

Análisis comparativo del desempeño de emprendimiento de personas indígenas en México de 2016 a 2022.

A comparative analysis of entrepreneurship performance among Indigenous People from Mexico from 2016 to 2022

Karina Isabel Salinas Solís¹
Moises Librado Gonzalez²
Roberto Ivan Fuentes Contreras³

Recibido: 25/11/2024
Revisado: 09/12/2024
Aceptado: 17/04/2025

Revista RELAYN, Administración y Negocios en Latinoamérica.

Disponible en:
<https://iuatroeditores.org/revista/index.php/relayn/index>

<https://doi.org/10.46990/relayn.2025.9.2.2151>



Resumen

El objetivo de esta investigación es estimar las diferencias en el nivel de ventas entre negocios operados por personas que se autoidentifican como indígenas (EI) y aquellos que no (ENI), controlando, por el sector en el que opera, el negocio y el nivel de escolaridad del propietario. Para ello, se empleará un análisis de varianza (ANOVA) con el propósito de comparar las medias entre los grupos analizados y las diferencias honestamente significativas de Tukey (HSD), a fin de determinar la magnitud y dirección de estas diferencias. Los resultados del estudio revelan que las empresas lideradas por personas indígenas tienen ventas del 26 % por debajo del promedio general. Si se controlan por el sector económico en el que operan y el nivel educativo del emprendedor, esta diferencia se mantiene.

Palabras clave

Emprendimiento, autoempleo, personas indígenas

Abstract

The objective of this research is to estimate the differences in sales levels among businesses operated by people self-determined as Indigenous People (IP) and those who do not (non Indigenous People, NIP), controlling for the sector in which they operate, the business and the owner's educational level. To do so, a variance analysis (ANOVA) will be employed to compare the means among the groups analyzed and the openly significant differences of Tukey Test (HSD), to determine the magnitude and direction these differences have. The outcomes reveal that businesses headed by Indigenous People account for 26% sales below the overall average. If they were to be controlled by the economic sector in which they operate and the entrepreneurs' educational level, this outcome is sustained.

Keywords

Entrepreneurship, self-employment, Indigenous People

Introducción

Se estima que, en México, 23.2 millones de personas mayores de 3 años se autoidentifican como indígenas, según el Censo de Población y Vivienda 2020, lo que equivale al 19.4 % de la población total del país. La cuantificación de este grupo de personas es compleja y varía en función de su conceptualización. A escala comunitaria, se pueden identificar con base en antecedentes históricos, culturales, lingüísticos, territoriales, religiosos, entre otros. A escala individual, una persona indígena es aquella que se autoidentifica como parte de estas poblaciones indígenas (ONU, 1983).

Según la evidencia disponible, la pobreza y la pertenencia a una comunidad indígena están positivamente relacionadas. A escala internacional, las personas que pertenecen a algún pueblo indígena tienen una mayor probabilidad de vivir en pobreza en comparación con las personas no indígenas del mismo país (Psacharopoulos y Patrinos, 1994; Hall y Patrinos, 2006). En México, el 71.9 % de la población indígena se encontraba en situación de pobreza moderada y el 28.5 % en pobreza extrema, en contraste con la población no indígena, donde el 39.5 % vive en pobreza y el 6.3 % en pobreza extrema (CONEVAL, 2022). Esta situación se asocia a una variedad de factores que incluye la marginación histórica, la falta de acceso a la educación y la atención médica, así como las limitadas oportunidades económicas.

Existe un interés creciente en la relación entre emprendimiento y pobreza debido a su impacto potencial en el desarrollo económico, la innovación y el acceso a recursos (Moradi et al., 2020). Por ello, el emprendimiento se ha planteado como una posible solución para mitigar la pobreza (Yunus, 1998; Álvarez y Barney, 2014). En este contexto, es fundamental considerar factores como el acceso a recursos financieros, el apoyo gubernamental, la capacitación y el entorno empresarial en general.

En este mismo marco, el concepto de emprendimiento indígena ha cobrado relevancia. Se argumenta que el emprendimiento en poblaciones indígenas promueve la autodeterminación, la independencia económica y la preservación de tradiciones en sus comunidades (Henry et al., 2018). Sin embargo, los objetivos y resultados de empresas, organizaciones o regiones dirigidas u operadas por personas indígenas, en comparación con otros tipos de liderazgo, han sido poco explorados para el caso mexicano.

En las sociedades indígenas, las actividades económicas y empresariales están entrelazadas e “incrustadas” en los aspectos sociales y culturales de la sociedad. Estas características pueden influir directa o indirectamente en el desempeño, no por falta de capacidad del emprendedor, sino porque tiene objetivos distintos o más amplios que un empre-

dimiento tradicional, como lo son las relaciones personales, incluyendo el intercambio y valores; por ejemplo, la reciprocidad por encima de la búsqueda exclusiva de beneficios económicos (Cahn, 2008).

Este tipo de emprendimiento se distingue por el uso de conocimientos ecológicos tradicionales en la conservación de la biodiversidad, la participación en mercados de gestión de tierras y la creación de áreas de conservación gestionadas o cogestionadas por indígenas (Hill et al., 2013). A diferencia del emprendimiento convencional, que suele centrarse en el beneficio individual, el emprendimiento indígena pone un fuerte énfasis en el bienestar de la comunidad (Dana, 2015).

