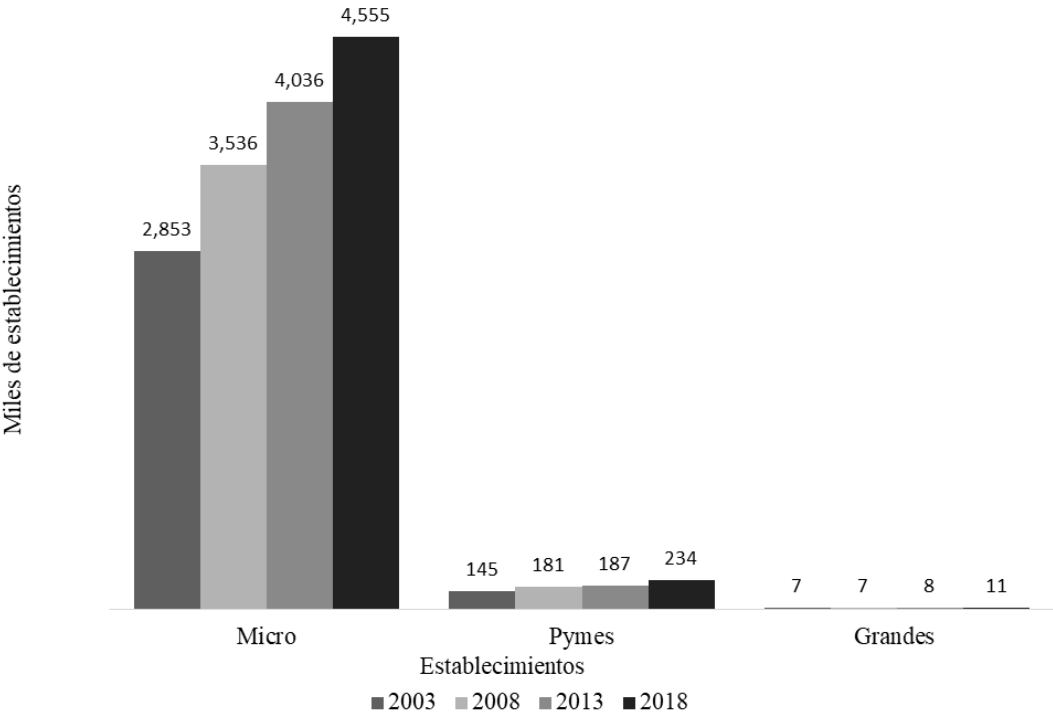
Con el fin de conocer el contexto nacional en el que se desenvuelven las mipymes en México nos apoyamos de los Censos Económicos del INEGI, que constituyen la principal fuente de información estadística sobre la composición de las empresas. En el capítulo anterior se describió la clasificación de las mipymes, considerando el personal ocupado de acuerdo al sector al que pertenece, en el segundo subpartado describiremos los tres grandes sectores que componen la misma clasificación: manufactura, servicios y comercio. Por último se describe las siguientes características de las mipymes en la Ciudad de México: unidades económicas, personal ocupado, esperanza de vida, principales problemáticas que enfrentan.

### **2.1 Las Mipymes en el entorno nacional**

En general el número de establecimientos va en aumentos, en 2018 en México existían 4 millones 800 mil 157 unidades económicas, del total de unidades económicas que operaron en el país en ese año, el 94.9% 4.6 millones eran microempresas, el 4.9% 234 mil 247 pequeñas y medianas empresas (CE, 2019). En los últimos 15 años el número total de unidades económicas en México se ha incrementado un 60% al pasar de 3.0 a 4.8 millones de unidades

entre 2003 y 2018, la composición por estrato tampoco se ha modificado: al igual que en 2003, las micro, pymes y grandes empresas continúan representando en 2018 el 94.9%, el 4.9% y el 0.2% del total de empresas, respectivamente. Lo anterior evidencia las barreras, que impiden que las microempresas transiten a pymes, y éstas se conviertan, a su vez, en grandes empresas. (Instituto Mexicano para la Competitividad, 2021)

**Gráfica 5. Unidades económicas en las Mipymes (2003, 2008, 2013 y 2018).**

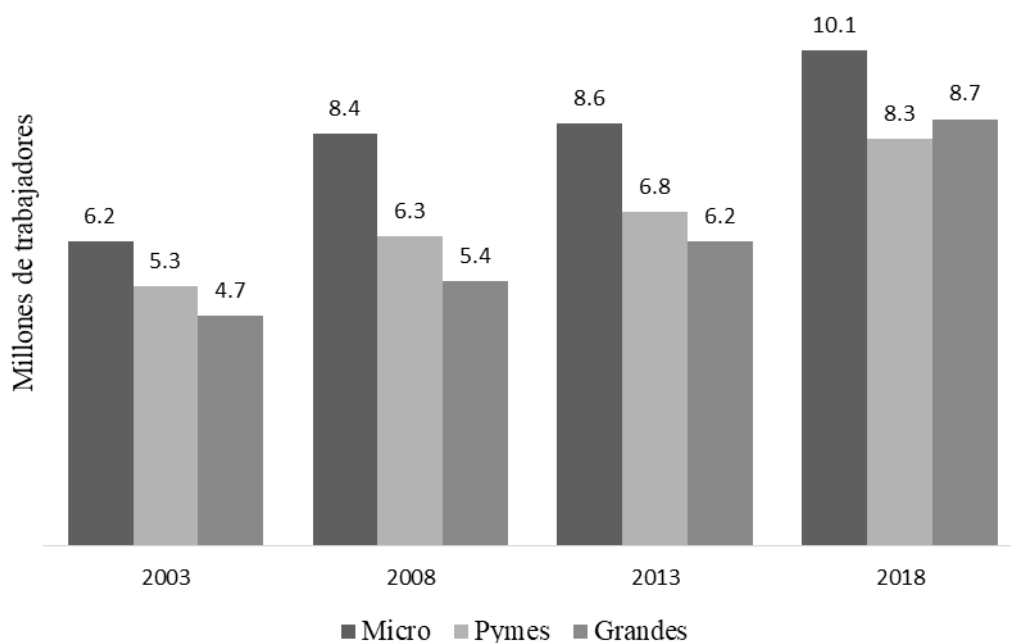


Fuente: Elaboración propia con información del INEGI (2019).

En términos del personal ocupado total, el 37% del personal trabajó en micro, el 31% poco más de 8.3 millones de trabajadores fueron empleados en pymes y el 32% en grandes empresas. Además, del total de la fuerza laboral empleada en las pymes, el 70% estaba conformada por personal remunerado, el 23% por personal contratado mediante la figura de outsourcing (subcontratación)<sup>3</sup>, el 5% por personal no remunerado por ejemplo propietarios y familiares, y únicamente el 3% por personal contratado por honorarios o comisiones (IMCO, 2021).

<sup>3</sup> Se considera como personal subcontratado a los trabajadores contratados por una razón social distinta a la de la empresa en que laboran. Esta categoría de personal excluye, de acuerdo con la metodología empleada por el INEGI, al personal que trabajó en la unidad económica por la contratación de servicios de vigilancia, mantenimiento,

**Gráfica 6. Personal ocupado en el sector privado (2003, 2008, 2013 y 2018).**



Fuente: Elaboración propia con información del INEGI (2019).

No obstante, a pesar de que la proporción del personal ocupado total en las pymes y grandes empresas es similar, la contribución de cada uno de estos estratos a la producción bruta total y al valor agregado nacional, es muy diferente, lo cual refleja una notable disparidad de la productividad entre los distintos tipos de empresas; en particular entre las pymes y las grandes empresas, que prácticamente emplearon al mismo número de trabajadores durante 2018. Mientras que ese año las pymes contribuyeron con el 28% de la producción bruta total, las micro el 11%, las grandes empresas aportaron el 61%. Con respecto a las remuneraciones y activos fijos totales, las empresas medianas representaron 18% y 16%, las micro y pequeñas contribuyeron de manera similar en ambas variables 12 y 11% respectivamente.

---

limpieza, jardinería, entre otros, así como al personal por honorarios o comisiones sin sueldo base (Censos Económicos 2014).

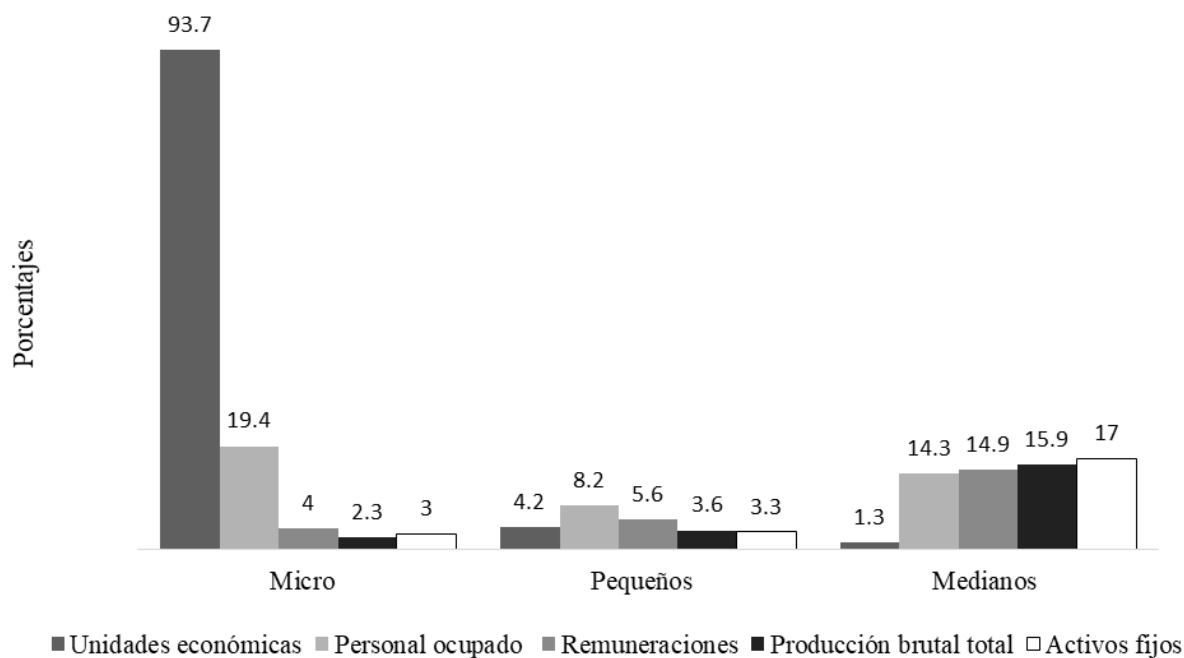
### **2.1.1 Sector manufacturero**

El sector manufacturero de acuerdo con el Sistema de Clasificación Industrial de América del Norte, México (SCIAN, 2018) se encuentra dividido en 21 subsectores, 86 ramas, 178 subramas y 290 clases de actividad. Del total de las empresas manufactureras en México, de acuerdo con el Censo de INEGI (2019) en el año 2018, el sector manufacturero fue el más importante en producción bruta total, al tener una participación del 48.2% dentro del total nacional. Respecto a unidades económicas concentró 12.1% y 23.9% del personal ocupado, de lo cual las microempresas representaron el 93.7% del total de las unidades económicas y del personal ocupado 19.4%, aunque las empresas medianas contrataron menor cantidad del personal en comparación con las microempresas pagaron mejor a sus empleados las medianas, su aportación fue de 14.9%, además de ser las que menor porcentaje representaron de unidades económicas resultaron ser las que mayores activos fijos tenían y las que más producían.

Dado que muchas unidades económicas son microempresas familiares, en 2018 de un total de 6,493,020 personas ocupadas, 5,328,512 personas son dependientes de las manufacturas, y de estas, 85.6% fueron remuneradas y 14.4% no recibieron remuneración pues declararon ser propietarios, socios, familiares, entre otros (INEGI, 2019).



**Gráfica 7. Características principales de las mipymes manufactureras (2019)**



Fuente: Elaboración propia con información del INEGI (2019).

### 2.1.2 Sector comercio

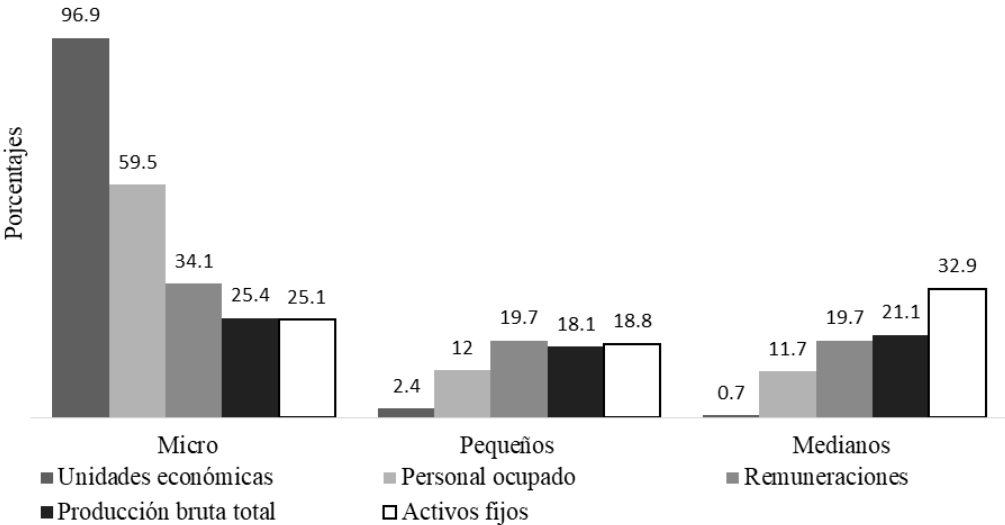
Las actividades comerciales están contempladas en dos sectores: comercio al por mayor y comercio al por menor. Las primeras comprende las unidades económicas dedicadas principalmente a la compra-venta, sin realizar la transformación de bienes de capital, materias primas y suministros y el comercio al por menor incluye a unidades dedicadas a la compra-venta de bienes para el uso personal o para el hogar.

Según el número de comercios en el país, esta actividad representa 46.8% de las unidades del país y 27.6% del personal ocupado, es decir tres de cada 10 personas se dedicaron al comercio, su aportación a la producción bruta total fue de 13.6 por ciento (CE, 2019). En el sector operaron 2, 248, 315 unidades económicas durante 2018, 10.1% más que en 2013; respecto al personal ocupado total se registraron 7 481 987 personas en 2018, 17.1% más que en 2013. La participación de las mipymes en cuanto al personal ocupado fue 83.2% y un total absoluto de 2, 24,1 977 establecimientos, mismos que representaron 99.7%.

Los micronegocios en el comercio se caracterizan porque reportaron una gran cantidad de ellos, representando 96.9%, el personal ocupado participó con 59.5% en el empleo, su aportación a las remuneraciones y activos fijos es menor pero son los que mejor pagaron a sus empleados, sin embargo las empresas medianas son los que mayores activos fijos obtuvieron 32.9%.