Es necesario profundizar en el conocimiento sobre la relación entre variables de desempeño, como el nivel de ventas, la productividad o la participación en el mercado, y el hecho de que estas empresas o emprendimientos sean liderados por personas indígenas. Explorar esta relación podría ayudar a identificar si existen diferencias significativas, comprender sus causas y, en caso necesario, proponer acciones para reducir las brechas de desigualdad.

El objetivo de esta investigación es estimar las diferencias en el nivel de ventas entre negocios operados por personas que se autoidentifican como indígenas y aquellos que no. Para ello, se controlará el análisis por el sector en el que opera el negocio y el nivel de escolaridad del dueño, utilizando la información disponible en las Encuestas Nacionales de Ingreso y Gasto de 2016 a 2022.

Revisión de la Literatura

Sobre las personas indígenas

El derecho internacional, mediante instrumentos como el Convenio 169 de la Organización Internacional del Trabajo y la Declaración de las Naciones Unidas sobre los Derechos de los Pueblos Indígenas, proporciona una base jurídica para definir a las personas indígenas. Estos instrumentos destacan elementos como: a) descendencia directa de las poblaciones que habitaban el territorio antes de la llegada de los colonizadores y b) el mantenimiento de sus instituciones sociales, económicas, culturales y políticas propias, aunque éstas hayan sido modificadas a lo largo del tiempo.

Esta conceptualización presenta varios retos. Identificar a los pobladores “originales” de una región puede ser una tarea compleja que depende del marco temporal que se utilice, ya que, incluso antes de la colonización, existían dinámicas de conquista, desplazamiento y sometimiento. Por otro lado, delimitar hasta qué punto una institución puede “modificarse” antes de dejar de ser considerada indígena es un desafío significativo.

Identificar a un individuo como persona indígena es un proceso que debe tratarse desde múltiples perspectivas y con cautela. Según

Stavenhagen (1992), “la indigeneidad es el resultado de políticas gubernamentales impuestas desde arriba y desde fuera”, caracterizadas por un proceso de injusticias históricas, despojo y servidumbre.

Bonfil (2020) propone una distinción entre “indígena” y “grupo étnico”. En el caso del primer término, lo asocia con la colonización y lo considera conceptualmente superior a la etnia, en el sentido de que puede agrupar a una o varias etnias que, a su vez, son subconjuntos dentro de una sociedad más amplia. Por otro lado, el término “grupo étnico”, según este autor, hace referencia a una “unidad histórica específica que tiene un pasado común y una serie de códigos de comunicación y relaciones particulares y distintivas”.

Se ha propuesto que conceptos como autoctonía, resiliencia cultural y conciencia colectiva, son elementos que explican las conexiones profundas que los indígenas mantienen con sus tierras ancestrales y patrimonio cultural (Ray, 2024). definiciones como urbanismo indígena intentan incorporar las dinámicas geográficas actuales, pues postulan una relación dialéctica entre la indigenidad y el urbanismo, marcando ambos conceptos como constantemente en flujo y abiertos a la impugnación (Dorries, 2023).

En general, cualquier intento de definir a la población indígena, basándose en un solo criterio, se considera insuficiente; por ello, se descartan categorizaciones que se fundamentan únicamente en aspectos como lengua o región. No obstante, al intentar estimar el tamaño de esta población mediante encuestas de ingreso o censos poblacionales, es necesario formular preguntas específicas que capten la complejidad de la designación indígena. En este sentido, la opinión del propio entrevistado puede reunir las múltiples dimensiones de la identidad indígena por medio de una pregunta de autoadscripción (Wilson, 2001).

La autoadscripción se basa en la teoría de la identidad social, la cual sugiere que los individuos se categorizan a sí mismos como pertenecientes a varios grupos, como un grupo profesional, una base de fans de una banda de pop en particular, o como personas con o sin hijos. Junto con esta autocategorización, los individuos también evalúan los grupos a los que sienten pertenecer (grupos internos) y los grupos de los que no se consideran miembros (grupos externos) (Trepte y Loy, 2017). Este tipo de categorización es la que se empleará en este trabajo.

Sobre el emprendimiento y autoempleo

Desde los primeros estudios sobre emprendimiento, se ha establecido la idea del emprendimiento como una acción intrínsecamente asociada al cambio, la creatividad y la innovación. Schumpeter (1911) lo denominó “destrucción creativa”, refiriéndose al acto de ofrecer bienes o servicios que desplazan a los existentes, creando o segmentando nuevos mercados.

Baumol clasifica el emprendimiento según su objetivo. El emprendimiento productivo es aquel que contribuye al bienestar social, in-

cluyendo la introducción de nuevos productos o procesos de producción. Por otro lado, el emprendimiento improductivo está dirigido a obtener transferencias, generalmente mediante la búsqueda de rentas o la violencia. El emprendimiento se vuelve destructivo cuando se gastan recursos en la captura de rentas o en la expropiación de riqueza (Baumol, 1996). Mientras que el emprendimiento improductivo puede resultar en ineficiencias económicas y una distribución subóptima de recursos, el emprendimiento destructivo tiene consecuencias más graves, como el daño ambiental, las pérdidas económicas sustanciales y el deterioro social. El emprendimiento improductivo suele operar dentro de los límites de la ley, aunque a veces en una zona gris, aprovechando lagunas o ineficiencias. El destructivo, en cambio, frecuentemente involucra actividades ilegales.

Se ha planteado que los autoempleados deberían ser entendidos como un segmento del mercado laboral cualitativamente distinto de las categorías tradicionalmente definidas de “empleado” o “empleador”, debido a las inconsistencias que se han identificado entre las preferencias del autoempleado y su condición de vulnerabilidad (Cieřlik y Van Stel, 2024).

Estudios empíricos han mostrado que la decisión de autoemplantarse tiene impactos económicos negativos. Los ingresos de una persona pobre autoempleada en Estados Unidos en comparación con un empleado de bajos ingresos es menor entre el 12 y 43 %, entre 2010 y 2019; además los autoempleados tienen menos probabilidad de pertenecer a una minoría racial o étnica: tienden a contar con un mayor nivel de educación formal y es más probable que sean dueños de sus casas (Fisher et al., 2024). Lo anterior invita a explorar con mayor profundidad las motivaciones de los autoempleados con el fin de, en caso de que aquí así lo requieran, fomentar acciones para su desarrollo.

En un análisis que incorpora la relación entre desarrollo institucional, emprendimiento y valor social, se identifica que un marco institucional adecuado permite que el emprendimiento genere valor social a nivel agregado. Sin embargo, los emprendedores a escala individual pueden tanto crear como destruir valor social (Lucas y Fuller, 2017). Este análisis subraya la importancia de una regulación adecuada y la asignación de recursos financieros a proyectos que no sólo generen valor social a nivel agregado, sino también a escala empresarial.

De manera complementaria, se ha desarrollado el concepto de emprendimiento evasivo, definido como “una actividad empresarial impulsada por la búsqueda de ganancias en el mercado que busca eludir el marco institucional existente utilizando innovaciones para explotar las contradicciones en ese marco” (Elert y Henrekson, 2016). En mercados laborales poco flexibles, el emprendimiento evasivo se manifiesta a menudo mediante el autoempleo. Aquellas personas que no encuentran un empleo formal o que consideran insuficiente el salario que se les ofrece optan por ofrecer bienes y servicios de manera irregular o informal mediante el autoempleo o la microempresa.

Otra clasificación utilizada para tipificar el emprendimiento se basa en la motivación (Hechavarria y Reynolds, 2009). Por un lado, existen negocios que se inician ante la falta de opciones o alternativas laborales, conocidos como emprendimientos por necesidad. Aunque pueden ser un catalizador para la innovación, a menudo se asocian con empresas de menor crecimiento e innovación. Por otro lado, las empresas que se inician motivadas por una oportunidad de mercado, buscando capitalizar una idea innovadora, se conocen como emprendimientos por oportunidad.

La variación en la cantidad de emprendimiento agregado influye significativamente en aspectos como el empleo y el desarrollo económico (Ramírez, 2022). La naturaleza y dirección de estos impactos dependen de varios factores, entre ellos, el tipo de emprendimiento, las estructuras empresariales predominantes en cada estado, la capacidad de adaptación de los emprendimientos ante fluctuaciones económicas, y el tamaño promedio de las empresas en los estados. Para los fines del presente estudio, se utilizarán como sinónimos los términos autoempleo y emprendimiento, sin profundizar en si éste surge por necesidad u oportunidad.

Se ha identificado que muchas de las acciones para apoyar o desarrollar este sector parten del supuesto de que estas personas pertenecen a una comunidad vulnerable, que en parte explica la decisión laboral de autoemplearse; sin embargo, estudios muestran que estas personas están satisfechas con esta decisión y que no estarían dispuestos a emplearse, aun cuando pareciera que las condiciones del empleo son favorables. Esto es un reto para el diseño de acciones de política pública, pues se debe entender como un sector heterogéneo que requiere intervenciones o acciones en sentido y magnitudes diversas (Ciešlik y van Stel, 2024).

Sobre el emprendimiento indígena

El concepto de emprendimiento indígena ha ganado relevancia a medida que se ha explorado el emprendimiento como una alternativa para combatir la pobreza y las desigualdades (Moradi et al., 2020). Existe un debate sobre si este tipo de emprendimiento tiene los méritos para convertirse en un nuevo campo de investigación (Hindle y Moroz, 2010; Colbourne et al., 2024).

Esta teoría sugiere que el emprendimiento en poblaciones indígenas promueve la autodeterminación, la independencia económica y la preservación de las tradiciones en comunidades indígenas (Henry et al., 2018). La definición propuesta es la siguiente: “el emprendimiento indígena es una actividad centrada en la creación de nuevas empresas o en la búsqueda de oportunidades económicas, o ambas, con el propósito de disminuir la desventaja indígena a través de la creación de riqueza culturalmente viable y aceptable por la comunidad” (Hindle y Moroz, 2010).

Se ha avanzado en el análisis del emprendimiento en relación con el género (Tovar et al., 2021; Sorzano et al., 2023), la situación migratoria de la persona (García, 2018) o el contexto rural (Paz, 2022). En cada uno de estos casos, se identifican retos específicos y oportunidades

para aprovechar el emprendimiento. Sin embargo, la investigación sobre el desempeño de emprendimientos indígenas en México es limitada, y cómo la pertenencia a este grupo social implica retos adicionales. En lo que respecta a este artículo, esas dificultades se reflejan en los niveles de ventas. Se asume que esta variable refleja indirectamente aspectos como el tipo de mercado en el que opera el negocio, la competencia que enfrenta y el tipo de bienes o servicios que ofrece, entre otras variables.