Los establecimientos pequeños y medianas produjeron ambos 19.7%, con respectos al personal ocupado y a las remuneraciones se comportaron de manera muy similar, en las unidades económicas las empresas medianas fueran las que menor participación tuvieron, seguido de los negocios pequeños con 2.4% y 18.8% de los activos fijos como se observa en la gráfica 8.

**Gráfica 8. Características principales de las mipymes del sector comercio (2019)**



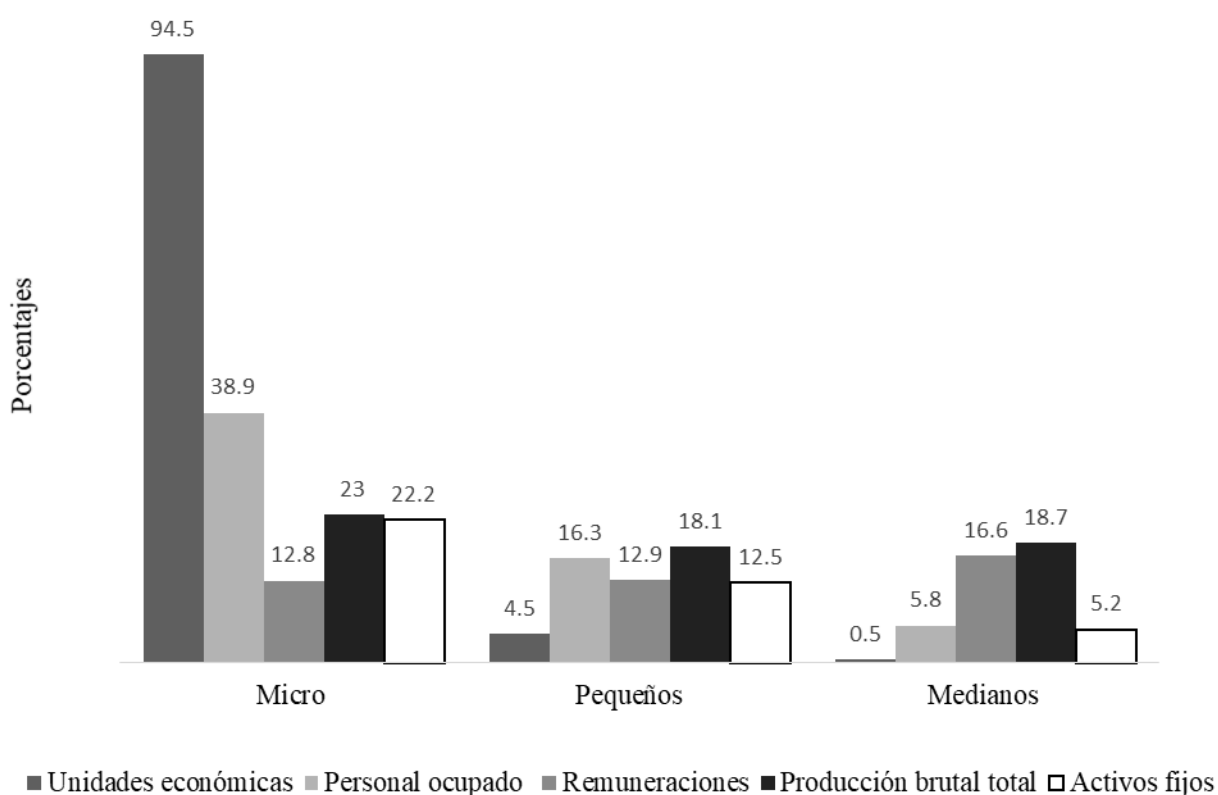
Fuente: Elaboración propia con información del INEGI (2019).

**2.1.3. Sector servicios**

Las unidades económicas de los servicios representaron 39.6% del total nacional, el personal ocupado total representó 40.0%, por tanto, fue la actividad con mayor número de personas ocupadas a nivel nacional; la producción bruta total de los servicios representó 23.2 por ciento. Los establecimientos micro contribuyeron en términos absolutos con el mayor número, pues pasaron de 1, 560, 949 en 2013 a 1, 795, 680 en 2018, es decir, 234,731 microempresas más;

los cuales se consideran importantes dentro de los servicios, ya que nueve de cada 10 son microempresas, mismas que dieron empleo a 38.9% trabajadores. Por parte de las empresas pequeñas reportaron 16.3% trabajadores, ocuparon por ello el tercer lugar en importancia respecto a la generación de empleos, y la segunda posición en cuanto a las unidades económicas. Las empresas medianas se consolidaron con incrementos también muy elevados, pues las unidades económicas aumentaron 51.2% y el personal ocupado total en dichas unidades económicas pasó de 414, 660 a 631, 039, es decir 52.2% más.

**Tabla 9. Características principales de las mipymes del sector servicios (2019)**



Fuente: Elaboración propia con información del INEGI (2019).

Los datos censales indican que el 98.5% de las unidades económicas del sector privado son establecimientos manufactureros, comerciales y de servicios. Estas actividades en conjunto concentraron 91.5% del personal ocupado (INEGI, 2019). Sin embargo la esperanza de vida de los negocios en México es de 7.8 años, este promedio varía de acuerdo al sector que pertenecen y el tamaño de la empresa. Si bien las mipymes representan un gran valor para la economía

nacional, los datos reflejan que su tiempo de vida es corto, como se observa en la siguiente tabla, el sector comercio tiene una menor esperanza de vida.

Los datos proporcionados por el INEGI presenta una esperanza de vida en los negocios, para empresas que emplean entre 0 y 2 personas es del 6.8 años, para empresas que emplean entre 3 y 5 personas, el promedio de esperanza de vida es de 8 años, para empresas con empleados de entre 6 a 10, su esperanza de vida es de 11.4 años en promedio, finalmente para empresas que emplean entre 11 a 15 personas, el promedio nacional es 15.5 años de esperanza de vida

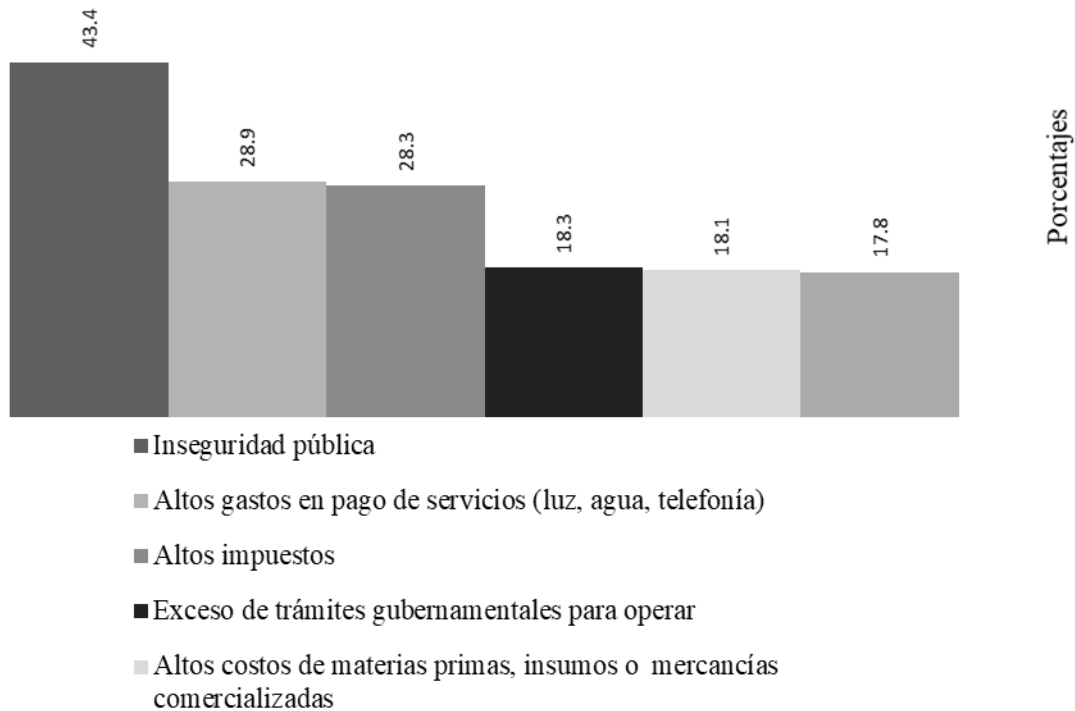
**Tabla 10. Supervivencia por sector económico por cada 100 negocios en México**

Edad de los negocios	Manufactura	Comercio	Servicios	Total
1	70	66	68	67
5	40	33	36	35
10	30	23	26	25
15	24	16	20	19
20	20	12	15	15
25	17	9	12	11

Fuente: Elaboración propia con información del INEGI (2019).

En la última década hubo un incremento en la mortandad de las mipymes en México. Lima y Duana (2020) plantean que, en el país se registra un muy alto índice de mortandad en mipymes, solamente el 7% de las empresas que nacen logran sobrevivir en un plazo de 3 años; según el Censo económico 2019 las empresas reportaron como principal problemática la inseguridad pública, a la par se encuentran los altos pagos en servicios e impuestos.

**Gráfica 11. Problemáticas que enfrentan las pymes**

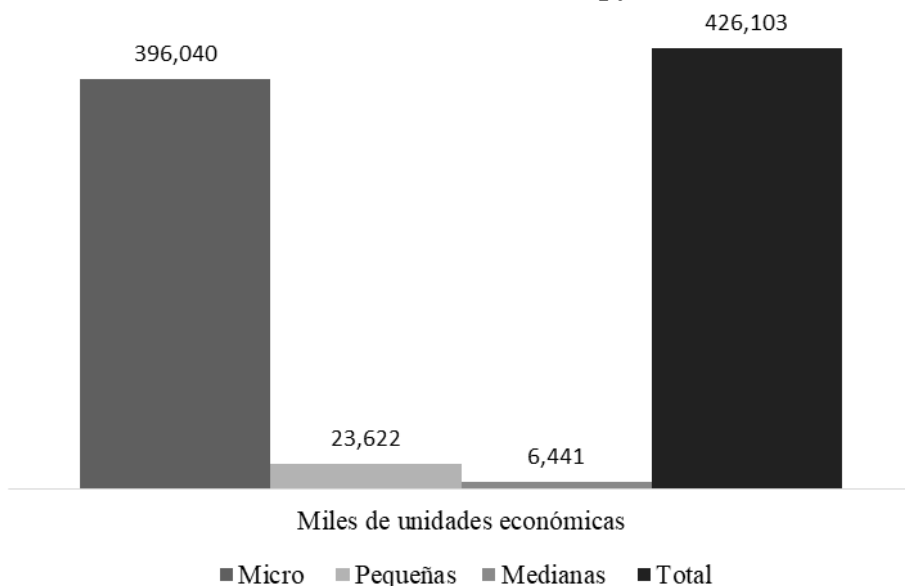


Fuente: Elaboración propia con información del INEGI (2019).

### 2.2.1 Mipymes en la Ciudad de México

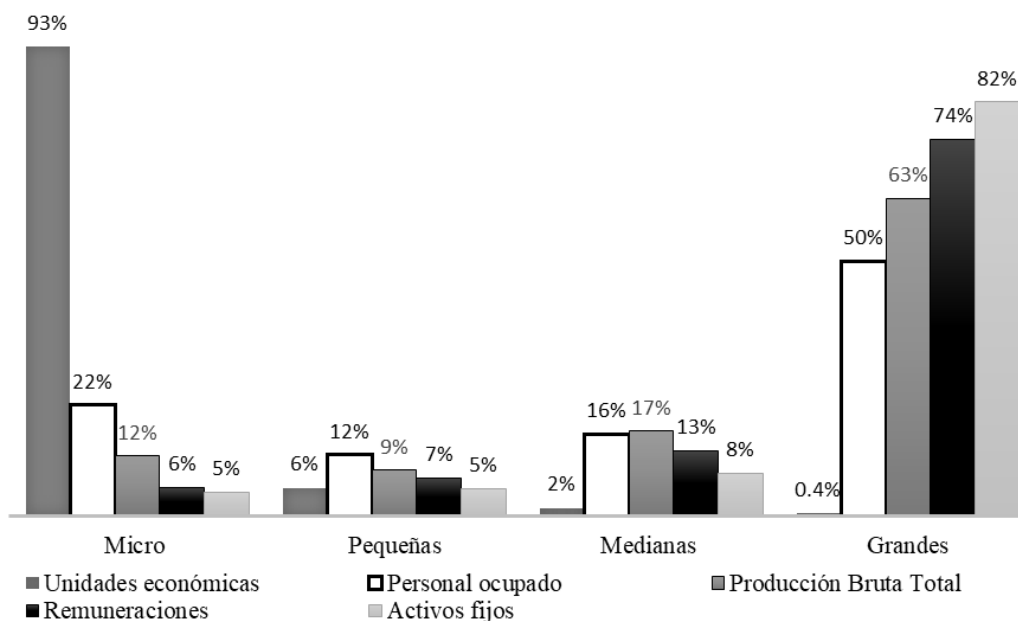
En la Ciudad de México en 2018 habían 426,103 unidades económicas, las micro representaron el 93%, las pequeñas 6% y las medianas 2%, del personal ocupado 22%, 12% y 16% respectivamente; en cuanto a la producción bruta total y remuneraciones las empresas medianas son las que más destacaron representando 17% y 13% como se observa en la gráfica 13 (INEGI, 2019).

**Gráfica 12. Unidades económicas de las mipymes en la Ciudad de México**



Fuente: Elaboración propia con información del INEGI (2019).