Metodología

Esta investigación tiene un enfoque con metodología cuantitativa. Esta aproximación es adecuada debido a la disponibilidad de datos que permite enfocarse en variables específicas. Se implementó un diseño longitudinal para este estudio, el cual involucró la recolección de datos de 2016 a 2022 de forma bienal. Este enfoque permitió monitorear los cambios en las ventas promedios dentro de los emprendedores indígenas en comparación con los no indígenas, controlando por periodo, sector económico y nivel educativo. La población de estudio son personas ocupadas, como autoempleadas, que en este documento serán sinónimo de emprendedores. La autoasignación como personas indígenas es una variable crítica para dividir a esta población de estudio en dos grupos. Los datos se obtienen de la Encuesta Nacional de Ingreso y Gasto (ENIGH) para los periodos previamente mencionados, que publica el Instituto Nacional de Estadística y Geografía (Inegi).

El diseño muestral es publicado por el mismo instituto con las siguientes especificaciones: el muestreo empleado es el Marco Maestro de Muestreo 2012 del Inegi, construido a partir de la información cartográfica y demográfica que se obtuvo del Censo de Población y Vivienda 2010. La selección de muestra se realiza en dos etapas: en la primera se eligen las unidades primarias de muestreo (UPM) y, en la segunda, se seleccionan las viviendas objeto de entrevista de cada encuesta. La muestra es estratificada, bietápica y por conglomerados, donde la unidad última de selección es la vivienda y la unidad de observación es el hogar; en consecuencia, los resultados obtenidos de la encuesta se generalizan a toda la población.

Entre los reactivos del cuestionario, está la siguiente pregunta: “De acuerdo con la cultura de (), ¿ella (él) se considera indígena?”, si la persona entrevistada contesta que sí se considera emprendedor indígena (EI), y si contestan que no se consideran emprendedores no indígenas (ENI). En la misma encuesta, se tiene información sobre las ventas trimestrales del negocio, el nivel de escolaridad y el sector económico donde opera.

Para la contrastación de la hipótesis, se utiliza el modelo ANOVA que parte de la hipótesis nula (H_0) que no hay diferencia en las medias entre los grupos analizados.

$$H_0 = \bar{X}_1 = \bar{X}_2 = \bar{X}_3 = \bar{X}_k$$

La hipótesis alternativa está dada por

$$H_1 \neq \bar{X}_1 \neq \bar{X}_2 \neq \bar{X}_3 \neq \bar{X}_k \text{ es decir } \bar{X}_i \neq \bar{X}_j \text{ para algún } i \neq j$$

La prueba estadística que se aplica para probar la hipótesis es el ratio F:

$$F = \frac{S_1^2}{S_2^2}$$

Donde S_1^2 y S_2^2 son las varianzas de los grupos. Si las varianzas son iguales, entonces, el ratio F será cercano a 1, evidenciando que las varianzas son iguales y, por lo tanto, las medias de los grupos no son diferentes; por el contrario, si el ratio F se aleja de 1, se tendría evidencia de que las medias entre grupos son diferentes.

La suposición de normalidad de los residuos en el modelo ANOVA sólo es necesaria para muestras pequeñas, gracias al teorema del límite central. Con tamaños de muestra de unos pocos cientos de participantes, incluso violaciones extremas de las suposiciones de normalidad, no son problemáticas (Lumley et al., 2002).

Para el caso de esta investigación, se aplica la prueba de ANOVA de una y dos vías. En el primer caso, sólo se comprueba que existe una diferencia en el nivel de ventas si la persona se identifica como indígena o no. En el proceso de dos vías, se interactúa con variables de sector económico y nivel de escolaridad de las personas.

Adicionalmente, se realiza la prueba de diferencias significativas honestamente (HSD) de Tukey, un método post hoc utilizado en ANOVA para realizar comparaciones múltiples entre pares de medias de grupos. Esta prueba es particularmente útil después de haber encontrado un resultado significativo en ANOVA y se quiere identificar específicamente qué grupos difieren entre sí.

La formalización de esta prueba se define de la siguiente forma.

Dado un ANOVA de k grupos, cada uno con un número de observaciones n_i y una media $\bar{X}_i$, la prueba Tukey HSD calcula la diferencia entre cada uno para medias de grupos:

$$Diferencia = |\bar{X}_i - \bar{X}_j|$$

El valor de la diferencia HSD se calcula de la siguiente forma:

$$HSD = q_{\alpha,k,df} \times \sqrt{\frac{MS\ error}{n}}$$

Donde:

$q_{\alpha,k,df}$ es el valor crítico de la distribución del rango studentizado para un nivel de significancia α , k , grupos, y df grados de libertad para el error.

MS error= es el cuadrado medio de error obtenido del ANOVA.

n= es el número de observaciones por grupo, asumiendo tamaños iguales de muestra; si los tamaños son diferentes, se utiliza tamaño promedio.

Finalmente, se contrasta si el valor absoluto de la diferencia entre las medias de dos grupos es mayor o igual que la HSD; en caso de que eso suceda, la diferencia es significativa entre los grupos comparados.

$$|\bar{X}_i - \bar{X}_j| \geq HSD$$

Resultados

Los resultados descriptivos se presentan en la tabla 1. Destaca que el porcentaje del periodo analizado varía de 35 a 38 %, una cifra significativamente mayor a 19.4 % de la población total que se autoadscriben como indígenas. Los datos que se muestran sobre los ingresos son trimestrales en términos nominales.

Tabla 1.1
Estadística descriptiva. Variables seleccionadas de la ENIGH.

Periodo	Variable	Observaciones	Nulos	Mínimo (\$)	Máximo (\$)	Mediana (\$)	Promedio (\$)	Desviación estándar (\$)
2016	General	17 969	509	0	4 222 761	4 827	10 206	41 391
	Personas indígenas	6 587	160	0	2 463 590	3 934	8 628	37 864
2018	General	18 984	503	0	952 480	5 739	11 387	20 601
	Personas indígenas	7 260	192	0	952 480	4 387	9 386	18 503
2020	General	24 666	747	0	595 077	5 075	10 751	18 955
	Personas indígenas	9 324	279	0	443 057	3 985	9 141	16 201
2022	General	23 847	571	0	1 114 679	8 736	16 530	29 359
	Personas indígenas	8 349	189	0	1 114 679	7 043	13 587	25 308

Fuente: elaboración propia con datos de la ENIGH.

El sesgo de la distribución se debe a la presencia de datos atípicamente altos en el extremo derecho, lo que provoca que el promedio se sitúe a la derecha de la mediana y que la desviación estándar sea alta en relación con el promedio general. En todos los periodos analizados, el ingreso promedio de los EI es menor que el promedio general.

En la Tabla 1.2, se comparan los ingresos de los ENI con los de los EI, y en todos los periodos la diferencia es significativa a favor de los ENI. En

2022, se observa la mayor brecha entre estos dos grupos, con una diferencia de \$4 527 pesos trimestrales. En el caso del sector económico, los emprendimientos que ofrecen servicios tienen ventas promedio mayores que los de la industria y el comercio en los periodos de 2018 y 2022; para el resto de las comparaciones, no se encontraron diferencias significativas.

Tabla 1.2

Comparación de ingreso trimestral entre autoempleado no indígena en comparación con indígena de 2016-2020

Año	Diferencia	Límite inferior	Límite superior	P-Value*
2016	2 490.998	1 235.398	3 746.597	0.0001012
2018	3 240.206	2 639.556	3 840.856	0
2020	2 588.299	2 101.625	3 074.973	0
2022	4 527.06	3 748.233	5 305.887	0
* Significancia a 99 % cuando P-Value menor a 0.01.				

Fuente: elaboración propia con datos de la ENIGH.

Al analizar el nivel de ingresos en relación con la escolaridad del emprendedor, se observa que las ventas promedio tienden a incrementarse a medida que aumenta el nivel de escolaridad, con las excepciones de los grupos preparatoria-básica y posgrado-profesional en el periodo 2020. Los márgenes de diferencia se amplían conforme las brechas educativas crecen. Por ejemplo, en 2022, la diferencia entre un emprendedor con posgrado y uno sin educación formal es de \$22 939, mientras que la diferencia entre posgrado y educación profesional es de \$11 922. La relación positiva entre la escolaridad del emprendedor y su capacidad de innovar y el desempeño de la empresa y el aprendizaje está ampliamente documentada (Liñán y Chen, 2009; Woessmann, 2016; Rae, 2006).

En la tabla 3, se presentan los resultados de la HSD para la interacción entre la autoidentificación indígena y el sector económico. Se encontró que, dentro del mismo sector económico, los ENI reportan mayores niveles de ventas que los EI en los periodos 2018, 2020 y 2022. Si sólo se considera el sector económico para comparar el nivel de ventas, se observa que el sector servicios tiene mayores ventas promedio que la industria en los periodos 2018 y 2022. Sin embargo, cuando se compara a los EI en servicios con los ENI en la industria, esta relación se invierte y las ventas son menores para el primer grupo. Lo mismo ocurre al comparar a los EI en servicios con los ENI en comercio: aunque en general el sector servicios reporta mayores ventas que el comercio, cuando se comparan los EI en servicios con los ENI en comercio, las ventas son mayores para este segundo grupo en los periodos 2020 y 2022. Para el resto de los periodos, no se encuentran diferencias significativas.

Tabla 1.3
Comparación de ingreso trimestral de autoempleados según
autodeterminación y sector económico de 2016-2020