**Gráfica 13. Características de las mipymes en la Ciudad de México**



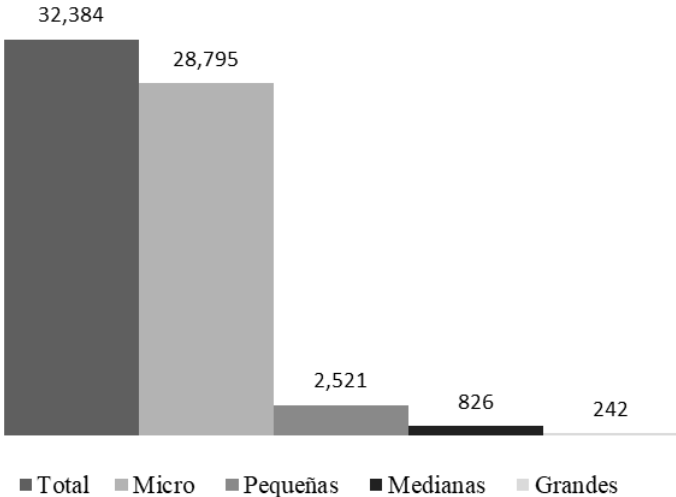
Fuente: Elaboración propia con información del INEGI (2019)

### 2.2.2 Mipymes del sector manufacturero de la Ciudad de México

Las empresas micro y medianas contrataron porcentajes similares de personal como se observa en la gráfica 15, las de menor participación fueron las empresas pequeñas con 16%, sin embargo las empresas micro son mayoría en unidades económicas manufactureras, representando el 89%

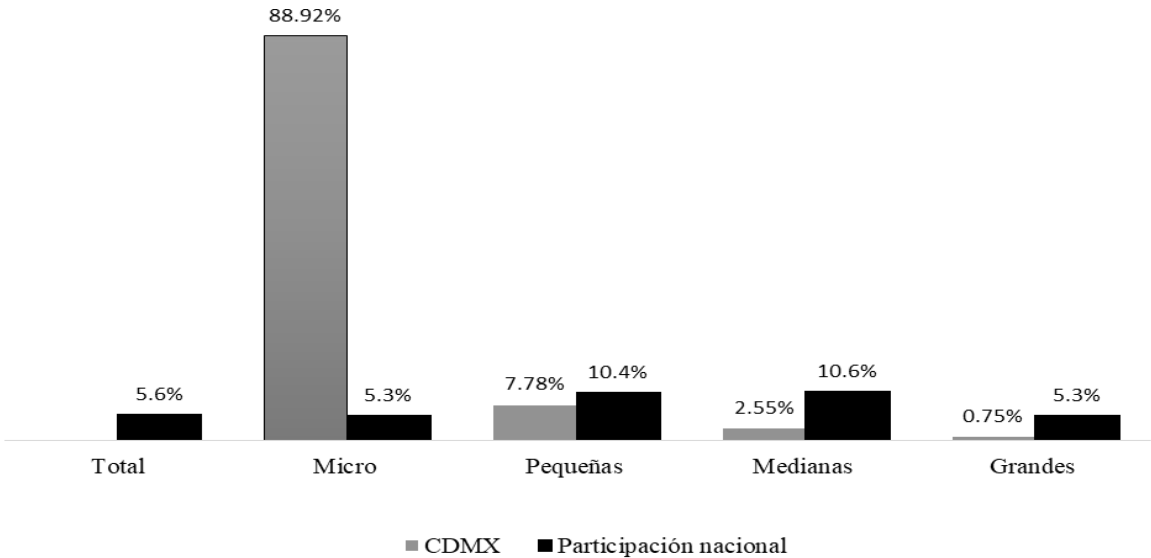
del total, y las pequeñas representaron sólo 7.78%. Además las mipymes participaron en el séptimo lugar de las entidades federativas con mayor número en unidades económicas con 5.6% (véase en la gráfica 14).

**Gráfica 13. Unidades económicas de las mipymes manufactureras de la Ciudad de México**



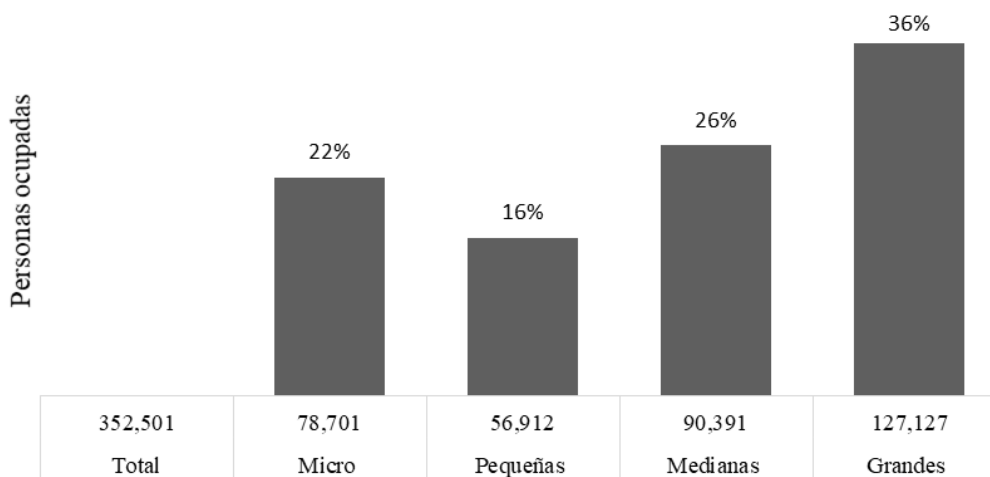
Fuente: Elaboración propia con información del INEGI (2019).

**Gráfica 14. Participación nacional de las mipymes manufactureras de la Ciudad de México.**



Fuente: Elaboración propia con información del INEGI (2019).

**Grafica 15. Personal ocupado de las mipymes en las manufacturas en la Ciudad de México.**



Fuente: Elaboración propia con información del INEGI (2019).

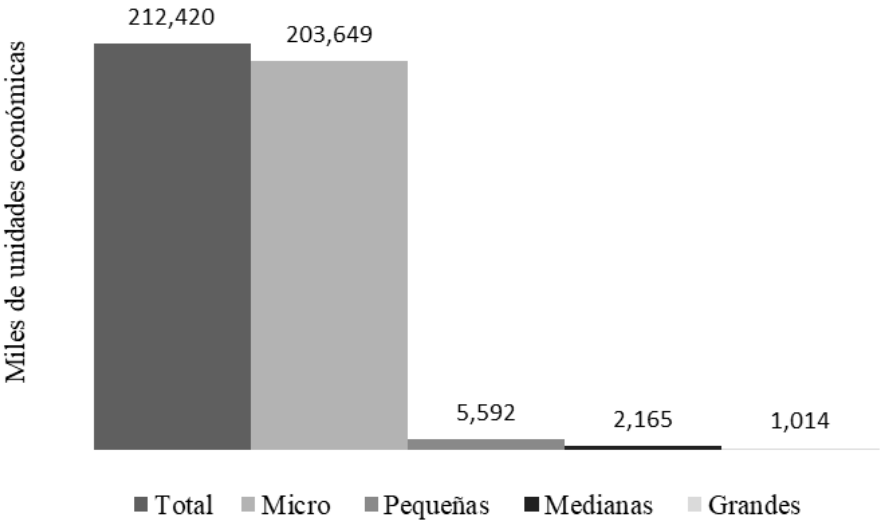
### **2.2.3 Mipymes del sector comercio de la Ciudad de México**

El sector comercio en total contaba con 212, 420 unidades y 879,805 puestos de trabajo, los establecimientos micro tenían el mayor número de unidades económicas y el 48.92% del personal ocupado, las empresas medianas representaron la menor cantidad de las unidades económicas que represento el 1%, sin embargo contrataron al 13.16% del personal ocupado, ocurrió algo parecido con las unidades pequeñas que representaron el 3% y emplearon al 19.91% del total del personal ocupado.

Según los Censos Económicos 2019, dentro de los 10 municipios o alcaldías con mayor número de personal ocupado total a nivel nacional en el Comercio fueron Guadalajara, Jal.; Cuauhtémoc, CDMX, Monterrey, NL; Puebla, Pue.; Iztapalapa, CDMX; León, Gto.; Tijuana, BC; Zapopan, Jal.; Ecatepec de Morelos, Méx.; y Miguel Hidalgo, CDMX.



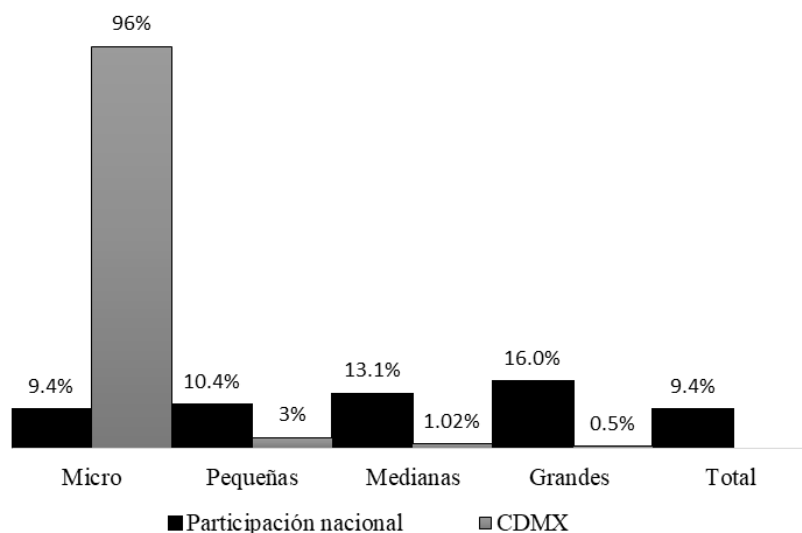
**Gráfica 16. Unidades económicas del sector comercio en las mipymes de la Ciudad de México (2019)**



Fuente: Elaboración propia con información del INEGI (2019).

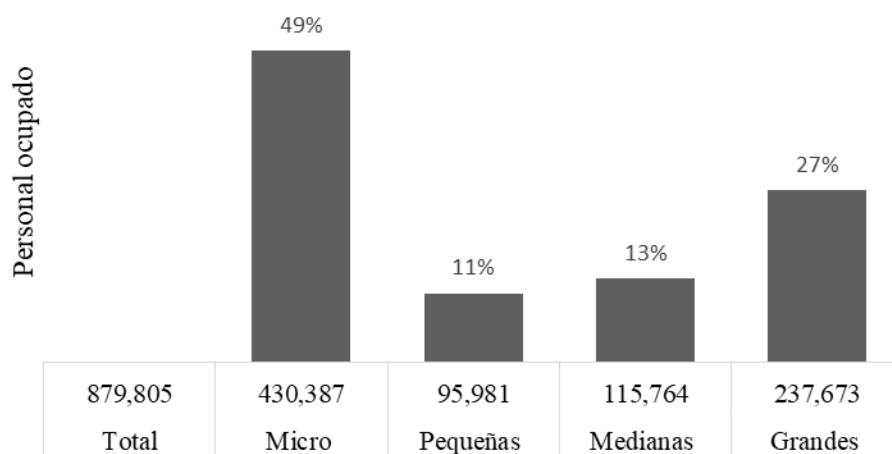
La Ciudad de México se situó en el segundo lugar a nivel nacional con mayor establecimientos en el sector comercio con 9.4%, en tanto que en las empresas por tamaño se ubicó en el primero lugar con los establecimientos pequeños con 10.4%, los medianos con 13.1% y los grandes 16%, con respecto al personal ocuparon el segundo lugar con 11.8% a nivel nacional y las empresas que más destacaron fueron las de tamaño micro con una contribución al personal ocupado del 49% (véase en la tabla 18).

**Gráfica 17. Participación nacional de las mipymes del sector comercio de la Ciudad de México**



Fuente:Elaboración propia con información del INEGI (2019).

**Tabla 18. Personal ocupado del sector comercio en las mipymes en la Ciudad de México (2019)**



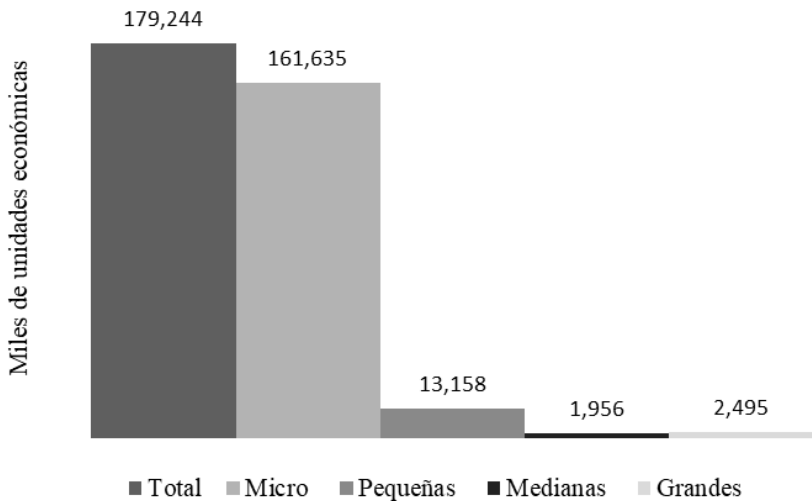
Fuente: Elaboración propia con información del INEGI (2019).

### 2.3.1 Mipymes del sector servicios en la Ciudad de México

Las empresas micro representaron el 90% del total de las unidades económicas, y contrataron solamente el 16% del personal ocupado, que en contraste con las grandes representaron el 1.39% y contrataron al 68% del personal, y de manera similar las empresas medianas que representaban el 1.09% de unidades económicas, pero contrataron únicamente el 5% del personal.

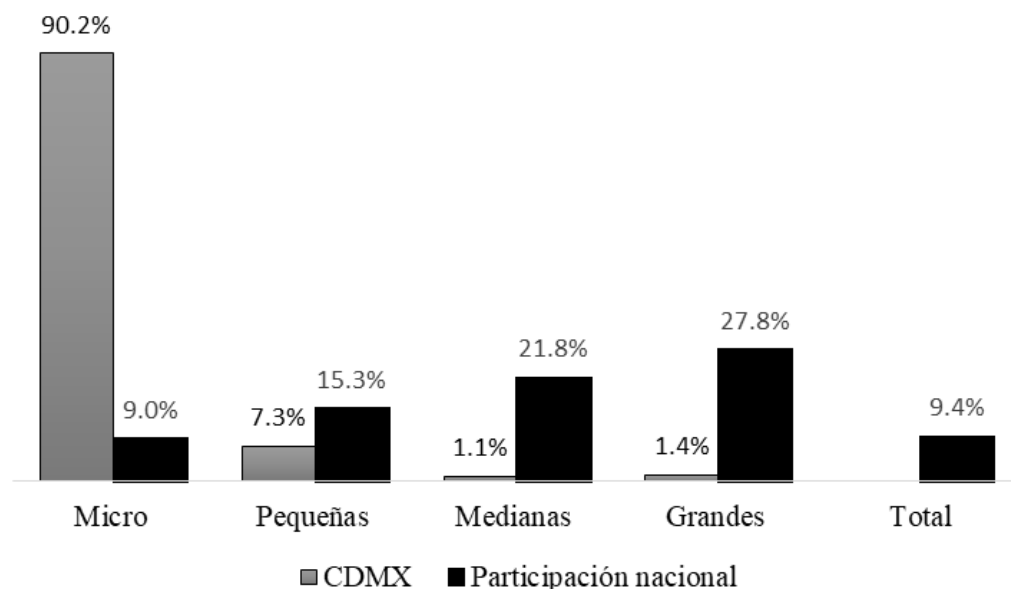
Además la Ciudad de México ocupó el segundo lugar al participar con 9.4% del total de los establecimientos de servicios a nivel nacional; en esta entidad federativa sobresalieron las unidades económicas de gran tamaño con 27.8 por ciento como se observa en la gráfica 18. En cuanto a los puestos de trabajo, la Ciudad de México tiene una amplia ventaja como la entidad federativa más importante, al aportar 24.4% del personal ocupado de todo el país, siendo las unidades económicas grandes las que más personal ocuparon, pues de 2,646, 854 personas ocupadas, 1,798, 850 trabajaron en una empresa grande de servicios. En orden de importancia a nivel nacional, a la Ciudad de México, le siguen las entidades federativas México y Jalisco al representar 7.8 y 7.0%, respectivamente; en ambos estados los micronegocios tuvieron una destacada participación.