Grupos	2016		2018		2020		2022	
	Dif.	P-Value	Dif.	P-Value	Dif.	P-Value	Dif.	P-Value
No indígena: industria-indígena: industria	2 608.08	0.25	4 454.60	0.00	4 314.84	0.00	4 549.22	0.00
Indígena: comercio-indígena: industria	740.36	0.99	1 774.00	0.04	1 204.17	0.13	470.49	0.99
No indígena: comercio-indígena: industria	2 819.23	0.11	3 615.02	0.00	3 092.30	0.00	3 854.91	0.00
Indígena servicios-indígena: industria	928.37	0.98	2 533.83	0.00	1 248.98	0.10	952.81	0.84
No indígena: servicios-indígena: industria	3 549.83	0.01	5 833.43	0.00	3 234.48	0.00	6 233.88	0.00
Indígena: comercio-no indígena: industria	-1 867.7	0.62	-2 680.6	0.00	-3 110.6	0.00	-4 078.7	0.00
No indígena: comercio-no indígena: industria	211.15	1.00	-8 39.58	0.56	-1 222.5	0.03	-694.31	0.89
Indígena: servicios-no indígena: industria	-1 679.7	0.71	-1 920.7	0.01	-3 065.8	0.00	-3 596.4	0.00
No indígena: servicios-no indígena: industria	941.76	0.94	1 378.83	0.06	-1 080.3	0.07	1 684.66	0.08
No indígena: comercio-indígena: comercio	2 078.87	0.40	1 841.02	0.01	1 888.13	0.00	3 384.42	0.00
Indígena: servicios-indígena: comercio	188.01	1.00	759.83	0.79	44.81	1.00	482.32	0.99
No indígena: servicios-indígena: comercio	2 809.47	0.09	4059.44	0.00	2 030.31	0.00	5 763.39	0.00
Indígena: servicios-no indígena: comercio	-1 890.8	0.50	-1 081.1	0.28	-1 843.3	0.00	-2 902.1	0.00

Grupos	2016		2018		2020		2022	
	Dif.	P-Value	Dif.	P-Value	Dif.	P-Value	Dif.	P-Value
No indígena: servicios-no indígena: comercio	730.60	0.96	2 218.41	0.00	142.18	1.00	2 378.97	0.00
No indígena: servicios-indígena: servicios	2 621.46	0.14	3 299.60	0.00	1 985.50	0.00	5 281.07	0.00

* Significancia a 99 % cuando P-Value menor a 0.01.

Fuente: elaboración propia con datos de la ENIGH.

Finalmente, se compararon los grupos en función de las categorías de autoidentificación y nivel de escolaridad. La relación positiva entre escolaridad y ventas se mantiene constante. Sin embargo, a igual nivel educativo, las ventas en los EI son sistemáticamente menores en comparación con los ENI.

Tabla 1.4

Comparación de ingreso trimestral de autoempleados según autodeterminación y escolaridad de 2016-2020

Grupos	2016		2018		2020		2022	
	Dif.	P-Value	Dif.	P-Value	Dif.	P-Value	Dif.	P-Value
No indígena: ninguno-indígena: ninguno	1 164.22	1.00	1 913.27	0.88	2 621.83	0.38	2 130.30	0.98
No indígena: básica-indígena: básica	1 098.80	0.93	2 262.19	0.00	2 633.59	0.00	3 339.31	0.00
No indígena: preparatoria-indígena: preparatoria	1 762.48	0.98	3 278.77	0.00	1 000.20	0.74	3 986.71	0.00
No indígena: profesional-indígena: profesional	6 893.32	0.08	4 605.21	0.00	2 662.93	0.02	4 791.60	0.00
No indígena: posgrado-indígena: posgrado	1 2915.6	0.90	-5 568.88	0.98	5 257.40	0.84	2 5068.7	0.00

* Significancia a 99 % cuando P-Value menor a 0.01.

Fuente: elaboración propia con datos de la ENIGH.

Discusión

Los resultados revelan una diferencia significativa en el nivel de ventas entre EI y ENI en todos los periodos analizados, con diferencias de \$2 490 en 2016, \$3 240 en 2018, \$2 588 en 2020 y \$4 527 en 2022. Estas cifras representan un promedio de ventas del 26 % por debajo de la media general. Cuando se comparan grupos de EI y ENI con mismo nivel de escolaridad o sector económico en el que opera el negocio, se reportan niveles de ventas sistemáticamente menores en el primer grupo. Estas diferencias, de por

sí relevantes de manera estática, se vuelven aún más significativas si se entiende como un proceso dinámico que profundiza las desigualdades entre personas indígenas y no indígenas. Los resultados muestran que hay una brecha de ventas entre los EI y ENI; incluso cuando se controla por sector económico o nivel educativo, las diferencias observadas sistemáticamente se inclinan por los ENI. Estos resultados son consistentes con los resultados cuando se contrastan grupos étnicos minoritarios y no minoritarios en Estados Unidos (Fisher et al., 2024) o cuando se comparan grupos indígenas del norte de Canadá (Dana, 2007).

No se puede argumentar que estas diferencias en las ventas sólo se explican por la identidad social del emprendedor: existen elementos que no se consideraron y podrían explicar estas brechas. Se ha argumentado que los EI tienen como característica el estar profundamente enraizados en las tradiciones culturales y en el respeto por la tierra y la comunidad (Ray, 2024; Dupuis, 2018; Hindle y Lansdowne, 2005), quienes suelen estar centrados en el bienestar colectivo de la comunidad en lugar de en el beneficio individual; a menudo se reúnen para abordar las necesidades de la comunidad, como proporcionar empleo, apoyar los servicios sociales o preservar las prácticas culturales (Dana, 2015).

Estudios recientes muestran que las personas que pertenecen a grupos minoritarios tienden a emprender menos que las de grupos mayoritarios: un determinante crítico de esta brecha es la dependencia diferencial en las redes sociales (Bennett y Robinson, 2024). Para aquellos que deciden emprender, el resultado económico no es el esperado, los ingresos de una persona pobre autoempleada en Estados Unidos en comparación con un empleado de bajos ingresos es menor entre 12 y 43 %, entre 2010 y 2019, además los autoempleados tienen menos probabilidad de pertenecer a una minoría racial o étnica, tienden a contar con mayor nivel de educación formal y es más probable que sean dueños de sus casas (Fisher et al., 2024).

Conclusiones

La investigación estimó las diferencias en el nivel de ventas entre negocios operados por personas que se autoidentifican como indígenas y aquellos operados por personas que no. Por medio de ANOVA y HSD, se analizaron las diferencias entre los grupos, considerando el sector en el que opera el negocio y el nivel de escolaridad del dueño. Los resultados revelaron consistentemente diferencias a favor de los negocios no indígenas (ENI) en comparación con los negocios indígenas (EI) en todas las comparaciones realizadas.

Es importante precisar que la metodología utilizada comprueba que existe diferencia estadísticamente significativa entre los grupos analizados. La relación entre las variables analizadas no significa causalidad, pero sí proporciona una clara evidencia para afirmar que existe diferencia entre las ventas de los grupos analizados. Incorporar metodologías que aborden esta insuficiencia es una tarea pendiente hacia nuevos trabajos. Adicionalmente, es necesario evaluar otras características del contexto como las instituciones y reglas sociales en las que opera el negocio, asimis-

mo ampliar el abanico de características de emprendedores como su sexo, experiencia, redes, habilidades blandas, tipo de producto, entre otras.

Es fundamental profundizar en la comprensión de estas diferencias. Es necesario investigar si se deben a contextos específicos, como la región o el tamaño del mercado en el que operan, o si están relacionadas con diferencias en la motivación de los emprendedores. Además, es importante explorar cómo influye en el desempeño empresarial la necesidad de incorporar los intereses comunitarios en la toma de decisiones. Estos son sólo algunos de los temas que requieren una investigación más detallada.

Referencias

- Álvarez, S. A. y Barney, J. B. (2014). Entrepreneurial opportunities and poverty alleviation. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 38(1), 159-184.
- Baumol, W. J. (1996). Entrepreneurship: Productive, unproductive, and destructive. *Journal of Business Venturing*, 11(1), 3-22. DOI: 10.1016/0883-9026(94)00014-X.
- Bennett, V. M. y Robinson, D. T. (2024). Why Aren't There More Minority Entrepreneurs? (No. w33229). Estados Unidos: National Bureau of Economic Research.
- Bonfil, B. (2020). El concepto de indio en América: una categoría de la situación colonial. *Plural. Antropologías desde América Latina y el Caribe*, 3. <https://asociacionlatinoamericanadeantropologia.net/revistas/index.php/plural/article/view/73>.
- Cahn, M. (2008). Indigenous entrepreneurship, culture and micro-enterprise in the Pacific Islands: case studies from Samoa. *Entrepreneurship and Regional Development*, 20(1), 1-18.
- Cieřlik, J. y Van Stel, A. (2024). Solo self-employment-Key policy challenges. *Journal of Economic Surveys*, 38(3), 759-792.
- Cobo, J. R. (1987). Estudio del problema de la discriminación contra las poblaciones indígenas: Conclusiones, propuestas y recomendaciones (Vol. V, E/CN.4/Sub.2/1986/7/Add.4). Naciones Unidas. <https://digitallibrary.un.org/record/63510>
- Colbourne, R., Peredo, A. M. y Henriques, I. (2024). Indigenous entrepreneurship? Setting the record straight. *Business History*, 66(2), 455-477.
- Consejo Nacional de Evaluación de la Política de Desarrollo Social (CONSEVAL) (2022). Datos de ingreso y gasto de los hogares 2022. Base de datos en línea. <https://www.inegi.org.mx/programas/enigh/nc/2022/>.
- Dana, L. P. (2015). Indigenous entrepreneurship: An emerging field of research. *International Journal of Business and Globalisation*, 14(2), 158-169. DOI: 10.1504/IJBG.2015.067452.

- _____ (2007). A comparison of indigenous and non-indigenous enterprise in the Canadian sub-Arctic. *International Journal of Business Performance Management*, 9(3), 278-286.
- Dorries, H. (2023). Indigenous urbanism as an analytic: Towards Indigenous urban theory. *International Journal of Urban and Regional Research*, 47(1), 110-118.
- Dupuis, A. (2018). *Entrepreneurship: New perspectives in a global age.* Estados Unidos: Routledge.
- Dvouletý, O. (2022). Starting a business out of unemployment: how do supported self-employed individuals perform? *Entrepreneurship Research Journal*, 12(1), 1-23.
- Elert, N. y Henrekson, M. (2016). Evasive entrepreneurship. *Small Business Economics*, 47, 95-113. DOI: 10.1007/s11187-016-9725-x.
- Fisher, M., Lewin, P. A. y Wornell, E. J. (2024). Self-Employment Among the Poor: Does It Pay Off? *Journal of Poverty*, 1-18.
- García, C. (2018). Emprendimiento caficultor en migrantes de la región huasteca del centro de México. *Equidad y Desarrollo*, 1(30), 119-147.
- Hall, G. y Patrinos, H. A. (eds.) (2006). *Indigenous peoples, poverty and human development in Latin America* (pp. 112-120). New York: Palgrave Macmillan.
- Hechavarria, D. M. y Reynolds, P. D. (2009). Cultural norms & business start-ups: the impact of national values on opportunity and necessity entrepreneurs. *International Entrepreneurship and Management Journal*, 5, 417-437. DOI: 10.1007/s11365-009-0101-5.
- Henry, E. Y., Dana, L. P. y Murphy, P. J. (2018). Telling their own stories: Māori entrepreneurship in the mainstream screen industry. *Entrepreneurship & Regional Development*, 30(1-2), 118-145. DOI: 10.1080/08985626.2017.1388440.
- Hill, R., Pert, P. I., Davies, J., Walsh, F. J. y Falco-Mammone, F. (2013). *Indigenous land management in Australia: extent, scope, diversity, barriers and success factors.* Cairns: CSIRO Ecosystem Sciences.
- Hindle, K. y Lansdowne, M. (2005). Brave spirits on new paths: toward a globally relevant paradigm of indigenous entrepreneurship research. *Journal of Small Business & Entrepreneurship*, 18(2), 131-141.
- Hindle, K. y Moroz, P. (2010). Indigenous entrepreneurship as a research field: developing a definitional framework from the emerging canon. *International Entrepreneurship and Management Jour-*