**Grafica 19. Unidades económicas del sector servicios en las mipymes en la Ciudad de México (2019)**



Fuente: Elaboración propia con datos del INEGI (2019).

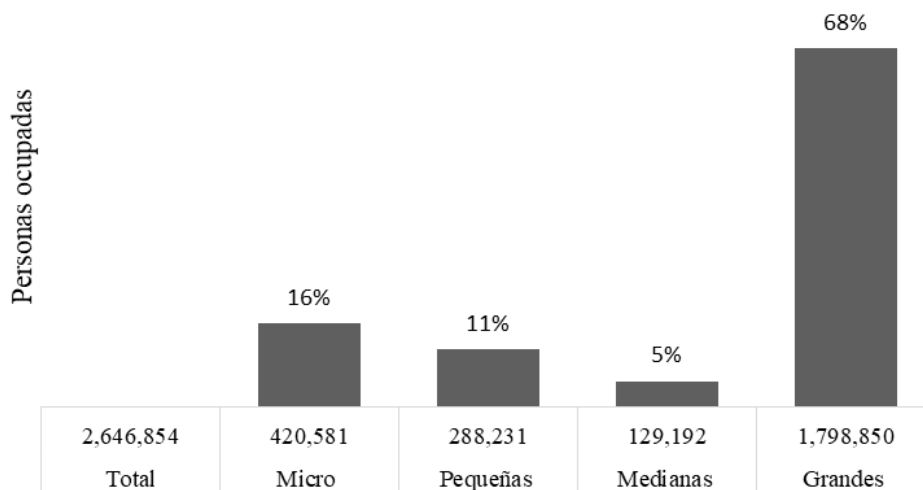
**Gráfica 20. Participación nacional de las mipymes del sector servicios en las Ciudad de México**



Fuente: Elaboración propia con datos del INEGI (2019).

Los datos de los Censos Económicos 2019 muestran que los 10 municipios y alcaldías más importantes en los Servicios fueron Cuauhtémoc, CDMX; Miguel Hidalgo, CDMX; Monterrey, NL; Benito Juárez, CDMX; Guadalajara, Jal.; Álvaro Obregón, CDMX; Azcapotzalco, CDMX; Querétaro, Qro.; Puebla, Pue.; y Tijuana, BC.

**Tabla 21. Personal ocupado del sector servicios en las mipymes en la Ciudad de México (2019)**

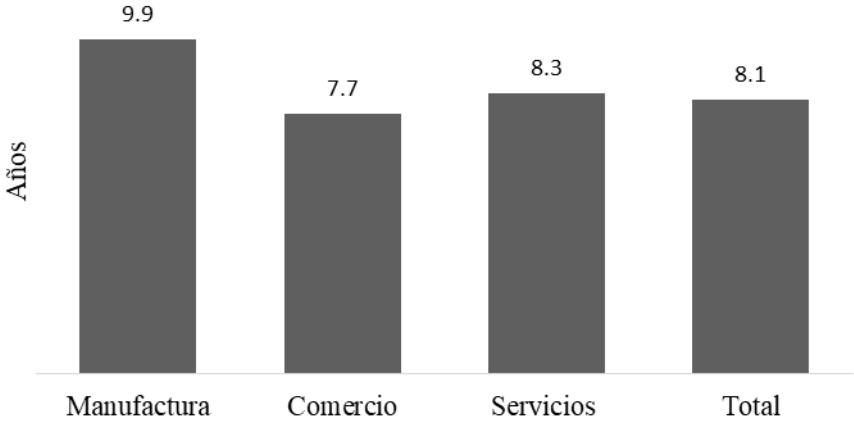


Fuente: Elaboración propia con información del INEGI (2019).

Por otro parte, en el último Censo económico publicado por el INEGI, se incluyeron temas nuevos y la ampliación de otros que fueron estudiados en censos anteriores, los temas son los siguientes: datos sobre la edad y esperanza de vida de los establecimientos, uso de las tecnologías, principales problemas que enfrentan para desarrollar su actividad, nivel de estudios del personal.

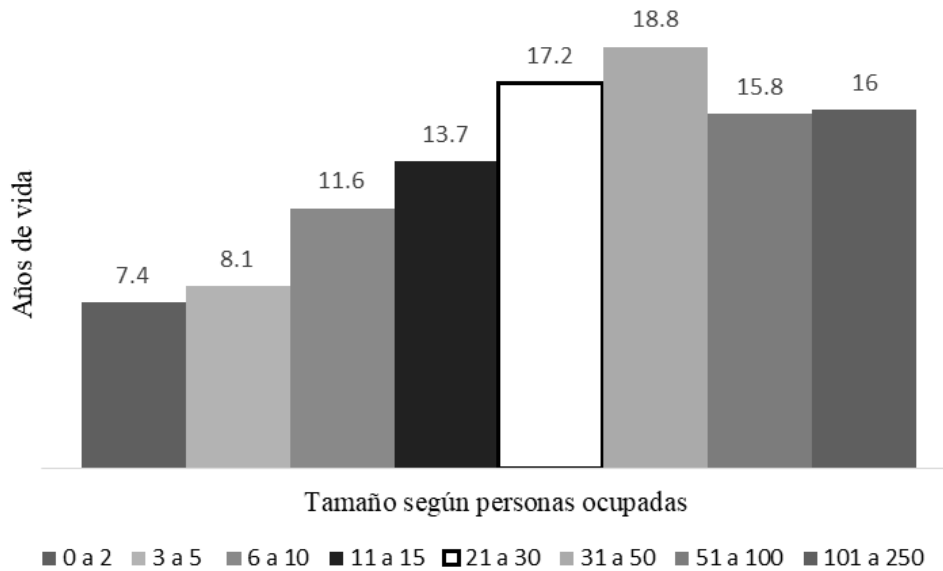
La esperanza de vida es el número de años que se espera sobreviva un negocio a partir del momento en que nacen, en la Ciudad de México el sector que tiene una menor esperanza de vida es el comercio con 7.7 años, el sector que tiene mayor esperanza de vida es la manufactura con 9.9 años y de manera general 8.1 años. La esperanza de vida también se puede medir de acuerdo al tamaño de los negocios, en la gráfica 23 podemos observar que a medida que los negocios son de mayor tamaño la esperanza de vida también incrementa, a excepción de los establecimientos que tienen entre 51 a 100 empleados y de 101 a 250 disminuye la esperanza de vida (INEGI, 2016).

**Gráfica 22. Esperanza de vida de las mipymes en la Ciudad de México (2019)**



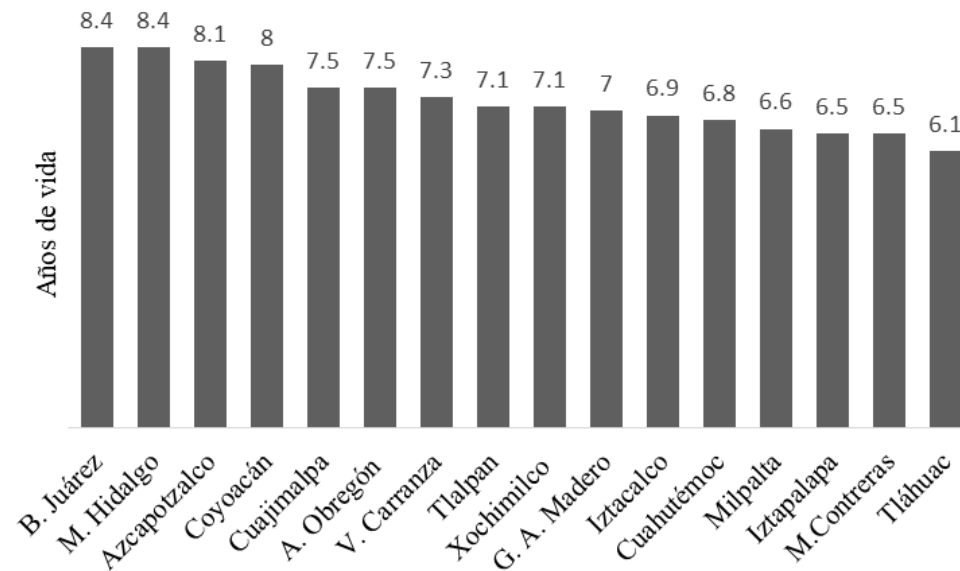
Fuente: Elaboración propia con información del INEGI (2019).

**Gráfica 23. Esperanza de vida al nacimiento de los negocios en la Ciudad de México, por tamaño.**



Fuente: Elaboración propia con información del INEGI (2016).

**Gráfica 24. Esperanza de vida al nacimiento de los negocios por alcaldía en la Ciudad de México**

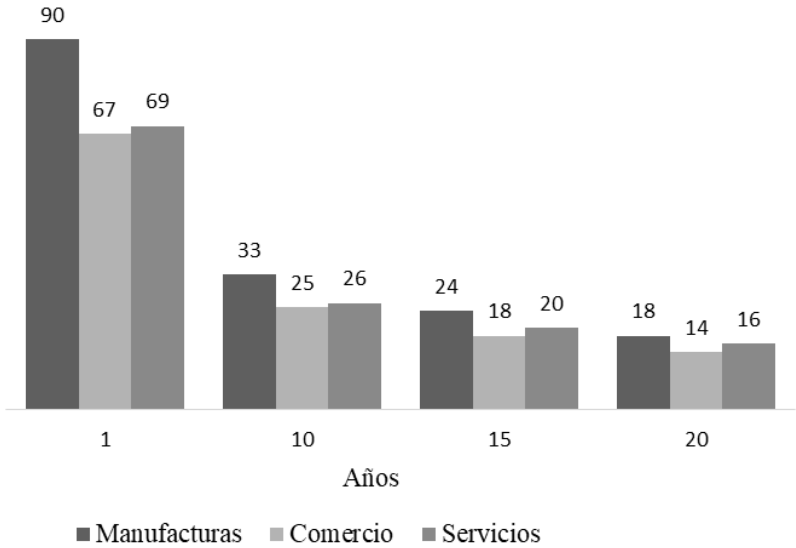


Fuente: Elaboración propia con información del INEGI (2019).

Las alcaldías de la Ciudad de México que tienen una mayor esperanza de vida con 8 años o más son Benito Juárez y Miguel Hidalgo, Azcapotzalco, Coyoacán; en las alcaldías con 7 años o más se encuentran G. A. Madero, Xochimilco, Tlalpan, V. Carranza, A. Obregón, Cuajimalpa y

finalmente la menor esperanza de vida la tienen las alcaldías de 6 años o más como Tláhuac, M. Contreras, Iztapalapa, Milpalta, Cuauhtémoc e Iztacalco.

**Gráfica 25. Tasa de supervivencia por sector económico por cada 100 negocios que ingresan en la Ciudad de México**



Fuente: Elaboración propia con información del INEGI (2019).

En la gráfica anterior se muestra que en la Ciudad de México, la tasa de supervivencia es menor en el comercio, para el primer año se habían perdido 33 establecimientos de los 100 creados, para el décimo año en los tres sectores quedaban menos de la mitad de los negocios, para el año veinte en el sector comercio sobrevivieron 14 negocios, en el sector servicios 16 unidades y en manufacturas 18; como ya se mencionó anteriormente las empresas no solamente tienen problemas para escalar de tamaño, pero aún para permanecer en el mercado.

Otras de las dificultades que enfrentan las empresas son la inseguridad pública, el exceso de trámites gubernamentales para operar, altos pagos de impuestos, compras de insumos, gastos de servicios como telefonía, luz, agua y competencia desleal<sup>4</sup> (INEGI, 2019). Según Maríquez y Ortíz (2011) otras de las causas que llevan a la quiebra a las empresas son la falta de experiencia, conocimientos, planeación inadecuada o inexistente, costos iniciales altos, mala ubicación, no

<sup>4</sup> La competencia desleal involucra a aquellas prácticas ilícitas que alteran el funcionamiento del mercado y la voluntad o comportamiento de los consumidores, se presentan en diferentes categorías por ejemplo: actos de engaño, actos de confusión, omisiones engañosas, prácticas agresivas, actos de imitación.

llevar contabilidad, ventas bajas, excesiva competencia, no ofrecer valor agregado, mercadotecnia inadecuada, no saber seleccionar y/o dirigir al personal.

Otros autores lo atribuyen a la falta de planeación estratégica, conocimiento del mercado, la administración financiera y la administración de los recursos humanos Navarrete y Sansores, (2011), Silupú, (2013). Por otra parte, Ortiz (2013) considera que el fracaso empresarial se debe a razones personales, falta de tiempo, el inicio de otro emprendimiento, la inseguridad y violencia.

Canul (2012), Patiño y Agudelo (2011) afirman que se debe a la resistencia al cambio, utilizar el dinero del negocio para gastos personales, no saber aprovechar las oportunidades que le presenta el mercado. Lo cual es muestra de la realidad que se vivió durante el primero año de la pandemia, muchos negocios tuvieron que adaptarse a nuevos procesos de producción y distribución, por ejemplo implementar envíos a domicilio para no perder ventas, crear sitios web e involucrarse en redes sociales.

### **Capítulo 3. Análisis de las mipymes en la Ciudad de México**

Este capítulo está dedicado a la presentación y análisis de los resultados obtenidos del cuestionario que se aplicó a las mipymes mexicanas con la finalidad de conocer el tipo de empresas que se forman en la Ciudad de México y por consecuencia las razones por las que existe un alto nivel de fracaso. Comenzaremos por describir cuáles son los pasos que seguimos para obtener los resultados, posteriormente se explicará el tamaño de la muestra y población, por último la descripción de los resultados obtenidos en la investigación.

#### **3.1 Metodología**

En la presente investigación se ocupó el método descriptivo que consiste en referir las características de un fenómeno y el método explicativo/correlacional, es decir que existe una relación entre variables, lo que pretendemos es identificar las causas que llevan a los emprendimientos por necesidad al fracaso, mediante la aplicación de un cuestionario elaborado en google forms que se envió a los negocios, el cual solicitó los siguientes requisitos para poder responderlo: ser una empresa de tamaño micro, pequeña o mediana en la Ciudad de México.



### 3. 1. 1 Población y muestra

De acuerdo con INEGI en (2018) en la Ciudad de México existen 426,103 mipymes, de las cuales 396,040 son microempresas, las pequeñas suman 23,622 y las medianas 6,441 empresas, sin embargo, debido a que no es posible por tiempo obtener información de cada establecimiento, optaron por aplicar una muestra que sea representativa de la población que se quiere analizar.

Para conocer el tamaño de la muestra, utilizaremos la siguiente fórmula, de acuerdo con

(Lorenzo, 2013):

$$n = \frac{N * Z^2 * \alpha * p * q}{e^2 * (N - 1) + Z_{\alpha}^2 * p * q}$$

Donde:

n = es el tamaño de la muestra buscado

N = El tamaño de la población o universo

Z = El parámetro estadístico que depende el nivel de confianza

e = Error de estimación máximo aceptado

p = Probabilidad de que ocurra el evento

q = (1 - p) = probabilidad de que no ocurra el evento estudiado

Sustituyendo los valores:

N = 426,103 mipymes de la Ciudad de México

Z = Nivel de confianza 95%, lo cual nos da un valor de 1.96 (Torres y Salazar, 2022).

p = 50%    q = 50%

e = 5%

Sustituyendo:

$$n = \frac{426,103 * 1.96^2 * \alpha * 0.5 * 0.5}{.05^2 * (426,103 - 1) + 1.96^2 * 0.5 * 0.5} = 383$$

Por lo tanto, con un error de 5% y un nivel de confianza de 95%, el tamaño requerido para que la muestra sea representativa es de 383 mipymes. Después de conocer el tamaño de la muestra se intentó conseguir las respuestas durante un periodo de 8 meses; durante los primeros tres meses se acudió a los establecimientos de las alcaldías Tláhuac e Iztapalapa por cercanía<sup>5</sup>, aplicando el cuestionario mediante un código QR, sin embargo por medidas de salud debido a la contingencia algunos negocios no nos permitieron el acceso, en otros establecimientos los dueños se encontraban laborando en home office; y otros más mostraron desconfianza e incomodidad pese a que el cuestionario contenía el logo de la universidad e incluso se portaba credencial de estudiante; todo esto impidió reunir el número esperado de respuestas, por lo que en una segunda fase se envió el cuestionario mediante redes sociales como Facebook, WhatsApp y principalmente vía Instagram a perfiles de empresas, obteniendo un total de 167 respuestas, que representan 44% de nuestra muestra inicial.

A continuación se presentan los resultados en el orden establecido en el cuestionario, partiendo del perfil del emprendedor donde se incluyen datos como el sexo, edad y escolaridad y posteriormente preguntas sobre la manera de formular los proyectos de inversión.

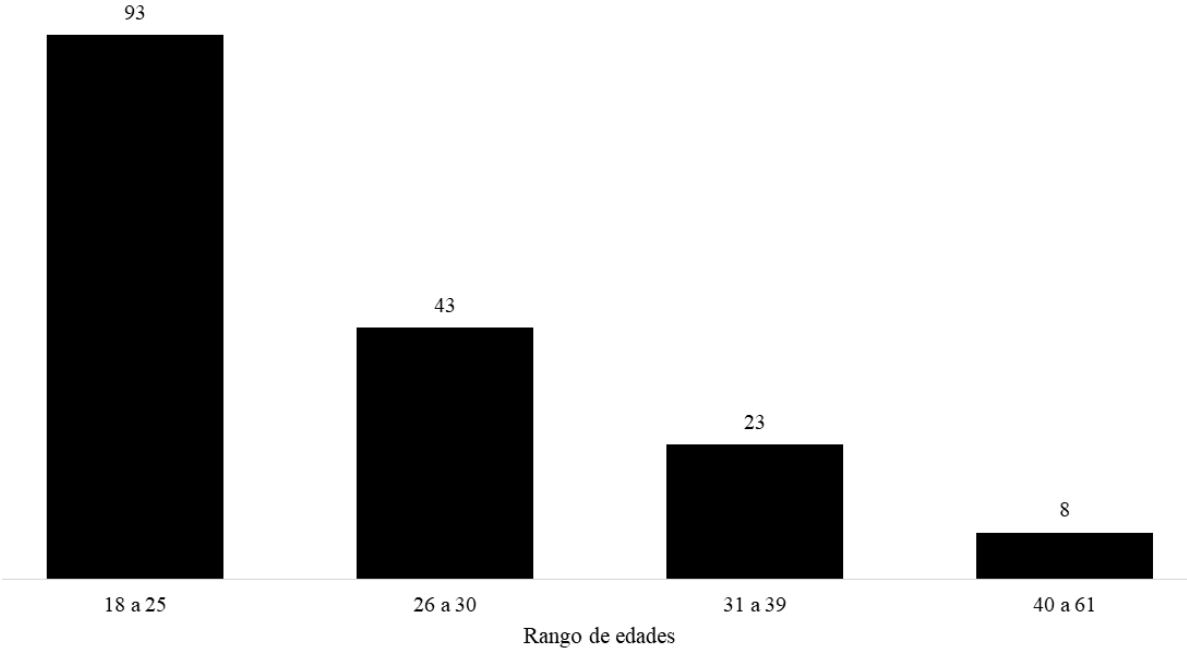
### **3.1.2 Perfil del emprendedor**

Comenzaremos por la edad de los emprendedores. En la siguiente gráfica observamos que en su mayoría la población es joven ya que pertenecen al rango de 18 a 25 años representando el 56%, en contraste el cinco por ciento del total pertenecen al rango de 40 a 61 años, de ahí le sigue el rango de 31 a 39 años con una participación del 14% y de 26 a 30 años el 26%.

---

<sup>5</sup> Dado que esta investigación se desarrolló en la época de la pandemia, se optó por solo visitar establecimientos cercanos a mi domicilio.

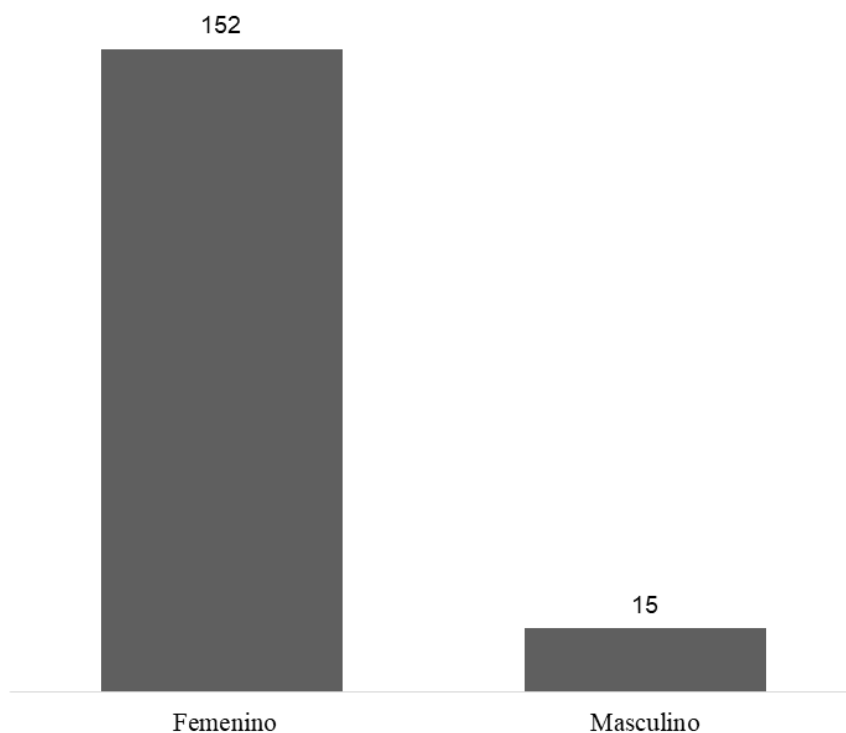
**Gráfica 27. ¿A qué rango de edad perteneces?**



Fuente: Elaboración propia con base en datos de la encuesta aplicada.

En la siguiente gráfica se observa, que el 91% del universo corresponde al sexo femenino y el restante al sexo masculino, lo cual se traduce en una mayor disposición de las mujeres a participar en la encuesta, ya que el cuestionario se envió a perfiles de empresas sin saber si el dueño era de sexo femenino o masculino, aunque no se recibió respuesta de todos los perfiles a los que fue enviado el cuestionario, se observó que en su mayoría las mujeres respondían e incluso pasaban el cuestionario a más personas que tenían las características que necesitábamos para la investigación.

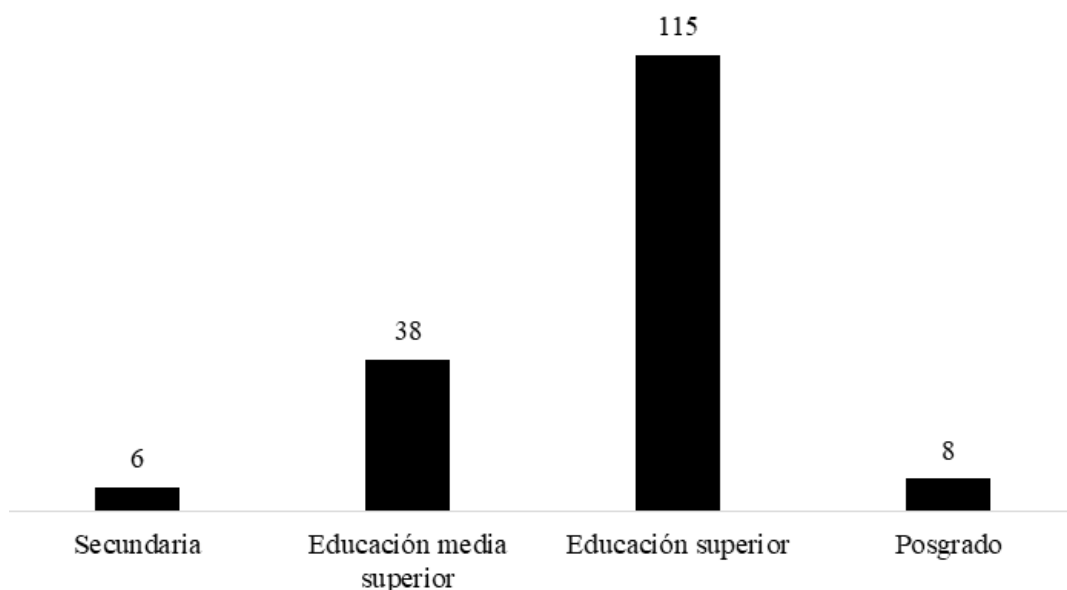
### Gráfica 28. Sexo



Fuente: Elaboración propia con base en datos de la encuesta aplicada.

En la gráfica 29 se analizó que el 69% de los emprendedores tienen un grado de estudios a nivel universitario, 23% media superior, 4% educación primaria y 5% nivel de posgrado. En conclusión en su mayoría los emprendedores de la presente investigación son jóvenes de 18 a 25 años, de sexo femenino y con estudios a nivel universitario, por lo que las conclusiones que a continuación exponremos deben entenderse dentro de este perfil.

**Gráfica 29. Grado de estudios**

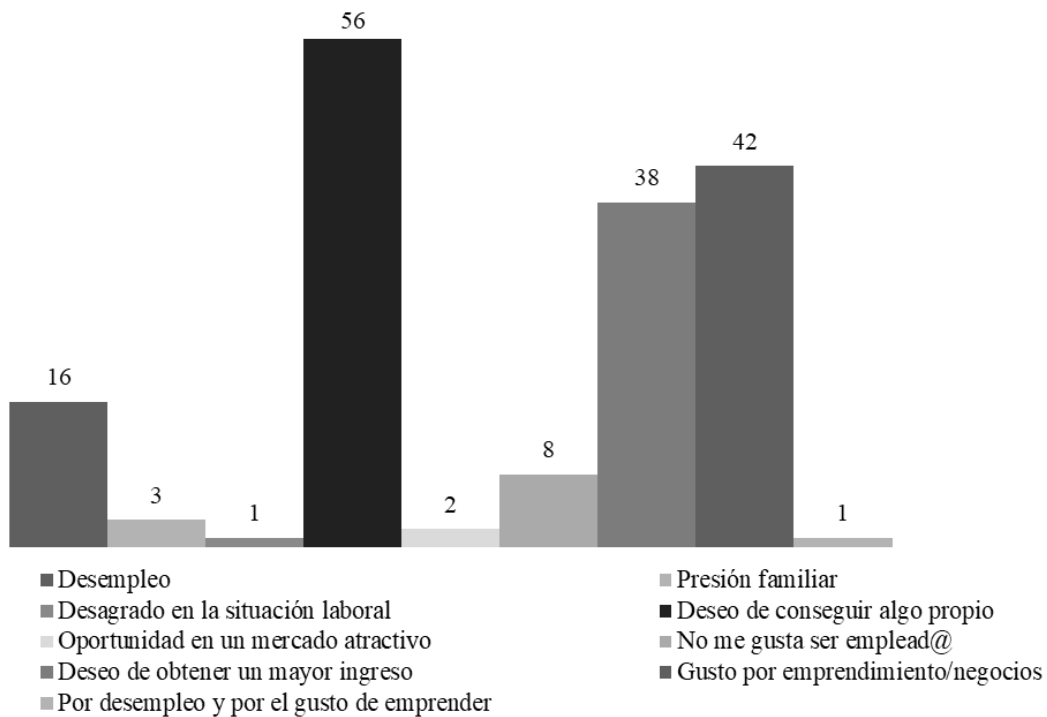


Fuente: Elaboración propia con base en datos de la encuesta aplicada.

La siguiente pregunta es el eje fundamental de esta investigación porque nos ayudará a conocer el tipo de emprendimiento que predomina en la Ciudad de México. En el primer capítulo describimos las características de los emprendimientos por necesidad y por oportunidad. En la gráfica 30 observamos que la mayor participación se concentra en las razones de emprendimiento por oportunidad: deseo de conseguir algo propio 34%, gusto por el emprendimiento o negocios 25% y oportunidad en un mercado atractivo uno por ciento, en total reúnen un 60.5 %.

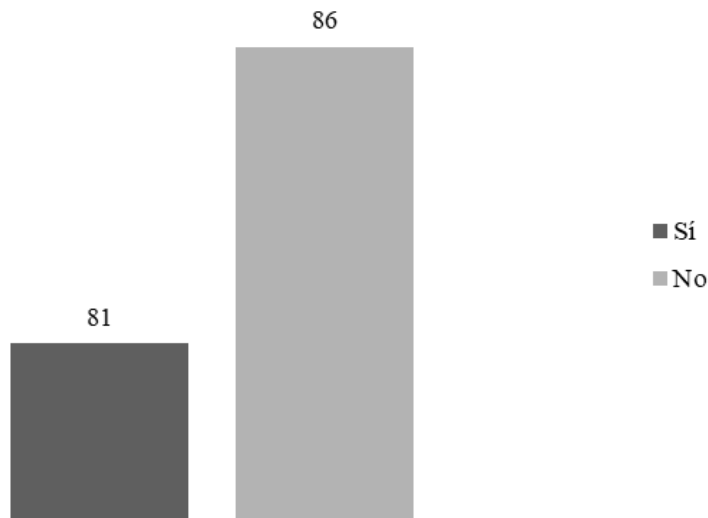
Las razones de emprendimiento por necesidad como el desempleo obtuvieron una participación de 10%, deseo de obtener un mayor ingreso 23 %, no me gustan ser emplead@ 5%, presión familiar 2%, desagrado en la situación laboral 1%, y tenemos una última opción dividida por razones de ambos tipos de emprendimiento: desempleo y gusto por emprender uno por ciento, en total suman un 41.05%.

**Gráfica 30. ¿Cuál de las siguientes razones te motivó a emprender?**



Fuente: Elaboración propia con base en datos de la encuesta aplicada.

**Gráfica 31. ¿Usted realizó algún emprendimiento antes de contar con su empresa actual?**



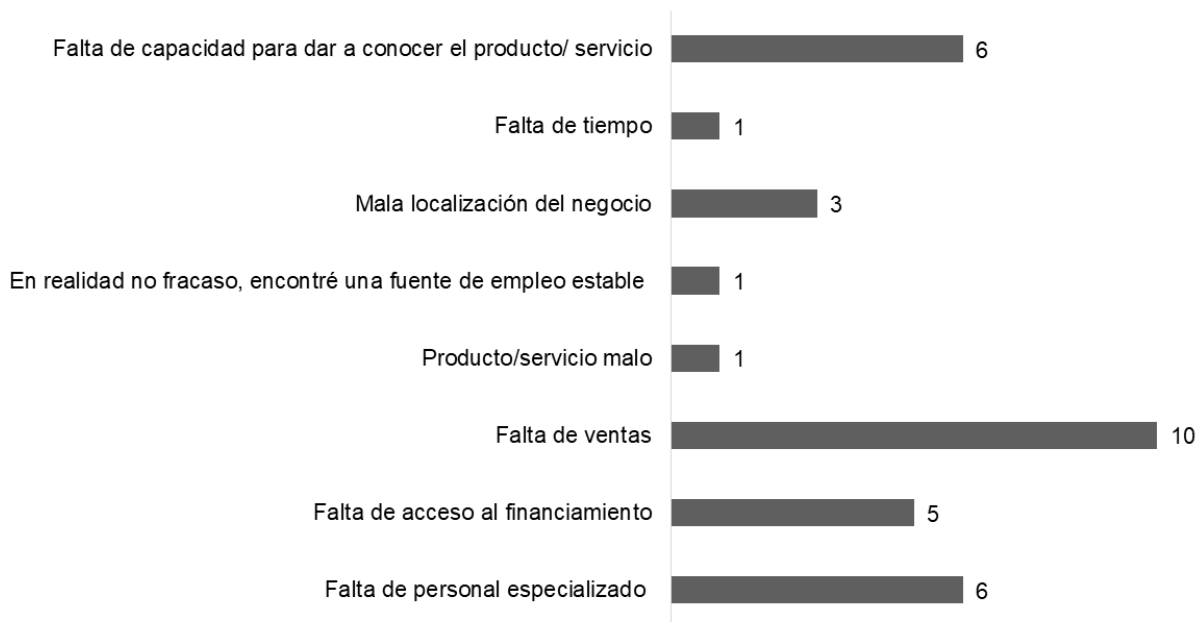
Fuente: Elaboración propia con base en datos de la encuesta aplicada.

**Gráfica 32. Si respondiste que sí, ¿Cuál fue tu experiencia en el emprendimiento?**



Fuente: Elaboración propia con base en datos de la encuesta aplicada.

**10.-Gráfica. 33 Si respondiste que fracasó, ¿cuál considera que fue el motivo de cierre?**



Fuente: Elaboración propia con base en datos de la encuesta aplicada.

En la gráfica 31 observamos que 81 personas habían emprendido antes de contar con su empresa actual, de las cuáles 33 fracasaron como se muestra en la gráfica 32, los emprendedores consideran que los motivos son los siguientes:

Una de las razones principales es la falta de ventas con una participación de 30.3%, falta de capacidad para dar a conocer el producto o servicio 18.2%, por ofrecer un mal producto o servicio 3%: es decir el 51.5% de los emprendedores reportó que su principal problema fue la falta de demanda, lo cual es consistente con lo que se postula en el pensamiento económico heterodoxo, como se muestra en (Valencia y Rosas). Es interesante observar cómo se relaciona la falta de ventas con la falta de capacidad para dar a conocer el producto/ servicio, de igual manera con la falta de personal especializado que represento el 18.2%; todas son características que pertenecen a los emprendimiento por necesidad, recordaremos que este tipo de emprendedores por lo regular ofrecen un producto/servicio en función a las habilidades y/o conocimientos que tienen y no precisamente porque es una necesidad detectada en el mercado, siendo la causa principal de la falta de ventas. Otro punto importante aquí es que suelen contratar a familiares o conocidos sin prestar atención en sí las funciones a desempeñar para el puesto empatan con sus habilidades.

Por otra parte la falta de acceso al financiamiento represento un 15.2%; la mala localización del negocio 9.1%, oportunidad de encontrar una fuente de empleo estable y falta de tiempo tres por ciento cada una. No obstante, refiriéndonos a la falta de financiamiento (ENAFIN) por INEGI (2018), únicamente el 18.6% de las empresas con una vida menor a los dos años obtuvo financiamiento y el resto que no lo usó se debe a las razones siguientes:

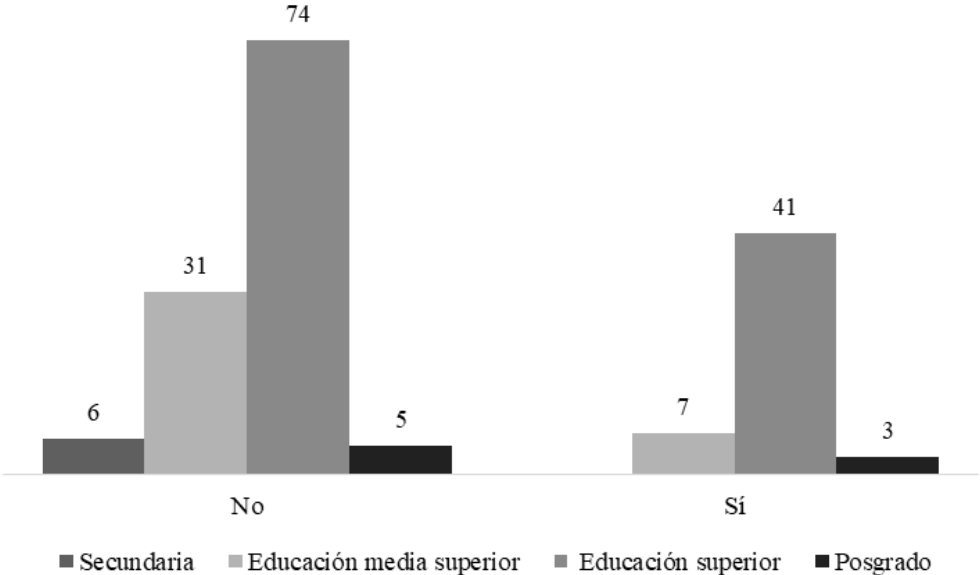
- 1.80% les fue negado
- 7.60% no cumplía con los requisitos
- 33.20% altas tasas de interés
- 54% no lo necesitaron

Los resultados son contundentes, la razón principal por la que no usaron el crédito fue que el 54% de los emprendedores no lo solicitaron desde el inicio de sus operaciones, aunque es una cifra menor al 60% en el 2015. El 63% de las microempresas no han solicitado un crédito desde



su nacimiento en comparación con el 31% de las medianas y 43% las grandes. En promedio los resultados de la encuesta sugieren que en su mayoría las personas que se encuentra excluidas es voluntariamente, de hecho el 59% de las microempresas que no han solicitado el financiamiento lo atribuye a las siguientes razones: no lo requieren, no les interesa o cuentan con otras fuentes.

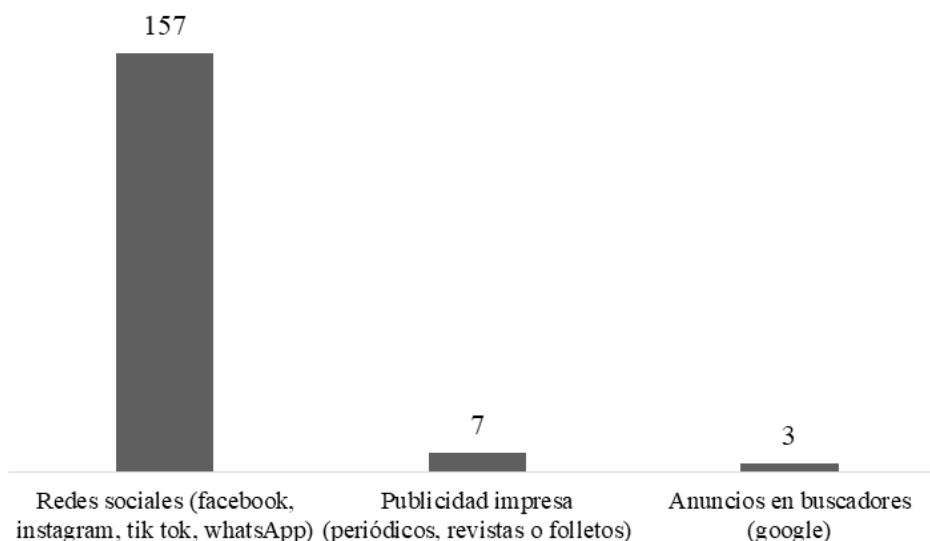
**Gráfica. 34 Usted realizó un estudio de mercado previo a la apertura del negocio**



Fuente: Elaboración propia con base en datos de la encuesta aplicada.

De acuerdo con las características de los emprendimientos por necesidad las personas emprenden sin hacer una investigación de mercado antes de lanzar su producto o servicio, pese a que en la gráfica 30 se resaltó una mayor presencia de razones por oportunidad, de las 167 personas que respondieron el cuestionario, el 69 % no realizó ninguna investigación.

**Gráfica. 35 ¿Cuál de los siguientes medios de comunicación utiliza para dar a conocer su producto o servicio?**



Fuente: Elaboración propia con base en datos de la encuesta aplicada.

La pandemia transformó la manera en la que vivíamos, los patrones de consumo y producción no se quedaron atrás, las implicaciones que tuvieron las medidas de seguridad y salud repercutieron de manera importante en la actividad económica, reflejándose en un declive de las ventas. Ante dicho escenario las empresas que ya utilizaban estrategias de marketing digital para relacionarse y vender lograron hacerle frente a los cambios abruptos del semáforo epidemiológico (Labrador, Suárez y Suárez, 2020). De hecho, en la gráfica anterior observamos que el 95% de la población utilizan las redes sociales para dar a conocer su producto o servicio, un cuatro por ciento utilizan la publicidad impresa y únicamente dos por ciento lo hace mediante anuncios en buscadores.

**Gráfica. 36 ¿Cuál de las siguientes opciones representan una limitante para el desarrollo de tu negocio?**

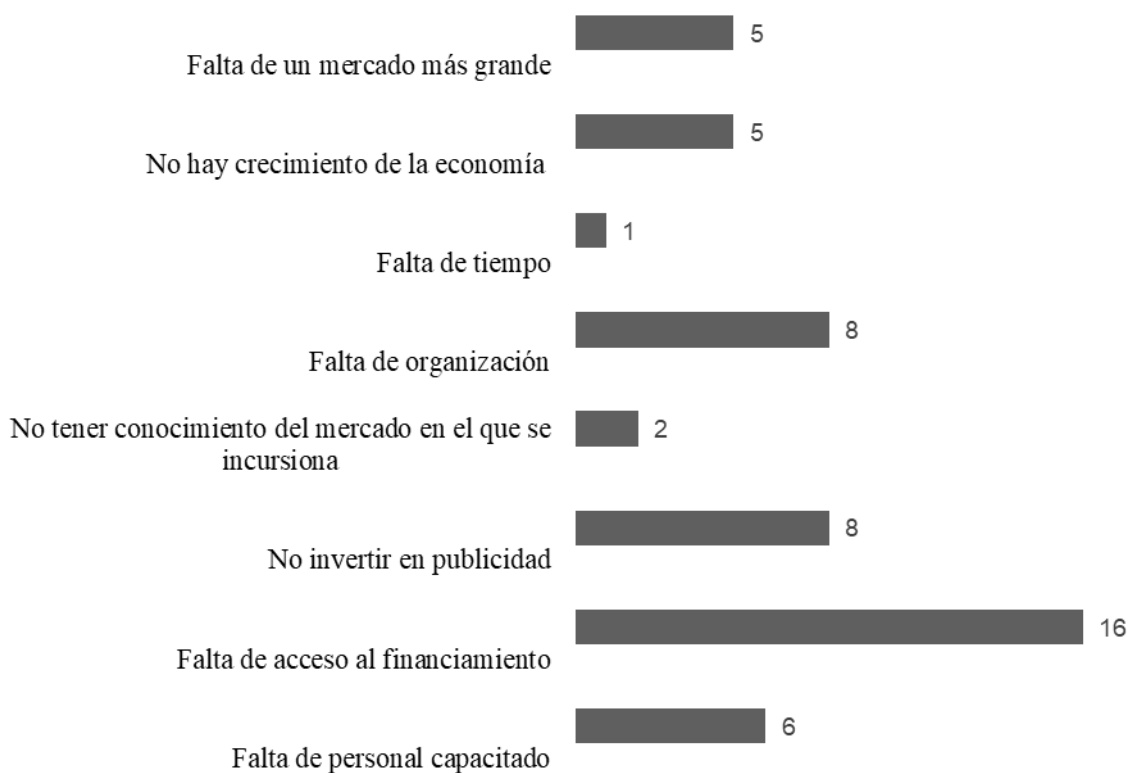


Fuente: Elaboración propia con base en datos de la encuesta aplicada.

La gráfica anterior nos brinda información sobre las limitantes a las que enfrentan los emprendedores de la Ciudad de México para realizar su actividad:

- El 25% se lo atribuye a no tener acceso al financiamiento,
- 22% a no invertir en publicidad,
- 17% tiene una mala organización,
- 9% a la falta de crecimiento en la economía,
- no cuentan con personal especializado y no hay conocimiento del mercado en el que están incursionando, cada una 7%;
- falta de tiempo y mala comunicación 2% cada una,
- no tener acceso a la tecnología y no tener limitantes, 1% cada una.

**Gráfica. 40 Si respondiste que habías hecho un estudio de mercado antes de lanzar tu producto/servicio al mercado, ¿a qué limitantes te enfrentas?**



Fuente: Elaboración propia con base en datos de la encuesta aplicada.

Lo que se pretende analizar en estas preguntas en conjunto es identificar cuáles son las limitantes de las personas que habían realizado un estudio de mercado antes de lanzar su producto o servicio. Los emprendedores que realizaron dicho estudio representan el 31% del total de la población. El 10% lo atribuye a la falta de acceso al financiamiento, el 5% a no invertir en publicidad, falta de organización 5%, falta de personal capacitado 4%, no hay crecimiento en la economía y falta de un mercado más grande 3% cada una, no tener conocimiento de mercado en el que se incursiona y no contar con tiempo para su negocio 1% cada una.

De hecho de acuerdo con (Echecopar et al., 2006) una de las principales razones de cierre de las empresas se debe a la falta de recursos financieros para gestionar sus proyectos. No obstante en la Encuesta Nacional de Financiamiento de las Empresas, el 54% de las empresas que no obtuvieron un crédito fue porque no lo requirieron, el 33.20% lo atribuye a los altos intereses, 7.60% no cumplían con los requisitos y únicamente el 1.80% les fue negado el financiamiento.

Por tanto, la alta probabilidad de que una empresa muera en sus primeros dos años no se le atribuye a la falta de acceso al financiamiento (INEGI, 2018).

En conclusión, la información anterior nos brinda la oportunidad de tener un acercamiento de lo que podría ser la situación de los emprendedores en la Ciudad de México, por lo que es importante tomarse con precaución una generalización de los resultados, debido a que no se reunió el número de respuestas planteadas originalmente por las razones antes expuestas. Sin embargo, encontramos información que es consistente con la teoría expuesta en el primero capítulo y trabajos más recientes.

Los resultados que obtuvimos de la primera pregunta con respecto a las motivaciones que tienen para formular proyectos de inversión en su mayoría fueron de emprendimientos por oportunidad, sin embargo la forma en la que se emprende tiene características de emprendimientos por necesidad, lo cual podemos observar en la gráfica 33, 34 y 35. Es decir, tiene el gusto por el emprendimiento, pero lo están ejecutando desde un enfoque de oferta.

Los emprendimientos con enfoque de oferta se fundamentan en la famosa ley de Say, la cual sostiene que la oferta crea su demanda, interpretándose cómo que cualquier producto/servicio que sea lanzando al mercado será demandado. Y por el contrario, crear un emprendimiento desde la perspectiva de demanda, en dónde ya existe una necesidad identificada en el mercado, faltando únicamente el satisfactor (producto/servicio) que cubra ese nicho de mercado desatendido. Han logrado resolver uno de los principales problemas a los que se enfrentan los emprendedores, a quien van a venderle su producto.

La diferencia entre ambos enfoques parte de un principio de causalidad, en donde el producto causa al nicho de mercado y en el segundo el nicho de mercado causa al producto. Tratando de llevar esta clasificación del emprendimiento a los enfoques de oferta y demanda, podemos decir que los emprendedores por oportunidad son aquellos que formulan proyectos de inversión con un enfoque de demanda, mientras que aquellos que lo hacen por necesidad son los que formulan el proyecto con un enfoque de oferta.

No obstante, ni siquiera en esta famosa Ley de Say se sostiene que la creación de un producto o servicio será capaz de crear un propio nicho de mercado. Más bien, lo que se está defendiendo en dicha ley, es que cuando se crea un producto, ese producto creará su propia demanda debido

a que va a requerir de una inversión inicial para comprar materia prima, maquinaria y mano de obra, todas necesarias para la creación de ese producto o servicio. Es decir, se demandarán cosas que ya existen en el mercado y que serán útiles para darle vida al nuevo bien o servicio. Sin embargo, en ningún caso, esto significa que el nuevo producto tendrá un éxito garantizado. Si este ocurriera, será solo por un carácter de casualidad más no de causalidad. (Valencia y Rosas, s.f.).

#### **4. Conclusiones**

A partir de los resultados que obtuvimos del cuestionario aplicado a las mipymes de la Ciudad de México, llegamos a las siguientes conclusiones. La motivación principal que la población indica para formular proyectos de inversión corresponde en un 60% a los emprendimientos por oportunidad, no obstante, las características de sus emprendimientos corresponden a los emprendimientos por necesidad. Es decir, tienen el gusto por el emprendimiento o negocios pero lo ejecutan con características de emprendimientos por necesidad. Lo cual podemos constatar en las siguientes preguntas.

En la pregunta 2, 3 y 4 analizamos el comportamiento de los negocios que habían realizado un emprendimiento antes de contar con su empresa actual, los datos son los siguientes:

- 81 personas habían emprendido antes de contar con su empresa actual, de los cuales 33 fracasaron por los siguientes motivos:

El principal problema al que se enfrentan los emprendedores es la falta de ventas en un 30%, falta de capacidad para dar a conocer el producto o servicio 18%; por ofrecer un mal producto o servicio 18%: en total un 66% de los encuestados reportó que su principal problema fue la falta de demanda, lo cual es consistente con lo que se postula en el pensamiento económico heterodoxo, como se muestra en (Valencia y Rosas, s.f.).

Por otra parte, las razones faltantes se distribuyeron de la siguiente forma: la falta de personal capacitado representó el 18%, falta de acceso al financiamiento 15%; mala localización del negocio 9%, oportunidad de encontrar una fuente de empleo estable y falta de tiempo 3% cada una.

Otra característica clave de la investigación, se encuentra en la pregunta número cinco que tiene relación con el estudio de mercado previo a la apertura del negocio, los resultados indican que el 69% de la población no lo realizaron y del 31% que sí lo realizó, el 25 por ciento corresponde a personas con un nivel universitario.

Aunque los fracasos no pueden evitarse por completo, las tasas de fracaso si se podrían reducir si sus causas son reconocidas y se toman medidas preventivas. A pesar de la gran variedad de factores que conllevan al fracaso de los negocios, se han podido detectar y agrupar algunos temas comunes (Pasanen, 2004); en la pregunta número 7 obtuvimos información respecto a las limitantes que los emprendedores tienen para desempeñar su actividad:

- 25% No contar con acceso al financiamiento,
- 22% no invierte en publicidad,
- 17% mala organización,
- 9% no hay crecimiento en la economía,
- 7% no cuentan con personal especializado/ no hay conocimiento del mercado en el que están incursionando,

Como se había mencionado, hay autores que coinciden en que una de las principales razones de cierre de las empresas se debe a la falta de recursos financieros para gestionar sus proyectos (Echecopar et al., 2006). Sin embargo, en la encuesta ENAFIN encontramos que únicamente el 1.80% les fue negado el financiamiento y el 54% de las empresas que no obtuvieron un crédito fue porque lo rechazaron voluntariamente. Por lo tanto, la probabilidad de que una empresa muera en sus primeros años no se debe a la falta de acceso al financiamiento (INEGI, 2018). Sin embargo, aunque tuvieran los recursos, no significa que su emprendimiento resulte exitoso, porque la principal razón que aseguran los emprendedores es la falta de demanda.

Otra de las características de los emprendimientos por necesidad se relaciona con las redes de contacto que tienen los emprendedores, pues suelen contratar a familiares y amigos. El 7% aseguro que una de las limitantes a las que se enfrentan es no contar con personal especializado y de las personas que no era su primer emprendimiento, en un 18% aseguro que no contaba con personal capacitado. Además que un 18% correspondía a no saber dar a conocer su producto, que al final resulta un total de 36% que no contratan a personal adecuado.

No obstante, existen factores externos a los que se enfrentan los emprendedores, por lo que debe

tomarse con seriedad los tipos de emprendimientos que se están formulando. El entorno en el que se desenvuelven las mipymes es cambiante y cada vez más competitivo. De hecho el 9% de los emprendedores lo atribuye a que no hay crecimiento en la economía. Sin embargo no es el único factor externo a considerar, pues gracias a la pandemia logramos hacer consciente lo importante que es la tecnología. Los patrones de consumo no fueron la excepción. Las empresas que no lograron adaptarse a los cambios son las que no lograron sobrevivir. Una de las ventajas que tienen los emprendedores es que el 95% ya utiliza las redes sociales para llegar a sus clientes. Sin embargo entre tanta competencia, se debe ser cauteloso a la hora de elegir el producto/servicio que queremos ofertar.

Es importante recordar no hacer una generalización de los resultados, ya que no obtuvimos el número que la muestra requería debido a los protocolos sanitarios ocasionados por la pandemia. No obstante, los resultados que obtuvimos son consistentes con diferentes trabajos citados a lo largo de la presente investigación.



## **5. Anexo Cuestionario: Tipos de emprendimiento que se formulan en la Ciudad de México.**

¿A qué rango de edad perteneces?

Grado de estudio

Sexo

1-. ¿Cuál de las siguientes razones te motivó a emprender?

2-. ¿Usted realizó algún emprendimiento antes de contar con su empresa actual?

3-. Si respondiste que sí. ¿Cuál fue tu experiencia en el emprendimiento?

4-. Si respondiste que fracasó ¿Cuál considera que fue el motivo de cierre?

5-. ¿Se realizó un estudio de mercado previo a la apertura del negocio?

6-. ¿Cuál de los siguientes medios de comunicación utiliza para dar a conocer su producto o servicio?

7-. ¿Cuál de las siguientes opciones representan una limitante para el desarrollo de tu negocio?

8.- Si respondiste que habías hecho un estudio de mercado antes de lanzar tu producto/servicio al mercado, ¿a qué limitantes te enfrentas?

## Bibliografía

- Acs, Z. J., & Amorós, J. E. (2008). Introducción: El proceso de creación de empresas. *Estudios de Economía*, 35(2), 121–132.
- Alcaraz Rodríguez, R. (2011). *El emprendedor de éxito*. Obtenido de [https://www.stodomingo.ute.edu.ec/content/102001-322-1-2-2-8/TEXTO\\_GUIA\\_1\\_El\\_e\\_m\\_p\\_r\\_e\\_n\\_d\\_e\\_d\\_o\\_r\\_de\\_E\\_x\\_i\\_t\\_o.pdf](https://www.stodomingo.ute.edu.ec/content/102001-322-1-2-2-8/TEXTO_GUIA_1_El_e_m_p_r_e_n_d_e_d_o_r_de_E_x_i_t_o.pdf)
- Almagro, B., Diáñez González, J., Camelo Ordaz, C., & Ruiz Navarro, J. (2016). *Dinámica empresarial*. Obtenido de <https://presidencia.gva.es/documents/166658342/166724221/Ejemplar+399/1b1070ad-9ec1-4243-a3e8-48c3390385f0>
- Almodóvar, M. (2018). Tipo de emprendimiento y fase de desarrollo como factores clave para el resultado de la actividad emprendedora. *Cuadernos de Relaciones Laborales*, 36(2), 225–244. <https://doi.org/10.5209/crla.60695>
- Altman, E. (1968). *Financial Ratios, Discriminant Analysis and the Prediction of Corporate Bankruptcy*. Obtenido de *The Journal of Finance* 23(4), 589–609: <https://doi.org/10.2307/2978933>
- Alvarez-Sousa, A. (2019). *Emprendedores por necesidad. Factores determinantes*. Revista Española de Investigaciones Sociológicas. <https://doi.org/10.5477/cis/reis.166.3>
- Amorós, José E., & Acha, A. (2014). *GEM GLOBAL ENTREPRENEURSHIP MONITOR REPORTE NACIONAL DE CHILE 2013*. <https://negocios.udd.cl/gemchile/files/2014/10/GEM-Chile-2012-Reporte-Aspiracion-Emprendedora.pdf>
- Amorós, José Ernesto, & Poblete Cazenave, C. (2013). *Global Entrepreneurship Monitor Aspiraciones de los Emprendedores en Chile y el Mundo 2012*. 32. <https://negocios.udd.cl/gemchile/files/2014/10/GEM-Chile-2012-Reporte-Aspiracion-Emprendedora.pdf>
- Amorós, José Ernesto, Fernández, C., & Tapia, J. (2012). Quantifying the relationship between entrepreneurship and competitiveness development stages in Latin America. *International Entrepreneurship and Management Journal*, 8(3), 249–270. <https://doi.org/10.1007/s11365-010-0165-9>
- Aparicio, S., David, U., & Audretsch, D. (2016). Factores institucionales, oportunidades de emprendimiento y crecimiento económico: evidencia de datos de panel. *Previsión tecnológica y cambio social vol. 102*, 45-61.
- Azqueta, D. de A. A. (2017). *El concepto de emprendedor: origen, evolución e introducción*. El Desafío de Emprender En La Escuela Del Siglo XXI. [https://idus.us.es/bitstream/handle/11441/74177/El concepto de emprendedor origen%2C evolución e introducción.pdf?sequence=1&isAllowed=y](https://idus.us.es/bitstream/handle/11441/74177/El%20concepto%20de%20emprendedor%20origen%20evolucion%20e%20introduccion.pdf?sequence=1&isAllowed=y)

- Calvo García, M. (1997). *Tamaño, antigüedad y fracaso empresarial*. Obtenido de [https://www.uv.es/catedra-aeca/workshop/files/files/SP1\\_Calvo\\_Garcia\\_Madrid.pdf](https://www.uv.es/catedra-aeca/workshop/files/files/SP1_Calvo_Garcia_Madrid.pdf)
- Chiatchoua, Cesaire; Castañeda-González, Y. (2015). *Influencia de las MIPyMES en la generación de empleos en la región XI Texcoco, Estado de México (2000-2010)*. Quivera. <https://www.redalyc.org/pdf/401/40143424004.pdf>
- DEL, I. D. I. L., & REPÚBLICA, S. D. LA. (2002). *MICRO, PEQUEÑAS Y MEDIANAS EMPRESAS EN MÉXICO. EVOLUCIÓN, FUNCIONAMIENTO Y PROBLEMÁTICA*. <http://bibliodigitalibd.senado.gob.mx/bitstream/handle/123456789/1718/MPYMEM.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Dépaz D., C., & Lupaca L, R. (2016). Orígenes, definición y modelos de fracaso empresarial: una revisión teórica. *Revista Valor Contable*, vol. 3, núm. 1, 49-58.
- Díaz de León, D., & Cancino, C. (2014). *De emprendimientos por necesidad a emprendimientos por oportunidad: Casos rurales exitosos*. Obtenido de <http://www.cid.uchile.cl/wp/WP-2014-02.pdf>
- Díaz de León, D., & Cancino, C. A. (2014). De emprendimientos por necesidad a emprendimientos por oportunidad: Casos rurales exitosos. *Multidisciplinary Business Review*, 7(Diciembre), 48–56. <http://www.cid.uchile.cl/wp/WP-2014-02.pdf>
- Dini, M., & Stumbo, G. (agosto de 28 de 2020). *Mipymes en América Latina: un frágil desempeño y nuevos desafíos para las políticas de fomento*. Obtenido de [https://repositorio.cepal.org/bitstream/handle/11362/44148/S1900361\\_es.pdf?sequence=1&isAllowed=y](https://repositorio.cepal.org/bitstream/handle/11362/44148/S1900361_es.pdf?sequence=1&isAllowed=y)
- Echecopar, G., Angelelli, P., Galleguillos, G., & Schorr, M. (2006). Capital semilla para el financiamiento de las nuevas empresas: Avances y lecciones aprendidas en América Latina. *Bid*, 39. <https://publications.iadb.org/handle/11319/5112?locale-attribute=es&>
- El periódico de México. (2007). *La mortalidad de las empresas en México*. 0(0). [http://aliat.org.mx/BibliotecasDigitales/economico\\_administrativo/Administracion\\_de\\_pequenas\\_empresas.pdf](http://aliat.org.mx/BibliotecasDigitales/economico_administrativo/Administracion_de_pequenas_empresas.pdf)
- ENAPROCE. (2018). *Instituto Nacional de Estadística y Geografía*. <https://www.inegi.org.mx/programas/enaproce/2018/>.
- Espinosa, F., Molina, Z., & Vera Colina, M. (2015). Fracaso empresarial de las pequeñas y medianas empresas (pymes) en Colombia. *uma de Negocios*, 6(13), 29–41.
- Everett, J., & Watson, J. (1998). *Fracaso de pequeñas empresas y factores de riesgo externos. Economía de la pequeña empresa 11*. Obtenido de p. 371.390.: <https://doi.org/10.1023/A:1008065527282>
- Giacomin, O., Guyot, J.-L., Janssen, F., & Lohest, O. (2007). *NOVICE CREATORS: PERSONAL IDENTITY AND PUSH PULL DYNAMICS*. <http://www.crecis.be>

- Giacomin, Oliver and Jassen, Frank and Guyot, & Jean an luc and, L. (2011). *¿Emprendimiento de oportunidad y/o necesidad? El impacto de las características socioeconómicas de los emprendedores*. Obtenido de [https://mpra-ub-uni--muenchen-de.translate.google/29506/?\\_x\\_tr\\_sl=en&\\_x\\_tr\\_tl=es&\\_x\\_tr\\_hl=es-419&\\_x\\_tr\\_pto=sc](https://mpra-ub-uni--muenchen-de.translate.google/29506/?_x_tr_sl=en&_x_tr_tl=es&_x_tr_hl=es-419&_x_tr_pto=sc)
- Giacomin, Olivier and Janssen, Frank and Guyot, Jean-luc and Lohest, O. (2011). Opportunity and/or necessity entrepreneurship? The impact of the socio-economic characteristics of entrepreneurs - Munich Personal RePEc Archive. *Munich Personal RePEc Archive*, 29506. <https://mpra.ub.uni-muenchen.de/29506/>
- Gómez García, S., & Murillo M., M. (2019). *Fracaso empresarial: evolución histórica y aportes a su definición*. Obtenido de Revista a las contribuciones a la economía (enero-marzo): <https://www.hacienda.go.cr/Sidovih/uploads//Archivos/Articulo/fracaso-empresarial.pdf>
- González D., J., Cuisman, K., & Hernández, P. (2017). *PERDURABILIDAD EMPRESARIAL DE LAS MIPYMES DE LA CIUDAD DE CARTAGENA: UN ESTUDIO DE CASO*. Obtenido de p.3: <http://ciani.bucaramanga.upb.edu.co/wp-content/uploads/2017/10/JaimeEduardoGonzalez.docx.pdf>
- González, C., & Fuentelsaz, L. (2015). El fracaso emprendedor a través de las instituciones y la calidad del emprendimiento. *Universia Business Review*, 47, 64–81. <https://www.redalyc.org/pdf/433/43341001004.pdf>
- H., A. (1993). *La condición humana*. [www.planetadelibros.com](http://www.planetadelibros.com)
- Hernández, R. (2013). *VI REUNIÓN TÉCNICA INTERNACIONAL RED FAEDPYME*. Obtenido de Actividad Emprendedora y Desarrollo Económico. GEM - AUIP: [https://www.auiip.org/reunion\\_internacional/web/ponencias/Ponencia\\_Ricardo\\_Hernandez.pdf](https://www.auiip.org/reunion_internacional/web/ponencias/Ponencia_Ricardo_Hernandez.pdf)
- Hyewon , Y., & Zheng , G. (2010). *Predicting Korean lodging firm failures: An artificial neural network model along with a logistic regression model*. Obtenido de International Journal of Hospitality Management 29 120–127: <https://isiarticles.com/bundles/Article/pre/pdf/1374.pdf>
- Ibarra, A. (2001). *Análisis de las dificultades financieras de las empresas en una economía emergente: Las bases de datos y las variables independientes en el sector hotelero de la bolsa mexicana de valores*. Obtenido de Tesis doctorals en xarxa : <https://www.tdx.cat/handle/10803/3941#page=1>
- INEGI. (2 de Diciembre de 2020). Obtenido de [https://inegi.org.mx/contenidos/saladeprensa/boletines/2020/OtrTemEcon/ECOVID-IE\\_DEMOGNEG.pdf](https://inegi.org.mx/contenidos/saladeprensa/boletines/2020/OtrTemEcon/ECOVID-IE_DEMOGNEG.pdf)
- INEGI. (2006). *Micro, pequeña, mediana y gran empresa: Estratificación de los establecimientos*.

- INEGI. (2015). *Micro, pequeña, mediana y gran empresa Estratificación de los establecimientos Censos Económicos 2014*.  
[http://internet.contenidos.inegi.org.mx/contenidos/productos/prod\\_serv/contenidos/espanol/bvinegi/productos/nueva\\_estruc/702825077952.pdf](http://internet.contenidos.inegi.org.mx/contenidos/productos/prod_serv/contenidos/espanol/bvinegi/productos/nueva_estruc/702825077952.pdf)
- INEGI. (2018). *Encuesta Nacional de Financiamiento de las Empresas*. Obtenido de [https://www.gob.mx/cms/uploads/attachment/file/498792/REPORTE\\_ENAFIN2018.pdf](https://www.gob.mx/cms/uploads/attachment/file/498792/REPORTE_ENAFIN2018.pdf)
- Instituto Nacional de Estadística y Geografía. (2020). Censos Económicos 2019 Resultados Definitivos. In *Censos 2019* (Vol. 26).  
[https://www.inegi.org.mx/contenidos/productos/prod\\_serv/contenidos/espanol/bvinegi/productos/nueva\\_estruc/889463901150.pdf](https://www.inegi.org.mx/contenidos/productos/prod_serv/contenidos/espanol/bvinegi/productos/nueva_estruc/889463901150.pdf)
- Jaume, V., Claudio, C., Albert, T., Eduardo, J., Miguel, C., & Esther, H. (2012). *Causas de fracaso de los emprendedores*. España: NETBIBLO. Obtenido de [file:///C:/Users/PC/Downloads/causas\\_de\\_fracaso\\_de\\_los\\_emprendedores.pdf](file:///C:/Users/PC/Downloads/causas_de_fracaso_de_los_emprendedores.pdf)
- Jiménez, Aurelio. (21 de noviembre de 2012). *El blog salmón*. Obtenido de <https://www.elblogsalmon.com/historia-de-la-economia/la-evolucion-historica-del-concepto-de-empresa#:~:text=El%20crecimiento%20de%20las%20empresas,unidad%20financiera%20y%20de%20decisi%C3%B3n>.
- Kantis, H., Angelelli, P., & Gatto, F. (2000). *Nuevos emprendimientos y emprendedores: ¿De qué depende su creación y supervivencia? Explorando el caso Argentino Small p.30*. Obtenido de Argentina: Laboratoria de investigación sobre Tecnología, Trabajo, Empresa y Competitividad. .
- Larroulet, C., & Juan Pablo, C. (2009). *Entrepreneurship and Growth: A Latin American Paradox?* Obtenido de <https://repositorio.udd.cl/bitstream/handle/11447/91/pwp07.pdf;sequence=1>
- Liñán, F., Fernández Serrano, J., & Romero, I. (2013). *Necessity and Opportunity Entrepreneurship: The Mediating Effect of Culture Revista de Economía Mundial, núm. 33*. Obtenido de <https://www.proquest.com/docview/2151417497>
- Lizano, M. M., Ochovo, R. B., & Pérez De Lema, D. G. (2010). Diferentes procesos de fracaso empresarial. Un análisis dinámico a través de la aplicación de técnicas estadísticas clúster. *Revista Europea de Dirección y Economía de La Empresa, 19*(3), 67–88.
- Lizarraga, F. (1997). *Utilidad de la información contable en el proceso de fracaso: Análisis del sector industrial de la mediana empresa española*. Obtenido de Revista Española de Financiación y Contabilidad, Vol. XXVI, núm. 92, octubre-diciembre.
- Macías Molina, J. A. (2015). *Análisis Longitudinal Del Fracaso Del Franquiciador En El Sistema De Franquicia Español*.

- Maté Sánchez -Val, M., López Hernández, F., & Rodríguez Fuentes, C. (2017). *El contagio en el fracaso empresarial como consecuencia de la proximidad geográfica: un análisis con los estadísticos join-count aplicados al sector servicios*. Obtenido de Revista de Métodos Cuantitativos para la Economía y la Empresa, vol. 23, 2017, pp. 75-97.: <https://www.redalyc.org/pdf/2331/233151826004.pdf>
- Mill, J. S. (1984). *El Utilitarismo*. Editorial Alianza.
- Minniti, M. (2012). *El emprendimiento y el crecimiento económico de las naciones*. Economía Industrial. [https://www.mincotur.gob.es/Publicaciones/Publicacionesperiodicas/EconomiaIndustrial/RevistaEconomiaIndustrial/383/María Minnit.pdf](https://www.mincotur.gob.es/Publicaciones/Publicacionesperiodicas/EconomiaIndustrial/RevistaEconomiaIndustrial/383/María%20Minniti.pdf)
- Mora, A. E. (1994). Limitaciones metodológicas de los trabajos empíricos sobre la predicción del fracaso empresarial. *Revista del Centro de investigación Universidad La Salle XXIV*, 709-732.
- Morales Nájjar, I. (2011). Las Pymes en México, entre la creación fallida y la destrucción creadora. *Economía Informa*, 366, 39–48.
- Mures, J., & García, A. (2004). *Factores determinantes del fracaso empresarial en Castilla y León*. *Revista de Economía y Empresa*, XXI. Obtenido de <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=1976597>
- Naranjo, E. E., López, L. N., & Marcia, E. C. (2015). *GEM Reporte Nacional 2015 México*.
- Nuño De León, P. D. R. (2012). Administración de Pequeñas Empresas. In *Administración de pequeñas empresas*.
- Pasanen, M. (2004). *Tracking small business failure factors and trajectories*. Paper presentado en el RENT Conference, Copenhagen.
- Reynolds, P.D., Bygrave, W.D., Autio, E., Cox, L.W. y Hay, M. (2005). “*Global entrepreneurship\_rship Monitor: 2002 executive report*”. Kansas City: Kauffman Center for Entrepreneurial Leadership.
- Romero E., F., Melgarejo M., Z., & Vera C., M. (2015). *Fracaso empresarial de las pequeñas y medianas empresas (pymes) en Colombia*. Obtenido de Suma de Negocios, vol. 6, núm. 13, pp. 29-41Fundación Universitaria Konrad Lorenz: <https://www.redalyc.org/journal/6099/609964673004/html/>
- Romero Espinosa, F. (2013). Variables financieras determinantes del fracaso empresarial para la pequeña y mediana empresa en Colombia: análisis bajo modelo Logit. *Pensamiento & Gestión*, 6276(34), 235–277. <http://search.ebscohost.com/login.aspx?direct=true&db=bth&AN=91100297&lang=es&site=ehost-live>
- Samuelson, P., & Nordhaus, W. (2006). Mc Graw Hill. En *Economía* (pág. 4).

- Say, J.-B. (1821). *Tratado de economía política o exposición sencilla del modo con que se forman, se distribuyen y se consumen las riquezas*. Madrid: Imprenta de Fermín Villalpando.  
[http://data.cervantesvirtual.com/manifestation/698003?\\_ga=2.167378429.299142451.1628704907-1525054453.1613350302](http://data.cervantesvirtual.com/manifestation/698003?_ga=2.167378429.299142451.1628704907-1525054453.1613350302)
- Shane, S. (2009). Why encouraging more people to become entrepreneurs is bad public policy. *Small Business Economics*, 33(2), 141–149. <https://doi.org/10.1007/s11187-009-9215-5>
- Shapero, A. y Sokol, L. (1982). *Las dimensiones sociales del espíritu empresarial*. En CA Kent, DL Sexton y KH Vesper (Eds.). *Enciclopedia de Emprendimiento*. Englewood Cliffs, Nueva Jersey: Prentice-Hall,.
- Susetty, G., & Leyva, G. (2019). Usefulness and Usage of Corporate Failure Prediction Models in Cooperatives. *Scielo*, 13, 1–13. <http://scielo.sld.cu/pdf/cofin/v13s1/2073-6061-cofin-13-s1-e13.pdf>
- Tapia, D. J. P. W., & Turizo Tapia, H. F. (2007). *EMPRENDEDOR Y EMPRESARIO UNA CONSTRUCCIÓN DESDE LA DINÁMICA DEL PENSAMIENTO ECONÓMICO*. 2(1), 32.
- Terán, E., & Guerrero, A. (2020). Teorías de emprendimiento: revisión crítica de la literatura y sugerencias para futuras investigaciones. *Revista Espacios*, 41, 7-undefined. [https://www.researchgate.net/publication/339712808\\_Teorias\\_de\\_emprendimiento\\_revision\\_critica\\_de\\_la\\_literatura\\_y\\_sugerencias\\_para\\_futuras\\_investigaciones](https://www.researchgate.net/publication/339712808_Teorias_de_emprendimiento_revision_critica_de_la_literatura_y_sugerencias_para_futuras_investigaciones)
- Terán, Eduardo, & Guerrero, A. (2019). ¿Emprendimiento por oportunidad o por necesidad? Estudio comparativo entre países. *Mikarimin. Revista Científica Multidisciplinaria*, 77–88.
- Tomta, D., & Chiatchoua, C. (2009). Cadenas productivas y productividad de las mipymes. In *Criterio Libre* (Vol. 7, Issue 11). <https://biblat.unam.mx/hevila/Criteriolibre/2009/vol7/no11/6.pdf>
- Ulmer, M., & Nielsen, A. (Abril de 1947). *Ulmer, M. J., & Nielsen, A. (1947) "Business Turn-Over and Causes of Failure" Survey of Current*. Obtenido de *Business Turn-Over and Causes of Failure Survey of Current Business* p. 10-16.
- Valencia A., R., & Rosas C., R. (s.f.). Discusión entre el enfoque de oferta y demanda en la formulación y evaluación de proyectos de inversión. 18.
- Valls Pasola, J., Cruz, C., Torruella, A., Juanes, E., Canessa, M., & Hormiga, E. (2012). Causas del fracaso de los emprendedores. In *Causas del fracaso de los emprendedores*. <https://doi.org/10.4272/978-84-15562-45-0>
- Van der Zwan, P., Thurik, R., Verheul, I., & Hessels, J. (2016). Factors influencing the entrepreneurial engagement of opportunity and necessity entrepreneurs. *Eurasian Business Review*, 6(3), 273–295. <https://doi.org/10.1007/s40821-016-0065-1>

Vázquez Moreno, J. (2015). *El emprendimiento empresarial: La importancia de ser emprendedor*. Obtenido de <https://books.google.com.ec/books?id=fYfJCgAAQBAJ&pg=PA13&lpg=PA13&dq=Em#v=onepage&q=Em&f=false>

Watson, J., & Everett, J. (1998). *Fracaso de pequeñas empresas y factores de riesgo externos*. Obtenido de <https://link.springer.com/article/10.1023/A:1008065527282>