- nal, 6, 357-385. DOI: 10.1007/s11365-010-0132-4.
- Hornsey, M. J. (2008). Social identity theory and self-categorization theory: A historical review. *Social and Personality Psychology Compass*, 2(1), 204-222. DOI: 10.1111/j.1751-9004.2007.00066.x.
- Liñán, F. y Chen, Y. W. (2009). Development and cross-cultural application of a specific instrument to measure entrepreneurial intentions. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 33(3), 593-617. DOI: 10.1111/j.1540-6520.2009.00318.x.
- Lucas, D. S. y Fuller, C. S. (2017). Entrepreneurship: Productive, unproductive, and destructive-Relative to what? *Journal of Business Venturing Insights*, 7, 45-49. DOI: 10.1016/j.jbvi.2017.03.001.
- Lumley, T., Diehr, P., Emerson, S. y Chen, L. (2002). The importance of the normality assumption in large public health data sets. *Annual Review of Public Health*, 23(1), 151-169. DOI: 10.1146/annurev.publhealth.23.100901.140546.
- Moradi, M., Imanipour, N., Arasti, Z. y Mohammadkazemi, R. (2020). Poverty and entrepreneurship: a systematic review of poverty-related issues discussed in entrepreneurship literature. *World Review of Entrepreneurship, Management and Sustainable Development*, 16(2), 125-152. DOI: 10.1504/WREMSD.2020.10027184.
- Paz, I. M. J. (2022). Emprendimiento rural como estrategia de desarrollo territorial: una revisión documental. *Económicas CUC*, 43(1), 257-280. DOI: 10.17981/econcuc.43.1.2022.10.
- Psacharopoulos, G. y Patrinos, H. (1994). Indigenous people and poverty in Latin America. *Finance and Development*, 31, 41-41.
- Rae, D. (2006). Entrepreneurial learning: A conceptual framework for technology-based enterprise. *Technology Analysis & Strategic Management*, 18(1), 39-56. DOI: 10.1080/09537320500520494.
- Ramírez-Urquidy, M. (2022). Economic downturns and regional entrepreneurship dynamics in Mexico: trends and policy implications. *Problemas del Desarrollo*, 53(209), 115-157. DOI: 10.22201/iiec.20078951e.2022.209.73984.
- Ray, R. C. (2024). Unveiling the Nuances of Tribal Indigenous Identity. *Research Review International Journal of Multidisciplinary*, 9(3), 290-292. <https://doi.org/10.31305/rrijm.2024.v09.n03.032>.
- Schumpeter, J. A. (1911). *The Theory of Economic Development*. Leipzig: Duncker & Humblot.
- Sorzano, M., Flores, Y. y Lugo, C. (2023). Capacitación en emprendimiento para el fomento del empoderamiento económico de mujeres privadas de la libertad en la frontera norte de México. México: UNAM.
- Stavenhagen, R. (1992). Los derechos de los indígenas: algunos problemas conceptuales. *Nueva Antropología*, 13(43), 83-99.

- Tovar, Y. S., Ángel, M., García, M. y Flores, J. E. M. (2021). Diferencias en los determinantes del éxito en el emprendimiento en México, una perspectiva de género. *Revista Venezolana de Gerencia: RVG*, 26(94), 880-902. DOI: 10.52080/rvgluz.26.94.10.
- Trepte, S. y Loy, L. S. (2017). Social identity theory and self-categorization theory. *The International Encyclopedia of Media Effects*, 1-13. DOI: 10.1002/9781118783764.wbieme0071.
- Wilson, C. (2001). Decolonizing Methodologies: research and indigenous peoples. *Social Policy Journal of New Zealand*, 214-218.
- Woessmann, L. (2016). The economic case for education. *Education Economics*, 24(1), 3-32. DOI: 10.1080/09645292.2015.1059801.
- Yunus, M. (1998). Poverty alleviation: Is economics any help? Lessons from the Grameen Bank experience. *Journal of International Affairs*, 47-65.

Sobre los autores

- ¹ Profesora investigadora de la Universidad Autónoma de Baja California, México. ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-5958-5053>
- ² Profesor investigador de la Universidad Autónoma de Baja California, México. ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-1183-6087>
- ³ Profesor investigador de la Universidad Autónoma de Baja California, México. ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-1183-6087>

iQU4TRO EDITORES

En colaboración con:

