



Universidad Michoacana de San Nicolás de Hidalgo
Instituto de Investigaciones Económicas y Empresariales
Maestría en Ciencias del Desarrollo Regional

**El emprendimiento como fuente de desarrollo económico
local: el caso de las micro y pequeñas empresas del
municipio de Morelia, Michoacán, México.**

Tesis que para obtener el grado de:
Maestro en Ciencias del Desarrollo Regional

Presenta: L.A.E. Sergio Martínez García

Director de tesis: Dr. Jorge Víctor Alcaráz Vera

Morelia, Michoacán, febrero del 2024

CONTENIDO

ÍNDICE DE TABLAS	II
GLOSARIO	VI
RESUMEN	IX
ABSTRACT	X
INTRODUCCIÓN	XI
RESUMEN CAPITULAR	XI
PARTE I. FUNDAMENTOS DE LA INVESTIGACIÓN	1
1.1 Resumen del apartado	2
1.2 Planteamiento del Problema.....	2
1.3 Preguntas de la investigación	7
1.4 Objetivos de la investigación	8
1.5 Justificación.....	8
1.6 Tipo de Investigación	13
1.7 Método de Investigación	14
1.8 Hipótesis de la Investigación.....	14
1.9 Identificación de las variables	15
1.10 Instrumentos	16
1.11 Universo.....	16
1.12 Alcance y limitaciones.....	17
PARTE II. MARCO REFERENCIAL	18
CAPÍTULO I. CONTEXTUALIZACIÓN DE LA INVESTIGACIÓN: CARACTERÍSTICAS DEL EMPRENDIMIENTO EN EL MUNDO, EN MÉXICO, EN MICHOACÁN Y MORELIA	19
1.1 El emprendimiento y desarrollo económico en el mundo.....	20
1.2. El emprendimiento y desarrollo Económico en México.....	24
1.3. El emprendimiento y Desarrollo Económico Local en Michoacán	38
1.4. El impacto del emprendimiento en Morelia	47
PARTE III. MARCO TEÓRICO	49
CAPÍTULO II. APROXIMACIONES TEÓRICAS A LOS CONCEPTOS DE DESARROLLO Y DE EMPRENDIMIENTO	50

II.1. Teorías del desarrollo	51
II.2. Teorías del emprendimiento	56
II.3. Vinculación a cadenas de valor, capacitación y financiamiento.....	68
PARTE IV. MARCO METODOLÓGICO	83
CAPÍTULO III. DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN	84
III.1. Introducción al diseño de la investigación.....	85
III.2 Determinación de la población de estudio	86
III.3. Formulación de las Variables.....	88
III.4. Formulación de las dimensiones del emprendimiento	88
III.5. Indicadores del estudio	88
III.6. Diseño de los instrumentos.....	90
III.7. Flujo de procesos para la metodología empleada	99
CAPÍTULO IV. ANÁLISIS Y DISCUSIÓN DE RESULTADOS	100
IV.1 Medidas de tendencia central.....	100
IV.2. Tablas de frecuencias por ítem	103
IV.3 Histograma de los ítems.....	115
CONCLUSIONES	124
LINEAS DE INVESTIGACIÓN FUTURAS.....	125
RECOMENDACIONES.....	126
BIBLIOGRAFÍA	128
ANEXOS	134
Anexo I. Tabla de relación de variables	134
Anexo II. Matriz de Congruencia para el instrumento de estudio	135
Anexo III: Tabla de apoyos del INADEM 2013-2018	136
Anexo IV. Promedio de resultados por dimensión:.....	144
Anexo V. Resultados de encuestas aplicadas.....	153
Anexo VI. Instrumento de la investigación:	156

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1. <i>Número de patrones</i>	4
--	---

Tabla 2. <i>Ranking de los 10 países con mayor índice de emprendimiento a nivel mundial.</i>	7
Tabla 3. <i>Ranking de países con mayor emprendimiento en América Latina en lista mundial.</i>	7
Tabla 4. <i>Requerimientos de la Investigación.</i>	13
Tabla 5. <i>Relación de Variables.</i>	15
Tabla 6. <i>Valorización de las empresas unicornio en México 2022.</i>	24
Tabla 7. <i>Apoyos ejercidos por el INADEM en el periodo del 2013 al 2019.</i>	36
Tabla 8. <i>Apoyos federales del INADEM para el estado de Michoacán.</i>	39
Tabla 9. <i>Estratificación de empresas en Morelia.</i>	44
Tabla 10. <i>Apoyos y número de empresas beneficiadas con recursos federales.</i>	47
Tabla 11. <i>Ejemplo de tabla RICE.</i>	81
Tabla 12. <i>Población Objeto de estudio.</i>	87
Tabla 13. <i>Indicadores desarrollados de las dimensiones del emprendimiento.</i>	89
Tabla 14. <i>Razones y justificación del diseño del instrumento de investigación.</i>	90
Tabla 15. <i>Tabla de valores para el puntaje del instrumento de investigación.</i>	93
Tabla 16. <i>Ítems de los niveles de cumplimiento del instrumento de investigación.</i>	93
Tabla 17. <i>Número de preguntas por dimensión.</i>	98
Tabla 18. <i>Aplicación positiva de las encuestas.</i>	102
Tabla 19. <i>Resultados de frecuencia ítem 1</i>	103
Tabla 20. <i>Resultados de frecuencia ítem 2</i>	103
Tabla 21. <i>Resultados de frecuencias ítem 3</i>	104
Tabla 22. <i>Resultados de frecuencias ítem 4</i>	104
Tabla 23. <i>Resultado de frecuencias ítem 5</i>	105
Tabla 24. <i>Resultado de frecuencias ítem 6</i>	106
Tabla 25. <i>Resultado de frecuencias ítem 7</i>	106
Tabla 26. <i>Resultado de frecuencias ítem 8</i>	107
Tabla 27. <i>Resultados de frecuencias ítem 9</i>	108
Tabla 28. <i>Resultado de frecuencias ítem 10</i>	108
Tabla 29. <i>Resultado de frecuencias ítem 11</i>	109
Tabla 30. <i>Resultado de frecuencias ítem 12</i>	109
Tabla 31. <i>Resultado de frecuencias ítem 13</i>	110
Tabla 32. <i>Resultado de frecuencias ítem 14</i>	110
Tabla 33. <i>Resultado de frecuencias ítem 15</i>	111
Tabla 34. <i>Resultados de frecuencias ítem 16</i>	111
Tabla 35. <i>Resultados de frecuencias ítem 17</i>	112
Tabla 36. <i>Resultado de Frecuencias ítem 18</i>	113
Tabla 37. <i>Resultado de frecuencias ítem 19</i>	113
Tabla 38. <i>Resultado de frecuencias ítem 20</i>	114
Tabla 39. <i>Tabla de probabilidad de fracaso</i>	118
Tabla 40. <i>Resultados estadísticos de encuestas.</i>	119

ÍNDICE DE ILUSTRACIONES

Ilustración 1. <i>Panorama global de países emprendedores.</i>	6
Ilustración 2. <i>Proceso de apoyo a emprendedores del fondo PyMe.</i>	31
Ilustración 3. <i>Proceso de apoyo al emprendedor del Fondo PyMe.</i>	32
Ilustración 4. <i>Representación gráfica de la región III de Michoacán.</i>	42
Ilustración 5. <i>Pirámide poblacional.</i>	43
Ilustración 6. <i>Esquema de desarrollo económico local endógeno.</i>	55
Ilustración 7. <i>Modelo de la teoría del triángulo Invertido.</i>	66
Ilustración 8. <i>Modelo de negocio CANVAS.</i>	69
Ilustración 10. <i>Proceso de la metodología.</i>	100
Ilustración 11. <i>Gráfica de dispersión 1</i>	121
Ilustración 12. <i>Gráfico de dispersión 2</i>	122

SIGLARIO

APF	Administración Pública Federal
ALC	América Latina y el Caribe
BANXICO	Banco de México
BID	Banco Interamericano para el Desarrollo
BM	Banco Mundial
BMV	Bolsa Mexicana de Valores
CAIINNO	Centro de Análisis para la Investigación en Innovación
CEMEX	Cementos Mexicanos
CEMITT	Centro Morelense de Innovación y Transferencia Tecnológica
COESPO	Consejo Estatal de Población
COVECHI	Asociación de Vecinos y Comerciantes del Centro Histórico (del municipio de Morelia, Michoacán, México)
CONAHCYT	Consejo Nacional de Humanidades, Ciencia y Tecnología
COVID-19	Enfermedad por coronavirus
CYDSA	Celulosa y Derivados, SA
DEL	Desarrollo Económico Local
DENUE	Directorio Estatal de Unidades Económicas
DOF	Diario Oficial de la Federación
EE.UU	Estados Unidos de América
ENAFIN	Encuesta Nacional de Financiamiento
ENIF	Encuesta Nacional de Inclusión Financiera
Fab-Lab	Laboratorio de Fabricación
FIRA	Fondos Instituidos en Relación con la Agricultura
FND	Financiera Rural de Desarrollo Agropecuario Rural, Forestal, y Pesquero.
GED	<i>The Global Entrepreneurship and Development Institute</i>
GEM	<i>Global Entrepreneurship Monitor</i>
I+ D	Investigación y Desarrollo
I+D+I	Investigación, Desarrollo e Innovación

ICSEd	Índice de Condiciones Sistemáticas para el Emprendimiento Dinámico
IME	Instituto Mexiquense del Emprendedor
IMPLAN	Instituto Municipal de Planeación Morelia
IMSS	Instituto Mexicano de Seguro Social
INADEM	Instituto Nacional del Emprendedor
INAES	Instituto Nacional de Economía Social
INAFED	Instituto Nacional para el Federalismo y el Desarrollo Municipal
INEGI	Instituto Nacional de Estadística y Geografía
IPADE	Instituto Panamericano de Alta Dirección de Empresas
ITM	Instituto Tecnológico de Morelia
LATAM	Latino América
MBA	<i>Master in Business Administration</i>
MIPYMES	Micros, Pequeñas y Medianas Empresas
NAFIN	Nacional Financiera
NODESS	Nodos de Impulso a la Economía Social y Solidaria
OIDH	Organización Internacional de Derechos Humanos
OVIE	Oficina Virtual de Información y Estadística
PEA	Población Económicamente Activa
PED	Plan Estatal de Desarrollo
PEPC	Programa Especial de Productividad y Competitividad
PIB	Producto Interno Bruto
PIEBT	Programa de Incubación de Empresas de Base Tecnológicas
PIL	Programa de Incubación en Línea
PMD	Plan Municipal de Desarrollo
PND	Plan Nacional de Desarrollo
PNUD	Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo
PRONAFIM	Programa Nacional de Financiamiento a Micro empresarios
RI	Revolución Industrial
RO	Reglas de Operación
SAT	Servicio de Administración Tributaria
SE	Secretaría de Economía
SEDECO	Secretaría de Desarrollo Económico
SEFECO	Secretaría de Fomento Económico
SHCP	Secretaría de Hacienda y Crédito Público
SOCAPS	Sociedades Cooperativas de Ahorro y Préstamo
SOFIPOS	Sociedades Financieras Populares
SOFOMES	Sociedades Financieras de Objeto Múltiple
SPSS	<i>Statistical Package for Social Sciences</i>
TIC	Tecnologías de la Información y Comunicación
T-MEC	Tratado entre México, EE.UU y Canadá
UDP	Unidad de Desarrollo Productivo
UNLA	Universidad Latina de América
USD	Dólar Estadounidense

GLOSARIO

Banca de Desarrollo	Son entidades de la Administración Pública Federal (APF), con personalidad jurídica y patrimonio propios, constituidas con el carácter de sociedades nacionales de crédito. Tienen como objeto fundamental facilitar el acceso al ahorro y financiamiento a personas físicas y morales, así como proporcionarles asistencia técnica y capacitación (Calderon,1991).
Cadenas de Valor	La cadena de valor es un modelo de negocios que describe el rango completo de actividades necesarias para crear un producto o servicio, también hace referencia a los nodos estratégicos de comercialización implicados en su proceso comercial o de venta (Porter, 1985).
CEMPRENDE	Programa de la Secretaría de Desarrollo Económico del Estado de Michoacán que fomentaba la generación de iniciativas de negocio y proyectos emprendedores en el campo, turismo, cultura y en el ámbito de migrantes, brindando un programa completo de formación a través de asesorías, capacitación y financiamiento para ayudar desarrollar las capacidades. (http://leyes.michoacan.gob.mx/destino/O3518po.pdf , consultado 27/05/22).
Comercio	El comercio es el intercambio de bienes y servicios entre varias partes a cambio de bienes y servicios diferentes de igual valor, o a cambio de dinero (Porter, 1985).
Comercio Internacional	El comercio internacional es aquella actividad económica que se refiere al intercambio de bienes y servicios entre todos los países del mundo (Santizo, 2011).
Crowdfunding	“El Fondeo Colectivo (<i>Crowdfunding</i>) es un modelo de formación de capital y participación de mercado, en donde las necesidades de financiamiento de proyectos se transmiten a una comunidad a través de una plataforma digital y se obtiene apoyo de inversionistas, fondeadores y donantes” (https://www.afico.org/ , consultado el 13/12/23).
e-Commerce	Comercio electrónico, es referente a la actividad de comercio basando sus transacciones a través de plataformas digitales como lo son páginas web (Santizo, 2011).
Empresas Multilatinas	Una multilatina es una empresa que tiene su origen en algún país de América Latina y el Caribe (ALC), que tiene presencia en más de un país de la región (Santizo, 2011).

Empresas Unicornio	Son emprendimientos que no rebasan los 10 años de operaciones, donde su modelo de negocios es de base tecnológico y que sin tener presencia en la bolsa de valores alcanzan una valoración de más de mil millones de pesos y sus directivos son jóvenes entre 30 y 40 años (Lee, 2013).
Fintech	“FinTech es una industria naciente en la que las empresas usan la tecnología para brindar servicios financieros de manera eficiente, ágil, cómoda y confiable. La palabra se forma a partir de la contracción de los términos <i>finance</i> y <i>technology</i> en inglés” (https://www.fintechmexico.org/es/inicio/ consultado el 13/12/23).
Incubación de Empresas	Es un proceso dinámico de desarrollo de nuevas empresas que ayuda tanto a acelerar su gestación y desarrollo, como a incrementar su tasa de éxito (o disminuir la tasa de mortalidad) (https://ime.edomex.gob.mx/que_es_una_incubadora_de_empresas consultado 13/12/23).
Industria	Actividad económica y técnica que consiste en transformar las materias primas hasta convertirlas en productos adecuados para satisfacer las necesidades del hombre (Santizo, 2011).
Industria 4.0	La industria 4.0, es la actual revolución industrial (RI), consiste en la digitalización de los procesos industriales por medio de la interacción de la inteligencia artificial con las máquinas y la optimización de recursos enfocada en la creación de efectivas metodologías comerciales (Ayneto, 2019).
Innovación	Es la manera de superar las expectativas del cliente integrando procesos, servicios, o tecnología con el cual se produce un esquema de productos o servicios nuevos en el mercado (Ayneto, 2019).
Pirámide Poblacional	Es una representación gráfica de las características de una población perteneciente a una localidad, ciudad o país en un determinado momento (Instituto Nacional de Estadística y Geografía) [INEGI], (2020).
Población Económicamente Activa	La integran las personas que tienen una ocupación o que sin tenerla la están buscando activamente. Está compuesta por la población ocupada más la población desocupada (INEGI, 2020).
Profesionalizar	Es el proceso en el cual se convierte una persona aficionada en profesional, integrando las técnicas, herramientas tecnológicas, conocimientos y habilidades necesarias para producir esquemas de trabajo con más calidad, con el único fin de cubrir las necesidades del cliente (Hernández, et al., 2016).

Revolución Industrial	La RI fue un proceso de profundas transformaciones económicas, sociales, culturales y tecnológicas que se desarrolló entre 1760 y 1840 (Cárdenas, 2015).
Servicios	Son aquellos bienes intangibles que se realizan para satisfacer las necesidades del mercado, y estas suelen ser: intangibles, Indivisibles, heterogéneos y no se pueden conservar (Santizo, 2011).
Triple Hélice	Es un modelo de desarrollo que integra una relación mutua entre la academia, el estado y la empresa o sector económico (Chang, 2010).

RESUMEN

La presente Investigación tuvo como objetivo determinar y analizar cuáles son las principales dimensiones del emprendimiento que inciden en el Desarrollo Económico Local (DEL) de la ciudad de Morelia, Michoacán México. Con este fin se ha realizado una serie de investigaciones documentales, como lo son las teorías del desarrollo y teorías del emprendimiento; entre ellas la teoría de Andy Freire, teoría de Schumpeter y la teoría del empresario; aunado a esto se realizó una investigación en campo para observar cómo estas dimensiones del emprendimiento afectan en gran medida a las unidades económicas de manera positiva. En este sentido se aplicó una investigación tipo mixta con un instrumento de recolección de datos con 22 reactivos en una escala Likert, divididas en 3 dimensiones del emprendimiento; Vinculación a cadenas de valor, capacitación y financiamiento, para observar cómo afectan estas dimensiones al desarrollo de emprendimientos exitosos y por consiguiente al DEL, los reactivos fueron aplicados a 119 sujetos para observar el avance y cumplimiento de los mismos, de esta manera se encuestaron un par de empresas con más de 5 años de operaciones y se contrastaron con los avances de los 119 emprendedores y en este contexto se identificó que a mayor capacitación tengan los emprendedores se aumentan los niveles de vinculación a fuentes de financiamiento y a las cadenas de valor, por consiguiente aumenta el porcentaje de éxito.

Palabras Clave: Emprendimiento, desarrollo económico local, innovación, financiamiento.

ABSTRACT

The objective of this Investigation is to determine and analyze which are some of the main variables of the entrepreneurship that affect the Local Economic Development (LED) of the city of Morelia, Michoacán Mexico. To this end, a series of documentary investigations has been carried out, such as development theories, entrepreneurship theories; including Andy Freire's theory, Schumpeter's theory and the entrepreneur's theory, in addition to this, a field investigation was carried out to observe how these dimensions of entrepreneurship greatly affect economic units in a positive way. In this sense, a mixed investigation was applied with a data collection instrument with 22 items on a Likert scale, divided into 3 dimensions of entrepreneurship; Linking to value chains, training and financing, for how these dimensions affect the development of successful ventures and consequently Local Economic Development, the reagents were applied to 119 subjects to observe their progress and compliance, in this way a couple of companies with more than 5 years of operations were surveyed and they were contrasted with the progress of the 119 entrepreneurs and in this context it was identified The more training entrepreneurs have, the levels of linkage to financing sources and value chains increase, consequently the success rate increases.

Keywords: Entrepreneurship, development, innovation, financing.

INTRODUCCIÓN

El emprendimiento ha tomado fuerza en los últimos 5 años, como se puede observar en el aumento de empresas de acuerdo con el Banco Mundial (BM) (2019), resultando en un mayor número de mujeres y hombres convencidos de que es una opción viable para acercarse a la libertad financiera, al mismo tiempo que practican actividades de su preferencia. Esto les permite desenvolverse con mayor libertad en el esquema empresarial; sin embargo, son pocos los emprendedores que conocen lo complicado de elegir este camino. Después del primer año de operaciones es común que las empresas tengan problemas y se sientan orillados al cierre, aunado a esto, varios emprendedores desconocen los factores decisivos para que dicho emprendimiento sea exitoso, inclusive ignoran la existencia de tecnologías y fuentes de financiamiento que ayudan a acelerar el proceso de formalizar su empresa al igual que a generar esquemas de comercialización más eficientes, desaprovechando la oportunidad de fortalecer las nuevas unidades económicas desde sus cimientos. En este sentido se vuelve de suma importancia realizar una mirada focalizada sobre el impacto del emprendimiento como variable en el DEL, y cómo éste se refuerza a través de las siguientes dimensiones: financiamiento, vinculación a cadenas de valor y capacitación que podrían generar un desarrollo más óptimo dentro de las nuevas unidades económicas, con el único fin de orientar a los futuros emprendedores a integrar desde el inicio esquemas que permitan adherir como objetivo principal estas dimensiones y, por consiguiente, impulsar su empresa.

RESUMEN CAPITULAR

El presente trabajo se conforma de cuatro apartados según el método de investigación científica (Bunge, 2010) el primer apartado constituye los “Fundamentos de la Investigación” en donde se ha delimitado el planteamiento y descripción del problema, las preguntas de investigación, objetivos de la investigación, la justificación de la investigación, la relevancia que tiene en las

teorías del emprendimiento, hipótesis de investigación, así como las variables de la investigación.

En la segunda parte de la presente investigación se integra el “Marco referencial” donde se encuentra el primer capítulo del trabajo denominado: “Contextualización de la investigación; Características del Emprendimiento en el mundo, en México, en Michoacán y Morelia”, en donde se puede apreciar los rasgos importantes de la zona de estudio, como su localización, ámbito regional, descripción sociodemográfica y una breve historia del emprendimiento a nivel nacional, estatal (Michoacán) y municipal (Morelia), con el fin de entender la ruta que ha cursado el emprendimiento desde sus posibles orígenes, hasta la actualidad.

En la parte tres se encuentra el “Marco teórico”, dentro de esta parte se encuentra el capítulo II denominado: “Aproximaciones Teóricas a los Conceptos de Desarrollo y de Emprendimiento” en donde se ha revisado las referencias de autores e investigaciones de las áreas de financiamiento, vinculación a cadenas de valor y capacitación, así como las referencias literarias sobre las teorías de importancia en el área del emprendimiento, como lo son: Teorías del desarrollo, teorías del emprendimiento, teoría de Andy Freire, teoría de Schumpeter y la teoría del empresario, así como las teorías del desarrollo, entre las más destacadas: teoría del desarrollo sustentable, teoría del desarrollo económico local y teoría del desarrollo sostenible. Esta parte se compone de 3 subtemas importantes que ayudan al lector a comprender el origen de las dimensiones del emprendimiento propuestas, y sus 22 reactivos o indicadores que, para su mejor comprensión, se describen cada uno de estos a continuación:

Teorías del desarrollo

En este subtema se revisaron las teorías más relevantes de concepto “desarrollo” como lo son: desarrollo regional, desarrollo endógeno, desarrollo exógeno, desarrollo comunitario, desarrollo sustentable, desarrollo sostenible y DEL, después de haber revisado las teorías más relevantes del concepto de “desarrollo” se expusieron las razones por las cuales el presente estudio se inclinó su línea de investigación al DEL como variable dependiente.

Teorías del emprendimiento

En este subtema se ha revisado las teorías más relevantes con respecto al emprendimiento, entre estas teorías destacan las teorías de Andy Freire, Schumpeter, el emprendimiento de la Escuela Austriaca, y la teoría del empresario, en este sentido se aborda también las razones por las cuales se plantea que el emprendimiento es una variable que incide en el DEL directamente y el por qué se ha convertido en caso de estudio para el presente trabajo de investigación.

Vinculación a cadenas de valor, capacitación y fuentes de financiamiento.

Debido a la literatura revisada, se ha encontrado que muchas de las congruencias entre autores se encuentran los temas de capacitación, vinculación a cadenas de valor y financiamiento, en este sentido se ha revisado autores como Eric Ries, Alexander Osterwalder, como los más representativos en el área de emprendimiento a nivel mundial; sin embargo, se han revisado distintas publicaciones en revistas científicas a nivel mundial en los países con mayor índice de emprendimiento, como lo son EE.UU., Finlandia, Alemania, Suiza, Suecia, entre otros (ICSEd-Prodem, 2019), esto con la intención de observar los estudios referentes al emprendimiento y observar las acciones que se rescatan con referencia a las dimensiones citadas en este trabajo de investigación.

En la parte cuatro se encuentra el “Marco Metodológico “ donde se describe como se ha desarrollado dentro de un método probabilístico una serie de indicadores para responder las preguntas de investigación, mismas que ayudan a comprender el estatus de los emprendedores con respecto a las tres dimensiones del emprendimiento y que a su vez inciden en el desarrollo de emprendedores de alto nivel o afectan su probabilidad de éxito, estos indicadores han sido sometidos a un grupo de emprendedores de reciente creación con forme a la información proporcionada por INEGI, mismos resultados ayudaron a validar las hipótesis de éstas, en este apartado se encuentran dos capítulos, Capítulo III denominado:

“Diseño de la Investigación “ en donde el lector puede visualizar el proceso que llevó a cabo para el diseño del instrumentos de investigación para generar 119 encuestas a emprendedores de la ciudad de Morelia, Michoacán, México, así como el desarrollo de los indicadores inmersos en las dimensiones del emprendimiento propuestos. Finalmente se encuentra el Capítulo IV denominado “Análisis y discusión de los resultados”, en el cual se informa sobre los resultados obtenidos en el experimento y en donde se analizan dichos resultados para obtener una conclusión. En este mismo capítulo el lector puede observar cómo se sometieron los resultados de los 119 encuestados a un análisis en programa SPSS (*Statistical Package for Social Sciences*), con el fin de poder trabajar con los datos obtenidos y desarrollarlos en información que ayude a comprender las necesidades que ostentan los emprendimientos en la Ciudad de Morelia, Michoacán, de los cuales arrojaron un resultado no tan avanzado en el cumplimiento de los indicadores, con lo cual se dedujo que estos emprendedores presentan un riesgo grande al cierre de sus operaciones, deducción que se formalizo al comparar los resultados obtenidos con empresas con más de cinco años de antigüedad y con las cuales se puede observar una correlación bien importante entre la dimensión de “capacitación” con respecto a la dimensión de “Vinculación a cadenas de valor” y “Financiamiento”.

PARTE I. FUNDAMENTOS DE LA INVESTIGACIÓN

1.1 Resumen del apartado

La investigación es un proceso que ayuda a entender varias situaciones que generan las problemáticas para un tema en específico, de esta manera se puede identificar las mejores soluciones que ayuden a minimizar o erradicar dichas problemáticas (Hernández-Sampieri et al., 2018). En este capítulo se delimitan las problemáticas correspondientes al presente estudio, así mismo se generan las preguntas y las variables de la investigación que ayuden a responderlas, con el propósito de generar un objetivo y metas que ayuden con la medición del avance de la investigación.

1.2 Planteamiento del Problema

La problemática de esta área de investigación radica en conocer cómo el emprendimiento puede incidir en el DEL y de esta manera definir las dimensiones principales que influyen para que un emprendimiento pueda tener mayores oportunidades de crecimiento y por consiguiente, reducir el índice de riesgo o reducir los indicadores del cierre de las micro empresas de reciente creación y del sector de servicios específicamente de turismo del primer cuadro del centro de la ciudad de Morelia, Michoacán, México.

1.2.1 Descripción del problema

Como ya se había mencionado, el tema del emprendimiento ha estado consolidándose cada vez más, por lo cual trae consigo una ola de emprendimientos en todo el mundo; sin embargo, desafortunadamente muchas de las empresas de nuevas generaciones no sobreviven en sus primeros 2 años de vida, según los estudios del Global Entrepreneurship Monitor (GEM, 2020), el cual indica que alrededor del 70 % de las empresas de reciente creación no sobreviven a los dos años de actividades.

Otra de las problemáticas sobresalientes que ha conllevado la tendencia del emprendimiento es la sobrevaloración de los recursos a invertir sin un plan de acción que les ayude a impulsar las empresas, por lo cual se traduce en obtener

poblaciones altamente endeudadas, y se agrava al entender que las cifras de personas endeudadas asciende a 24% de la población, lo cual podría ocasionar en un futuro la obtención de personas sin poder adquisitivo que se traduzca en una desaceleración económica importante.

De acuerdo con el Índice Nacional de Ciencia, Tecnología e Innovación 2018, publicado por el Centro de Análisis para la Investigación en Innovación (CAIINNO, 2018), ubica al estado de Michoacán en la 29ª posición de 32 entidades, contando los siguientes pilares con los de mayor rezago; el “pilar 7 Empresas Innovadoras” en la posición 29, el “pilar 8 Emprendimiento y Negocios” en la posición 27, y por último el “pilar 9 Infraestructura material e intelectual” en la posición 18. Esto se podría traducir en que el estado cuenta con muy pocas empresas de base tecnológica, con pocos impulsos por el registro de patentes o desarrollo de prototipos, poco impulso al emprendimiento y sobre todo que cuenta con muy pocas instituciones que ayuden a los empresarios con la transferencias de conocimientos, que ayuden a que éstos tomen mejores decisiones al profesionalizar las ideas de negocio, que entre otras causas ha conllevado a tener un decrecimiento en el último trimestre respecto al mismo trimestre del ejercicio inmediato anterior en el Producto Interno Bruto Estatal (PIB) del 4.4%, según el Indicador Trimestral de la Actividad Económica Estatal (INEGI, 2021) al corte del mes de abril del 2021.

Si a lo anterior se le destaca que las actividades terciarias representan una de las más importantes actividades del estado y que tan solo ésta representa el 69.5% del PIB estatal (INEGI, Economía 2021). Esto en el contexto estatal, sin embargo, en el contexto municipal, se observa que en la ciudad de Morelia existen actualmente 42,648 unidades económicas según la Oficina Virtual de Información Económica de Morelia (OVIE, Morelia, 2021), mismas que al no implementar tecnologías, procesos de innovación en sus productos o servicios pueden tener un riesgo mayor al cierre. Aunado a esta problemática se destaca que la mayoría de las empresas no están preparadas para problemas globales emergentes, tales como el que se está padeciendo a causa de la pandemia por coronavirus (COVID-19), que orilla al cierre de operaciones a empresas, tan solo en Morelia se registró un cierre de más de 106

unidades económicas con una pérdida de un poco más de 4 mil empleos directos como se muestra en la tabla 1, entre las más afectadas son las micro, pequeñas y medianas empresas (MIPYMES), sin embargo, éstas podrían disminuir el índice de cierre al contar con mecanismos innovadores, estructuración de modelos de negocio e integración de plataformas tecnológicas que ayuden a formar decisiones en los esquemas de comercialización de sus productos o servicios, programas de vinculación que ayuden a articular los esquemas de financiamiento como vehículos de impulso a la productividad, así como acceso a herramientas que ayuden en la integración de mejores cadenas de valor a fin de ayudar a maximizar la comercialización de los productos o servicios que estas tienen.

Tabla 1.
Número de patrones.

Año	Número de Patrones registrados ante el IMSS, zona Morelia.
2019	11,094
2020	10,988
Empleos formales por año	
Año	Número de empleos
2019	180,356
2020	176,311

Nota: Elaboración propia con datos del Instituto Mexicano de Seguridad Social (2021).

Por otra parte, se visualiza que los procesos de capacitación dentro de las empresas no están siendo atendidos por las MIPYMES a nivel nacional, según los estudios del Programa Especial de Productividad y Competitividad publicados en el Diario Oficial de la Federación (DOF) en diciembre del 2020 (PEPC, 2019-2024), por lo que es una causa que impide el éxito empresarial; en este sentido las empresas no toman en cuenta este rubro como una inversión para acelerar el crecimiento, al contrario, se percibe como un costo innecesario y por consecuencia los empresarios no obtienen una visión de 365 grados de su empresa, lo que resulta en una mala

dirección empresarial y en una deficiente toma de decisiones que ayuden al crecimiento.

El acceso al financiamiento por parte de las MIPYMES sigue siendo un tema importante para que éstas obtengan los recursos necesarios a fin de impulsar las ventas, acceder a equipos tecnológicos, insumos, materia prima para el desarrollo de productos y en sí, al acceso a nuevas oportunidades que les permita el crecimiento o el aumento de su productividad.

En otro sentido, se observa que la economía mexicana ha presentado bajas tasas de crecimiento económico a lo largo de los años en comparación con otros países. Tan solo en el periodo del 1990 al 2018, la tasa media de variación anual del PIB fue del 2.5%, peor aún, la tasa promedio del PIB per cápita, con un promedio anual del 1.2%, mientras que en otros países el crecimiento ha sido mayor; por ejemplo los datos estadísticos de los países que apuestan por el emprendimiento, como lo es Chile con un aumento de su PIB del 3.4%, Chile es el país #1 en impulso al emprendimiento en Latinoamérica (Véase Ilustración 1 y Tabla 2 y 3); en este sentido, otros países que apuestan por el apoyo al emprendimiento, como es EE.UU. con un aumento del 3.6% de su PIB y Alemania en el continente europeo con un 3.7%, o China en Asia con una variación del 5.0 de su PIB, entre otros, según datos del *The Global Entrepreneurship and Development Institute* (GEDI, 2021) y el Índice de Condiciones Sistémicas para el Emprendimiento Dinámico (ICSEd-Prodem, 2018), que, entre otros datos, estos países integran a la mayoría de emprendimientos con un perfil de valoración no bursátil de más de mil millones de dólares estadounidenses (USD) cada uno .

Ilustración 1.

Panorama global de países emprendedores.



Fuente: ICSEd-Prodem, (2019).

Esta información ayuda a entender que la economía no está avanzando como se esperaría, observando que a nivel mundial, México se encuentra en el puesto número 42 de los 64 países más emprendedores, debido a varios factores, entre ellos se encuentra el bajo impulso para profesionalizar los emprendimientos en el país para que se impacte en los indicadores económicos, la derogación de institutos que apostaban por el emprendimiento a nivel nacional, como lo fue el Instituto Nacional del Emprendedor (INADEM), que se publicó el 13 de agosto del 2019 en el DOF, el cual se estableció dentro de la Ley para el Desarrollo de la Competitividad de la Micro, Pequeña y Mediana Empresa.

En este sentido se requiere de entidades que ayuden a impulsar desde las etapas tempranas los emprendimientos en sus productos o servicios, a través de sus

procesos, de la innovación, desde la perspectiva de la planeación y estudios sobre el mercado.

Tabla 2.

Ranking de los 10 países con mayor índice de emprendimiento a nivel mundial.

1. Estados Unidos	2. Finlandia	3. Países Bajos	4. Singapur	5. Alemania
6. Suecia	7. Suiza	8. Irlanda	9. Canadá	10. Reino Unido

Fuente: Elaboración propia con datos del ICSEd-Prodem, (2019).

Tabla 3.

Ranking de países con mayor emprendimiento en América Latina en lista mundial.

36. Chile	42. México	44. Argentina	46. Costa rica
-----------	------------	---------------	----------------

Fuente: Elaboración propia con datos del ICSEd-Prodem, (2019).

1.3 Preguntas de la investigación

En este apartado se presentan las incógnitas vinculadas al proceso de investigación que guían su focalización de trabajo a la formulación de una respuesta que cubra lo mejor posible a estas interrogantes.

1.3.1 Pregunta general de la investigación

¿Cuáles son algunas de las principales dimensiones del emprendimiento que inciden en el DEL del municipio de Morelia, Michoacán, México?

1.3.2 Preguntas específicas de la investigación

- I. ¿La vinculación a cadenas de valor son una dimensión del emprendimiento que incide en el DEL del municipio de Morelia, Michoacán, México?
- II. ¿La capacitación es una dimensión del emprendimiento que inciden en el DEL del municipio de Morelia, Michoacán, México?

- III. ¿El financiamiento es una dimensión del emprendimiento que inciden en el DEL del municipio de Morelia, Michoacán, México?

1.4 Objetivos de la investigación

Después de encontrar las interrogantes sobre el presente trabajo de investigación es necesario delimitar la dirección que tendrá el trabajo y las metas a alcanzar, para lo cual se requiere generar el objetivo general de la investigación, así como los objetivos específicos.

1.4.1 Objetivo General

Reconocer cuáles son algunas de las principales dimensiones del emprendimiento que inciden en el DEL de la ciudad de Morelia, Michoacán México.

1.4.2 Objetivos específicos

- I. Reconocer si la vinculación a las cadenas de valor constituye una de las principales dimensiones del emprendimiento que inciden en el DEL de la ciudad de Morelia, Michoacán, México.
- II. Comprender si la capacitación en los emprendimientos morelianos constituye una de las principales dimensiones del emprendimiento que incide en el DEL de la ciudad de Morelia, Michoacán, México.
- III. Comprender si el financiamiento es una de las principales dimensiones del emprendimiento que inciden en el DEL en la ciudad de Morelia, Michoacán, México.

1.5 Justificación

Para este trabajo es necesario delimitar el porqué es necesario e importante realizar la investigación.

Dicho trabajo busca delimitar cuáles son los métodos, herramientas, programas de vinculación y esquemas de capacitación en temas empresariales necesarias en los emprendimientos morelianos, a fin de contribuir en la implementación de las mejores

prácticas para que tengan una probabilidad de éxito de mayor importancia y por consecuencia, se pueda incidir en el aumento de los índices de DEL como el PIB o el PIB per cápita, así como en los índices de desarrollo humano en el municipio de Morelia, Michoacán, México, través de las nuevas unidades económicas¹.

Aunado a esto se busca contribuir a las teorías de emprendimiento que se han desarrollado hasta la actualidad. En este sentido se busca contribuir al desarrollo regional, desde la perspectiva del emprendimiento y sus dimensiones.

1.5.1 Trascendencia

Debido al creciente número de personas que opta por el emprendimiento como una forma de adquirir ingresos, y al ser uno de los sectores que se establece como importante para el desarrollo de una economía más sólida, se hace necesario contar con guías metodológicas de emprendimiento que ayuden a obtener empresas mayormente preparadas que inciten al crecimiento de sus organizaciones. En este sentido se realiza el presente trabajo de investigación a fin de que sirva de referencia para futuros emprendedores y puedan reforzar y profesionalizar sus emprendimientos.

1.5.1.1 Relevancia Metodológica

El emprendimiento está conformado por diferentes formas y acciones que llevadas a cabo conforman un perfil de iniciativa, ese perfil de iniciativa puede carecer o estar nutrido de herramientas que ayuden a formar empresas con alto contenido innovador, por consecuencia se logra tener en un mediano plazo a empresas exitosas; sin embargo, para definir estas herramientas y esta información es necesario realizar el proyecto de investigación donde se hace referencia primero a la investigación en campo que permita conocer la actualidad de los emprendedores en el ámbito empresarial, seguido de un estudio a través de encuestas tipo que permita comprender y entender la relación que tienen las variables y sus dimensiones en este estudio. Una publicación realizada por la Academia Revista

¹ Unidades económicas se refieren a empresas en zonas geográficas específicas, que tienen como objetivo generar recursos económicos a través de sus actividades (DENUE, 2020).

Latinoamericana de Administración (Hernán, *et al.*, 2008, p. 1) menciona que “la articulación en redes empresariales se ha convertido en una alternativa para aumentar la productividad y la competitividad fundamentalmente para las micros, pequeñas y medianas empresas”, por lo que es primordial establecer los mecanismos, metodologías y vehículos de vinculación que permita generar modelos de negocio viables y con esquemas de crecimiento con la triple hélice² a fin de reforzar los emprendimientos en el municipio de Morelia.

1.5.1.2 Relevancia Social

Las MIPYMES en el país representan una gran parte del motor que mueve México, a pesar de que las grandes cadenas de medios y televisoras hacen un énfasis a las grandes marcas o las grandes empresas como “Coca Cola”, “Grupo PepsiCo”, “Walmart”, “Cinépolis”, etc., pero el verdadero impulso lo realizan las MIPYMES, ya que de acuerdo con el estudio sobre la demografía de los negocios 2021 (INEGI, 2021) muestra que el 99.8% de las empresas en el país corresponden a las MIPYMES, quedando solo el 0.2% para las grandes empresas, por lo cual son las MIPYMES los negocios que más aportan a la generación de la riqueza en México y a la apertura de puestos de trabajo para millones de personas, que al contar con una fuente de empleo permite cubrir sus necesidades y les permite el acceso a servicios de mayor calidad tanto en salud como en educación, lo que resulta en una población con más oportunidades que impulsan de manera directa los índices de desarrollo económico. Sin embargo, estas MIPYMES que hay en la actualidad en algún momento fueron encaminadas por acciones de emprendimiento, es decir que no siempre estuvieron ahí, sino que algunas personas decidieron afrontar riesgos e invertir capital y tiempo en esos negocios, por lo cual se puede decir que sin el emprendimiento muchas de esas empresas no existirían, en este sentido podría asumirse que el emprendimiento es una variante importante al momento de hablar del DEL.

² Referencia al trabajo que se realiza en conjunto con el Gobierno, el Sistema educativo y la Empresa (Bunge, 2010)

1.5.1.3 Relevancia Teórica

Actualmente existen varias teorías de emprendimiento desarrolladas, que basan sus hipótesis en un gran número de variantes, algunas de estas variantes han aportado mucho al crecimiento económico y en sí al desarrollo de empresas o de nuevas unidades económicas, de las teorías que más destacan son: las “teorías del desarrollo”, “teoría del Beneficio del Empresario” (Knight, 1921) la cual basa su teoría en la toma de riesgos, otra de las teorías es la “teoría del desenvolvimiento económico” (Schumpeter, 1911) en donde hace énfasis en la tecnología como factor importante para impulsar el emprendimiento, la teoría de la pirámide invertida, la cual hace énfasis sobre las habilidades, herramientas y destrezas que requiere el emprendedor para impulsar la empresa, que en este sentido habla de cómo la capacitación en varios temas son de gran relevancia para que este se desenvuelva y por último la Teoría del Empresario (Kirzner, 1973) el cual basa su estudio en la capacidad del emprendedor para visualizar oportunidades, que, en otro sentido es la capacidad de buscar los esquemas de vinculación que le permita agilizar su emprendimiento. Este trabajo está orientado para que pueda aportar a estas teorías.

1.5.1.4 Relevancia Económica

En México existen alrededor de 6 millones de empresas registradas según los datos mostrados en el Directorio de Estadístico Nacional de Unidades Económicas (DENUE), (INEGI, 2021), pero solo cerca de un millón de empresas cuentan con esquemas de financiamiento que ayuden a impulsar el crecimiento exponencial de éstas, según la Encuesta Nacional de Financiamiento (ENAFIN, 2018), esto debido a su capacidad en el desarrollo de las finanzas corporativas, de estas cifras solo cerca de 60 mil empresas cuentan con esquemas y requisitos para poder cotizar en la Bolsa Mexicana de Valores (BMV) (IPADE, 2020), lo que potencializaron los esquemas de vinculación, pero desafortunadamente solo 146 empresas en todo México cotizan en la BMV (Grupo BMV, 2021), como lo indica el periódico: El Economista “Este número es superado, por mucho por otras bolsas de valores como la de India, con 5,800 empresas listadas en el mercado de capital; el TMX Group,

de Canadá, con 3,886; el *Japan Exchange Group* con 3,419 o la Bolsa de Brasil con más de 350 emisoras” (Santiago, 2017:1), lo cual podría traducirse que hay empresas con capacidad de generar esquemas de vinculación con medios importantes como lo es la BMV, pero desafortunadamente no se utilizan estas vinculaciones debido a que carecen de un diseño de modelos de negocio o propuestas de valor, y por consecuencia no se canalizan los emprendimientos desde edades tempranas a objetivos de vinculación como estos, por lo que podría asumirse que no se impulsa desde este punto de vista la economía en México como debería ser.

Es por esta razón que el presente estudio tiene relevancia para que los emprendimientos del país puedan tener información con respecto a los esquemas de financiamiento y de vinculación para que tengan más oportunidades de crecimiento a la par de impulsar el ecosistema empresarial y la economía del país.

1.5.2 Horizonte Temporal y Espacial

A fin de poder obtener un documento que avale las dimensiones propuestas para el desarrollo del emprendimiento con base en las investigaciones que se realicen tanto en campo, así como documental, se lleva a cabo únicamente en la zona centro de la ciudad de Morelia, que están dentro de la región III en Michoacán, dichas investigaciones se tendrán que realizar en medida de lo posible sobre todo por las precauciones de la pandemia ocasionada por el virus COVID-19 en un tiempo mínimo de 1.0 años, a fin de desarrollar el documento de tesis en 2 años.

1.5.3 Viabilidad de la Investigación

De acuerdo con las premisas de investigación (objetivos, metas y problemática), así como con el horizonte espacial y temporal de la investigación, se ha determinado que se cuentan con los recursos humanos y materiales para alcanzar a cumplir con lo establecido, además se cuenta con acceso de vinculación a fuentes de información y una vasta bibliografía que ayuden en el cumplimiento del trabajo.

En todos los trabajos y de cualquier índole se debe de tomar en cuenta todas las provisiones necesarias que ayuden en su ejecución, así como las herramientas y

recursos que ayuden a agilizarlo, es así que al analizar que se cuentan con estos recursos el trabajo tendría mayores posibilidades de ejecutarse en un 100%, por esta razón se han contemplado diversas variantes que influyen o impactan en el desarrollo del presente trabajo, como lo es la actual pandemia causada por el virus del COVID-19, así como los requerimientos humanos, técnicos y materiales que ayuden a la adecuada unión de los nodos diversos integradas por las dimensiones que integran la variante del emprendimiento.

El siguiente recuadro muestra los requerimientos necesarios básicos que influyen en el desarrollo del trabajo y que por consiguiente serían de suma importancia ya que debido a su existencia se podría dar como veredicto que el trabajo de investigación sea viable:

Tabla 4.
Requerimientos de la Investigación.

<i>Requerimiento</i>	<i>Diagnóstico</i>	<i>Fuente de los recursos</i>
Recursos financieros	Se cuentan con los recursos a través de una Beca de estudios.	Consejo Nacional de Ciencia y Tecnología
Acceso a información empresarial	Se cuenta con el acceso	Cámaras empresariales de Morelia e instituciones de gobierno, a través de convenios colaborativos y fuentes de información públicas como lo son: DENE, Mapa digital de México, Oficina Virtual de Información Económica de Morelia (OVIE Morelia), Sistema de Información Geográfica y Estadística de Morelia (SIGEM), el Sistema de Información Empresarial Mexicano (SIEM), entre otros.
Muestra de mercado para su investigación	Se cuentan las empresas, y, a través de los convenios colaborativos que se realicen entre las cámaras empresariales e instancias de gobierno se pueden convocar a las empresas y emprendedores para que se integren a la muestra que se requiere y ayuden a cumplir con los objetivos de la investigación	Convenios productivos y la generación de una convocatoria pública que inviten a las MiPyMes a participar en el estudio.

Fuente: Elaboración propia, (2021).

1.6 Tipo de Investigación

Durante el transcurso del trabajo se observarán varias direcciones que harán que el documento tomé algunos giros, todos con el mismo objetivo, es por esta razón que se emplean varios tipos de investigación.

1.6.1. Investigación descriptiva

Dado a que se requerirán analizar las dimensiones y las variables que se emplearán en la investigación, primero se tendrá que recurrir a la descripción de éstas, a fin de entender su complejidad y la forma en que estas realizarán los nodos con el DEL.

1.6.2. Correlacional

Se busca en este sentido aplicar el tipo de investigación correlacional a través de un grupo focal de estudio a fin de visualizar cuáles son las relaciones que las dimensiones del emprendimiento tienen con el objetivo general y los objetivos específicos.

1.7 Método de Investigación

El proceso de investigación del presente documento se realiza bajo las dinámicas de trabajo con el Método Científico, debido a que las premisas involucradas permiten la generación de información con respecto a la investigación citadas para cada una, por lo que se asume se genera información relevante en materia de emprendimiento y de DEL en la zona centro del municipio de Morelia, ubicada en la región III del estado de Michoacán, México.

1.8 Hipótesis de la Investigación

En el presente trabajo se establecen las hipótesis que rigen un enlace entre teoría y la práctica de los emprendimientos morelianos, a fin de establecer e identificar las acciones que ayuden a mejorar los índices estadísticos sobre el DEL y que alarguen la vida de las nuevas unidades económicas (emprendimientos).

1.8.1 Hipótesis general

La vinculación a cadenas de valor; el acceso a fuentes de financiamiento y la capacitación constituyen algunas de las principales dimensiones del emprendimiento que inciden en el DEL del municipio de Morelia, Michoacán, México.

1.8.2 Hipótesis específicas

Tal cual se ha mencionado al inicio del presente documento, el índice de cierre de los emprendimientos se eleva a casi el 70 % después de los dos primeros años de vida, sin embargo, este número se elevó alarmantemente por causa de la pandemia ocasionada por el COVID-19, dentro de las hipótesis que se estiman ocasionaron directa e indirectamente el cierre son los siguientes:

1.8.2.1 Vinculación a cadenas de valor

La vinculación a cadenas de valor constituye una de las dimensiones del emprendimiento que incide en el DEL del municipio de Morelia, Michoacán, México.

1.8.2.2 Capacitación

La capacitación constituye una de las dimensiones del emprendimiento que inciden en el DEL del municipio de Morelia, Michoacán, México.

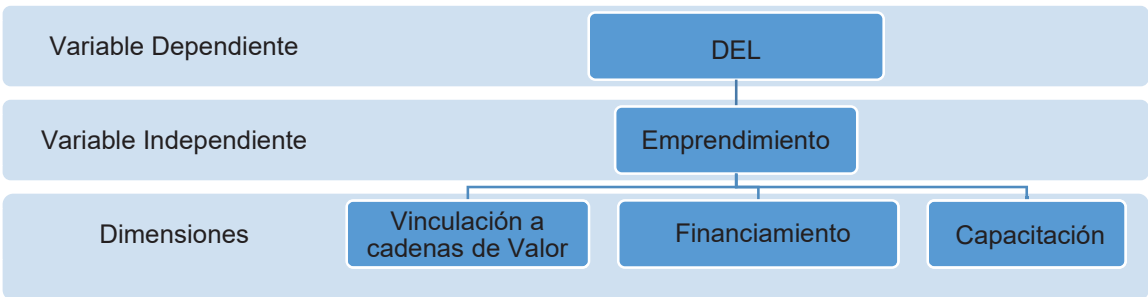
1.8.2.3 Financiamiento

El financiamiento constituye una de las dimensiones del emprendimiento que incide en el DEL del municipio de Morelia, Michoacán, México.

1.9 Identificación de las variables

Una variable es un elemento que puede ser modificada o torna constantes cambios en relación con otro elemento, estos cambios son susceptibles a medirse, es por esta razón que se requiere analizar las variables del proceso de investigación

Tabla 5.
Relación de Variables.



Fuente: Elaboración propia con base a la literatura revisada (2022).

1.10 Instrumentos

Los instrumentos por utilizar para recabar la información serán de dos tipos;

1.10.1 Instrumentos Cuantitativos

Para la recolección de información se utilizarán varios instrumentos con índole cuantitativa que ayuden a generar estadísticas sobre la población objetivo, estos instrumentos a implementar serán los siguientes:

- Diagnóstico Inicial y final para la prueba piloto del grupo de emprendedores que integran 22 indicadores de las 3 dimensiones del emprendimiento.

1.11 Universo

El universo se refiere al número total de empresas estratificadas entre MIPYMES existentes en la ciudad de Morelia, Michoacán, México, objetivo de la investigación a la que se someterán los instrumentos de estudio.

1.11.1 Universo y muestra

El universo de investigación del presente trabajo serán el número total de empresas estratificadas entre MIPYMES existentes en la ciudad de Morelia, Michoacán, México, sin embargo, para la presente investigación se recabará únicamente las microempresas de reciente creación, emprendedores y emprendedoras morelianas del municipio de Morelia, Michoacán, México.

En Morelia se registraron un total de 45,212 unidades económicas para el corte del mes de mayo del 2021, y al corte del 2022 se registraron 45310 micro y pequeñas empresas en la ciudad de Morelia, Michoacán, México, sin embargo varias empresas cerraron sus puertas y también hubo varias empresas de reciente creación, por lo que para recabar los datos de empresas de reciente creación se realizó un comparativo exhaustivo de la base de datos que publica el INEGI de este periodo, con lo cual se pudo analizar que en un año hubo solo 142 nuevas micro y pequeñas empresas, qué en este sentido se realizó una muestra de mercado por

conveniencia para aplicar el instrumento de investigación, dando como resultado una muestra de 119 encuestas.

1.12 Alcance y limitaciones

En este sentido se presenta el alcance de la investigación, la cual establecerá hasta donde llegará o que parte será integrada a la investigación y la segunda (limitaciones) hace referencia sobre aquellos ítems que dificultan la investigación.

1.12.1 Alcance de la Investigación

La presente investigación permitirá conocer la relación e importancia de las dimensiones del emprendimiento como uno de los ejes importantes del DEL de la ciudad de Morelia, Michoacán, México.

1.12.2 Limitaciones de la Investigación

Las limitaciones de la presente investigación son variadas, sin embargo, se han identificado las más importantes, debido a la forma en que inciden directamente al proceso de investigación negativamente, entre las que más destacan son:

- No hay muchos datos de las empresas informales de reciente creación.
- Otra de las limitaciones fue el bajo interés en las empresas para participar el proceso de investigación; sin embargo, para este punto se establecieron algunas rutas críticas para minimizar esta variable a través de los convenios colaborativos con las cámaras empresariales.
- Por último y no menos importante está el giro que pueda tomar el tema de la pandemia por el virus del COVID-19, que influya en el proceso de investigación, ya que ésta será la que pueda marcar la pauta sobre todo en el momento de tener contacto con los emprendedores y empresas objetivo de Morelia para el aplicativo de los instrumentos de investigación.

PARTE II. MARCO REFERENCIAL

CAPÍTULO I. CONTEXTUALIZACIÓN DE LA INVESTIGACIÓN: CARACTERÍSTICAS DEL EMPRENDIMIENTO EN EL MUNDO, EN MÉXICO, EN MICHOACÁN Y MORELIA

En este capítulo se habla del contexto histórico del emprendimiento a nivel mundial y en el país, destacando los orígenes de este fenómeno, así como los conceptos que se fueron desarrollando dentro del fenómeno del emprendimiento; de esta misma manera se describen cómo se ha reforzado el emprendimiento en México con el nacimiento de programas y apoyos tanto de la parte gubernamental, como de la parte privada, también se han revisado algunos planes de desarrollo, tanto nacionales, estatales y municipales para comprender la importancia que ha tenido el emprendimiento en cada una de las administraciones gubernamentales.

I.1 El emprendimiento y desarrollo económico en el mundo.

Aunque no hay cifras certeras en el mundo del número total de empresas del sector privado debido a que no todos los países tienen información confiable o se limitan a no tener la información actualizada; sin embargo, de los datos y estadísticas en los países que sí abordan con seriedad sus datos, se estima que existan alrededor de 400 millones de pequeñas empresas en todo el mundo (Banco Mundial, 2019), y tan solo en el 2020 se registraron cerca de 5,079,000 nuevas empresas en todo el mundo, de las cuales solo 976 empresas son catalogadas como casos de éxito o empresas unicornio (término utilizado para describir empresas de reciente creación que alcanzan una valoración de más de mil millones de USD, y que sus directivos son jóvenes de entre 30 a 40 años de edad), esto quiere decir que el emprendimiento hasta antes de la pandemia creció en un 1.2% respecto a los datos del 2019 (Banco de México, 2020) sin embargo, solo el 0.019% de las empresas de reciente creación alcanzan una valoración de más de 1,000 millones de USD, que como lo menciona Lee, estas empresas se deben a que desde sus inicios se han contemplado esquemas de capacitación en innovación para formarlos como empresas de base tecnológicas y fueron respaldadas por fondos de capital semilla para la puesta en marcha (Lee, 2013) .

Esta realidad del emprendimiento a nivel mundial viene creciendo rítmicamente, es decir que de acuerdo al crecimiento de nuevas empresas en el mundo se ha observado como cada vez más hay más empresas en el mundo (BM, 2020), pero ¿desde cuándo se conoce el término del emprendimiento a nivel mundial?, para esto se tiene que revisar las etapas de la historia económica mundial, sobre todo en la RI y el auge del capitalismo, que fue este el parteaguas o uno de los catalizadores que ayudaron a forjar el término del emprendimiento a nivel mundial.

I.1.1 El capitalismo y Revolución Industrial

El capitalismo fue efectivamente el movimiento que sentó las bases del emprendimiento al centrar el pensamiento económico clásico, como el que introdujo Adam Smith, titulado “Investigación de la naturaleza y causas de la riqueza de las naciones” (1794), que menciona las facultades productivas del trabajo y del orden,

así como la función del capital y los fondos monetarios para el adecuado funcionamiento de las empresas y el crecimiento de las economías, así como el papel importante del gobierno dentro de la economía. Otro evento que sentó las bases del concepto de emprendimiento fue la RI, ya que en esta época se consolidaron instrumentos financieros que permitían la apertura de unidades productivas, esto acuñó una de las características del emprendimiento como lo son: el financiamiento, las gestiones, la diversidad regional y movilidad social en actores económicos como lo son; industrias, productores, comerciantes, inversionistas y unidades financieras (Cárdenas, 2015).

Con el paso del tiempo, las transformaciones económicas y sociales que incitaban a la investigación científica y el desarrollo (I+D) incitó a la modernización de las industrias y con ellas, la llegada de nuevos conceptos y términos empresariales, como lo son: la iniciativa privada, procesos de trabajo, calidad, producción, distribución, inversión, comercio internacional, industrias 4t y triple hélice. (Cárdenas, 2015).

Éstas fueron sentando las bases de una nueva generación de empresas. Por lo cual, a partir de la RI hasta la época moderna, se han desarrollado una gran cantidad de conceptos que forman parte del emprendimiento.

I.1.2 Antecedentes del emprendimiento y desarrollo económico local

Gabriela Zúñiga y Lenin Vargas mencionan que el emprendimiento se ha convertido en un pilar fundamental para el DEL, ya que este conforma el tejido empresarial y económico desde la parte endógena (Vargas et al., 2020). Esto se debe a que mientras una entidad tenga más unidades económicas (Empresas) generan empleo y conservan empleos a causa de la contratación de proveedores locales o regionales, sin embargo, cuando hay emprendimientos realmente exitosos se puede observar de manera visible cómo impactan en el DEL de una región, tal es el caso de la empresa Cinépolis en el municipio de Morelia, que tan solo esta empresa genera más de 1,000 empleos en el municipio de Morelia (Cinépolis, 2020), aunado a esto ha modificado el panorama en el municipio, colaborado y realizado obras

vanguardistas como lo son los centros comerciales (La Huerta, Plaza Morelia, Plaza Las Américas) y otras construcciones de gran importancia como lo son: Torre financiera de Las Américas, Corporativo Citelis, Corporativo Cinopolis en Tres Marías, entre otras, que de igual manera su filial Citelis está ayudando a realizar obras importantes en la ciudad, como lo es “Eleva Park” el cual es un parque industrial innovador que aprovecha la ubicación estratégica de Morelia para que se instalen empresas de renombre en el área del Bajío, así como la torre de oficinas esfera con más de 3,000 metros cuadrados, lo que ayuda a cambiar en primer lugar la actividad económica de la región por los empleos generados y los empleos conservados por la contratación de proveedores locales, ayudando al DEL; en segundo lugar ha ayudado a cambiar la urbanización del municipio, generando vías de transporte e infraestructura de vanguardia lo que ayuda a catapultar a la ciudad de Morelia como una ciudad de importancia a nivel nacional.

I.1.3 Casos de éxito del emprendimiento a nivel mundial

Los casos de éxito del emprendimiento son variables, Norte América actualmente lleva la batuta en cuanto a emprendimiento se refiere, ya que este término ha ayudado a forjar más empresas unicornio que cualquier otro país, que de acuerdo al Índice Global Unicornio del 2020, (Instituto de Investigación Hurun, 2020), EE.UU. tiene un total de 487 empresas unicornio, siguiéndole los pasos China con un total de 301 empresas, India con un total de 54 empresas, Reino Unido con 39 empresas y por último Alemania con 26 empresas de este tipo.

I.1.3.1 Empresas unicornio y *Startups*

Las empresas unicornio son empresas que en términos de valorización cuentan con un monto de más de mil millones de USD, dentro de sus primeros 10 años de vida, esto sin estar presentes en la bolsa de valores. Estas empresas regularmente suelen ser empresas de base tecnológicas y fundadas por emprendedores jóvenes de una edad entre 30 y 40 años, el término de unicornio se dio a conocer en el 2013 por el artículo “*Welcome to The Unicorn Club: Learning From Billion-Dollar Startups*” (Lee, 2013) en donde se analizaron algunas empresas respaldadas con fondos de capital semilla, respaldo que indicaba que ayudaba a las empresas a obtener una valorización de más de mil millones de USD. Lee conformó este término refiriéndose

a lo difícil que es encontrar una empresa que alcance esta valoración en el mercado en poco tiempo de vida y con jóvenes a su mando, he aquí el término de empresa unicornio.

Por su parte el término de *startup* se acuñó en 1955 en Silicón Valley, una de las zonas con mayor impulso al emprendimiento a nivel mundial, la cual es definida como aquella sociedad que pese a la juventud y a los recursos limitados logran un desarrollo mayor a la media, y por consiguiente es atractiva para las inversiones de personas con capacidad financiera o grupos de inversión, su significado tiene varias vertientes, que literalmente refiere al crecimiento, arranque o puesta en marcha; sin embargo no existe una traducción universal para este término, pero según Graham, (2012), son empresas que se han diseñado para crear valor en sus productos o servicios y tienden a cubrir mejor las necesidades de las personas o crean una necesidad a partir de estos productos o servicios, por consecuencia hacen lo que mucha gente quiere, pero también tienen la capacidad de atender y llegar a esa gente. En este sentido, se podría decir que una *Startup* es una empresa que fue diseñada para crecer rápidamente en comparación con las demás, esto porque sus emprendedores supieron diseñar tres factores importantes (Graham, 2012):

1. Un servicio o producto que la gente quiere.
2. Esquemas de producción óptimas para cubrir la demanda de ese producto o servicio.
3. Esquemas y canales de comercialización óptimas para llegar a las personas que demandan el producto en tiempo y forma (vinculación a cadenas de valor)

Entonces, se podría decir que, si se habla de éxito o de casos de éxito, se puede hacer referencia a los cinco países vistos anteriormente (EE.UU., China, Alemania, Reino Unido e India), los cuales albergan más de 907 *startup* unicornio en todo el mundo, si a esta cifra se compara con el total de unicornios en todo el mundo, el cual ronda las 972 empresas (Índice Global Unicornio, 2022), se podría asumir que muy pocos países albergan el 96% de este tipo de empresas.

I.1.4. Situación actual y perspectiva del emprendimiento a nivel mundial

El emprendimiento actualmente presenta dificultad debido a la pandemia provocada por el virus del COVID-19, sin embargo sigue creciendo a nivel mundial el número de empresas nuevas, por lo que sí existe un impulso a desarrollar *startups* cada vez mayor, en este sentido la perspectiva de acuerdo a los indicadores históricos del emprendimiento es que siga creciendo y que países en vías de desarrollo produzcan o comiencen a generar *startups* unicornio, como lo es el ejemplo de México, que en los últimos 5 años ha desarrollado solo 7 unicornios con una valorización en conjunto de más de 17 mil millones de USD (véase la tabla 6) (Índice Global Unicornio, 2020).

Tabla 6.

Valorización de las empresas unicornio en México 2022.

Empresa Unicornio	Valorización en el mercado
Kavak	8,700 millones de USD
Bitso	2,200 millones de USD
Clip	2,000 millones de USD
Konfio	1,300 millones de USD
Incode	1,250 millones de USD
Merama	1,200 millones de USD
Clara	1,000 millones de USD
Total:	17,650 millones de USD

Fuente: Elaboración propia con datos públicos de cada empresa (2022).

I.2. El emprendimiento y desarrollo Económico en México.

El emprendimiento en México tiene sus orígenes hace apenas 60 años, que en comparación con otros países es relativamente corta, por ejemplo Alemania, en donde los estudios acerca del emprendimiento datan hace más de 200 años y que a pesar de que la historia empresarial explica que los antecedentes del emprendimiento son muy concretos y fundamentados, al estudiar históricamente los métodos comerciales, las empresas, la regulación gubernamental y los efectos de la empresa en la sociedad, en México aún se encuentra en proceso de estudio (Gonzales, 2016).

Frente a este contexto, es fundamental revisar de manera directa algunos fenómenos sociales importantes que marcaron la historia de la humanidad, como lo fue el desarrollo del capitalismo, de las disciplinas de economía y finanzas, de las cuales se desprenden gran cantidad de información que refieren al emprendimiento, las teorías más destacadas de los últimos años, así como los conceptos de modelo de negocios, propuesta de valor y la teoría del triángulo invertido.

I.2.1 Antecedentes

En la década de 1990, muchas empresas mexicanas comenzaron a experimentar un creciente proceso de internacionalización que abarcaba, no sólo las fronteras regionales sino por fuera del continente a razón por la entrada de los primeros tratados de libre comercio, entre países de América del Norte, EE.UU. y Canadá con el tratado de libre comercio en 1994, sumando actividades de exportación de productos mexicanos e importación de productos estadounidenses y canadienses, lo cual tradujo una importante detonación del comercio en el país, esta razón ayudó a generar tecnologías para simplificar las actividades de comercio, como lo son las plataformas tecnológicas de *e-commerce* (Santizo, 2011).

Este fenómeno desarrollado en la década de los 90 generó un importante cambio en el país, razón por la cual empresas mexicanas que comenzaban a crecer, optaron por abrir sucursales en otros países, donde si bien ya comercializaban sus productos, no tenían fábricas o representación física dentro de esas entidades, esto con el fin de minimizar costos y obtener un acercamiento más orgánico con el cliente final, esto sucedió también con empresas que ya comercializaban productos en México pero no tenían sucursales físicas en el país, por lo cual se comenzaron a ver fábricas, centros de administración u oficinas de representación de marcas extranjeras en el país, buscando cumplir el mismo objetivo: reducir costos y tener un acercamiento más orgánico con el cliente. A este fenómeno se le denominó “empresas multilatinas” (Santizo, 2011), el cual tuvo efecto en la madurez del emprendimiento en México y provocaron el surgimiento de casos como la Organización Ramírez a través de Cinépolis, que actualmente es la cadena de cine más grande de toda ALC, la tercera a nivel mundial y la más taquillera de todo el mundo. Esta fase constituyó una madurez empresarial y con ella, la derivación en

nuevos proyectos y unidades económicas. Entre éstas está el Grupo Monterrey, el cual está conformado por varias empresas de talla internacional, como Cementos Mexicanos (CEMEX) la cual se dedica a la producción de cemento, y que a su vez es una de las tres más grandes del mundo, Celulosa y Derivados S.A. (CYDSA) empresa dedicada a la manufactura de químicos y textiles, entre otras empresas mexicanas que fungen un papel importante en Grupo Monterrey (Santizo, 2011).

I.2.1.1 Privatización de las paraestatales

La privatización de paraestatales en México detonó y reforzó el emprendimiento también en los 90 aunque los procesos de privatización muestran que surgen desde el año de 1982, con el presidente Miguel de la Madrid y que los gobiernos subsecuentes dieron continuidad. Justo en 1982, se mostraba que las paraestatales en México rondaban las 1,200 unidades, incluidas la banca, que en 1991 inicia el proceso de privatización debido a varios factores, uno de ellos la poca eficacia en el manejo de los recursos por parte del gobierno, lentitud y demoras en los servicios, entre otros (Calderón, 1991).

La privatización de la banca tuvo una mejora del 100% después de su participación en los capitales privados, lo que ayudó en gran medida a desarrollar mecanismos de financiamiento más eficientes, vehículos financieros dirigidos al sector privado y con objetivos de desarrollar empresas a través de créditos y financiamientos, pero sobre todo generó una reforma de leyes que contribuyeron a producir instrumentos jurídicos adecuados que tanto permiten el acceso al crédito a nuevos mercados, como ayudaban a generar seguridad para las instituciones financieras (Calderón, 1991).

Las financieras hoy en día cumplen un papel importante a la hora de hablar de emprendimiento y empresa, que su actividad ha evolucionado tan fuertemente que su operatividad ha emigrado a las tecnologías de la información y comunicación (TIC) a través de teléfonos inteligentes, banca en línea y aplicaciones móviles, esto ha ayudado a que más personas en el país logren tener un mejor acceso a estos servicios y por consiguiente obtener recursos financieros para la puesta en marcha de negocios o escalar los que ya existen (Galdo, 2015).

I.2.1.2 Nacimiento de Incubadoras de Empresas

El nacimiento de incubadoras de empresa en el país marcó un parteaguas entre los modelos educativos del momento y los modelos educativos empresariales, ya que estos modelos eran combinados en las incubadoras para generar esquemas de trabajo que han demostrado su efectividad al momento de ayudar a los emprendedores a generar empresas más exitosas (Pérez, 2016).

La primer incubadora en la historia del país nació en el municipio de Ensenada en el estado de Baja California, en el año de 1990 con ayuda del Consejo Nacional de Humanidades, Ciencia y Tecnología (CONAHCYT) y Nacional Financiera (NAFIN), simultáneamente nace el Centro Morelense de Innovación y Transferencia Tecnológica (CEMITT) en el estado de Morelos respaldado por organizaciones del gobierno estatal y el sector privado, así como con el apoyo de las instituciones del CONAHCYT y NAFIN; posteriormente en el año de 1992 se crea el Programa de Incubadoras de Empresas de Base Tecnológicas (PIEBT), dirigida por el CONAHCYT el cual acreditó cerca de 10 incubadoras en todo el país, este programa refería tres dimensiones aplicativas (Pérez, 2016):

- Apoyo al talento emprendedor

Mecanismos de desarrollo a las ideas emprendedoras y vinculación de fuentes de financiamiento que impulsan los proyectos desarrollados.

- Modelos sistémicos para la creación de empresas

Con el objetivo de crear el Sistema Nacional de Incubación de Empresas a través de convocatorias públicas que acrediten los conocimientos necesarios para ofrecer servicios de acompañamiento empresarial al emprendedor.

- Creación de eficiencia productiva

El objetivo de esta dimensión era articular la innovación a través de laboratorios empresariales y proyectos de innovación por grupos de empresas, e impulsar las empresas ya existentes a través de mejoras operativas que generarán índices de productividad más eficientes.

Desafortunadamente el programa fue cerrado en 1997, por la falta presupuestal para las operaciones de las incubadoras; sin embargo, dejó un legado que fue retomado hasta el 2004; este legado fue importante en la historia sobre el emprendimiento en México, que combinado con las nuevas reformas de ley y la privatización de la banca comercial en México mostró un gran detonante en el apoyo a la creación de nuevas empresas.

Algunos autores indican que el porcentaje de que una empresa no incubada cierre sus operaciones dentro de los primeros dos años de vida puede ascender hasta en 80% de probabilidad y de empresas incubadas puede ser no mayor al 20% de probabilidad (Martín, Gutiérrez, 2013).

Al término del PIEBT en 1997, el apoyo al emprendimiento se vio congelado, y que a pesar de los evidentes cambios que refería la nueva administración encabezada por el Presidente Vicente Fox Quesada (2000-2006) y estipulados en el punto número 4 La transición económica dentro del Plan Nacional de Desarrollo (PND) que dentro de sus estipulaciones ya hace un énfasis en el desarrollo económico, integrando la importancia del financiamiento como eje importante del desarrollo, a pesar de las posturas estipuladas en este documento de gran importancia para el país, no fue hasta el 2004 que se vieron un poco más palpables las acciones que hacen cumplir lo estipulado por iniciativa de la Secretaría de Economía (SE) al generar el Fondo PyMe.

I.2.1.3 La segunda era del apoyo en México

El apoyo al emprendedor en México se tornó más evidente a partir del 2000, los esfuerzos del Gobierno Federal para apoyar al emprendimiento y al sector empresarial tomaron mayor forma con la creación del Fondo PyMe en el 2004 por la administración de Vicente Fox, quien en tan solo ese año impulsó a más de 700 empresas financiadas con recursos federales, superando un monto total de apoyos por más de 1,152 millones de pesos, el cual consideraba un parteaguas entre los apoyos gubernamentales del momento y que en sus evaluaciones obtenían una mejora de productividad en las empresas apoyadas, por lo cual dicho fondo fue continuado por la administración de Felipe Calderón Hinojosa entre los años 2006-

2012, que dentro de sus mejoras fue la incorporación de divisiones de apoyo a las empresas (Fondo PYME), estas divisiones fueron:

- **Apoyo a emprendedores**

Esta división consistía en 3 subdivisiones: emprendedores, incubadoras de empresas y capital semilla, todas relacionadas entre sí y en el primer paso el objetivo era: “Fomentar el espíritu emprendedor y la cultura empresarial en nuestra sociedad a través del desarrollo de habilidades empresariales y crear un semillero de proyectos emprendedores a mediano plazo, que acudan a las incubadoras que integran el Sistema Nacional de Incubación de Empresas” (Fondo-PyMe, 2012. P.1), es decir convocar emprendedores para fomentar el desarrollo de ideas para la puesta en marcha de los negocios y para posteriormente vincularlos a las incubadoras de empresas dentro de la Red Nacional de Incubadoras, que fue el segundo objetivo de la división: “Brindar a los emprendedores que desean iniciar un negocio, servicios integrales de consultoría y acompañamiento empresarial, evaluando la viabilidad técnica, financiera y de mercado de su plan de negocios a través de las incubadoras que integran el Sistema Nacional de Incubación de Empresas” (Fondo-PyMe, 2012. p.2) esto con el fin de formalizar y profesionalizar ideas de negocio que sean objetos de inversión, con el cual se vinculaba a la tercera subdivisión con el objetivo: “Otorgar apoyo financiero a los proyectos viables de emprendedores, para la formación y arranque de nuevos negocios egresados de las incubadoras reconocidas por el Sistema Nacional de Incubación” (Fondo PyMe, 2010. p.3).

Esta ruta de apoyo diseñada por el fondo PyMe, permitió el impulso de nuevas empresas en México, pero su mejor aportación es precisamente la capacitación del emprendedor previamente antes del acceso al financiamiento, lo que presumía generar empresas más competentes y con un porcentaje de vida mucho mayor que los emprendimientos realizados fuera del Fondo PyMe.

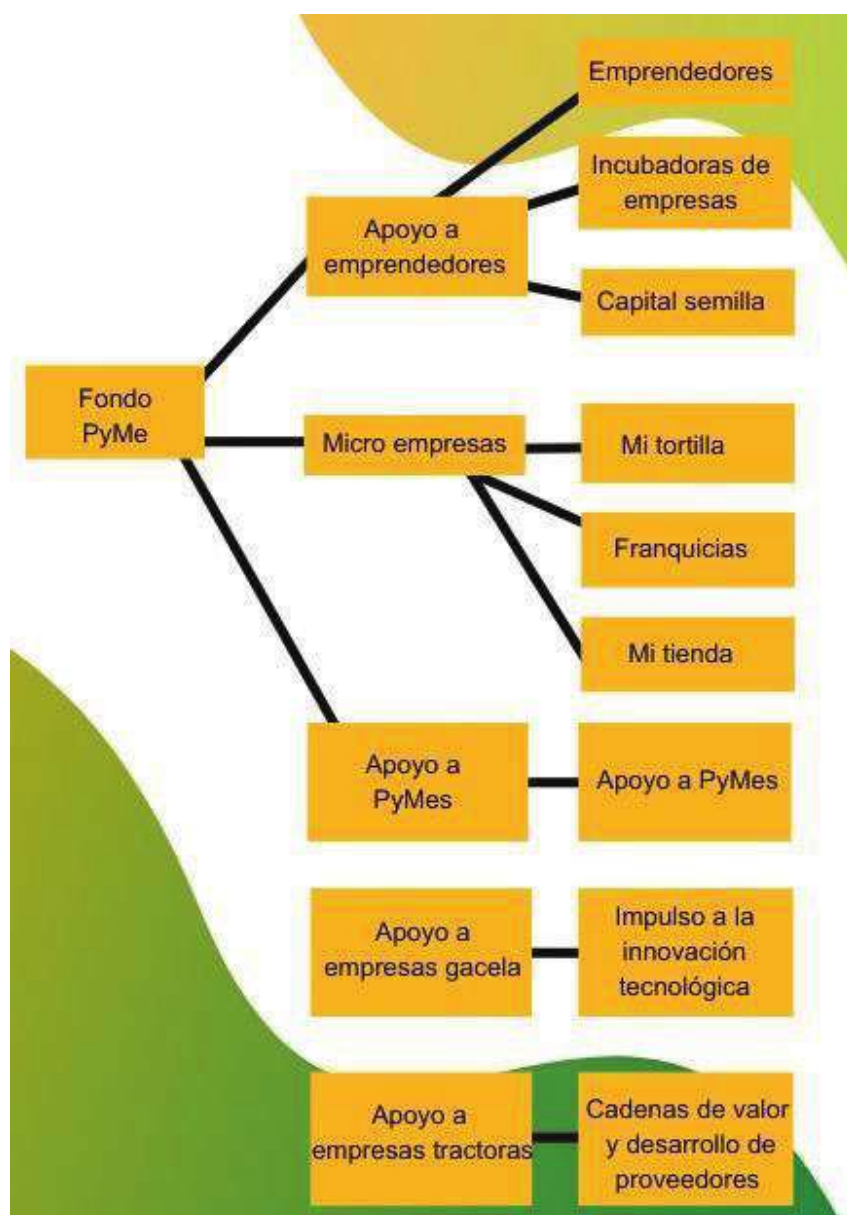
Dentro del Fondo PyMe se pueden encontrar las otras divisiones de apoyo, entre éstas se encontraban:

- Apoyo a las microempresas.
- Apoyo a las pequeñas y medianas empresas.
- Apoyo a las empresas gacela.
- Apoyo a empresas tractoras.

El común denominador que hay entre ellas era el de impulsar a las empresas ya existentes a través de capacitaciones, vinculación a cadenas de valor; generación, aplicación y adquisición de tecnología, así como el acompañamiento empresarial por parte de la SE.

Ilustración 2.

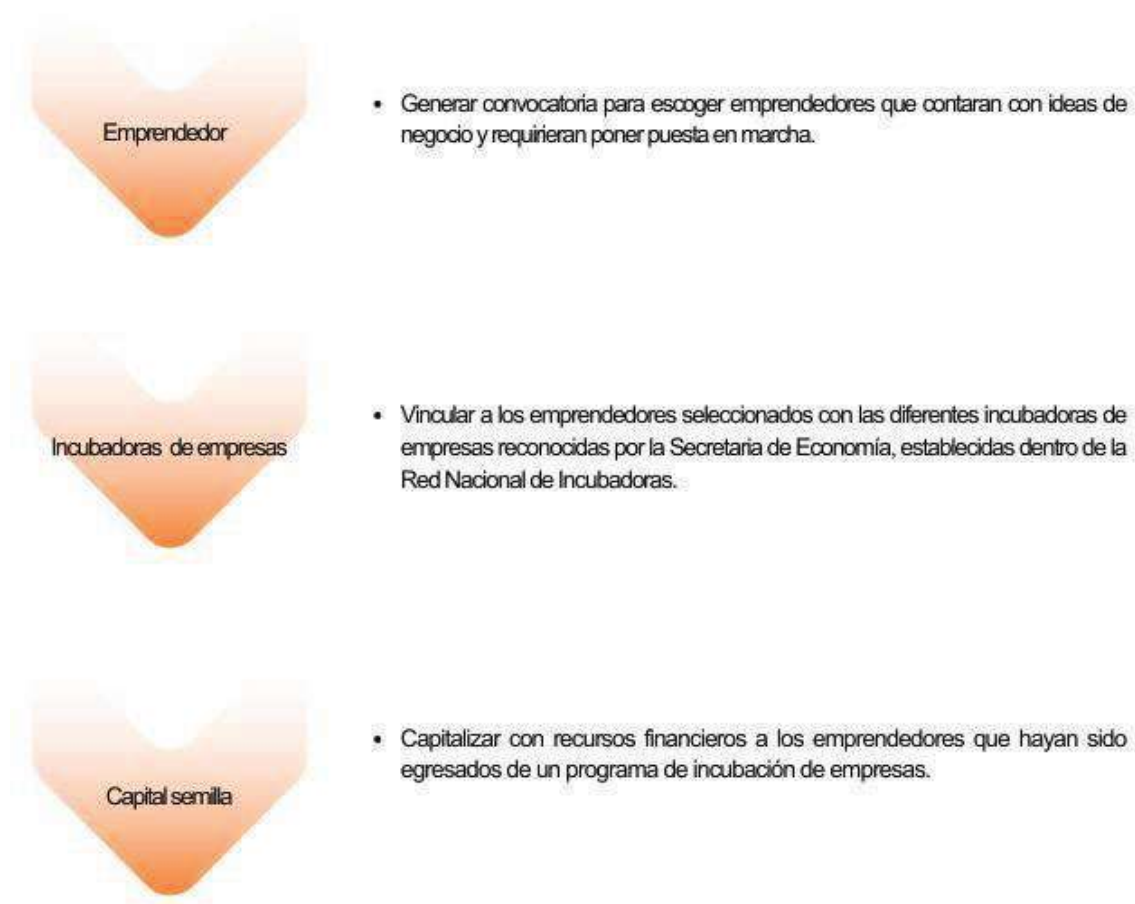
Proceso de apoyo a emprendedores del fondo PyMe.



Fuente: Elaboración propia con información del Fondo PyMe (2021).

Ilustración 3.

Proceso de apoyo al emprendedor del Fondo PyMe.



Fuente: Elaboración propia con datos del Fondo PyMe (2021).

Al terminar el mandato del presidente Felipe Calderón Hinojosa, éste ya había consolidado un instrumento de apoyo al emprendedor y a las empresas existentes con la finalidad de generar impulsos en la economía del país, razón por la que la nueva administración encabezada por el presidente Enrique Peña Nieto decide continuar con el Fondo PyMe y que posteriormente en el año de 2013 en el PND 2013-2018 estipuló que dentro de su meta “IV. México próspero” y apoyado de su estrategia transversal “i) Democratizar la productividad”, indicaba que el gobierno federal debería de tener entre sus responsabilidades el aumento de la productividad mediante la generación de empleos, en un clima de estabilidad económica e

igualdad de oportunidades, en donde se buscaba proveer las condiciones adecuadas para que el desarrollo económico con una política de fomento económica focalizada a buscar la innovación y el crecimiento de los sectores estratégicos, a razón del PND 2013-2018 nació la conformación del INADEM una organización muy especializada en el impulso de nuevas unidades económicas y al reforzamiento de las ya existentes, que si bien se estipulaba en el PND 2013-2018, sus orígenes organizativos y de cultura emprendedora recaen en el denominado Instituto Mexiquense del Emprendedor (IME) el cual formó parte en la gubernatura del Estado de México en el periodo del 2005-2011, también realizado por el gobierno de Enrique Peña Nieto en el Estado de México y que formó parte posteriormente como base de la política económica del país a través del INADEM y la SE, esto tradujo impulso a los emprendedores y a las empresas en el país (IME, 2015).

Este organismo público se formó siendo desconcentrado de la SE lo que hacía que el INADEM tuviera atribuciones especiales en cuanto a la toma de decisiones, lo que permitía que el INADEM pudiera generar sus propias políticas de apoyo, sin la necesidad de contar con la aprobación de la SE, basados en el artículo 17 de la Ley Orgánica de la Administración Pública (INADEM, 2014).

El INADEM al igual que el Fondo PyMe tuvo el objetivo de impulsar el emprendimiento, de empresas: micro, pequeñas y medianas, así como las iniciativas de innovación y tecnología a través de sus convocatorias, que si bien eran similares a las del Fondo PyMe, tenían mejoras en cuanto a su operatividad y ejecución de los fondos, una de estas mejoras nace con el fin de ser más equitativos entre las regiones del país, por lo cual crearon las divisiones por regiones, las cuales consistían en dividir la bolsa de recursos en tres grupos de estados. El primer grupo está conformado por los estados de Aguascalientes, Baja California, Chihuahua, Coahuila, Ciudad de México, Estado de México, Guanajuato, Jalisco, Nuevo León, Querétaro, San Luis Potosí y Sonora. El segundo grupo está constituido por los estados de Colima, Durango, Hidalgo, Morelos, Puebla, Quintana Roo, Sinaloa, Tamaulipas, Veracruz y Yucatán. Y el último grupo está formado por los estados de Baja California Sur, Campeche, Chiapas, Guerrero, Michoacán, Nayarit, Oaxaca, Tabasco y Tlaxcala (INADEM, 2016)

Posteriormente diseñaron una segunda división de proyectos que de acuerdo con su tamaño permitía que los participantes de zonas no tan competitivas compitieran equitativamente con empresas de su mismo perfil y no con empresas de un perfil más productivo como lo hay en la zona norte del país, lo cual permitió el apoyo a más empresas distribuidas por todo el país, incentivando así, el apoyo a las zonas donde realmente lo necesitaban, según las Reglas de Operación (RO) del INADEM 2016 (INADEM, 2016).

I.2.2 Programas de apoyo al emprendimiento

Programa de Incubación en Línea (PIL)

El Programa de Incubación en Línea (PIL) fue uno de los programas estrella del INADEM muy focalizado a impulsar emprendedores en todo el país, el cual estaba diseñado para fomentar en primer lugar la profesionalización de las ideas emprendedoras, y posteriormente a fondear esas ideas a través de varias iniciativas de fondeo. Este programa contaba con 5 módulos (INADEM, 2016):

- Módulo 1: Crea tu empresa.
- Módulo 2: ¿Cómo hacer un plan de negocios?
- Módulo 3: Recursos para operar tu negocio.
- Módulo 4: ¿Cómo obtener un crédito en un banco?
- Módulo 5: Evaluación final.

Lo que hizo tan exitoso este programa fue que por primera vez se podía acceder a un programa de incubación de empresas a través del internet, sin la necesidad de trasladarse a un lugar físico, además de que la plataforma era muy amigable con el usuario y muy fácil de comprender en todos los temas asignados del curso, además de incorporar toda una plataforma para profesionalizar al emprendedor, integrando en su módulo 5 una opción para la participación de un fondo de capital semilla en dos modalidades (INADEM, 2016).

I.2.2.1 Convocatoria 2.3 creación de Empresas básicas a través del Programa de Incubación en Línea (PIL)

Esta convocatoria tenía el objetivo de apoyar a los emprendedores que habían cursado con éxito el PIL, esto con el fin de apoyar en el proceso de la creación de la empresa con recursos destinados a la compra de equipo, mobiliario y/o inventarios en los sectores de comercio, servicio o industrias. Los recursos asignados para esta convocatoria provenían del Fondo Nacional Emprendedor, fondo especializado para impulsar la productividad, e innovación en las micro, pequeñas y medianas empresas (INADEM, 2015).

I.2.2.2 Programa de Aceleradoras e Incubadoras y Fab-Labs

El INADEM comenzó a realizar convocatorias para que las instituciones gubernamentales, instituciones académicas y organizaciones de la sociedad civil pudieran participar en la obtención del reconocimiento como incubadoras, aceleradoras o talleres de alta especialidad (Fab-LAB)³, estos reconocimientos tienen como objetivo brindarles las herramientas, fondos y vinculaciones necesarias a las instituciones acreditadas para que ofrecieran a un costo menor los servicios de acompañamiento empresarial para la puesta en marcha de los negocios, y/o brindar esquemas de trabajo para escalar las empresas ya existentes (INADEM, 2016).

Dentro de este ecosistema integrado por entidades gubernamentales, academias y empresas privadas se generaron de la misma manera convocatorias dirigidas a desarrollar empresas y escalamiento de las ya existentes, por ejemplo la convocatoria 2.4 “Incubación de Alto Impacto, Aceleración de Empresas y Talleres de Alta Especialidad”, del INADEM en el año 2017 la cual apoyaba a las incubadoras con recursos para la operación y acompañamiento de emprendedores, pero también ofrecía en la modalidad “B) emprendedores de Alto Impacto y MIPYMES” Apoyo directo a las empresas que previamente cursaron por un proceso de incubación, aceleración o taller de alta especialidad (INADEM, 2016).

³ Denominación que le dio el INADEM a los talleres de fabricación de prototipos por sus siglas Laboratorio (LAB), Fabricación (Fab).

Entre otras modalidades de apoyo a emprendedores, fueron las convocatorias para proyectos de alto grado de tecnología, como la convocatoria 3.1 Impulso a emprendimientos de alto impacto en el 2018 que apoyaban con hasta 3 millones de pesos para la generación de empresas que demostraran el impacto local o regional a través de sus actividades (INADEM, 2016)

En este sentido el INADEM a través de 6 años en operación se consolidó como una institución altamente referenciada por el ecosistema emprendedor del país, debido a que no solo tenía como objetivo apoyar con acompañamientos empresariales, sino que también estaba diseñada para ofrecer los recursos financieros para que los emprendedores pudieran generar los esquemas de trabajo oportunos a fin de que abrieran sus puertas al público, debido a estas acciones, el INADEM se consolidó en el 2019 como la institución que más apoyó al ecosistema emprendedor en el país, logrando vincular más de 23,800 millones de pesos asignados a más de 108 mil empresas, instituciones y emprendimientos en todo el país, como se muestra en la siguiente tabla:

Tabla 7.

Apoyos ejercidos por el INADEM en el periodo del 2013 al 2019.

<i>Año</i>	<i>Monto de Apoyo</i>
2013	\$ 2,953,748,122.84
2014	\$ 5,543,403,816.24
2015	\$ 4,262,406,416.63
2016	\$ 4,612,510,581.24
2017	\$ 3,3,216,637,799.32
2019	\$ 3,288,935,345.94
Total	\$ 23,877,642,079.21

Fuente: Elaboración propia con información del INADEM (2021).

Posteriormente debido al cambio de administración en México (2018), el INADEM se extinguió, por lo cual las actividades de apoyo en forma de crédito se dieron mediante el Programa Nacional de Financiamiento a Microempresarios (PRONAFIM) controlado por la SE y que posteriormente (2019) lo suplió la Unidad de Desarrollo Productivo (UDP) también de la SE, que dentro de sus objetivos se eliminó por completo el apoyo al emprendedor, focalizando sus esfuerzos al apoyo únicamente de las MiPyMes.

I.2.3 Financiamiento

El financiamiento es parte importante para el desarrollo de emprendedores en el país, por esta razón es importante mencionar algunos de los programas que apoyan en cierta manera en el apoyo al emprendimiento en México.

I.2.3.1 Crédito Joven

Este crédito fue diseñado por el INADEM a través de la banca comercial y con garantías líquidas por parte de NAFIN, lo que permitía ofrecer un crédito para la puesta en marcha de los negocios desde los 50 mil pesos y hasta los 150 mil pesos, con una tasa de interés inicial del 9% anual y con una tasa final del 13.3% (INADEM, 2016).

Este crédito también se diseñó amigablemente para el emprendedor al insertar un periodo de gracia (INADEM, 2016) lo que permitía a los emprendedores adquirir el crédito y focalizar sus esfuerzos para impulsar sus ventas durante los primeros 12 meses, sin la preocupación de realizar los pagos a capital del préstamo. Por lo cual fue una herramienta financiera muy importante a la hora de impulsar a los emprendedores.

I.2.3.2 Evolución de la Banca Comercial a las Fintech

Fintech es una industria en la que las empresas usan la tecnología para brindar servicios financieros de manera cómoda y confiable (créditos y ahorros), este término es conformado por las contracciones de los términos *Finance* y *Technology* en inglés: FIN-TECH. La llegada de las Fintech en México inició con plataformas de *Crowdfunding*⁴, la primera de ellas y la más conocida fue Fondeadora, plataforma tecnológica que ayudaba a fundear proyectos productivos, nacida en el año 2014 y fusionada con la plataforma internacional Kickstarter en 2016, quienes hasta ese entonces habían ayudado a fundear más de 2,300 millones de USD a través de las modalidades de fondos colectivos. A la par nacían nuevas plataformas tecnológicas que ayudaban con la obtención de financiamiento, entre las todavía existentes a la fecha: MiCochinito.com, 100Ladrillos.com, afluenta.mx, Fondify y Play Business.

⁴ Plataformas de fondeo colectivo (Fintechmexico, 2022).

Mismas empresas que tuvieron su crecimiento en el INADEM, nacido en el sexenio del presidente Enrique Peña Nieto (INADEM, 2016).

En marzo del 2018 se promulga la ley Fintech, como instrumento jurídico de la ley para regular a las empresas que comenzaron a promover actos financieros a través de la tecnología, esto dio seguridad jurídica tanto a los usuarios de las plataformas como a la misma plataformas tecnológicas para promover los actos financieros a través de las tecnologías, por lo cual el mundo de las Fintech tuvo un crecimiento desde el 2019 al 2021 de 10 veces más con una tasa de población no bancarizada del 50% (Gutiérrez, 2021).

Según la encuesta de emprendimiento realizada por la plataforma tecnológica Godaddy en el 2021, menciona que las instituciones bancarias, inversionistas privados, empresas extranjeras, empresas Fintech y demás agentes, conforman el sistema emprendimiento actual que además de contar con el financiamiento, tienen servicio de asesoría especializada para crecer un negocio (Tavera, 2021).

El ecosistema emprendedor de México hoy por hoy no sólo recae en entidades de gobierno, sino se desprende también en forma de conocimiento especializado de emprendimiento apoyado por herramientas tecnológicas que facilitan y mejoran los procesos sobre la ejecución de nuevos negocios, el país ahora se encuentra claramente en un proceso de fortalecimiento sobre el desarrollo de emprendedores (Godaddy, 2021).

I.3. El emprendimiento y Desarrollo Económico Local en Michoacán

Aunque uno de los objetivos del Plan Estatal de Desarrollo (PED) del estado de Michoacán para cada una de las administraciones, integran en sus metas y objetivos siempre al desarrollo económico, con varias vertientes, casi por lo regular con la visión y miras de ayudar a las empresas existentes a crecer y fomentar el empleo; sin embargo, pocos PED son concretos para el apoyo del emprendimiento como tal y hay otros que en sí, no mencionan el apoyo al emprendimiento pero que en el desarrollo de sus políticas públicas⁵, ejercen programas desarrollados exclusivamente a apoyar el emprendimiento, tal es el caso de la administración del

⁵ Las políticas públicas son acciones que genera una administración gubernamental para ayudar al desarrollo económico, político, social o ambiental.

2004-2008, que en el punto “IV Política Educativa”; “Los desafíos para la construcción del Futuro” menciona que una de los objetivos es “d) Promover la creación de nuevos centros e institutos de investigación, así como la constitución de empresas de base tecnológicas en el estado” (PED, Michoacán 2004-2008, pp. 36), sin embargo, no menciona la ejecución de la Red Estatal de Incubadoras que fue desarrollada posteriormente en el mismo gobierno pero que fue influenciado por las estrategias del Sistema Nacional de Incubadoras del gobierno federal a través del Fondo PYME; sin embargo, desde estas fechas ya se aplicaban los apoyos al emprendimiento en el estado, y que posteriormente se vieron más reforzados con la generación del Programa CEMPRENDE, desarrollado por la Secretaría de Desarrollo Económico de Michoacán en el 2008, mismo programa que tuvo entre sus objetivos crear en la sociedad una cultura emprendedora, integrando oportunidades para las personas que requerían iniciar un negocio; posteriormente en el gobierno encabezado por Silvano Aureoles Conejo iniciaron varias actividades para apoyar a los emprendedores en Michoacán, uno de ellos fue el “Programa Jóvenes Emprendedores Prosperando”, lanzado en el mes de noviembre del 2015, iniciado también por programas e instituciones federales, que en este caso fue el INADEM, y en sus últimos programas activó la Red de Apoyo al Emprendedor en el Estado, contando con más de 18 puntos, localizados en municipios, cámaras empresariales y organizaciones de la sociedad civil, que en conjunto pudieron lograr un fondo de capital semilla para el estado por más de 923 millones de pesos en más de 5200 beneficiarios (véase tabla 8).

Tabla 8.
Apoyos federales del INADEM para el estado de Michoacán.

Año	Número de apoyos	Monto total
2013	27	76,477,858.23
2014	886	143,149,773.17
2015	1071	186,294,822.11
2016	1973	223,816,815.63
2017	764	141,486,125.94
2018	492	152,011,467.76
Total	5213	\$ 923,236,862.84

Fuente: Elaboración propia con información del INADEM (2022).

El apoyo al emprendimiento ha sido un tema indiscutible al momento de hablar de desarrollo económico en el estado de Michoacán. A partir del 2020 los esquemas de emprendimiento se han pasado más a la Secretaría de Bienestar, con el Instituto Nacional de Economía Social (INAES) a través de una de sus estrategias: “Nodos de Impulso a la Economía Social y Solidaria” que hasta el momento siguen trabajando, realizando actividades de vinculación y de capacitaciones para los emprendedores, que dentro del estado y hasta diciembre del 2021 se encuentran habilitados 4 NODOS de impulso a la Economía Social (INAES, 2022):

- Nodess del Valle.
- Nodess Impulso a la Juventud.
- Nodess ASESS.
- Nodess Pátzcuaro.

I.3.1. Planes de Desarrollo Estatal y emprendimiento

Los PDE son documentos que muestran la planeación con respecto a las metas y objetivos que quiere alcanzar un gobierno determinado, que, desde 1933 a mandato del presidente Lázaro Cárdenas se convirtió en una ley que deben elaborar todas las entidades gubernamentales en el país (PND, 2019-2024). A esta razón el Estado de Michoacán de Ocampo ha generado también sus PED, en donde se puede observar el rumbo económico, político y social que toma la entidad en sus diferentes administraciones; sin embargo, todos y cada uno de los PED son diferentes con respecto a sus enfoques, y pocos de éstos mencionan el emprendimiento como parte fundamental del crecimiento del desarrollo económico, que hasta el PED 2008-2012 (PED, 2008-2012) se mencionó por primera vez el apoyo del emprendimiento como una práctica importante para el desarrollo económico estatal; no obstante, y a pesar de que los anteriores PED no tomaban en cuenta el emprendimiento, sí llevaron a cabo acciones para impulsar el emprendimiento, solo que estas acciones fueron reflejadas por las políticas públicas establecidas en los PND, donde sí se mencionaba el emprendimiento, esto podría ser un indicador de

que en los gobiernos estatales y municipales no toman en cuenta el emprendimiento como pilar importante para el DEL desde su planeación.

I.4. El emprendimiento y DEL en Morelia

I.4.1 Localización de Morelia

La ciudad de Morelia, Michoacán, México, se encuentra ubicada al norte del estado de Michoacán, en los límites de la ciudad de Tarímbaro como zona conurbada, al poniente con el municipio de Quiroga, al oriente con el municipio de Charo y al sur con el municipio de Acuitzio (INAFED, 2021).

Localización geográfica de Morelia.

Coordenadas: Latitud: 19.7006, Longitud: -101.186 19° 42' 2" Norte, 101° 11' 10" Oeste (INAFED, 2021).

Ámbito Regional

Morelia se encuentra en la región III del estado de Michoacán, esta región es una delimitación geográfica conformada por 13 municipios del estado de Michoacán, los cuales son: Acuitzio, Álvaro Obregón, Copándaro, Cuitzeo, Charo, Chucándiro, Huandacareo, Indaparapeo, Morelia, Queréndaro, Santa Ana Maya, Tarímbaro y Zinapécuaro. Actualmente los 13 municipios se integran en esta región por tener algunas características, como lo son el clima, el relieve, la fauna, la flora, así como también por aspectos culturales y sociales (INAFED, 2021).

Ilustración 4.

Representación gráfica de la región III de Michoacán.



Fuente: INAFED (2021).

La población actual de la región III es de 1,004,723, de los cuales 523,435 son mujeres y 481,288 son hombres. Las actividades preponderantes en estos municipios son principalmente los servicios, seguido por el comercio y la industria (INAFED, 2021).

El 63% de la Población Económicamente Activa (PEA) se encuentra principalmente en el sector servicios y comercio, finalmente el 16% del PEA es del sector industrial, siendo este último realizado solo en la ciudad de Morelia (COESPO, 2020).

I.4.2 Descripción Sociodemográfica

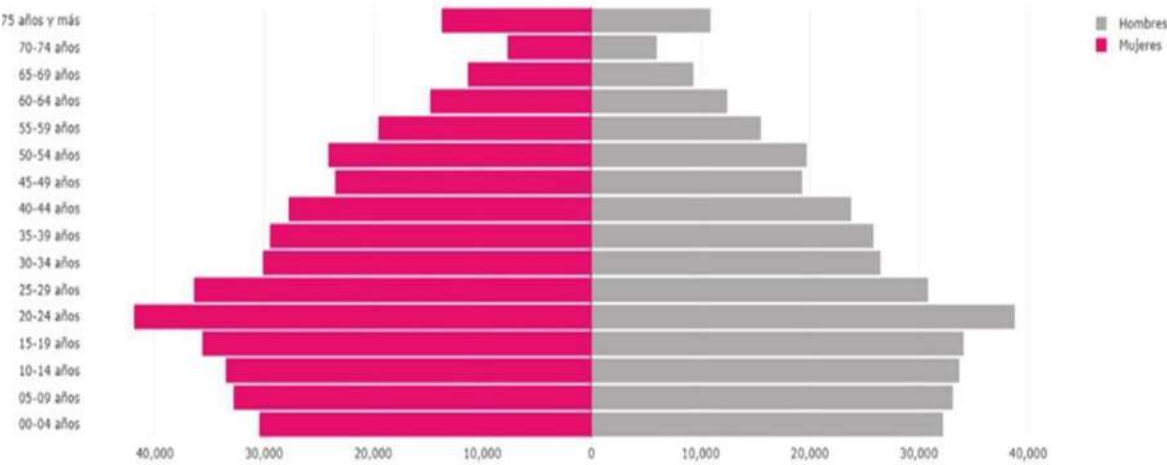
Morelia cuenta con un total de 849,059 habitantes, de los cuales 407,129 son mujeres y 441,924 son hombres (INEGI, 2020), el último censo de población realizado por el Instituto Nacional de Estadística y Geografía (INEGI) en el 2020 muestra que la PEA de Morelia alcanzó un total de 443,495 personas, lo cual representa el 54% de la población total (INEGI, 2020).

Uno de los datos duros que muestra el INEGI, es la pirámide poblacional que se ve en la ilustración 5, éste representa que en un momento dado la población mayor será de los adultos, actualmente se traduce en que la mayoría de la población se encuentra en jóvenes que tienen alrededor de 28 años de edad, dicha edad está en las óptimas para generarse como PEA, esto resultará útil para determinar la

importancia de apoyar los emprendimientos de edades tempranas para conformar empresas en el futuro.

De acuerdo con el Instituto Municipal de Planeación Morelia (IMPLAN), en el municipio hay un total de 42,648 unidades económicas entre micro, pequeñas, medianas y grandes empresas, de estas empresas su representatividad se encuentra en los servicios entre los que destacan financieros, inmobiliarios, y turísticos (IMPLAN, 2021).

Ilustración 5.
Pirámide poblacional.



Fuente: IMPLAN (2021).

El municipio de Morelia, Michoacán, cuenta con un poco más de 45 mil empresas, que desde el año 2004 han aumentado en un 59%, ya que en el 2004 se encontraban solo 29,046 unidades económicas (INEGI, 2009), para el año 2009 se registraron un total de 35,355 unidades económicas, en el 2014 un total de 37,395 unidades económicas, y para el 2020 las cifras superaron las 45,679 unidades económicas, entre ellas están estratificadas de la siguiente manera:

Tabla 9.*Estratificación de empresas en Morelia.*

Sector	Número
Servicios	22,120
Comercio	18,789
Industrias	4,402
Otras	368

Fuente: Elaboración propia con datos del DENE (2021).

Se puede observar que desde el año 2004 hasta el 2021, han aumentado el número de empresas a casi duplicarse, esto podría asumir que entre estos años hubo 17,064 emprendimientos en la entidad para conformar hasta el 2022 las 46,110 unidades económicas entre micro, pequeñas y medianas empresas.

Este aumento de empresas se debió al 100% a emprendedores que invirtieron recursos, tiempo y esfuerzos al iniciar un nuevo negocio o expandir el que ya existía, estos emprendimientos pudieron de alguna forma también haber aprovechado la historia del apoyo al emprendedor por los gobiernos federales, pero ¿qué pasa con el apoyo del emprendimiento en el municipio de Morelia?, para eso se analizaron algunas de las administraciones anteriores, donde se observó las políticas públicas municipales que han sido desarrolladas para fomentar el emprendimiento en la entidad.

I.4.1. Programas de apoyo al emprendimiento en Morelia

La administración comprendida en el año 2018-2021 fue una administración que tuvo serios retos de desarrollo económico, las cuales fueron causadas principalmente por la pandemia causada por el virus COVID-19 que incitó a muchas empresas morelianas al cierre de sus operaciones, unas temporalmente y otras que desafortunadamente no pudieron recuperarse, sin embargo, resulta importante analizar cuáles fueron las estrategias desarrolladas por ésta administración para focalizar esfuerzos en la apertura de nuevas unidades económicas. En el eje rector “Prosperidad Económica” del Plan de Desarrollo Municipal de Morelia (PDM) 2018-2021 se menciona que en varias de sus estrategias para permitir la construcción de

una economía incluyente es: “Generar condiciones para detonar el desarrollo de las empresas establecidas, el emprendimiento y la atracción de inversión compatible con las vocaciones productivas del municipio, facilitando la generación de sinergias entre los sectores social, privado y académico” (IMPLAN, Morelia, 2019).

De las actividades realizadas por esta administración comprende el “programa de Incubación de cooperativas” en donde se pudo observar el impulso a 15 cooperativas del municipio de Morelia, Michoacán, México, según los datos emitidos por la misma dependencia en sus convocatorias públicas en el 2019 (Martínez, 2019), posteriormente en el 2020 se realizó el programa “Creación de Cooperativas” que tuvo el objetivo de impulsar 30 cooperativas en el municipio de Morelia a través de un modelo de incubación sistematizado.

Dentro del Plan Municipal de Desarrollo (PMD, 2015-2018) se observa en el “tema 2 economía competitiva e incluyente” se encuentra el subtema “Morelia emprendedor e innovador” que menciona como estrategia el Impulso a las empresas y emprendimientos económicos, municipales, catalizando por el desarrollo de investigación, desarrollo e innovación (I+D+I) y la articulación entre academia y sectores económicos (público y privado)” (IMPLAN, Morelia, 2015, p. 63).

De las actividades realizadas por la administración (2015-2018) para cumplir con las estrategias estipuladas en el PMD, se vieron encaminadas a la vinculación con incubadoras acreditadas por el INADEM, y la Red de Apoyo al Emprendimiento ejecutada por la Secretaría de Desarrollo Económico del Estado de Michoacán, además de difundir y generar trabajos para la realización del Programa de Incubación en Línea del INADEM, con el cual fueron desarrollados según los datos del INADEM más de 500 mil proyectos, que finalmente fueron vinculados con el programa crédito Joven y con la convocatoria 2.3 Creación y Fortalecimiento de Empresas a través del Programa de Incubación en Línea PIL (INADEM, 2018).

Por otro lado, el emprendimiento ha sido fuertemente desarrollado por el sector privado en el municipio de Morelia por diferentes instituciones, entre las que destacan las universidades como el Instituto Tecnológico de Morelia (ITM), La Universidad La Salle y la Universidad Latina de América (UNLA), que dentro de sus objetivos se encontraba impulsar el desarrollo de nuevas empresas a través de su alumnado y con el apoyo de la apertura de nuevos departamentos que ayudaron a generar esquemas de vinculación para el desarrollo de nuevos proyectos (Fondo PyMe, 2010).

Por su parte el ITM inició el apoyo del emprendimiento con la apertura del Centro de Incubación e Innovación Empresarial, fundada en el 2010 y que iniciaba con las operaciones para el alumnado del Tecnológico⁶, no obstante, en ese mismo año se habían registrado 17 centros de incubación en la SE como parte de las estrategias desarrolladas por el Fondo Pyme, de las cuales solo 6 estaban en Morelia⁷ (Fondo-PyMe, 2010).

A su vez, Impulsa Michoacán es una entidad privada sin fines de lucro, instaurada en el año 2004 en la ciudad de Morelia, la cual es miembro de la JA Worldwide, organización también sin fines de lucro que opera desde el año de 1919, nacida principalmente para educar a los jóvenes sobre los medios de producción y la libre empresa. Esta entidad del sector social ha estado trabajando con las universidades desde el año 2004, generando esquemas de trabajo tipo incubación donde enseñan a los alumnos a generar empresas a partir de inversión privada, por lo cual ha sido un referente del emprendimiento en Morelia (JA-México, 2020).

A razón de lo anterior, y entre otras premisas, actualmente un estudio realizado por DOING BUSINESS y el BM⁸ catalogaron al municipio de Morelia en el número 12 de 32 ciudades en el país de las ciudades más prósperas para realizar negocios, lo

⁶ http://sagitario.itmorelia.edu.mx/difusion/Art_prev.php?id_art=961 consultado el 15/12/2023

⁷ <https://www.redalyc.org/journal/510/51058252003/html/> consultado el 15/12/2023

⁸ <https://espanol.doingbusiness.org/es/data/exploretopics/starting-a-business/mexico> consultado el 15/12/2023

cual es un indicador serio al momento de hablar de emprendimiento, puesto que podría traducirse en la facilidad para realizar los trámites gubernamentales correspondientes para la puesta en marcha de los negocios (Doing business, 2022).

Tabla 10.
Apoyos y número de empresas beneficiadas con recursos federales.

Año	Número de apoyos	Monto total en MXN
2013	27	\$ 76,477,858.23
2014	886	\$ 143,149,773.17
2015	1071	\$ 186,294,822.11
2016	1973	\$ 223,816,815.63
2017	764	\$ 141,486,125.94
2018	492	\$ 152,011,467.76

Fuente: Elaboración propia con información publicada del INADEM (2022).

I.4. El impacto del emprendimiento en Morelia

A observar los datos anteriores se puede ver que el apoyo al emprendimiento tiene una relación con el crecimiento del DEL del municipio de Morelia, de acuerdo con los apoyos realizados desde el 2004 hasta la actualidad, se puede observar que se registraron más de 17 mil empresas nuevas, que si bien se relacionan con el crecimiento de la ciudad, también se debe a que se han aprovechado bien los apoyos gubernamentales, tanto municipales, estatales y el más importante los programas de desarrollo empresarial y de desarrollo económico realizados por las administraciones pasadas del gobierno federal (véase anexo III), en la siguiente gráfica se puede observar la relación de estas variantes:

Gráfica 1.

Relación del apoyo al emprendimiento y el número de MiPyMes.



Fuente: Elaboración propia con datos de la SE y Banco de México (2022).

PARTE III. MARCO TEÓRICO

CAPÍTULO II. APROXIMACIONES TEÓRICAS A LOS CONCEPTOS DE DESARROLLO Y DE EMPRENDIMIENTO

En la parte tres de este trabajo se abordan las teorías más importantes para el caso de estudio (emprendimiento y DEL), de éstas se revisaron las teorías de desarrollo más sobresalientes, como lo es la teoría del desarrollo sustentable, teoría del desarrollo sostenible, teoría de desarrollo económico, teoría del desarrollo social y teoría de DEL, cada una con aportes muy específicas al presente trabajo, sin embargo la directriz más importante para el presente trabajo fue la teoría del DEL, ya que ésta última es una de las variables a medir, así mismo se abordan las teorías del emprendimiento, entre las que destaca la escuela austriaca, Schumpeter, la escuela Howard Stevenson, teoría de la pirámide invertida, en el último capítulo de este apartado se abordaron las diferentes fuentes, tanto en *papers* como en publicaciones académicas relevantes en los países con mayor índice de emprendimiento, como lo es EE.UU., Alemania, China, Suecia y Suiza.

II.1. Teorías del desarrollo

El concepto de desarrollo por sí solo es un concepto que se traduce a una evolución, cambio y mejoras en las condiciones generales de la calidad de vida de los habitantes, sin embargo, a lo largo de la historia se han desarrollado varias teorías que puntualizan esquemas diferentes para lograr el desarrollo, en este sentido se podría decir que las teorías del desarrollo se han nutrido de acuerdo a los contextos en los que se han desenvuelto, cada una de ellas tienen sus líneas de estudio, que entre ellas, están las teorías del desarrollo sustentable que mencionan que para seguir teniendo un desarrollo continuo a lo largo del tiempo se debe generar esquemas de trabajo y de consumo que cubran finalmente las necesidades del presente sin comprometer la capacidad de las generaciones futuras para satisfacer sus propias necesidades, la teoría del desarrollo sostenible que menciona que debe de existir una sociedad más respetuosa con el medio ambiente y busca reconocer al ser humano como especie, con el fin de interactuar equitativamente con las demás especies, la teoría del desarrollo humano que se focaliza a integrar los aspectos sociales en los enfoques económicos y de esta manera se logre un bienestar genérico en las poblaciones al reconocer las dimensiones del ser humano y sus necesidades básicas, la teoría de desarrollo económico que menciona factores importantes como la producción, la mano de obra y fuerza de trabajo, la inversión de capital y la investigación e innovación como catalizador de la producción. No obstante, para la presente investigación se aborda más en la teoría del DEL, ya que desde este punto se puede esquematizar y conocer cómo funciona el desarrollo desde estas perspectivas y entender de mejor manera la importancia del emprendimiento dentro de sus engranes.

“Sumak Kawsay, una oportunidad para imaginar otros mundos” (Acosta,2012), es un concepto que en su traducción significa: “La plenitud de la vida”, sin embargo, en este escrito, el autor aborda nuevas formas de ver la vida hacia el buen vivir, una forma de ver el concepto de desarrollo como una teología y el concepto de crecimiento económico. Estos dos conceptos van de la mano y están íntimamente relacionados para sumar hacia “la plenitud de la vida”, el concepto de desarrollo mostro un posible parte aguas entre lo que en su momento se determinaba como

crecimiento económico, por lo que se propuso en su momento realizar una taxonomía entre regiones “desarrolladas”, y entre otras que no lograban tener observaciones de desarrollo, denominadas naciones en vías de desarrollo, entonces ¿qué es desarrollo? y ¿cuál es la diferencia entre crecimiento económico y desarrollo?.

Neo liberalismo, es una teoría política que defiende la libertad de los mercados en relación con el gobierno, esto como claves certeras para impulsar el avance tecnológico y con ella la prosperidad económica debida a la supuesta manera de ayudar a facilitar la vida cotidiana a través de la tecnología en producción, lo que supone también un desarrollo en la industria (Producción), por lo que podría traducirse en generación de empleos y con ello una vinculación y desarrollo a nuevos mercados, por lo cual para el neo liberalismo el concepto de desarrollo radica más en la oportunidad de crear nuevos mercados basados en las emergentes tecnologías, lo que a su paso desarrollarán nuevas necesidades, que serán cubiertas por las mismas tecnologías, esto podría entenderse como una nueva forma de vida, donde la calidad de vida o la plenitud de la vida es a través de la tecnología como un sistema libre de producción, donde el gobierno tiene ciertas tolerancias, sin embargo, para el neo liberalismo el desarrollo es un concepto que se relaciona en sí mismo por los mercados emergentes que se pueden explicar sobre indicadores económicos como el Producto Interno Bruto.

Por otro lado se encuentran las teorías marxistas, inspiradas por los trabajos de Carlos Marx, los cuales se tradujeron al concepto de desarrollo como una consecuencia entre las relaciones sociales de producción en el ámbito mundial a través del imperialismo, es decir la dominación de una nación sobre otros territorios a través de un control político, por lo cual para las teorías marxistas el concepto de desarrollo esta mas apegado a un problema político en lugar de verlo como una consecuencia meramente económica.

Sumak Kawsay es un concepto para referirse a la plenitud de la vida en la voz de los pueblos Kechwas, en donde la plenitud de la vida va más a la concepción del individuo frente a una vida alejada de los parámetros más caros de la modernidad y el crecimiento económico: el individualismo, la búsqueda del lucro, la relación

costo beneficio, la utilización de la naturaleza, las relaciones estratégicas entre seres humanos y la violencia que ejercen los mercados por la razón del egoísmo del consumismo. Entonces el buen vivir o la plenitud de la vida (Sumak Kawsay) es la expresión del vivir una relación diferente ente los seres humanos y con su entorno social, ética, y holística, tanto con su base histórica como con su entorno natural de hábitat.

Mientras la teoría económica menciona al ser humano como un ser que domina a la naturaleza desde el ámbito externo a la historia humana, en este sentido Sumak Kawsay incorpora la naturaleza en la historia como parte inherente al ser social y no como un factor productivo.

De regreso entonces a la pregunta; ¿Qué es desarrollo?

Podríamos entender el concepto de desarrollo desde diferentes puntos de vista, como lo aborda Acosta, y se podría decir que el concepto de desarrollo en su generalidad es la búsqueda del progreso de todos los ámbitos que rodean al ser: Económico, social, político, material, tecnológico, intelectualidad, etc., y este progreso también debe estar basado en el respeto de los recursos naturales para la preservación de la vida futura en el planeta.

II.1.1 Desarrollo Económico Local

Como ya se ha mencionado el desarrollo como concepto primordial es un proceso de cambio, evolución o mejora de las condiciones generales de la calidad de vida de los habitantes, por consecuencia al hablar de DEL se entiende que es un proceso de cambio y de mejora en el ámbito económico delimitado por un área o territorio específico, que por consecuencia mejorará las condiciones generales en la calidad de vida de los habitantes de dicho territorio, su principal variable para el DEL es la generación de valor, riqueza y competitividad, que para que éstas eleven sus indicadores deben intervenir diferentes variables, tanto exógenas como endógenas, esto permite en cierta forma explicar cómo algunas regiones se desarrollan mejor que otras (Alarcón, González, 2018). En este sentido se puede observar cómo estas

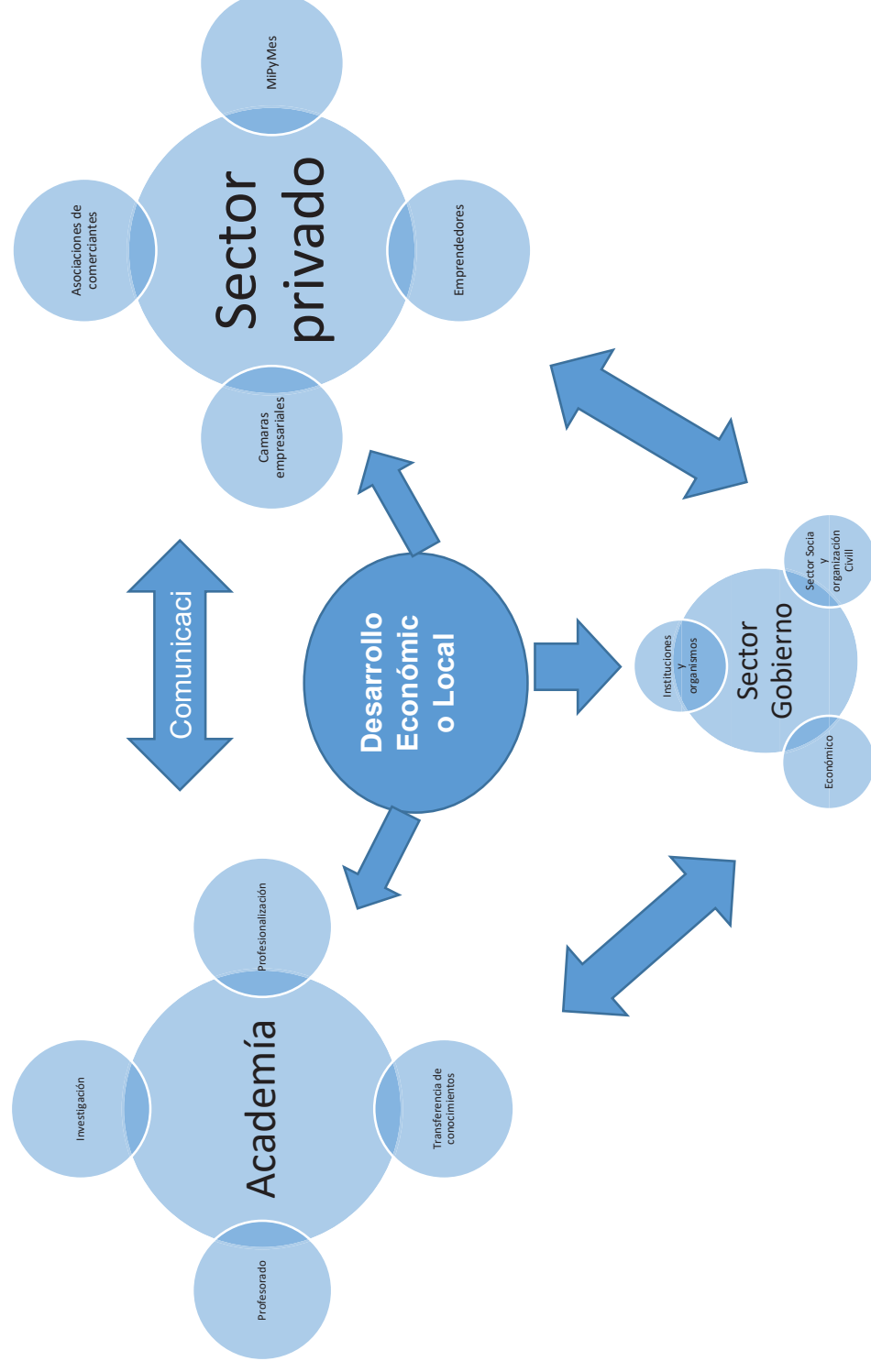
regiones al compararlas con otras su desarrollo es muy diferente, dicho lo anterior se puede comparar la infraestructura tanto social como física, la forma en que las personas innovan, la formación académica, desarrollo del capital humano, la forma en cómo se designan los usos de suelos y en general sus políticas públicas en todas sus dimensiones, estos son factores que se pueden observar a simple vista, pero por ejemplo existen otros factores que solo se pueden explicar a través de las áreas de economía, como lo son los indicadores o tasas de crecimiento, el PIB per cápita, tasas de interés, precios, salario mínimo, índice de precios al consumidor, entre otros indicadores microeconómicos y macro económicos.

A su vez también existen otros factores endógenos que ayudan al desarrollo, tal es el caso de la planeación territorial, desarrollo de políticas públicas, y también la interacción de la triple hélice; sin embargo, para tener una interacción efectiva entre la triple hélice también se deben comprender las dimensiones de importancia en cada una de ellas, por ejemplo: dentro de la academia o el sector educativo existen dimensiones que deben interactuar para que se desarrolle, como lo es el profesorado, la investigación, la profesionalización, el alumnado y transferencia de conocimientos, del sector empresarial sus dimensiones son sus órganos empresariales y unidades económicas (cámaras empresariales, asociaciones de comercio y MIPYMES), del sector gobierno sus dimensiones son la organización civil, los responsables gubernamentales en turno, y los diferentes organismos gubernamentales que desarrollan las políticas públicas; aun así, no basta con tan solo identificar estos factores y dimensiones de la triple hélice, sino que también se debe de generar una comunicación efectiva y multilateral entre cada una de las dimensiones y sus factores, que en este sentido primero debe de haber canales de comunicación entre los organismos empresariales, la organización social, el profesorado o la investigación académica, y las unidades económicas con el fin de integrar a los representantes de la academia, el sector gobierno y el sector privado o económico sobre las necesidades específicas para lograr el desarrollo, a este aspecto se le podría denominar como un cambio regional consciente, debido a que se ha logrado un cambio regional integrando a todas las dimensiones que

conforman el territorio logrando una sinergia de trabajo óptimo para la ejecución de actividades encaminadas al DEL, cultural, social, y político (Alarcón, & Gonzales, 2018).

En síntesis, el DEL se puede lograr desde la parte endógena al integrar en la parte académica liderazgos que incentiven el desarrollo de innovación en todos los aspectos, social, tecnológica, de procesos y económicos; en este sentido este aplicativo de innovación genera un aumento de competitividad también en todas sus áreas, como resultado, se alcanza una evolución de todos los actores y dimensiones implícitas, gobernabilidad, desarrollo sostenible, sinergia y focalización política, factores de localización, grupos meta y administración de proceso, (Meyer-Stamer, 2004), en este sentido el DEL es el resultado de la sinergia y la relación de cada uno de todos sus factores.

Ilustración 6.
Esquema de desarrollo económico local endógeno.



Fuente: Elaboración propia con base a la literatura revisada (2022).

El DEL también se puede lograr con aspectos exógenos que ayudan en su proceso, en este sentido se puede decir que son aquellos factores externos que influyen en su dinamismo económico, social y/o cultural, podría decirse que los factores que comúnmente se observan en el desarrollo son (Meyer-Stamer, 2004);

- Inversión extranjera.
- Importación de productos para su comercialización.
- Migración e inmigración de mano de obra especializada.
- Importación de tecnología, entre otras.

Los cuales podrían dejar innumerables veneficios para la parte local, que combinados con los factores endógenos podrían potencializar el DEL.

II.2. Teorías del emprendimiento

El término de emprendimiento es cada vez más usado para los estudios relacionados con la economía y el desarrollo económico, sin embargo, hasta antes de 1755 se le conocía como empresarios innovadores a la forma de emprender nuevos negocios, fue precisamente en ese mismo año cuando Richard Cantillon introdujo el término “emprendimiento” desde entonces este término ha sido utilizado para diferentes ramas del conocimiento, como lo son la economía, la sociología, la psicología, la antropología, las ciencias políticas, entre otras. Esto ha hecho que se desarrollen varias teorías para explicar el fenómeno del “emprendimiento”, lo cual ha generado controversias en cuanto a su funcionamiento, su impacto en varias vertientes, incluyendo el DEL. Sin embargo, a pesar de que el término fue acuñado en 1755, no fue hasta medio siglo después que tomó fuerza en la economía neoclásica, varios investigadores y estudiosos de la materia le implican varias caras y características al emprendimiento; sin embargo, donde concordaron todos o la mayoría es que la característica principal el emprendimiento implica la toma de decisiones para la inversión de tiempo, esfuerzo y capital ante la incertidumbre, en cierta sentido el emprendimiento es la forma de tomar la iniciativa de cualquier

actividad relacionada a los negocios, donde no se tiene suficientemente claro el desempeño de esas inversiones en el futuro. A raíz de estos planteamientos se han desarrollado varias teorías del emprendimiento o teorías que finalmente se desarrollan encaminadas al emprendimiento (Cabrillo, 2006).

II.2.1 Teoría del triángulo invertido

La teoría de Freire tiene que ver con tres grandes dimensiones; idea, capital y emprendimiento, en donde según Freire, estas dimensiones son de suma importancia para que el emprendimiento se logre dar. Estas dimensiones se desarrollaron a través de un esquema en forma de triángulo, el cual llamó “triángulo invertido”, donde la punta del triángulo queda hacia abajo, justo en esta parte se apoya el concepto de emprendimiento, el cual necesita dos componentes más en la parte de arriba para completar el triángulo, la cual está compuesta por la idea, que en cierto sentido es la formalización de la idea del negocio por la identificación de las necesidades del mercado para convertirse en una idea viable, y el tercero recae en el capital o inversión de recursos financieros, que funciona como el motor que impulsa el emprendimiento. Por ende, cuando un negocio es exitoso es porque se ha logrado completar el triángulo, en contraparte de esta analogía, los emprendimientos fracasados se debieron a que no se completaron los puntos del triángulo; es así que para poder entender esta teoría más a fondo se describen las tres vertientes:

Emprendimiento

El emprendimiento según Freire (2012), tiene que ver con el temple del emprendedor, la firmeza y el carácter para afrontar los desafíos que el mismo emprendimiento presente a lo largo del camino, es por ello que la punta del triángulo se esquematiza hacia abajo, ya que de esto depende que el negocio no se derrumbe, y en ocasiones es un punto tan chico que aunque se tenga la idea con viabilidad y se cuente con los recursos económicos, materiales o sociales y si en esta parte no se tiene el perfil de fortalezas, destrezas y temple del emprendedor a

cargo, los emprendimientos serán en un punto fracasos, esto debido a que no se logrará equilibrar la balanza, por lo cual es ésta la parte más importante de un emprendimiento, ya que aquí es donde el emprendedor equilibra los recursos y la idea del negocio, aprende a dirigirla, y tiene la fortaleza para soportar el peso que conlleva, con un riesgo controlado, a esto se le llama “liderazgo equilibrado”, debido a que el emprendedor aprende a equilibrar tanto las ideas en el mercado como los recursos necesarios para llevarlo a cabo, sin derrumbarse en los primeros inicios del emprendimiento.

El emprendedor que cuenta con el perfil para emprender, es decir que cuenta con las fortalezas y destrezas necesarias siempre va a lograr desarrollar los puntos que conectan el triángulo, que en cierto sentido dependen del emprendedor desarrollarlos, es así que la idea puede desarrollarse a través de la inteligencia, de la práctica, de la capacitación y de la observación del mercado; sin embargo, muy pocos emprendedores cuentan con el perfil suficiente para generar ese emprendimiento exitoso, aun así, el emprendedor que no cuenta con ese perfil lo pueden adquirir con la capacitación y transferencia de conocimientos, con entrenamiento de sus habilidades para la comunicación y desarrollo de ideas, y finalmente aquel emprendedor brillante aprende a conectar y vincularse con fuentes de financiamiento que le facilite la puesta en marcha de ese modelo de negocios desarrollado por el mismo emprendedor, en este sentido se describen 11 cualidades mínimas que debe desarrollar el emprendedor para que logre tener éxito en sus iniciativas:

- Emancipación

El emprendedor debe tener como iniciativa la libertad y la independencia como principal motivación para emprender, aquel que no emprende bajo esta premisa se convertirá en esclavo de su propio emprendimiento.

- Moderación en la ambición

El emprendedor debe aprender a moderar la ambición de su emprendimiento y entender que el dinero solo es una consecuencia de su esfuerzo, y no ver el dinero como un objetivo del mismo emprendimiento.

- Pasión

El emprendedor tiene que estar dedicado en mente, cuerpo y alma a su proyecto, todo el tiempo necesario, incluyendo en los tiempos más difíciles, es casarse con la idea, pero moldear a lo largo del camino con los propios esfuerzos, y sentirse orgulloso de hacerlo.

- Resultados

El emprendedor entiende la diferencia del pensar y el hacer, que, si bien estos conceptos tienen una relación simbiótica para lograr el éxito, muy pocos emprendedores hacen, por eso es necesario que el enfoque esté siempre dirigido por el hacer, y en lograr resultados tangibles e intangibles.

- Espiritualidad

Si bien parece que es un concepto y perfil que aparente estar fuera de contextualización en el área de los negocios, la teoría del triángulo invertido, indica que la espiritualidad es muy importante al momento de emprender, ya que ésta permite que se pueda ver el mismo emprendimiento desde afuera y así comprender los errores que se van cometiendo y de esta forma tomar decisiones correctas.

- Novicio

El nombre de noviciado se ha conocido principalmente en el ámbito religioso, y se le conoce así al periodo de prueba que hacen las congregaciones y órdenes religiosas, es una preparación que contempla un tiempo determinado donde se pone a prueba los conocimientos, actitudes y fortalezas del candidato antes de que entregue sus votos religiosos; sin embargo para la presente teoría del triángulo invertido, se dicta que el emprendedor tiene que estar en un estado continuo de

noviciado empresarial, donde pueda estar continuamente aprendiendo para poner en práctica estos aprendizajes a favor de sus emprendimientos.

- Disfrute del Camino

Es el equilibrio entre la firmeza para superar obstáculos y el placer o carácter para obtener el humor necesario que permita disfrutar cada paso que se da, aunque la situación no sea positiva.

- Éxitos compartidos

El emprendedor siempre debe buscar la forma de compartir sus éxitos, con el fin de ayudar a que los demás obtengan los suyos, y viceversa, también debe buscar emprendedores con éxito para aprender de ellos; por otra parte, el emprendedor debe buscar ver a los integrantes de su equipo como socios potenciales y al igual debe buscar cómo compartir con ellos los logros tangibles e intangibles.

- Determinación

El emprendedor debe tomar el tiempo necesario para la toma de decisiones, y en el proceso siempre debe mostrar seguridad y firmeza en las acciones que lleve a tener razón de sus decisiones.

- Optimismo y sueños

El emprendedor debe trazar la visión de lo que quiere en el futuro, basándose en la realidad, esto es que debe ser realizable y alcanzable, tanto de su persona como de su emprendimiento.

- Responsabilidad

El emprendedor asume responsabilidad incondicional frente a su destino, igualmente lo hace frente a las implicaciones sobre lo que implica asumir riesgos calculados.

Esta teoría también describe los errores de los emprendedores en 9 áreas comunes (Freire, 2012):

- No empezar

Este punto se refiere a no hacer nada con respecto a no iniciar correctamente un negocio, ya que muchos de los emprendedores que fracasan lo hacen porque emprendieron un negocio por sus corazonadas, sin hacer una investigación correcta del mercado o no realizar un plan de negocios antes de la puesta en marcha.

- Pensar que no hay competencia

El emprendedor también llega a fracasar debido a que se enamora tanto de su modelo de negocios que llega a pensar que no tiene competencia, y que su modelo de negocio es único, por lo cual también llegan a tener miedo para dar a conocer su negocio frente a inversionistas o potenciales aliados que ayuden a impulsar esa idea de negocio.

- No formar buenos equipos de trabajo

El emprendedor que no llega a tener éxito es precisamente por que llega a pensar que solo puede alcanzar el éxito, y no es así, aquellos negocios exitosos son los que basaron su crecimiento con la conformación de un buen equipo, es por esta razón que se requiere comenzar a identificar los perfiles que se requieren para su modelo de negocio, posteriormente se tiene que atraer ese talento y por último conservar ese talento humano.

- No tener presentes los aspectos legales

La parte legal de una empresa es de suma importancia, debido a que en éste se basa el aseguramiento de los bienes con los que cuenta la empresa y de no tenerlo presente pueden tener más riesgos a perderlos en el camino y por consecuencia se debilita el emprendimiento.

- Crecer más rápido de lo posible

Uno de los puntos más importantes de todo emprendimiento es lograr que se haga sostenible en el corto y mediano plazo, en no más de 4 años, ya que al lograr que la empresa llegue a ser sostenible tiene más oportunidades de consolidarse para que posteriormente se desarrolle, sin embargo, muchos emprendedores no logran este pensamiento y quieren crecer lo más rápido posible, pero muchas veces esto solo provoca que se olviden de sus fundamentos empresariales y pierden el rumbo de la empresa.

- Exceso de optimismo

La mayor queja de los inversionistas en el mundo es que a los emprendedores les hace falta realismo en sus proyecciones, y sus metas se ponen muy por arriba de la realidad, por lo cual al momento de emprender y no logran alcanzar esas metas se mortifican, pierden la pasión y por consecuencia pueden llegar a desistir.

- Incapacidad para afrontar el cambio

La poca capacidad para encontrar caminos diferentes ante las adversidades es una de las principales causas del fracaso ya que en algunas situaciones los cambios que llega a tener el mercado no se asimilan por los emprendedores y por consecuencia, no se adecuan al mercado.

- Falta de conocimiento de sí mismo

Todo emprendedor tiene que focalizarse en conocer lo que está realizando, en ese sentido debe preguntarse si las actividades que está realizando son adecuadas o si son las estrategias adecuadas, en este sentido también debe hacerse un estudio de sí mismo con referente a sus fortalezas, debilidades, amenazas y oportunidades.

- No ponerse en los zapatos de los inversionistas

Los emprendedores y los inversionistas tienen frecuencias totalmente diferentes, los emprendedores piensan siempre en productos o servicios de su compañía y los inversionistas piensan en rentabilidad, si los emprendedores no piensan cómo hacer

rentable una empresa no podrán escalar y por consecuencia tendrán más riesgo al fracaso.

Esta teoría al final ha sido de las más aceptadas porque ha desarrollado varios aspectos dentro y fuera del emprendedor, que en este sentido ayudan en gran medida a que el emprendedor pueda desarrollarse y convertirse en un empresario con empresas de éxito.

Por último, Freire menciona varias características y competencias de un empresario (Freire, 2012):

Características:

- ✓ Pasión por su negocio.
- ✓ Tenacidad.
- ✓ Confianza.
- ✓ Autodeterminación.
- ✓ Creatividad y visión de negocio.
- ✓ Iniciativa y perfeccionamiento.
- ✓ Motivación.

Competencias:

- ✓ Saber comunicar.
- ✓ Crear o innovar.
- ✓ Trabajar en equipo.
- ✓ Asumir riesgos.
- ✓ Saber negociar.
- ✓ Ser líder.
- ✓ Investigar y ser curioso.

Idea

El emprendedor que genera una buena idea es porque ha identificado necesidades en las personas, o ha aprendido a desarrollar necesidades en las personas, un claro ejemplo es la marca Apple, que desde sus inicios han desarrollado productos tecnológicos innovadores, pero todas sus innovaciones no se han basado en las necesidades de la gente, sino en los huecos que dejan los productos existentes, de hecho, la marca pocas veces genera estudios de mercado debido a que no pueden conocer la aceptación de un producto totalmente innovador ya que las personas no lo conocen, es por ello que en lugar de detectar las necesidades, eligen crearlas, y estas las crean a partir de huecos en el mercado, es decir de la visualización de ideas sumamente innovadoras que producen productos totalmente nuevos, esto se logra por que aprenden a desarrollar la innovación en dos vertientes:

- Innovación Incremental

La innovación incremental es una derivación de la innovación, y que tiene como referencia la mejora de productos ya existentes, en este sentido se busca obtener una mejora en el uso y beneficio de los productos o servicios para tener una mejora competitiva en el mercado, esta Innovación esta comúnmente relacionada con el tema de “modelos de utilidad”, establecidos por la propiedad intelectual.

- Innovación disruptiva

La innovación disruptiva es la manera de realizar inventos ya sea de productos o servicios totalmente nuevos y diferentes a los ya existentes, y se basa principalmente en la innovación incremental para generar esquemas de mejoras que rompen con los conceptos establecidos hasta el momento, pero basándose en los principales mecanismos de uso o de beneficios buscados por el mercado, un ejemplo de esto podría ser el “iPod” el cual fue un producto totalmente nuevo para su época, pero que se basó en el uso y beneficios que tenían los productos ya existentes en el mercado, como los tocadiscos portátiles, en cierto sentido se basan en los mismos principios de uso: (reproducción de música portátil), que

primeramente mejoran el uso de éste, el cual se realiza a través de innovación incremental y posteriormente fabrican un dispositivo totalmente nuevo en el mercado (reproductor portátil con diseño único en el mercado). En cierto sentido, la innovación disruptiva se genera a través de la innovación incremental, regularmente estos productos o servicios están relacionados en la propiedad intelectual con el desarrollo y registro de patentes (Sales, García, 2008).

En síntesis, la idea dentro de la teoría del triángulo invertido es la combinación de varios factores: la idea del servicio o producto, las necesidades del mercado, y la validación de estos productos y servicios en este mercado, es decir que busca validar la aceptación de los productos o servicios desarrollados por el mercado existente (Freire, 2012).

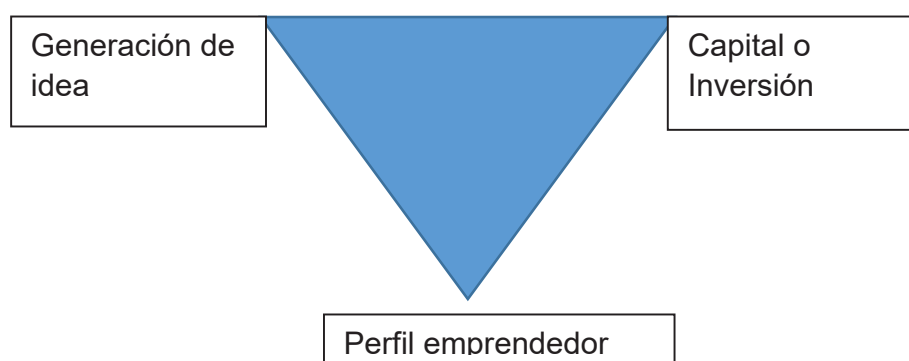
Capital

El capital es de suma importancia para el emprendedor, sin embargo, si logra desarrollarse integralmente, aprende a visualizar los esquemas de financiamiento oportunas para su emprendimiento, qué, en cierto sentido, aquel emprendedor que aunque no tenga el capital necesario pero que se haya desarrollado en conocimientos, habilidades y destrezas, aprenderá a visualizar oportunidades de financiamiento; en este sentido se puede explicar con el ejemplo de los lenguajes: si el emprendedor latinoamericano quiere iniciar un negocio en Europa, necesitará conocer el idioma de la región, esto con el fin de poder generar ventas, comunicación y visualizar oportunidades, ya que si no conoce el idioma aunque haya mucha publicidad sobre los esquemas de financiamiento no podrá visualizar estas oportunidades, de esta manera el emprendedor no solo necesita conocer las necesidades específicas de su idea de negocio, si no que requiere de conocer todas las dimensiones en donde se tendrá que desenvolver, además de nutrir los conocimientos necesarios que le permitan visualizar más oportunidades de financiamiento con el fin de que aprenda a seleccionar aquel financiamiento óptimo para la puesta en marcha de su negocio (Freire, 2012).

Es así que a lo largo de esta teoría se pueden generar emprendimientos más acertados y con mayor índice de éxito, en la siguiente ilustración se puede visualizar cómo funciona esta teoría, poniendo en la base al emprendedor, que metafóricamente es el que soporta todo el peso de su emprendimiento, por lo cual si éste no se forja, entrena y se fortalece desde sus habilidades, destrezas y herramientas no podrá resistir el peso de su proyecto y aunque tenga una muy buena idea, o todo el dinero posible, no podrá tener éxito en algún punto de su ejecución.

Ilustración 7.

Modelo de la teoría del triángulo Invertido.



Fuente: Elaboración propia con información de la teoría del triángulo invertido (2022).

II.2.2 Teoría del desenvolvimiento económico de Schumpeter

La teoría del desenvolvimiento económico de Schumpeter se inclina en el desarrollo de la innovación como factor primordial para la ejecución de nuevas empresas, y describe que generalmente la función primordial de este emprendedor es revolucionar el patrón de la producción al integrar inversión para la investigación y el desarrollo de nuevos procesos a partir de lo encontrado en las investigaciones, generalmente a esto le llamaba: “procesos de producción de técnicas no probadas” (Schumpeter, 1935).

II.2.3. Teoría del empresario de Kirzner

Kirzner (2008), en su teoría del empresario menciona que la función primordial de todo emprendedor que se encamine a ser un empresario tiene que ser la innovación, tratando de descubrir con sus habilidades, destrezas y herramientas todas las

oportunidades que reflejen un beneficio económico, aunque estos beneficios no se encuentren a la vista del mercado. Si bien al igual que Freire, comparte la percepción de la importancia de la contribución del emprendimiento en el proceso de desarrollo económico, difieren en su concepto, sobre todo en la naturaleza del emprendedor ya que Freire menciona tres características esenciales que pueden ser de alguna forma desarrolladas por el propio emprendedor con la transferencia de conocimientos; sin embargo Kirzner (2008), menciona que uno de los aspectos fundamentales para que un emprendedor se desarrolle con éxito es la observación constante, es decir que el emprendedor exitoso es aquel que esta alerta a las oportunidades que existen en situaciones inciertas, o en crisis. Para este tipo de emprendedor estar alerta le permite percibir las oportunidades antes que los demás.

En síntesis, se podría decir que el emprendedor observa la existencia de oportunidades para poder comercializar productos o servicios a un precio mayor al que se puede adquirir al integrarle innovación en cualquiera de sus procesos, y éste debe buscar mantener la parte atractiva del producto, para seguir teniendo oportunidad de venderlo, aunque su precio se eleve más con respecto a sus similares (Kirzner, 2008).

II.2.4. El emprendedor según Howard Stevenson

Stevenson (1983), ha mencionado que la mentalidad emprendedora está íntimamente ligada a un sistema de gestión, es decir a un conjunto de actividades de trabajo que facilitan la entrega de objetivos y el alcance de metas, y está más apoyado en la visualización de oportunidades que en los recursos necesarios para ejecutarlo. La enseñanza de algunos *Master Business Administration* (MBA) han integrado como parte fundamental la enseñanza del emprendimiento debido a que los métodos y temas a desarrollar por el concepto son de mucha riqueza para los futuros empresarios, gestores o ejecutivos de las áreas de negocios. El método del emprendimiento no es más que la forma en la cual un sujeto puede generar riqueza a través de lo poco con lo que cuenta y que paulatinamente lo puede hacer multiplicar al integrarle valor a esos recursos, que en este sentido es el trabajo y

esfuerzo para ir logrando subir peldaños en la escalera económica. En este sentido, la creación de una empresa para Stevenson se plantea un método alternativo de creación de generadores de riqueza, los cuales, partiendo de una base pequeña van conformando un equipo cada vez más grande. En este caso, él desarrolló personal a través de la capacitación, transferencia de conocimientos y el desarrollo de la empresa van tomados de la mano. Por tal razón, Stevenson (1983), menciona que la enseñanza del emprendimiento no está ligado al número de empresas creadas, o a las pequeñas y medianas empresas, sino que están ligadas a la facultad de crecer y crear una empresa orientada bien hacia la generación de riqueza (Stevenson, 1983).

II.2.5 Teoría de Allan Gibbs

Gibbs está encaminado a los conceptos mencionados por Stevenson, y ejemplifica cómo el sector educativo desde edades tempranas debería estar orientados a la capacitación empresarial o educación de negocios. De ahí parte el análisis de la educación empresarial. En ésta se tienen en cuenta las siguientes características: Comparte los valores de las MIPYMES, está arraigada en las prácticas de la comunidad, valora tanto el conocimiento tácito como el explícito fuertemente comprometida con todos los interesados, fuertes vínculos con los empresarios, diseñada como una organización empresarial, enfocada en diseñar un ambiente empresarial con todo tipo de organizaciones, entiende cómo los empresarios aprenden y construyen sus enfoques a partir de esta base, y por último usa cuidadosamente el conocimiento adquirido de otras fuentes (Peralta, 2018).

II.3. Vinculación a cadenas de valor, capacitación y financiamiento

De acuerdo con Freire (2012), en su teoría del triángulo invertido, el emprendedor requiere de una idea validada por el mercado, más el capital para llevar a cabo el emprendimiento; sin embargo, a pesar de que es correcta la teoría, hoy en día se requiere de más dimensiones para que el emprendedor pueda tomar adecuadamente las decisiones frente a la incertidumbre, en este sentido se puede decir que para poder emprender se requiere minimizar la incertidumbre por medio

de variadas investigaciones que permitan visualizar en dónde pone el emprendedor el siguiente paso y de esta manera tomar las decisiones más adecuadas.

Según Osterwalder (2010), el emprendimiento se debe focalizar en 9 pasos, mismos que definen un modelo de negocios atractivo y potente, que le va a permitir lanzar productos o servicios al mercado con gran aceptación; sin embargo, estos pasos se deben aprender con la práctica en investigaciones propias y en acompañamiento con expertos (capacitación). Estos pasos deberán estar diseñados de tal manera que el emprendedor pueda observar de forma directa en un solo documento como estará trabajando los engranajes que le darán vida a su empresa, mismos que fueron diseñados como se indica en la siguiente ilustración:

Ilustración 8.

Modelo de negocio CANVAS.



Fuente: *Business Model Canvas* (Osterwalder, 2013).

Según Osterwalder (2010), estos son los 9 pasos que deben de realizar los emprendedores para que tengan mayor éxito en sus negocios:

- Propuesta de Valor

La propuesta de valor es aquella forma de ofrecer productos y servicios de manera diferente a los ya ofrecidos en el mercado, éstos deben de llevar implícito un valor extra a los que lo caracterizan por su uso, y deben estar dirigidos a facilitarles al

usuario las tareas o acciones que realiza día con día, debe estar implícito una mejora e innovación, y éstas pueden ser de dos tipos:

✓ **Innovación disruptiva**

Es la innovación que se genera de productos o servicios totalmente nuevos en el mercado y están diseñados de tal manera que son acordes al registro de patentes.

✓ **Innovación incremental**

Es una mejora a un producto o servicio y son acordes a registro de modelos de utilidad, estas mejoras deben estar direccionadas a mejorar el uso, el diseño o la ergonomía del producto o servicio.

La propuesta de valor es uno de los puntos principales para que se pueda desarrollar un modelo de negocios atractivo y de éxito, este se puede desarrollar de diferentes dinámicas y herramientas, por ejemplo, la curva de valor y la matriz RICE⁹.

- Relación con el cliente

Osterwalder (2010), menciona que la relación con el cliente es la forma en cómo las empresas diseñan oportunamente toda la parte estratégica de comunicación y seguimiento al cliente, de tal manera que se focalizan en la forma de siempre persuadir al cliente a no recurrir a la competencia; en este sentido se mencionan varias formas de persuadir al cliente. Un ejemplo puede ser la incorporación de promocionales o de paquetes dentro de la empresa o generar dinámicas para obsequiar descuentos o productos a los clientes leales.

- Segmentos de mercado

Uno de los pilares importantes para el modelo de negocio, ya que según Osterwalder (2010), si el emprendedor no aprende a segmentar al mercado e identificar los perfiles de los compradores o de los potenciales compradores es

⁹ La curva de valor es una gráfica empleada para observar las propuestas de la competencia y así obtener una propuesta mucho mejor, por su parte la matriz RICE por sus siglas en español es una tabla que hace referencia a lo que la empresa tiene que Reducir, Incrementar, Crear o Eliminar para que obtenga una ventaja competitiva frente a su competencia (Mauborgne, 2015).

probable que el emprendimiento fracase en un determinado momento, ya que éste no podrá generar las estrategias de venta adecuadas para este tipo de clientes y por consiguiente desperdicia esfuerzos innecesarios. En este sentido es necesario que el emprendedor aprenda a identificar ese perfil con la herramienta de *Customer* persona (Comprador), por ejemplo: quien compra un viaje podrían ser viajeros, personas retiradas o pensionadas, etc. Y en segundo lugar debe de investigar donde se encuentran esos perfiles, incorporando divisiones y segmentaciones de mercado, por ejemplo; segmentación geográfica (en que parte se encuentran), segmentación sociodemográfica (nivel de ingresos, género, edad, etc.), Segmentación psicográfica (como piensa el mercado) y la segmentación conductual (cómo se comporta el mercado, qué le gusta, a dónde se desplaza, etc.). para finalmente saber identificar el Mercado potencial (universo total del mercado), el mercado objetivo y el mercado meta para aprender a identificar las oportunidades de crecimiento dentro de cada uno de ellos.

- Canales de comercialización

Los canales de comercialización son de suma importancia al hablar de diseño de negocios, ya que en este punto se establecen en qué forma se harán llegar los productos o servicios al cliente, estos pueden ser directos (punto de venta) o indirectos (franquicias, retail, ventas a consignación, *e-commerce*, etc.), sin embargo, debe de establecer estos mecanismos necesarios para saber cuál va a hacer la ruta crítica que establecer el negocio con relación al cliente.

- Recursos Clave

Los recursos clave son aquellos recursos mínimos con los que el emprendedor debe contar para llevar puesta en marcha el negocio, el emprendedor deberá identificar cada uno de estos mecanismos, para lo cual debe aprender a visualizar las siguientes divisiones de estos recursos:

- ❖ Recursos Materiales.

Son todos los recursos materiales necesarios para la puesta en marcha del negocio y que sin ellos es imposible su funcionamiento, por ejemplo: equipos de cómputo, estantería, muebles, escritorios, mesas, etc.

❖ Recursos Tecnológicos.

Son todos los recursos de índole tecnológica pero que su naturaleza es exclusivamente intangible, por ejemplo: páginas web, *software*, apps para cel., etc.)

❖ Recursos Humanos.

Son los recursos que requiere el emprendimiento de mano de obra calificada para la puesta en marcha del negocio, por ejemplo, para un restaurante se requiere; un cocinero, cajero, mesero, etc.

❖ Recursos intelectuales.

Son aquellos recursos de conocimientos que el emprendedor necesita para la puesta en marcha, por ejemplo, capacitarse en un área específica, desarrollar su logotipo o marca, desarrollar recetas o logísticas de mercadeo, etc.

❖ Recursos financieros

Finalmente, el emprendedor deberá aprender a identificar el valor de los cuatro recursos anteriores para visualizar el monto total de la inversión de su proyecto.

- Aliados clave

Los aliados clave son uno de los tres pilares fundamentales del modelo de negocios, en éste se sientan las bases para las ventas a través de líneas de comunicación con actores clave, en este sentido debe de aprender a identificar a sus: proveedores, intermediarios y distribuidores con el fin de canalizar sus ventas con el apoyo de éstos.

- Actividades clave

Las actividades clave son todas aquellas acciones que el emprendedor y los integrantes de su equipo tienen que realizar para el óptimo funcionamiento de éste, estas actividades van íntimamente relacionados con los recursos humanos o puestos de trabajo.

- Fuente de ingresos

Osterwalder (2010), menciona que no solo de las ventas de productos o servicios puede tener ingresos las empresas, sino que también es necesario que el emprendedor aprenda a identificar modelos de ingreso diferentes a la venta de sus productos o servicios, por ejemplo; licenciamientos (permiso de uso de marca), renta de espacios, publicidad, etc.

Además, el emprendedor debe de identificar los vehículos financieros óptimos para la puesta en marcha, estos vehículos le permitirán la inversión para los recursos financieros identificados en su modelo, que en cierto sentido existen diferentes formas de financiamiento:

❖ Subsidios gubernamentales

Los subsidios gubernamentales regularmente están relacionados con programas de apoyo al desarrollo económico, y generalmente se desarrolla por las secretarías, subsecretarías o institutos encaminados a estos objetivos, en México se podrían mencionar a la SE a nivel federal, de las secretarías de desarrollo económico de los estados y de las secretarías de fomento económico de los municipios; sin embargo existen también organismos que regularmente colaboran con los órganos de gobierno como vehículos para hacer llegar estos programas; en este sentido se puede decir que las cámaras empresariales, las asociaciones civiles, entidades educativas y centros de innovación pueden de alguna manera facilitar al emprendedor la vinculación para fuentes e financiamiento de este tipo, regularmente en México ejecutan este tipo de programas a través de las siguientes entidades:

- ✓ SE.
- ✓ Secretaría de desarrollo económico de los estados.
- ✓ Secretaría de fomento económico de los municipios.
- ✓ Secretaria de Cultura.
- ✓ Secretaría de Bienestar.
- ✓ Secretaria de Turismo.
- ✓ Secretaría de Hacienda y Crédito Público (SHCP).

✓ CONAHCYT.

Sin embargo, existen también otros organismos no gubernamentales que tienen programas similares a estos, entre ellos:

- Fundación SLIM.
- Fundación Telmex.
- Fundación Grupo México.
- Banco de México (BANXICO).
- Banco Interamericano para el Desarrollo (BID).
- El Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo (PNUD).
- Unidad de Desarrollo Productivo, entre otras.

Estas entidades publican sus programas de apoyo, junto con sus reglas de operación, sin embargo, no son las únicas que hay, dentro de la presente investigación se integra dentro del anexo IV algunas opciones más.

❖ Ventanillas de *Crowdfunding*

Como ya se ha mencionado a lo largo de esta investigación, estas ventanillas están encaminadas a ayudar a fondear proyectos productivos o sin fines de lucro, la ventaja de estas plataformas es que trabajan en diferentes modalidades para que el emprendedor pueda escoger que modalidad le conviene mejor para su proyecto, de estas se encuentran las modalidades más recurrentes, de capital que funcionan cuando el emprendedor ofrece acciones de su empresa a cambio de una inversión, y ésta puede ser de dinero o de valores intangibles como conexiones, vinculaciones, experiencia o conocimientos en general; inversión a crédito, el emprendedor decide cuánto capital requiere y como lo va a pagar al inversionista, estableciendo un interés por la aportación; Inversión a trueque, el emprendedor puede pedir una aportación a cambio de algún servicio o producto; donación, el emprendedor simplemente puede mencionar que su proyecto es sin fines de lucro y pedir aportaciones en forma de donación para lograr sus objetivos, regularmente estos proyectos tiene un impacto social, ambiental o político.

❖ Créditos especializados

Los créditos especializados son créditos que tienen algunas entidades dirigidas para que el emprendedor o empresario logre sus objetivos, entre estas organizaciones existen para el sector primario:

- ✓ Financiera Rural de Desarrollo Agropecuario, Rural, Forestal y Pesquero (FND).
- ✓ Banco de Bienestar.
- ✓ Fideicomisos Instituidos en Relación con la Agricultura (FIRA).
- ✓ NAFIN.
- ✓ Programa Nacional de Financiamiento al Microempresario.
- ✓ Sociedades Financieras de Objeto Múltiple (SOFOMES).
- ✓ Sociedades Financieras Populares (SOFIPOS).
- ✓ Sociedades Cooperativas de Ahorro y préstamo (SOCAPS).
- ✓ Instituciones de la Banca de Desarrollo.
- ✓ Impulso del Tratado de libre comercio entre México, Estados Unidos y Canadá (T-MEC).
- ✓ Programa para la modernización de las empresas agroindustriales y rurales.
- ✓ Programa para la mediana empresa Agroalimentaria y Rural.
- ✓ Programa línea de Financiamiento a Telecomunicación PYME.
- ✓ Programa emergente de Reactivación económica UDP-FOCIR.
- ✓ Programa de Impulsa a las MIPYMES NAFIN.
- ✓ Fondo de Capitalización e Inversión del Sector Rural.

❖ Inversión Venture Capital, Bonos y acciones

Al acceder a fondos monetarios en estas modalidades se puede contar con un esquema de financiamiento adecuado para la empresa; sin embargo no solo se puede tener acceso a un fondo financiero, sino que también podría aportar conocimientos y experiencia por las nuevas personas que provienen de la inversión necesaria, este tipo de dinámicas generalmente se realizan también en plataformas de *Crowdfunding*, sin embargo, para este proceso es necesario evidenciar en un

*due diligence*¹⁰(debida comprobación) que la empresa tiene resultados y que la inversión es necesaria para generar más recursos necesarios. Generalmente se realiza una especie de auditoría de la empresa o del emprendimiento para evaluar el riesgo al momento de invertir, no obstante, al pasar este proceso el emprendedor podrá optar el mecanismo de inversión, el cual podría ser:

Venta de bonos

Los bonos son documentos de deuda que el emprendedor genera con el fin de que los inversionistas metan su dinero a la empresa en un determinado tiempo, y al terminar el periodo de inversión el emprendedor tiene la obligación de reembolsar la inversión más los intereses generados.

Venta de acciones

El emprendedor puede asignar un valor a su empresa en porcentaje de acuerdo con lo invertido en tangibles e intangibles y tendrá que evidenciar que requiere recursos financieros, o socios estratégicos que ayuden con el crecimiento de la empresa, a cambio de esto el emprendedor ofrecerá un porcentaje de su empresa el cual se traducirá en un porcentaje de las utilidades de cada ejercicio fiscal (Arango, Durango, 2014).

❖ Redes de financiamiento

Las redes de financiamiento son grupos de empresas, personas o asociaciones que reúnen esfuerzos para impulsar otros organismos u emprendimientos, funcionan al generarse ahorros paulatinos para trasladarlo a los individuos que lo requieren, este mecanismo se puede observar en las tandas, en donde el ahorro no depende únicamente de un solo individuo, sino que intervienen más de dos individuos o sujetos de ahorro, la cantidad ahorrada cada determinado tiempo es la cantidad proporcional de todos los integrantes y para acceder a estos se otorgan turnos, y los participantes reciben su dinero cada tiempo determinado. Esta forma de

¹⁰ Es un proceso de auditoria para demostrar que la empresa está en las condiciones óptimas para la inversión y que esta inversión obtenga más beneficios financieros (AFICO, 2022).

inversión solo funciona en los primeros números del mecanismo, ya que se podría contar con un financiamiento rápido y sin intereses (Raccanello, 2013).

❖ Créditos personales y líneas de crédito

Los créditos personales son los vehículos financieros más comunes por las instituciones bancarias, sin embargo, muchas veces estos créditos tienden a tener una tasa de interés un tanto elevada, pero el proceso en la obtención de estos créditos regularmente es más fácil, es decir no piden tanto papeleo, tienden a tener las tasas más elevadas del mercado debido a que por su naturaleza están diseñados para cumplir metas personales y no de negocios. Sin embargo, este tipo de financiamiento se puede utilizar como una forma rápida para la inversión de activos dentro de un emprendimiento.

❖ Ventas futuras

Algunas empresas han nacido a través de estas modalidades, y regularmente se tornan más visibles en el ámbito de la industria de la construcción, donde hacen ofertas al público sobre las preventas de casas, departamentos, edificios, consultorios, oficinas, etc., que antes de su construcción realizan esta oferta con el fin de capitalizarse y generar el proyecto, de esta forma ofrecen precios competitivos a los compradores en la preventa, en cierto sentido se vende un producto o servicio en el presente pero se entrega en el futuro, sin embargo, no solo en la industria de la construcción puede funcionar este tipo de dinámicas para fondearse, resulta que en todos los modelos de negocio pueden funcionar, el reto es construir toda la parte jurídica que le de seguridad al comprador en recibir ese producto o servicio en el futuro.

- Costos

Finalmente, el emprendedor deberá aprender la parte financiera de su negocio, comenzando a identificar sus costos fijos de sus costos variables y posteriormente a realiza proyecciones financieras con base a las investigaciones de mercado realizadas.

De acuerdo con Osterwalder (2010), si el emprendedor no aprende a realizar, visualizar e identificar un modelo de negocios con estas especificaciones el negocio está en caminado al fracaso y viceversa, si el emprendedor si aprende a identificar estos factores dentro de su modelo de negocio el emprendimiento estará encaminado al éxito.

Por otra parte, las empresas tienen que aprender a diferenciarse del mercado y generar esquemas de trabajo totalmente diferentes, con lo cual sean únicos en el mercado y de algún modo no tengan competencia, para esto se requiere hacer varias dinámicas que ayudan a generar propuestas de valor potentes y únicas en el mercado, como lo es identificar la curva de valor en donde se analizan los factores competitivos del sector en donde se desenvuelve, esta curva de valor está integrada por dos ejes, el eje vertical señala el grado de cumplimiento y el eje horizontal indica las variables a medir con respecto a la oferta del producto o servicio, en este sentido la curva de valor es un instrumento muy valioso para identificar cual será la propuesta de valor adecuada para cada emprendimiento, que conlleve a ser únicos en el mercado, en este sentido, el emprendedor debe de realizar una serie de pasos a trabajar para que visualice adecuadamente su estrategia de valor agregado o propuesta de valor (Kim & Mauborgne, 2015):

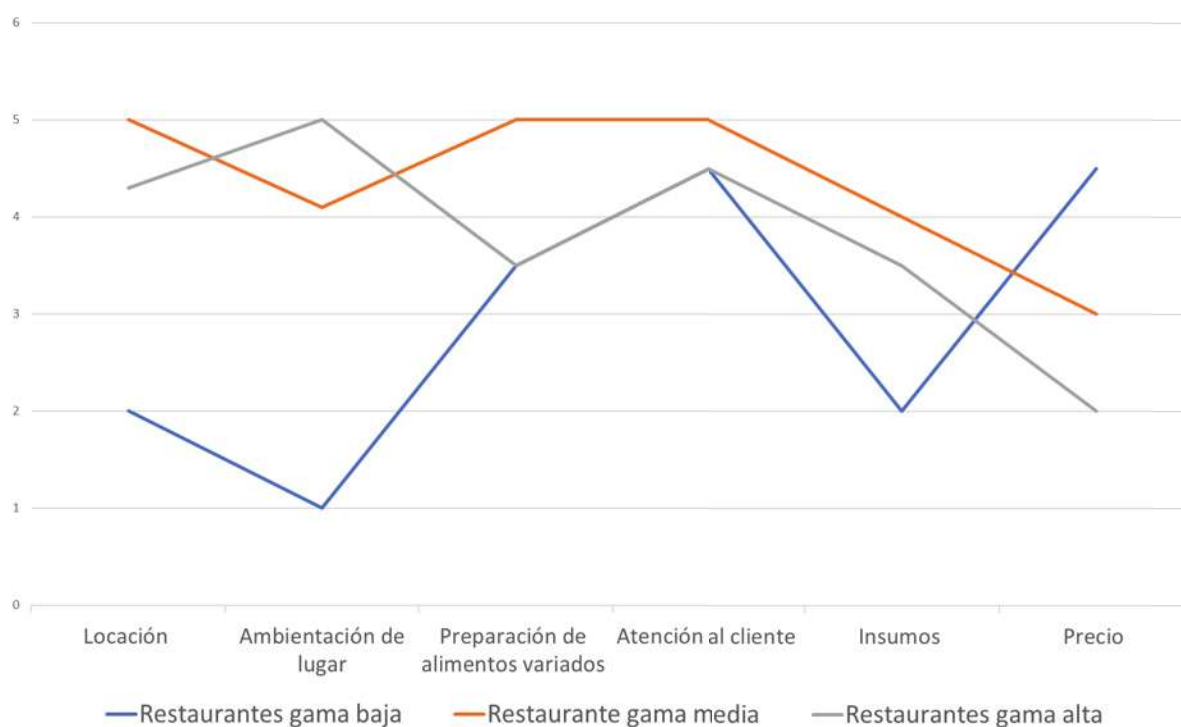
Identificar las variables de valor al cliente

El primer de los pasos que debe identificar el emprendedor son las variables de valor al cliente, es decir tiene que identificar que es lo que el cliente busca en los productos o servicios, en este sentido deberá generar un listado de los elementos que más valora el cliente de esos productos o servicios, mismos elementos se tendrán que identificar preguntando al cliente final. En este sentido puede ser que el cliente valore por ejemplo la locación; que represente el lugar o ubicación del negocio con respecto a la ubicación donde se encuentra el cliente, en este aspecto puede ser que el cliente le importe más si hay accesos con fluides en el tráfico, o si está en una zona comercial donde encuentre otros servicios complementarios. El

servicio al cliente, que en este sentido puede ser que valore más una pronta atención y tal vez una atención personalizada. Calidad, en este punto el cliente tal vez está buscando una mejor calidad del producto o servicio, esto se podría representar en un mejor uso del producto o servicio, finalmente podría ser que el cliente le de valor a la ambientación del lugar o el servicio integral, que en este sentido busca un lugar agradable, con instalaciones acorde a sus necesidades. En este ejemplo se pueden apreciar algunas de las variables que el cliente valora más y que son visualizadas en la siguiente tabla hipotéticamente:

Gráfica 2.

Ejemplo de curva de valor para empresa restaurantera.



Fuente: Elaboración propia con base en la literatura revisada (2022).

En este sentido se puede observar que de acuerdo a la competencia el cliente busca obtener diferentes factores de servicio, pero por la información obtenida se puede analizar que el cliente busca con menor frecuencia un mejor precio en los restaurantes de gama baja y de gama media, por lo cual el nuevo emprendimiento podría estar buscando la manera de integrar en este factor un precio relativamente alto, debido a que el cliente no le toma mucha importancia; sin embargo, en los

restaurantes de gama alta se observa que el cliente busca los mejores precios, por lo cual si el emprendimiento es un restaurante de gama alta el emprendedor podría buscar la manera de ofrecer mejores precios con respecto a su competencia y de esta manera obtener una ventaja competitiva o una propuesta de valor mucho mejor.

Identificar a los competidores

En este punto el emprendedor deberá identificar cuáles son los diferentes competidores de acuerdo a los niveles socioeconómicos (bajo, medio, alto) a los cuales el cliente busca con mayor medida, y de esta manera identificar y cuantificar lo que ese competidor ofrece en cada una de las variables identificadas como valor que busca el cliente, de esta manera saber los puntos débiles de la competencia y buscar fortalecer la propuesta de valor a razón de esta información.

Reducir, Incrementar, Eliminar y Crear

Finalmente el emprendedor deberá identificar dentro de esta propuesta de valor que es lo que tiene que reducir, qué debe incrementar, qué tiene que eliminar y qué es lo que tiene que crear; por ejemplo, de acuerdo al caso hipotético se puede observar que el emprendedor tiene que buscar reducir los precios si su modelo de negocios es de gama alta, o incrementar la atención al cliente con servicios complementarios, como lo son servicio a domicilio, servicios de cobro con tarjeta, servicios de valet parking, etc., debe eliminar los insumos de mala calidad y finalmente debe de crear una adecuación del local acorde a las necesidades y estar ubicado dentro de las locaciones que busca el cliente (véase tabla 11).

Tabla 11. *Ejemplo de tabla RICE.*

Reducir	Incrementar
Reducir precios	Atención al cliente a través de servicio a domicilio, cobros con tarjeta y servicio de valet parking.
Eliminar	Crear
Insumos de mala calidad	Adecuación al local acorde a las necesidades y tener buena locación.

Fuente: Elaboración propia con base en la literatura revisada (2022).

De esta manera el emprendedor podrá ofrecer siempre más valor al cliente por un precio más competitivo, a este concepto se le denominó innovación en valor, que en otras palabras podría visualizarse como la manera de ofrecer más (calidad, productos o servicios) por un precio mucho menor al de la competencia.

Validación del producto o servicio

Uno de los temas cruciales que el emprendedor tendrá que identificar es si el mercado acepta el producto o servicio para su uso o consumo, por lo cual después de generar su propuesta de valor debe iniciar un proceso de validación ante el mercado, esto le permitirá saber de forma rápida si su producto o servicio es acorde a lo que busca el mercado o definitivamente el mercado no lo acepta, por lo cual a este proceso se le denomina validación del modelo de negocios (Ries, 2011), el cual se conforma de 5 pasos, también denominados como “proceso de innovación o diseño inteligente”, ya que también al seguir estos pasos además de validar el producto o servicio puede ayudar a generar innovación o diseños nuevos.

Estos pasos integrados dentro del proceso de validación o del proceso de innovación son los siguientes:

- Idear

En este paso el emprendedor debe generar una lluvia de ideas con respecto a las investigaciones previamente realizadas, estas lluvias de ideas deben de estar

dirigidas a cubrir las necesidades que, dicha el mercado, de tal manera que pueda obtener varias propuestas.

- Diseñar

En este paso el emprendedor debe de diseñar o modelar en papel el producto o servicio. De esta manera tener las bases necesarias para llegar al siguiente paso.

- Crear

En este paso el emprendedor deberá crear el producto o servicio, de tal manera que pueda llevarlo al mercado para que éste lo pueda probar, a este proceso se le denomina prototipado, debido a que se generan muestras de lo que puede ser con el fin de que el mercado lo use o consuma con el fin de extraer datos relevantes con respecto a la satisfacción que el cliente obtenga con dicho prototipo.

- Pivotar

Se le denomina pivotar al proceso de aprendizaje con respecto al nivel de satisfacción que el cliente obtuvo con el uso o consumo del producto o servicio y actuar para mejorar con respecto a la retro alimentación que se obtuvo de tal manera que se pueda tener un producto final.

- Validar

Al momento de obtener el producto final de acuerdo con el conocimiento generado con respecto al nivel de satisfacción del cliente, el último paso es llevarlo al mercado para que finalmente se valide si el mercado lo acepta o lo rechaza, en este punto el emprendedor podrá fracasar rápidamente sin la necesidad de invertir mucho en ese negocio y aprender de manera oportuna los cambios que debe de realizar para que el mercado acepte finalmente su producto o servicio, de esta manera se puede lograr empresas más exitosas que perduren en el mercado, sin embargo este proceso de innovación se debe de llevar a la practica en todo momento y continuamente ya que también el mercado cambia continuamente (Ries, 2011).

PARTE IV. MARCO METODOLÓGICO

CAPÍTULO III. DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN

Hernández-Sampieri, (2018), mencionan que existen tres enfoques de la investigación, los cuales son vistos como procesos: el cuantitativo, el cualitativo y los métodos mixtos; esto responde a un diseño de la investigación, que en la presente propuesta de investigación tiene el propósito de recabar información que ayude a responder las interrogantes de estudio. En los capítulos anteriores de la investigación se han mencionado las variables dependientes e independientes, así como las dimensiones que afectan a éstas, es por esta razón que en el presente capítulo se diseñaron las etapas o procesos que se utilizaron para llevar a cabo la investigación, se presenta el método y los instrumentos que se utilizaron para llevar a cabo la investigación, con el propósito de alcanzar los objetivos de la investigación y poder demostrar las hipótesis planteadas.

III.1. Introducción al diseño de la investigación

En este sentido se ha planteado en primer lugar medir cómo la capacitación del emprendimiento, la vinculación a cadenas de valor y el financiamiento son dimensiones que impulsan al DEL en el municipio de Morelia, que para este primer objetivo se ha diseñado un enfoque de la investigación mixto debido a que la naturaleza de este objetivo así lo permite, esto con el fin de observar el grado de cumplimiento que presentan los emprendedores dentro de las tres dimensiones del emprendimiento, esto ayudó a comprender las necesidades específicas que tienen los emprendimientos en la ciudad de Morelia, Michoacán, México, para que puedan desarrollarse en empresas exitosas.

El objetivo de una investigación llega más allá de la distribución de las variables, éste no solo integra las variables, sino que conforma un puente dinámico que conecta las variables de la investigación con las hipótesis y de esta forma poder evidenciar o refutar lo planteado. En este sentido para dar resultados coherentes se menciona el universo y población de la investigación para sacar una muestra del universo-poblacional e incidir con las herramientas e instrumentos para recabar la información (Hernández-Sampieri, 2018).

El presente estudio emplea el método científico que por definición es un proceso para la obtención de nuevo conocimiento y que se extiende a todos los campos del saber, el cual integra 5 procedimientos clave importantes “1) Advertencia, definición y comprensión de una dificultad, 2) Búsqueda de una solución provisional, 3) Comprobación experimentalmente de la solución adoptada, 4) Verificación de los resultados obtenidos, y 5) Diseño de un esquema mental en cuanto a situaciones futuras para las que la situación actual será pertinente” (Asensi, Parra, 2002. p12).

Finalmente, el sujeto de estudio llevó las conclusiones con base a los datos de respuesta de las variables que se identificaron, en este último paso de la investigación se van abordando las conclusiones y recomendaciones para futuros usuarios de los temas abordados, esto con el fin de mejorar con conocimiento un área en específico.

III.2 Determinación de la población de estudio

La población objetivo del presente trabajo de investigación serán las micro y pequeñas empresas de reciente creación o en reactivación ubicadas en el municipio de Morelia, Michoacán, México, que por sus características fueron aperturadas en el periodo comprendido del mes de mayo del 2021 al mes de mayo del 2022.

En el municipio de morelia existen registradas un total de 45,311 unidades económicas según el DENEUE, estratificadas como micro y pequeñas empresas pero por lo que respecta a la investigación, se focalizará únicamente a las empresas identificadas como nuevas empresas o empresas de reciente creación nacidas en el periodo de mayo del 2021 a mayo del 2022, las cuales según el comparativo exhaustivo de los datos publicados por el INEGI, dieron como resultado únicamente 142 micros y pequeñas empresas nuevas.

III.2.1 Muestra

Para generar la muestra existen dos métodos generales, los métodos probabilísticos y los métodos no probabilístico; cada uno focalizado para problemáticas y características diferentes, que se pueden utilizar indistintamente del enfoque de la investigación, ya sea cualitativo, cuantitativo o mixto. Cabe señalar que los dos métodos tienden a tener en su esencia resultados confiables, sin embargo, debido a la naturaleza del método probabilístico puede ser que se tenga un resultado más confiable en comparación al no probabilístico. La aplicación o la decisión del uso entre un método u otro varía en función de que tanto control se pueda tener sobre el muestreo con los recursos disponibles; por ejemplo, en el presente estudio se ha decidido identificar en primer lugar el número total de empresas registradas en el Directorio Estadístico de Unidades Económicas (DENEUE) al corte del mes de mayo del 2021 y comparar esos datos con los datos registrados en el DENEUE al corte del mes de mayo del 2022, dando como resultado 142 nuevas empresas en ese periodo, en este mismo sentido se ha decidido buscar a toda costa culminar en un censo de población en lugar de una muestra probabilística, sin embargo en el avance de la investigación se presentaron algunas variables ya contempladas como factores que pudieran impedir el avance del

trabajo, como lo es el bajo interés de las empresas en participar en la encuesta y por consiguiente se dificultó extraer información de un total de 29 unidades económicas, obteniendo exitosamente 119 encuestas, por lo cual se concluye que el presente trabajo se aplicó un método probabilístico a conveniencia, con la selección de 119 encuestas, las cuales representan del total de nuevas empresas un 84%.

Tabla 12.
Población Objeto de estudio.

Objeto de estudio	Número
Universo de la Investigación	45,510 unidades económicas
Población Objetivo	142 nuevas unidades económicas
Población meta de la investigación	119 nuevas unidades económicas
Muestra de estudio por conveniencia	+ de 119 unidades económicas

Fuente: Elaboración propia con datos del INEGI (2022).

III.2.2 Prueba Piloto

Después de establecer el instrumento de investigaciones para medir las dimensiones del emprendimiento, así como sus indicadores, es necesario generar una prueba piloto que ayude a identificar si el instrumento fue diseñado eficazmente para que el emprendedor pueda contestar adecuadamente cada uno de estos indicadores, y así hacer las modificaciones pertinentes para estar en condiciones de aplicarlo a la muestra completa y de esta manera tener la seguridad de que el grupo focal tendrá la capacidad de impregnar el instrumento de investigación con la información requerida, para esto se seleccionó 22 emprendedores de la ciudad de Morelia para aplicar el instrumento de recolección de datos.

El siguiente procedimiento será identificar al grupo de estudio mediante los siguientes determinantes:

- Nombre del negocio.
- Giro de negocio.
- Ubicación y domicilio.
- Nombre del emprendedor.

Al aplicar las 22 encuestas se sometieron los datos obtenidos para analizar los resultados en un procedimiento de Alfa de Cronbach, la cual dio un resultado de 0.93, por lo cual se asume que el instrumento de recolección de datos es confiable para proceder con la recolección de datos a las más de 119 encuestas.

III.3. Formulación de las Variables

Las variables formuladas en el presente trabajo se han identificado de acuerdo a la literatura revisada, en donde se presume tienen una relación directa una con la otra, por lo cual es posible medir esa relación a través de varios métodos, en este sentido se ha decidido revisar que impacto tiene el emprendimiento en el DEL; de esta manera se ha establecido que la variable dependiente del estudio será el DEL y por consiguiente la variable independiente será el emprendimiento, esto para determinar la importancia de la incidencia que tiene la variable independiente sobre la variable dependiente a fin de buscar acciones que ayuden a impulsar esta variable positivamente y ayude a obtener un desarrollo económico importante en la localidad, y por consiguiente una mejor calidad de vida para sus habitantes.

III.4. Formulación de las dimensiones del emprendimiento

Las dimensiones que se han formulado se han identificado de acuerdo con la literatura revisada, el cual indica que las vinculaciones a cadenas de valor, financiamiento y la capacitación en diversas áreas son necesarias para que el emprendedor tenga las suficientes habilidades, herramientas y conocimientos necesarios para llevar su emprendimiento a un nivel más alto de éxito, por consiguiente, se obtenga una derrama económica aun mayor que ayude a impactar en el DEL.

III.5. Indicadores del estudio

La elaboración y selección de los indicadores se ha realizado a través de la literatura revisada, con lo cual se han integrado en un instrumento de recolección de datos los indicadores para la variable independiente que incide en el DEL, ya que según

la literatura, estos conceptos son importantes para que el emprendimiento se desarrolle de una manera más orgánica que le permitirá la obtención de una empresa más sana, por lo cual se ha traducido esos conceptos contemplados en la literatura a indicadores que pueden ser medibles, con los siguientes niveles y escalas de medición:

Tabla 13.

Indicadores desarrollados de las dimensiones del emprendimiento.

Dimensión 1: Cadenas de valor		
Numero	Nombre de indicador	Puntaje máximo por indicador
1.	Alto Impacto o diferenciación	4
2.	Replicabilidad y escalabilidad	4
3.	Nivel de formalización	4
4.	Satisfacción del cliente/validación	4
5.	Grado de desarrollo	4
6.	Alianzas estratégicas	4
Dimensión 2. Financiamiento		
1.	Fuentes de financiamiento	4
2.	Planeación de control financiero	4
3.	Estructura de costos e ingresos	4
4.	Proyecciones financieras a plazos	4
5.	Formalización fiscal	4
6.	Definición de modelo de negocio	4
Dimensión 3. Necesidades de capacitación		
1.	Equipo de trabajo	4
2.	Planeación de la capacidad instalada	4
3.	Recursos clave materiales	4
4.	Recursos clave humanos	4
5.	Procesos	4
6.	Plan de negocios	4
7.	Mercado meta	4
8.	Competencia y tendencias	4
9.	Canales de distribución	4
10.	Estrategia integral de comunicación	4

Fuente: Elaboración propia con información de la literatura revisada (2022).

III.6. Diseño de los instrumentos

En este punto se diseñará un diagnóstico con respecto a los aspectos específicos de las dimensiones del emprendimiento abordadas, esto con el fin de medir el antes y el después del grupo que integra la prueba piloto, en este sentido se planteó medir las dimensiones revisadas en el marco teórico a través de la literatura de los diversos autores y teorías, de las cuales se contemplaron 3 dimensiones con 22 indicadores a medir, a continuación se establecen las razones y la importancia de la medición para cada uno de estos indicadores:

Tabla 14.

Razones y justificación del diseño del instrumento de investigación.

Dimensión 1: Cadenas de valor		
Número	Nombre de indicador	Razón de medición
1.	Alto Impacto o diferenciación	Se observará si la empresa o emprendimiento tiene una diferenciación marcada frente a su competencia para conocer si cuenta con un impacto en el mercado, y por consecuencia capacidad para tener vinculaciones a cadenas de valor.
2.	Replicabilidad y escalabilidad	Se observará si el emprendimiento cuenta con las características de vinculación adecuadas o solo puede ser aplicado en la zona específica, esto con el objetivo de saber si es de interés para empresas de las cadenas de valor.
3.	Nivel de formalización	Se medirá si la empresa cuenta con el perfil adecuado que demandan las cadenas de valor para ser integradas en el proceso, como lo es alta en el Servicio de Administración Tributaria (SAT), constitución como persona moral, registros, permisos, certificados, etc.
4.	Satisfacción del cliente/validación	Se medirá si la empresa cuenta con mecanismos de medición para la satisfacción de sus clientes o si éstos han validado el producto o servicio con el cliente a fin de poderlo insertar a cadenas de valor.

5.	Grado de desarrollo	Se medirá si la empresa cuenta con las características mínimas necesarias para la vinculación a cadenas de valor, como lo son: producción, infraestructura y personal.
6.	Alianzas estratégicas	Se medirá si estas empresas cuentan con las alianzas mínimas necesarias que les permitan integrarse a las cadenas de valor.
Dimensión 2. Financiamiento		
1.	Fuentes de financiamiento	Se medirá si el emprendimiento cuenta con los conocimientos sobre las diferentes modalidades, vehículos e instrumentos de financiamiento en el mercado, con el cual haya identificado una posible fuente de financiamiento adecuado a su modelo de negocios.
2.	Planeación de control financiero	Se medirá si el emprendedor realiza una planeación financiera acorde a sus ingresos y egresos reales, con el fin de que analice su capacidad de deuda.
3.	Estructura de costos e ingresos	Se medirá si el emprendedor tiene visualizado sus costos operativos y los esquemas de ingresos, esto con el fin de que conozca bien el estatus financiero de su empresa.
4.	Proyecciones financieras a plazos	Se medirá si el emprendedor sabe generar una proyección de ventas.
5.	Formalización fiscal	Se medirá si el emprendedor tiene identificado sus obligaciones de acuerdo con su régimen y si se encuentra al corriente, esto con el fin de estar en condiciones de obtener algún financiamiento gubernamental.
6.	Definición de modelo de negocio	Se medirá si el emprendedor tiene identificado la forma correcta de monetizar el producto o servicio, generando valor para el consumidor.
Dimensión 3. Necesidades de capacitación		
1.	Equipo de trabajo	Se medirá si el emprendedor tiene las habilidades y conocimientos necesarios para desarrollar su proyecto.

2.	Planeación de la capacidad instalada	Se medirá si el emprendedor tiene identificado su capacidad de producción para hacer frente al mercado.
3.	Recursos clave materiales	Se medirá si el emprendedor tiene identificado los recursos materiales mínimos para que su proyecto sea ejecutable en el tiempo.
4.	Recursos clave humanos	Se medirá si el emprendedor tiene identificado los recursos humanos necesarios para que los procesos de su proyecto sean ejecutables en tiempo y forma.
5.	Procesos	Se medirá si el emprendedor tiene identificado las áreas, y actividades necesarias de estas con el fin de establecer procesos adecuados para la producción del producto o servicio, así como para la atención al cliente.
6.	Plan de negocios	Se medirá si el emprendedor tiene los conocimientos necesarios para realizar un plan de negocios que le sirva de guía y herramienta para las fuentes de financiamiento.
7.	Mercado meta	Se medirá si el emprendedor tiene identificado el mercado meta de su proyecto, así como la adecuada segmentación de éste.
8.	Competencia y tendencias	Se medirá si el emprendedor tiene identificado a la competencia directa e indirecta de su negocio, así como las tendencias de consumo del mercado.
9.	Canales de distribución	Se medirá si el emprendedor tiene los conocimientos necesarios para establecer canales óptimos de comercialización de su producto o servicio.
10.	Estrategia integral de comunicación	Se medirá si el emprendedor tiene los conocimientos necesarios para realizar la comunicación de su emprendimiento al mercado meta (marca, relaciones públicas, marketing digital y marketing tradicional).

Fuente: Elaboración propia con información de la literatura revisada (2022).

En este sentido se han asignado los puntajes para cada uno de los indicadores de acuerdo con el nivel de cumplimiento de cada uno de ellos, donde se le dieron un máximo de 3 puntos, tal cual y se observa en la siguiente tabla:

Tabla 15.

Tabla de valores para el puntaje del instrumento de investigación.

<i>Nivel de cumplimiento</i>	<i>Cumplimiento nulo</i>	<i>Cumplimiento bajo</i>	<i>Cumplimiento medio</i>	<i>Cumplimiento alto</i>
Puntaje	1	2	3	4

Fuente: Elaboración propia con información de la literatura revisada (2022).

III.6.1 Diagnostico (cuestionario de entrevista)

De esta manera se han estipulado los ítems de cumplimiento para cada indicador, esto con el fin de que el instrumento de investigación sea fácil de aplicar, así como entendible para la persona que, entrevista al emprendedor, de esta manera se mencionan los ítems de cumplimiento para cada indicador, esto con el fin de darle el valor numérico correspondiente:

Tabla 16.

Ítems de los niveles de cumplimiento del instrumento de investigación.

<i>Dimensión 1. Vinculación a cadenas de valor</i>				
<i>Indicador</i>	<i>Cumplimiento nulo</i>	<i>Cumplimiento bajo</i>	<i>Cumplimiento medio</i>	<i>Cumplimiento alto</i>
Alto Impacto o diferenciación	No tiene definida cuál es su propuesta de valor.	Tiene definido su propuesta, pero no reconoce cuál es su diferenciación en su mercado.	Tiene una propuesta innovadora en su industria, ya sea en su metodología, sus procesos, productos o servicio.	Tiene patentes o un registro de producto único.
Replicabilidad y escalabilidad	Sólo puede ser local.	La replicabilidad del modelo de negocio puede llegar a nivel nacional en un plazo.	La replicabilidad del modelo de negocio puede llegar a nivel internacional en un largo plazo.	La replicabilidad y escalabilidad del modelo de negocio es fácil de replicar y escalar actualmente.
Nivel de formalización	No, la <i>startup</i> opera bajo informalidad o no tiene un plan definido de formalización.	La <i>startup</i> cuenta con un plan definido de formalización a corto plazo.	La <i>startup</i> está en proceso de constitución y ejecutando su plan de formalización ante diferentes instancias.	La <i>startup</i> opera de manera formal y está al corriente de sus obligaciones en todos los ámbitos.
Satisfacción del cliente/validación	No se cuentan con mecanismos para medir la satisfacción	Se cuentan con mecanismos para medir la satisfacción	Se cuenta con mecanismos para medir la satisfacción	Se cuenta con mecanismos para medir la satisfacción

	del cliente, o validación de prototipo.	del cliente, pero no se llevan a cabo.	del cliente, pero no se toman en cuenta.	del cliente y se toman decisiones respecto a ellos.
Grado de desarrollo	La <i>startup</i> no cuenta con ninguna capacidad que le permita colaborar con otros organismos (Etapas de idea).	La <i>startup</i> cuenta con capacidades técnicas, operativas y financieras que le permiten colaborar con organismos de nivel local o bajo.	La <i>startup</i> cuenta con capacidades técnicas, operativas y financieras que le permiten colaborar con organismos de nivel estatal o medio.	La <i>startup</i> cuenta con todas las capacidades técnicas, operativas y financieras para colaborar con algún otro organismo a nivel nacional o internacional, lo que le representa un alto potencial de crecimiento.
Alianzas estratégicas	Ninguno de los elementos.	Existen acercamientos con algunas asociaciones, proveedores, inversionistas.	Tenemos convenios con aliados estratégicos, pero no se han explotado.	Tenemos convenios y se han explotado.
Dimensión 2. Financiamiento				
Indicador	Cumplimiento nulo	Cumplimiento bajo	Cumplimiento medio	Cumplimiento alto
Fuentes de financiamiento	La <i>startup</i> no tiene identificado las fuentes de financiamiento	Se identifica la fuente de financiamiento, pero no tiene garantías	Se identifica la fuente de financiamiento, Se tiene identificado las garantías, pero no cuenta con solvencia	Tiene identificado las fuentes de financiamiento y tiene un plan financiero óptimo para su pago que le permita solventar los pagos a futuro
Planeación de control financiero	No cuentan con ningún registro de obligaciones contables: libro diario, balance, estado de resultados, comparativo, etc.	Cuentan con registro de obligaciones contables básicas: pasivo y activo.	Cuentan con registro de obligaciones contables: libro diario, balance, estado de resultados, comparativo, etc. No la utiliza para identificar flujo financiero.	Cuentan con registro de obligaciones contables: libro diario, balance, estado de resultados, comparativo, etc. Utiliza la información para flujo financiero.
Estructura de costos e ingresos	No tiene identificado, ni registrado por completo cuáles son	Cuenta con registros de los ingresos y gastos, pero no sabe	Tiene identificados sus gastos operativos y sus ingresos, pero no toma decisiones	Tiene identificados sus gastos operativos y sus ingresos, pero y toma decisiones

	sus ingresos, gastos fijos y variables.	cuáles y cuánto es de cada uno.	estratégicas en base a su estructura y naturaleza del negocio.	estratégicas en base a su estructura y naturaleza del negocio.
Proyecciones financieras a plazos	No cuentan con ningún flujo proyectado o cálculo que permita establecer las líneas de acción del startup.	Cuenta con un estimado de ventas para cubrir sus gastos operativos.	Cuentan con una proyección de ventas y sus respectivos indicadores financieros.	Cuentan con proyecciones de ventas y líneas de acción para cumplir esas ventas.
Formalización fiscal	No se cumple en tiempo ni en forma con lo referente a la Secretaría de Hacienda y Crédito Público (SHCP)	No se cumple en tiempo ni en forma con lo referente a SHCP sin embargo están conscientes de la situación actual y de lo que deberían de ejecutar.	Cumplen en tiempo y forma de la mayoría de las notificaciones y declaraciones de acuerdo con la ley.	Se cumple en tiempo y forma con las notificaciones, declaraciones informativas, provisionales y anuales requeridas por ley de acuerdo con el régimen fiscal al que la persona moral está sujeta.
Definición de modelo de negocio	El <i>startup</i> no tiene identificado el modelo de negocio y/o forma de monetizar su idea.	Se identifica la forma de monetizar la idea de negocio, pero no hay estructura ni validación.	Se cuenta con el modelo de negocio bien definido y estructurado que está siendo validado en el mercado.	Se cuenta con un modelo de negocio bien definido y estructurado y operando en el mercado real.
Dimensión 3. Capacitación				
Indicador	Cumplimiento nulo	Cumplimiento bajo	Cumplimiento medio	Cumplimiento alto
Equipo de trabajo	El equipo que lidera el <i>startup</i> consiste en una persona y no cuenta con las habilidades ni conocimientos en el área para desarrollar su proyecto, pero muestra un nivel alto de compromiso.	El equipo que lidera el <i>startup</i> consiste en una persona que cuenta con experiencia, habilidades y conocimientos en el área para desarrollar su proyecto además muestra un nivel alto de compromiso.	El equipo que lidera el <i>startup</i> consiste en 2 o más personas sin experiencia o con escasas habilidades y conocimientos en el área para desarrollar su proyecto, sin embargo, muestran un alto nivel de compromiso.	El equipo que lidera el <i>startup</i> consiste en 2 o más personas con experiencia en el área, habilidades y conocimientos para desarrollar su proyecto y muestran alto nivel de compromiso.
Planeación de la capacidad instalada	No existe una planeación de la capacidad de servicios	Existe una planeación, pero no toma en cuenta la demanda esperada.	La planeación es calculada de acuerdo con un pronóstico (la demanda esperada),	La planeación es calculada de acuerdo con un pronóstico (la demanda esperada).

			pero el pronóstico no está bien calculado.	
Recursos clave materiales	No tengo recursos, o activos de mi negocio, todo lo terciarizó.	Faltan recursos que encarecen y entorpecen la operación.	Tengo los recursos necesarios para operar.	Tengo los recursos necesarios para operar y expandirme.
Recursos clave humanos	Necesito contratar o buscar a todas las personas especialistas en el tema.	Tengo todas las personas especialistas en el tema.	Cuento con experiencia y conocimientos en el tema y tengo a las personas especialistas en el tema.	Tengo las personas con habilidades y conocimientos necesarios para llevar a cabo el proyecto.
Procesos	No se cuentan con manuales de operación, procedimientos operativos e instrucciones de trabajo específico.	Se cuentan con algún(os) procedimientos operativos, manuales de operación o instrucciones de trabajos específicos.	Se cuenta con procedimientos operativos, manuales de operación e/o instrucciones de trabajo específicos, sin embargo, no cumplen con los criterios.	Se cuentan con procedimientos operativos, manuales de operación e/o instrucciones de trabajo específicas.
Plan de negocios	No se cuenta con ningún documento elaborado que establezca la estructura de la empresa.	Se cuenta con un documento general de operación de la empresa a manera, de resumen ejecutivo.	Se cuenta con un documento elaborado que muestra sólo viabilidad técnica o de mercado y no es susceptible de evaluación para solicitar financiamiento.	Se cuenta con un documento elaborado que muestra la viabilidad técnica, financiera y de negocio de la empresa con el cual es posible solicitar financiamiento.
Mercado meta	El <i>startup</i> no ha identificado segmentos de mercado, tampoco ha definido su mercado objetivo.	Ha realizado una segmentación del mercado, identificando características comunes compartidas por subgrupos.	El <i>startup</i> ha realizado una segmentación del mercado y ha ordenado, de acuerdo con prioridades, los segmentos que el <i>startup</i> busca atender.	Ha realizado una segmentación del mercado a partir de la cual seleccionó una de las estrategias de mercado objetivo: segmentos de mercado diferenciados, enfoque de nichos de mercado o marketing uno a uno (personalización).

Competencia y tendencias	No conoce su competencia ni las tendencias.	Conoce a su competencia directa e indirecta.	Conoce las tendencias de mercado de su producto o servicio.	Conoce las tendencias de mercado, su competencia y lo que está haciendo para innovar o para mejorar.
Canales de distribución	El <i>startup</i> no ha definido una estrategia de distribución y sus productos no llegan adecuadamente a su mercado meta.	El <i>startup</i> no ha definido una estrategia de distribución, la distribución se realiza de manera empírica, pero los productos están al alcance del mercado objetivo.	El <i>startup</i> ha definido una estrategia de distribución (intensiva, selectiva o exclusiva) y la cantidad de intermediarios a participar, sin embargo, no ha definido el tipo de intermediarios y el nivel de servicio para cada uno.	El <i>startup</i> ha definido claramente su estrategia de distribución (distribución intensiva, selectiva o exclusiva) y ha establecido el número de intermediarios involucrados en la distribución, así como el tipo de intermediarios de acuerdo con el nivel de servicio.
Estrategia integral de comunicación	No se ha definido una estrategia de comunicación, no se emplean elementos de la mezcla de promoción o se emplean de manera limitada sin apoyar los mensajes del <i>startup</i> y/o marca.	Se emplean elementos de la mezcla de promoción que apoyan los mensajes del <i>startup</i> y/o marca de manera aislada.	El <i>startup</i> ha definido una estrategia promocional, donde se emplean diferentes elementos de la mezcla de promoción que han desarrollado de manera separada (no de manera integral).	El <i>startup</i> ha definido una estrategia integral de comunicación, donde todos los elementos de la mezcla de promoción están conectados entre sí y con el mismo mensaje del <i>startup</i> y/o marca.

Fuente: Elaboración propia con información de la literatura revisada (2022).

Este instrumento permite medir el grado de avance que tiene el emprendedor en cada una de las dimensiones con el fin de diagnosticar el estatus en el que se encuentra, de tal manera que permitió medir el nivel de avance con respecto al cumplimiento de los indicadores y de esta manera poder determinar áreas de oportunidad que necesita mejorar el emprendedor con la única finalidad de aumentar la probabilidad de éxito de los negocios.

III.6.2 Aplicación de prueba piloto

Reflejando las razones y los ítems de los indicadores de cada una de las dimensiones de la investigación, se ha diseñado un cuestionario aplicativo para la muestra de la investigación, el cual está diseñado en un instrumento tipo Likert, con 22 preguntas divididas en las siguientes dimensiones:

Tabla 17.
Número de preguntas por dimensión.

Dimensión	Numero de preguntas por dimensión
Vinculación a cadenas de valor	6
Financiamiento	6
Capacitación	10

Fuente: Elaboración propia de acuerdo con la literatura revisada (2022).

En este sentido se aplicó una prueba piloto con los ítems señalados en los puntos anteriores a un grupo de 22 emprendedores, que cuentan con apenas un año de ser creadas. Dicho lo anterior se observó que en el proceso se tomó el tiempo para el llenado del instrumento y tomo un tiempo de 30 minutos aproximadamente, además se observó que los sujetos de investigación tuvieron desconocimiento sobre el concepto de “*Startup*” por lo cual se ha decidido cambiar ese concepto por los conceptos de “empresa o emprendimiento” para que la muestra de estudio pueda comprender mejor el cuestionario, además se observó que de los 22 emprendedores solo 1 no comprendió bien un inciso de la pregunta número 15, específicamente la palabra “*core-business*” que refiere a la actividad núcleo o preponderante de la empresa, por lo cual se ha decidido cambiar la palabra por los conceptos de “actividad preponderante”, así mismo en ese inciso el mismo emprendedor no comprendió bien la palabra tercerizar, que refiere a si sus actividades las subcontrata, por lo cual también se ha decidido cambiar el concepto de “tercerizar” por el concepto de “subcontratación” .

III.6.4 Instrumento de la investigación

Después de haber aplicado la prueba piloto a un grupo de emprendedores se ha logrado pulir de forma exitosa la redacción de este documento con el fin de que sea

lo más comprensible posible, de esta forma se puede apreciar en el Anexo VI de la presente investigación.

III.7. Flujo de procesos para la metodología empleada

En el siguiente recuadro se muestra cuáles son los pasos contemplados para medir los indicadores de las dimensiones del emprendimiento a través de entrevistas para el aplicativo del diagnóstico, así como del acompañamiento empresarial para dotar de las herramientas y generar la entrevista final para el diagnóstico final y comparar los resultados contra los resultados del diagnóstico final, este proceso está integrada por 9 procedimientos que facilitan la extracción de información para el procesamiento de información utilizada para generar el siguiente capítulo “ Análisis y Discusión de resultados “, estos procedimientos se explican de la siguiente manera:

1. Convocatoria

Se monitorea con la información de INEGI a través de los datos empresariales como lo son correo electrónico y teléfono, con el fin de pedir la participación de las empresas al llenado del instrumento de recolección de datos.

2. Selección de la muestra

En este procedimiento se realizará la selección de los candidatos que cumplan con las especificaciones descritas en los apartados anteriores del presente trabajo de investigación.

3. Aplicación de prueba piloto

Como ya se mencionó, este punto se realizarán los ajustes necesarios a los instrumentos de investigación con el fin de estar en condiciones para aplicarlos al grupo focal.

4. Aplicación de instrumento de recolección de datos

En este punto se aplicó el instrumento de investigación en una dinámica de entrevista con cada uno de los candidatos, esto con el fin de establecer el precedente sobre los resultados de cada uno de los indicadores a implementar.

5. Análisis e interpretación de datos

En este punto se han analizado e interpretado los resultados con el fin de diagnosticar las posibles soluciones a la problemática planteada en la presente investigación.

Ilustración 9.
Proceso de la metodología.



Fuente: Elaboración propia con base en literatura revisada, (2023).

CAPÍTULO IV. ANÁLISIS Y DISCUSIÓN DE RESULTADOS

La realización del presente estudio se constituyó por dos variables de las cuales se analizaron 3 dimensiones con 22 indicadores, éstas se integraron en el instrumento de recolección de datos, con el que se pudo concluir satisfactoriamente en un aplicativo de 119 encuestados con las características que se mencionó con anterioridad (Véase tabla 18).

A estos indicadores se les asignó un valor numérico de acuerdo con el cumplimiento de cada uno de los ítems (véase tabla 15), siendo el número 1 el valor más bajo indicando que el emprendedor no cumple con las características, y el número 4 el valor más alto, el cual establece que el emprendedor cumple con las características necesarias para que el emprendimiento tenga un mayor índice de éxito. Dicho lo anterior se analizaron los datos obtenidos con una medida ordinal, es decir un orden de escala dentro del programa SPSS, estos datos mencionados se pueden consultar dentro de la presente investigación en el anexo IV.

IV.1 Medidas de tendencia central

Con esta información se ha podido identificar las medidas de tendencia central con el fin de observar que indicadores prevalecen en la muestra de la presente investigación, los cuales se muestran a continuación:

Media.

Para la media obtenida en la investigación se ha observado que hay un nivel de cumplimiento bajo con los indicadores aplicados, siendo la media la respuesta numero 2 (1.78) para cada uno de los indicadores, lo que se puede traducir que los emprendedores presentan necesidad de escalar en cada una de las dimensiones.

Mediana

El numero 2 con una valoración de nivel de cumplimiento bajo es la respuesta que representa a la mediana en la presente investigación.

Tabla 18.
Aplicación positiva de las encuestas.

Estadísticos																				
¿La propuesta de valores única o con elementos innovadores dentro de su sector en comparación con su competencia que facilite su vinculación?	¿El producto o servicio es fácilmente escalable y replicable que facilite su vinculación?	¿La empresa se encuentra formalizada ante instancias como el SAT, constituida como persona moral, registro patronal etc. ?	¿Se cuenta con mecanismos para medir la satisfacción del cliente y/o, en su caso, la validación de productos/servicio en el mercado?	¿La empresa cuenta con capacidades técnicas, operativas y financieras para colaborar con algún otro organismo?	¿Tiene alianzas estratégicas con proveedores, socios, inversionistas, asociaciones y otras empresas que impulsarán el negocio?	¿El emprendedor tiene identificado las fuentes de financiamiento o optimas para su puesta en marcha?	¿Realiza un análisis económico y financiero basado en las cuentas de resultados y balances; identifica las distintas cargas por funciones y flujos financieros?	¿Tiene proyecciones de ventas en las cuales basa su toma de decisiones de la dirección del proyecto?	¿Tiene obligaciones fiscales de acuerdo con su régimen y se mantiene al corriente?	¿Se tiene identificada una correcta forma de monetizar el producto o servicio generando valor para el consumidor?	¿El equipo que lidera tiene la habilidad y conocimientos para desarrollar su proyecto, se aprecia un compromiso por parte de los emprendedores es?	¿La capacidad de servicios instalada es correspondiente a la cantidad de servicios proyectados?	¿Cuenta con la existencia de los recursos materiales mínimos necesarios para operar?	¿Cuenta con personas con conocimientos y habilidades para llevar a cabo el proyecto?	¿Se cuentan con procedimientos operativos, manuales de operación y/o instrucciones de trabajo específicas?	¿Cuenta con un documento integral elaborado que establezca la viabilidad técnica, financiera y de negocios?	¿Tiene identificado cuál es su mercado potencial, mercado objetivo y mercado meta?	¿Conoce la competencia y las tendencias del mercado?	¿Tiene la estrategia de distribución de los canales de comercialización de sus productos o servicios?	¿Identifica la estrategia empleada para comunicar los mensajes del proyecto y la marca al mercadomiel a, empleando la mezcla de promoción?
N	119	119	119	118	119	119	119	119	119	119	119	119	119	119	119	119	119	119	119	119
Válido	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Perdidos	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0

Fuente: Elaboración propia con base en la literatura revisada, (2023)

IV.2. Tablas de frecuencias por ítem

Tabla 19.

Resultados de frecuencia ítem 1

¿La propuesta de valor es única o con elementos innovadores dentro de su sector en comparación con su competencia que facilite su vinculación?					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	No tiene definida la propuesta de valor	43	36.1	36.1	36.1
	Tiene definida su propuesta de valor, pero no reconoce cuál es su diferenciador	43	36.1	36.1	72.3
	Tiene una propuesta innovadora en su industria, ya sea en su metodología, sus procesos, productos servicio	30	25.2	25.2	97.5
	Tiene patentes o un registro de producto único	3	2.5	2.5	100.0
	Total	119	100.0	100.0	

Fuente: Elaboración propia adquirida de la investigación de campo y marco teórico (2023).

Tabla 20.

Resultados de frecuencia ítem 2

¿La empresa se encuentra formalizada ante instancias como el SAT, constituida como persona moral, registro patronal, etc. ?					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	La empresa se encuentra operando informalmente	50	42.0	42.0	42.0
	La empresa tiene definido formalizarse en un corto plazo	32	26.9	26.9	68.9
	La empresa está en un plan de constitución y formalización	17	14.3	14.3	83.2
	La empresa opera de manera formal y está al corriente de sus obligaciones en todos los ámbitos	20	16.8	16.8	100.0
	Total	119	100.0	100.0	

Fuente: Elaboración propia adquirida de la investigación de campo y marco teórico (2023).

Tabla 21.
Resultados de frecuencias ítem 3

¿Se cuenta con mecanismos para medir la satisfacción del cliente y/o, en su caso, la validación de su producto/servicio en el mercado?					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	No se cuenta con mecanismos para medir la satisfacción del cliente, o validación del prototipo	44	37.0	37.0	37.0
	Se cuenta con mecanismos para medir la satisfacción del cliente, pero no se lleva a cabo	37	31.1	31.1	68.1
	Se cuenta con mecanismos para medir la satisfacción del cliente, pero no se toman en cuenta	18	15.1	15.1	83.2
	Se cuentan con mecanismos para medir la satisfacción del cliente y se toman decisiones respecto a ellos.	20	16.8	16.8	100.0
	Total	119	100.0	100.0	

Fuente: Elaboración propia adquirida de la investigación de campo y marco teórico (2023).

Tabla 22.
Resultados de frecuencias ítem 4

¿La empresa cuenta con las capacidades técnicas, operativas y financieras para colaborar con algún otro organismo?					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	No se cuenta con ninguna capacidad que le permita colaborar con otros organismos (etapa de idea)	58	48.7	49.2	49.2
	Cuenta con capacidades técnicas, operativas y financieras que le permiten colaborar con organismos de nivel local	38	31.9	32.2	81.4

	Cuenta con capacidades técnicas, operativas y financieras que le permiten colaborar con organismos de nivel estatal.	15	12.6	12.7	94.1
	Cuenta capacidades técnicas, operativas y financieras para colaborar con otro organismo a nivel nacional o internacional	7	5.9	5.9	100.0
	Total	118	99.2	100.0	
Perdidos	Sistema	1	.8		
	Total	119	100.0		

Fuente: Elaboración propia adquirida de la investigación de campo y marco teórico (2023).

Tabla 23.

Resultado de frecuencias ítem 5

¿Tiene alianzas estratégicas con proveedores, socios, inversionistas, asociaciones y otras empresas que impulsan el negocio?					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	No tiene identificado cuáles son sus alianzas estratégicas	51	42.9	42.9	42.9
	Existen acercamientos con algunas asociaciones, proveedores, inversionistas	49	41.2	41.2	84.0
	Tenemos convenios con aliados estratégicos, pero no se han explotado	13	10.9	10.9	95.0
	Tenemos convenios y se han explotado	6	5.0	5.0	100.0
	Total	119	100.0	100.0	

Fuente: Elaboración propia adquirida de la investigación de campo y marco teórico (2023).

Tabla 24.

Resultado de frecuencias ítem 6

¿El emprendedor tiene identificado las fuentes de financiamiento óptimas para su puesta en marcha?					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	No tiene identificado las fuentes de financiamiento	63	52.9	52.9	52.9
	Se identifica la fuente de financiamiento, pero no se tiene garantías	28	23.5	23.5	76.5
	Se tienen identificado las garantías, pero no se tiene solvencia	16	13.4	13.4	89.9
	Tiene identificado las fuentes de financiamiento y tiene un plan financiero optimo que le de solvencia	12	10.1	10.1	100.0
	Total	119	100.0	100.0	

Fuente: Elaboración propia adquirida de la investigación de campo y marco teórico (2023).

Tabla 25.

Resultado de frecuencias ítem 7

¿Realiza un análisis económico y financiero basado en las cuentas de resultados y balances; identifica las distintas cargas por funciones y flujos financieros?					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	No cuenta con ningún registro con obligaciones contables	65	54.6	54.6	54.6
	Cuenta con registro de obligaciones fiscales básicas: pasivo y activo	36	30.3	30.3	84.9
	Cuenta con registro de obligaciones contables, pero no lo utiliza para identificar su flujo de efectivo	13	10.9	10.9	95.8

	Cuenta con un registro de obligaciones contables y la utiliza para la información de su flujo financiero	5	4.2	4.2	100.0
	Total	119	100.0	100.0	

Fuente: Elaboración propia adquirida de la investigación de campo y marco teórico (2023).

Tabla 26.

Resultado de frecuencias ítem 8

¿Tiene identificados sus gastos operativos, y sus fuentes de ingresos?					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	No tiene identificado, ni registrado por completo cuáles son sus ingresos, gastos, flujos y variables	56	47.1	47.1	47.1
	Cuenta con registros de los ingresos y gastos, pero no sabe cuáles y cuanto de cada uno	30	25.2	25.2	72.3
	Tiene identificado sus gastos operativos y sus ingresos, pero no toma decisiones estratégicas con base en la información	19	16.0	16.0	88.2
	Tiene identificados sus gastos operativos y sus ingresos y toma decisiones con base en la información.	14	11.8	11.8	100.0
	Total	119	100.0	100.0	

Fuente: Elaboración propia adquirida de la investigación de campo y marco teórico (2023).

Tabla 27.

Resultados de frecuencias ítem 9

¿Tiene proyecciones de ventas en las cuales basa su toma de decisiones de la dirección del proyecto?					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	No cuenta con ningún flujo proyectado o cálculo que permita establecer las líneas de acción de la empresa	50	42.0	42.0	42.0
	Cuenta con un estimado de ventas para cubrir sus gastos operativos	40	33.6	33.6	75.6
	Cuenta con una proyección de ventas y sus respectivos indicadores financieros	20	16.8	16.8	92.4
	Cuenta con proyecciones de ventas y líneas de acción para cumplir esas ventas	9	7.6	7.6	100.0
	Total	119	100.0	100.0	

Fuente: Elaboración propia adquirida de la investigación de campo y marco teórico (2023).

Tabla 28.

Resultado de frecuencias ítem 10

¿Tiene identificadas las obligaciones fiscales de acuerdo con su régimen y se mantiene al corriente?					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	No se cumple en tiempo y forma con lo referente a SHCP	54	45.4	45.4	45.4
	No se cumple en tiempo ni en forma con lo referente a SHCP, pero están conscientes de sus obligaciones	30	25.2	25.2	70.6
	Cumplen en tiempo y forma de la mayoría de las notificaciones y declaraciones de acuerdo a la ley	22	18.5	18.5	89.1
	Se cumple en tiempo y en forma tanto como persona física como persona moral	12	10.1	10.1	99.2
	5	1	.8	.8	100.0
	Total	119	100.0	100.0	

Fuente: Elaboración propia adquirida de la investigación de campo y marco teórico (2023).

Tabla 29.

Resultado de frecuencias ítem 11

¿El equipo que lidera tiene la habilidad y conocimientos para desarrollar su proyecto, se aprecia un compromiso por parte de los emprendedores?					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	El equipo que lidera es una persona y no cuenta con habilidades y conocimientos en el área del negocio	42	35.3	35.3	35.3
	El equipo consiste en una persona que cuenta con la experiencia, habilidades, conocimientos y compromiso	43	36.1	36.1	71.4
	El equipo es de 2 personas o más sin experiencia y conocimientos, pero con compromiso	17	14.3	14.3	85.7
	El equipo consiste en 2 o más personas con experiencia, conocimientos y habilidades y compromiso	17	14.3	14.3	100.0
	Total	119	100.0	100.0	

Fuente: Elaboración propia adquirida de la investigación de campo y marco teórico (2023).

Tabla 30.

Resultado de frecuencias ítem 12

¿La capacidad de servicios instalada es correspondiente a la cantidad de servicios proyectados?					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	No existe una planeación de la capacidad de servicios	43	36.1	36.1	36.1
	Existe una planeación, pero no toma en cuenta la demanda actual	43	36.1	36.1	72.3
	La planeación es calculada de acuerdo con un pronóstico, pero no está bien calculado	18	15.1	15.1	87.4

	La planeación es calculada de acuerdo con un pronóstico	15	12.6	12.6	100.0
	Total	119	100.0	100.0	

Fuente: Elaboración propia adquirida de la investigación de campo y marco teórico (2023).

Tabla 31.

Resultado de frecuencias ítem 13

¿Cuenta con la existencia de los recursos materiales mínimos necesarios para operar?					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	No tengo recursos o activos, todo lo tertiario	43	36.1	36.1	36.1
	Faltan recursos que encarecen y entorpecen la operación	42	35.3	35.3	71.4
	Tengo los recursos necesarios para operar	28	23.5	23.5	95.0
	Tengo los recursos necesarios para operar y expandirme	6	5.0	5.0	100.0
	Total	119	100.0	100.0	

Fuente: Elaboración propia adquirida de la investigación de campo y marco teórico (2023).

Tabla 32.

Resultado de frecuencias ítem 14

¿Cuenta con personas con conocimientos y habilidades para llevar a cabo el proyecto?					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Necesito contratar o buscar a todas las personas especializadas en el tema	46	38.7	38.7	38.7
	Tengo todas las personas especialistas en el tema	43	36.1	36.1	74.8
	Cuento con la experiencia y conocimientos en el tema y tengo a las personas especialistas en el tema	17	14.3	14.3	89.1
	Tengo las personas con habilidades y conocimientos necesarios para llevar a cabo el proyecto	13	10.9	10.9	100.0
	Total	119	100.0	100.0	

Fuente: Elaboración propia adquirida de la investigación de campo y marco teórico (2023).

Tabla 33.

Resultado de frecuencias ítem 15

¿Se cuentan con procedimientos operativos, manuales de operación y/o instrucciones de trabajo específicas?					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	No se cuentan con manuales de operación, procedimientos operativos e instrucciones de trabajo específicas	57	47.9	47.9	47.9
	Se cuenta con algún procedimiento operativo, manuales de operación o instrucciones de trabajo específicos	50	42.0	42.0	89.9
	Se cuentan con procedimientos operativos, manuales de trabajo, pero no cumplen con los criterios.	6	5.0	5.0	95.0
	Se cuentan con procedimientos operativos, manuales de operación	6	5.0	5.0	100.0
	Total	119	100.0	100.0	

Fuente: Elaboración propia adquirida de la investigación de campo y marco teórico (2023).

Tabla 34.

Resultados de frecuencias ítem 16

¿Cuenta con un documento integral elaborado que establezca la viabilidad técnica, financiera y de negocios?					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	No se cuenta con ningún documento elaborado que establezca la estructura de la empresa	65	54.6	54.6	54.6
	Se cuenta con un documento general de operaciones de la empresa a manera de resumen ejecutivo	39	32.8	32.8	87.4

	Se cuenta con un documento que muestra sólo viabilidad técnica o de mercado, pero no es susceptible para financiamiento	11	9.2	9.2	96.6
	Se cuenta con un plan de negocios con el cual pueda solicitar un financiamiento	4	3.4	3.4	100.0
	Total	119	100.0	100.0	

Fuente: Elaboración propia adquirida de la investigación de campo y marco teórico (2023).

Tabla 35.

Resultados de frecuencias ítem 17

¿Tiene identificado cuál es su mercado potencial, mercado objetivo y mercado meta?					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	No se ha identificado segmentos de mercado	51	42.9	42.9	42.9
	Ha realizado una segmentación de mercado, identificado características comunes compartidas por subgrupos	38	31.9	31.9	74.8
	Se ha realizado una segmentación del mercado y ha ordenado de acuerdo a prioridades los segmentos a atender	21	17.6	17.6	92.4
	Ha realizado una segmentación de mercado a partir de la cual desarrolló una estrategia de mercado meta	9	7.6	7.6	100.0
	Total	119	100.0	100.0	

Fuente: Elaboración propia adquirida de la investigación de campo y marco teórico (2023).

Tabla 36.
Resultado de Frecuencias ítem 18

¿Conoces la competencia y las tendencias del mercado?					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	No conoce la competencia ni las tendencias del mercado	42	35.3	35.3	35.3
	Conoce a su competencia directa e indirecta	44	37.0	37.0	72.3
	Conoce a su competencia y las tendencias del mercado	16	13.4	13.4	85.7
	Conoce la competencia, las tendencias y utiliza esta información para innovar en el mercado	17	14.3	14.3	100.0
	Total	119	100.0	100.0	

Fuente: Elaboración propia adquirida de la investigación de campo y marco teórico (2023).

Tabla 37.
Resultado de frecuencias ítem 19

¿Tiene identificado la estrategia de distribución y los canales de comercialización de sus productos o servicios?					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	No ha identificado una estrategia de distribución y sus productos no llegan adecuadamente al mercado meta.	52	43.7	43.7	43.7
	No ha identificado una estrategia de distribución, pero los productos están al alcance del mercado meta	47	39.5	39.5	83.2

	Se ha definido una estrategia de distribución, pero no ha identificado a sus intermediarios	12	10.1	10.1	93.3
	Se tiene identificado su estrategia de distribución, a sus aliados, intermediarios para cada nivel de servicio	8	6.7	6.7	100.0
	Total	119	100.0	100.0	

Fuente: Elaboración propia adquirida de la investigación de campo y marco teórico (2023).

Tabla 38.

Resultado de frecuencias ítem 20

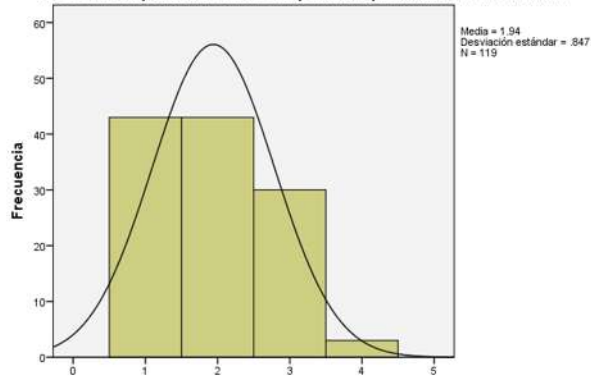
¿Identifica la estrategia empleada para comunicar los mensajes del proyecto y la marca al mercado meta, empleando la mezcla de promoción?					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	No se ha identificado una estrategia de comunicación, no se emplea mezcla de promoción	55	46.2	46.2	46.2
	Se emplean elementos de mezcla de promoción que apoyan los mensajes del proyecto y/o marca de manera aislada	55	46.2	46.2	92.4
	Tiene una estrategia promocional, pero no se emplea de manera integral	4	3.4	3.4	95.8
	Tiene definido una estrategia integral de comunicación y están conectados entre sí y con la misma imagen corporativa	5	4.2	4.2	100.0
	Total	119	100.0	100.0	

Fuente: Elaboración propia adquirida de la investigación de campo y marco teórico (2023).

IV.3 Histograma de los ítems

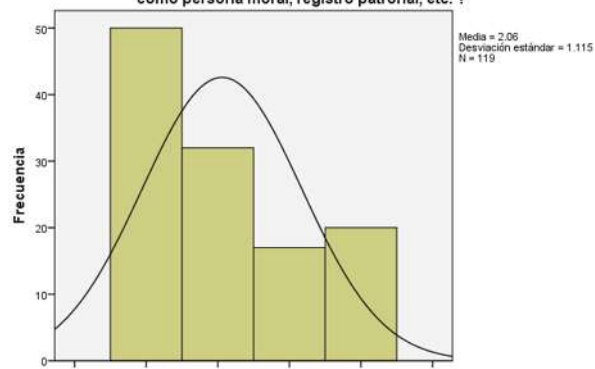
A continuación, se muestran los resultados en gráficas para su comprensión

¿La propuesta de valor es única o con elementos innovadores dentro de su sector en comparación con su competencia que facilite su vinculación?



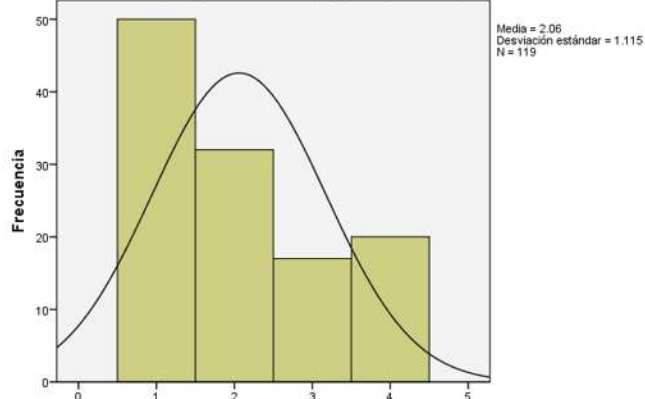
¿La propuesta de valor es única o con elementos innovadores dentro de su sector en comparación con su competencia que facilite su vinculación?

¿La empresa se encuentra formalizada ante instancias como el SAT, constituida como persona moral, registro patrimonial, etc. ?



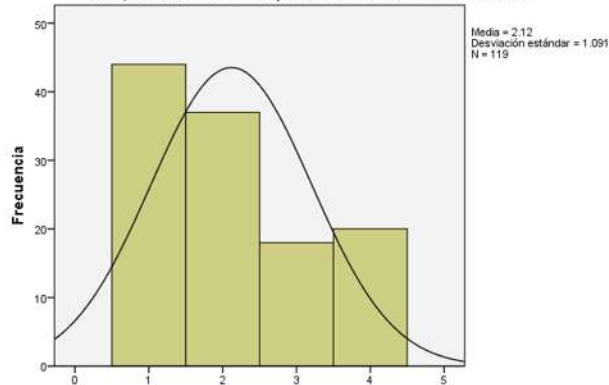
¿La empresa se encuentra formalizada ante instancias como el SAT, constituida como persona moral, registro patrimonial, etc. ?

¿La empresa se encuentra formalizada ante instancias como el SAT, constituida como persona moral, registro patrimonial, etc. ?



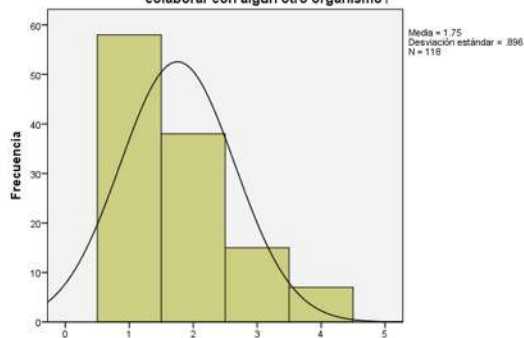
¿La empresa se encuentra formalizada ante instancias como el SAT, constituida como persona moral, registro patrimonial, etc. ?

¿Se cuenta con mecanismos para medir la satisfacción del cliente y/o, en su caso, la validación de su producto/servicio en el mercado?



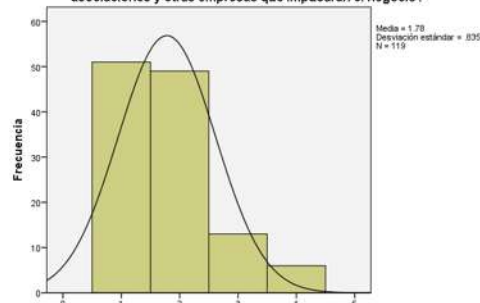
¿Se cuenta con mecanismos para medir la satisfacción del cliente y/o, en su caso, la validación de su producto/servicio en el mercado?

¿La empresa cuenta con las capacidades técnicas, operativas y financieras para colaborar con algún otro organismo?



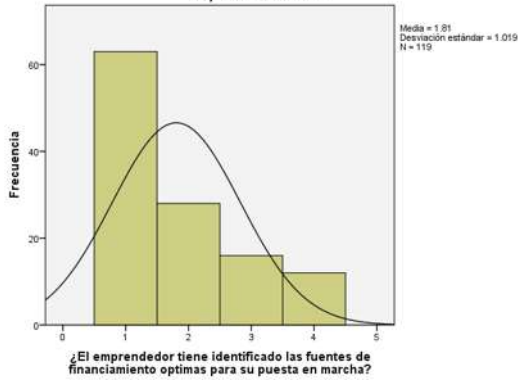
¿La empresa cuenta con las capacidades técnicas, operativas y financieras para colaborar con algún otro organismo?

¿Tiene alianzas estratégicas con proveedores, socios, inversionistas, asociaciones y otras empresas que impulsarán el negocio?

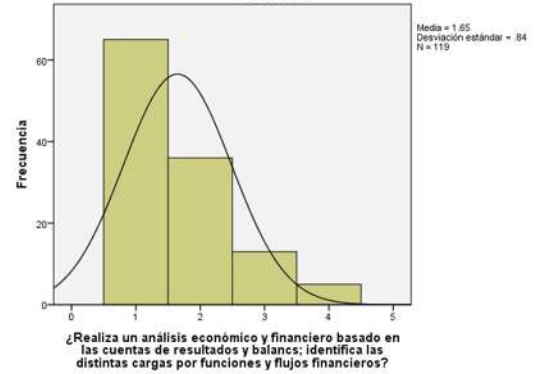


¿Tiene alianzas estratégicas con proveedores, socios, inversionistas, asociaciones y otras empresas que impulsarán el negocio?

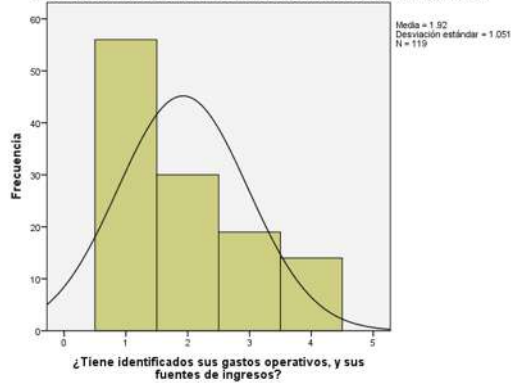
¿El emprendedor tiene identificado las fuentes de financiamiento optimas para su puesta en marcha?



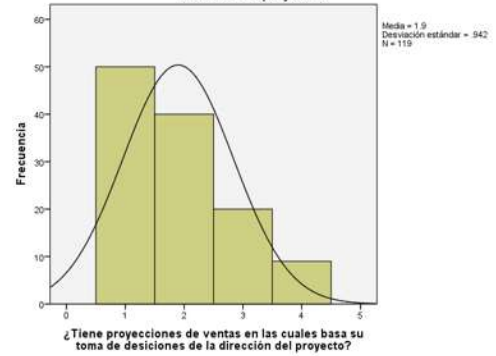
¿Realiza un análisis económico y financiero basado en las cuentas de resultados y balances; identifica las distintas cargas por funciones y flujos financieros?



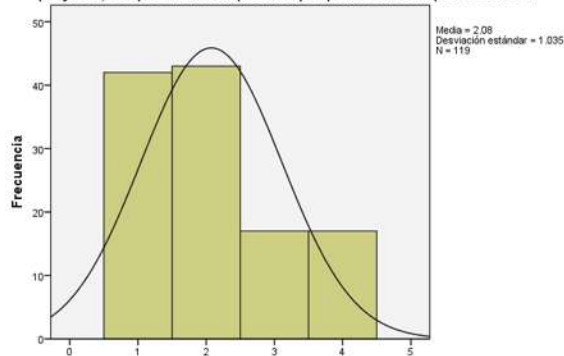
¿Tiene identificados sus gastos operativos, y sus fuentes de ingresos?



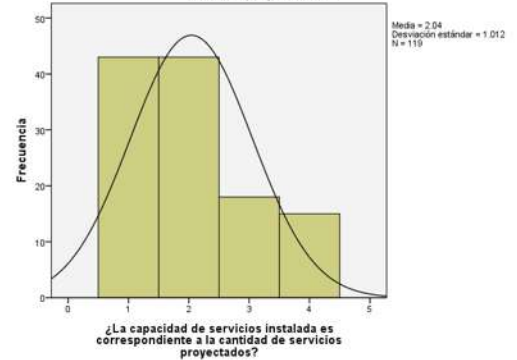
¿Tiene proyecciones de ventas en las cuales basa su toma de decisiones de la dirección del proyecto?



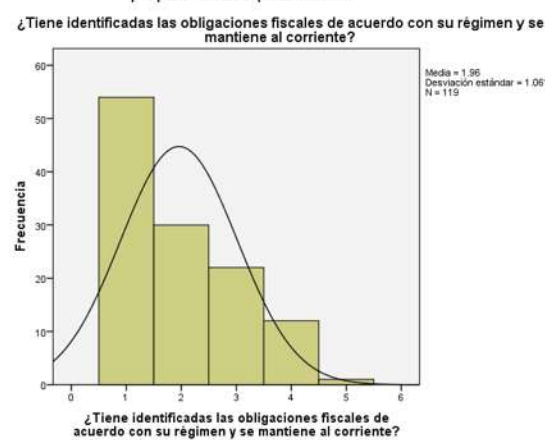
¿El equipo que lidera tiene la habilidad y conocimientos para desarrollar su proyecto, se aprecia un compromiso por parte de los emprendedores?



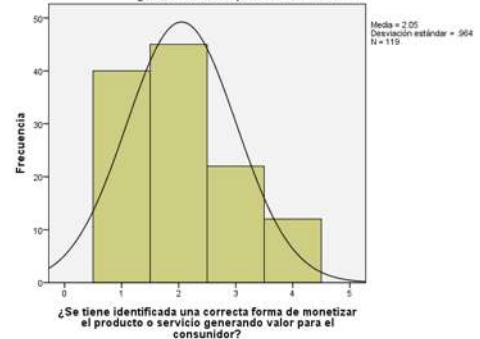
¿La capacidad de servicios instalada es correspondiente a la cantidad de servicios proyectados?



¿El equipo que lidera tiene la habilidad y conocimientos para desarrollar su proyecto, se aprecia un compromiso por parte de los emprendedores?

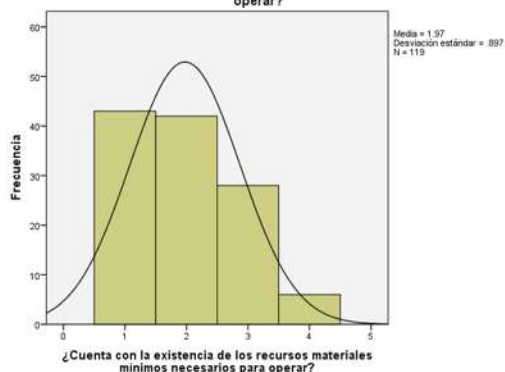


¿Se tiene identificada una correcta forma de monetizar el producto o servicio generando valor para el consumidor?

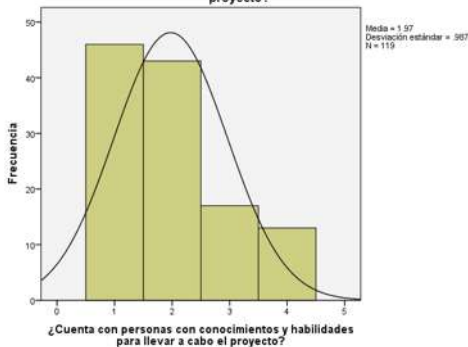


¿Tiene identificadas las obligaciones fiscales de acuerdo con su régimen y se mantiene al corriente?

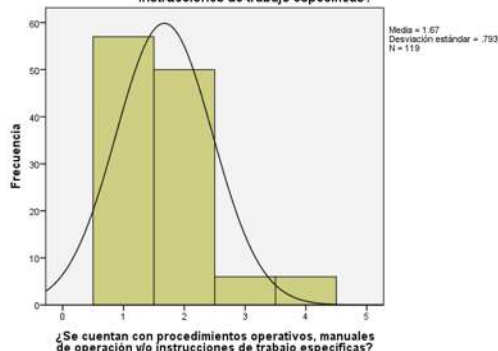
¿Cuenta con la existencia de los recursos materiales mínimos necesarios para operar?



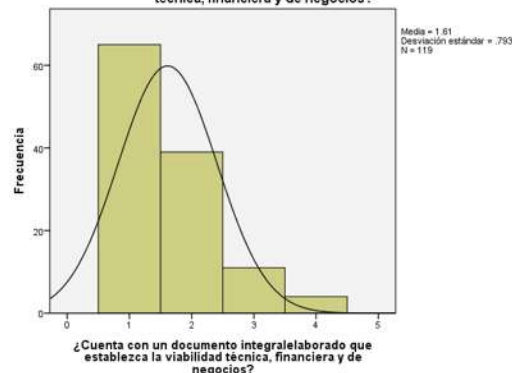
¿Cuenta con personas con conocimientos y habilidades para llevar a cabo el proyecto?



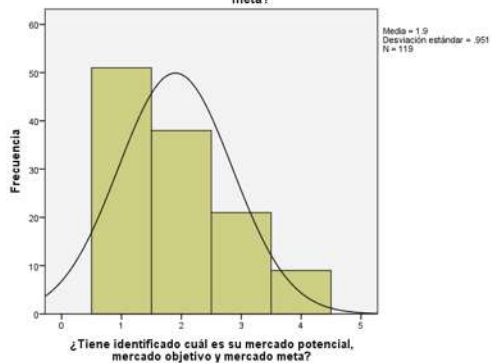
¿Se cuentan con procedimientos operativos, manuales de operación y/o instrucciones de trabajo específicas?



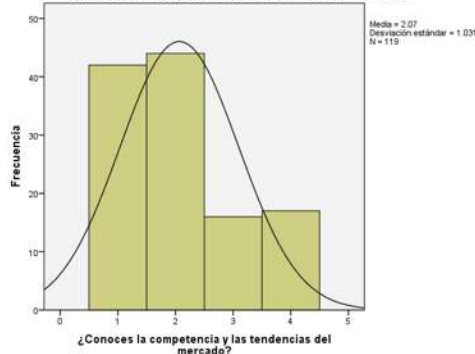
¿Cuenta con un documento integral elaborado que establezca la viabilidad técnica, financiera y de negocios?



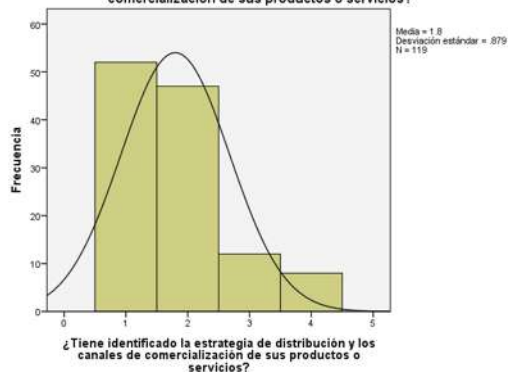
¿Tiene identificado cuál es su mercado potencial, mercado objetivo y mercado meta?



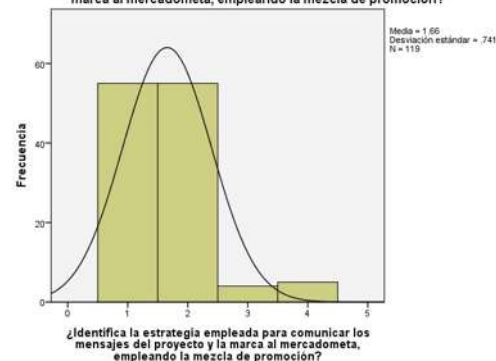
¿Conoces la competencia y las tendencias del mercado?



¿Tiene identificado la estrategia de distribución y los canales de comercialización de sus productos o servicios?



¿Identifica la estrategia empleada para comunicar los mensajes del proyecto y la marca al mercadometa, empleando la mezcla de promoción?



Se observa que en promedio las gráficas presentan una desviación de los indicadores con respecto a la media, por debajo del 1 en promedio, lo cual podría traducirse que los emprendedores presentan un cumplimiento casi nulo de los 22 indicadores presentes en la investigación.

Si a esto se le genera un esquema de probabilidad de acuerdo con los siguientes ítems, donde a menor cumplimiento de los indicadores mayor será la probabilidad de que estos negocios fracasen:

Tabla 39.
Tabla de probabilidad de fracaso

Cumplimiento de indicador	Probabilidad de fracaso			
	1	2	3	4
Probabilidad de fracaso	Alta probabilidad 75% - 100%	Probabilidad media 50% - 100%	Probabilidad baja 25% - 50%	Probabilidad nula 0% - 25%

Fuente: Elaboración propia con base en literatura revisada (2022).

Para contrastar estos resultados se hizo un experimento para encuestar al azar a 2 empresas del municipio de Morelia, Michoacán que cuentan con más de 5 años en operaciones y se perciben como empresas fortalecidas, esto con la finalidad de observar el nivel de cumplimiento de los indicadores y de esta manera deducir si la hipótesis establecida en la presente investigación es correcta con respecto a las dimensiones del emprendimiento, de esta manera se observaron los siguientes resultados:

Tabla40.
Resultados estadísticos de encuestas.

Estadísticos																					
	¿La propuesta de valor es única o con elementos innovadores dentro de su sector en comparación con su competencia que facilite su vinculación?	¿La empresa se encuentra formalizada ante las instancias como el SAT, constituida como persona moral, registro patronal, etc.?	¿Se cuenta con mecanismos para medir la satisfacción del cliente y/o en su caso, la validación de su producto/servicio en el mercado?	¿La empresa cuenta con capacidades técnicas, operativas y financieras para colaborar con algún otro organismo?	¿Tiene alianzas estratégicas con proveedores, socios, inversionistas, asociaciones y otras empresas que impulsarán el negocio?	¿El emprendedor ha identificado las fuentes de financiamiento o optimas para su puesta en marcha?	¿Realiza un análisis económico y financiero basado en las cuentas resultados y balances: identifica las distintas cargas por funciones y flujos financieros?	¿Tiene ingresos propios basados en las ventas que se basan en las decisiones de la dirección del proyecto?	¿Tiene obligaciones identificadas en las cuentas fiscales de acuerdo con su régimen y se mantiene al corriente?	¿Se tiene identificada una correcta forma de monetizar el producto o servicio generando valor para el consumidor?	¿El equipo que lidera el conocimiento del proyecto, se comprometió por parte de los emprendedores?	¿La capacidad de servicios instalada es acorde a la cantidad de servicios proyectados?	¿Cuenta con la existencia de recursos mínimos necesarios para operar?	¿Cuenta con personas con conocimientos y habilidades para llevar a cabo el proyecto?	¿Se cuentan procedimientos operativos, manuales de operación y/o instrucciones de trabajo específicas?	¿Cuenta con un documento integral elaborado que establezca la viabilidad financiera y de negocios?	¿Tiene identificado cuál es su mercado potencial, objetivo y mercado meta?	¿Conoce la competencia y las tendencias del mercado?	¿Tiene identificado la estrategia de distribución y los canales de comercialización de sus productos o servicios?	¿Identifica la estrategia empleada para comunicar mensajes de la marca al mercadometa, empleando la mezcla de promoción?	Total General
N	Valido	Perdidos	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Media	3.50	3.00	4.00	4.00	4.00	3.00	3.00	2.50	3.00	3.50	3.50	3.50	3.50	4.00	4.00	4.00	4.00	4.00	4.00	4.00	3.6
Mediana	3.50	3.00	4.00	4.00	4.00	3.00	3.00	2.50	3.00	3.50	3.50	3.50	3.50	4.00	4.00	4.00	4.00	4.00	4.00	4.00	3.6
Moda	3	3	4	4	4	2	2	1	2	3	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	3.3
Desviación estándar	.707	0.000	0.000	0.000	0.000	1.414	1.414	2.121	.707	.707	.707	.707	.707	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.4
Varianza	.500	0.000	0.000	0.000	0.000	2.000	2.000	4.500	.500	.500	.500	.500	.500	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.5
Rango	1	0	0	0	0	2	2	3	1	0	1	1	1	1	0	0	0	0	0	0	0
Mínimo	3	3	4	4	4	2	2	1	2	3	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4
Máximo	4	3	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
Suma	7	6	8	8	8	6	6	5	6	7	7	7	7	7	8	8	8	8	8	8	8

Fuente: Elaboración propia con los resultados obtenidos de las encuestas (2022).

A esto se observa que la media de cumplimiento de los indicadores de las 3 dimensiones es de 3.6, por lo cual estas empresas concuerdan con la hipótesis de la presente investigación, que a mayor cumplimiento de los indicadores menor será el riesgo al cierre de las empresas después de los 2 años de operaciones.

De acuerdo con lo anterior podría asumirse que los 119 emprendedores encuestados, presentan una probabilidad alta de cesar sus operaciones después de los 2 años de vida si continúan con estos niveles de cumplimiento.

IV.4 Análisis de correlación

En el análisis de correlación se ha comparado las 3 dimensiones de la presente investigación, en este sentido la dimensión principal a analizar con respecto a las otras dos es la dimensión de capacitación, en donde se busca observar que efecto tiene la capacitación con las demás dimensiones y de esta manera aceptar las hipótesis de la investigación o descartarlas.

Para este apartado primeramente se ha determinado la media de cada una de las variables con respecto a las muestras recabadas, con el único propósito de agrupar los ítems de cada una de las dimensiones y obtener un resumen de cómo se movieron cada una con respecto a la otra.

Una de las hipótesis de la presente investigación es referente al cierre o fracasos de los emprendimientos, en donde se plasma que parte de los factores que ingirieron al cierre de los negocios en las estadísticas, son ocasionadas por la falta de capacitación que ayude a conocer esquemas de financiamiento y de cadenas de valor para que logren aumentar las ventas estratégicas, para poder observar claramente como la capacitación es una dimensión que afecta a las demás dimensiones y por consiguiente afecta de maneras negativa a los nuevos emprendimientos poniéndolos en un porcentaje alto de riesgo al cierre de sus operaciones.

Cada una de estas dimensiones se agregaron indicadores de acuerdo con la literatura revisada, para ello se agruparon los resultados de cada indicador con referencia a las 119 empresas encuestadas, con la finalidad de determinar las medidas centrales de cada dimensión, específicamente la media. Al determinar la

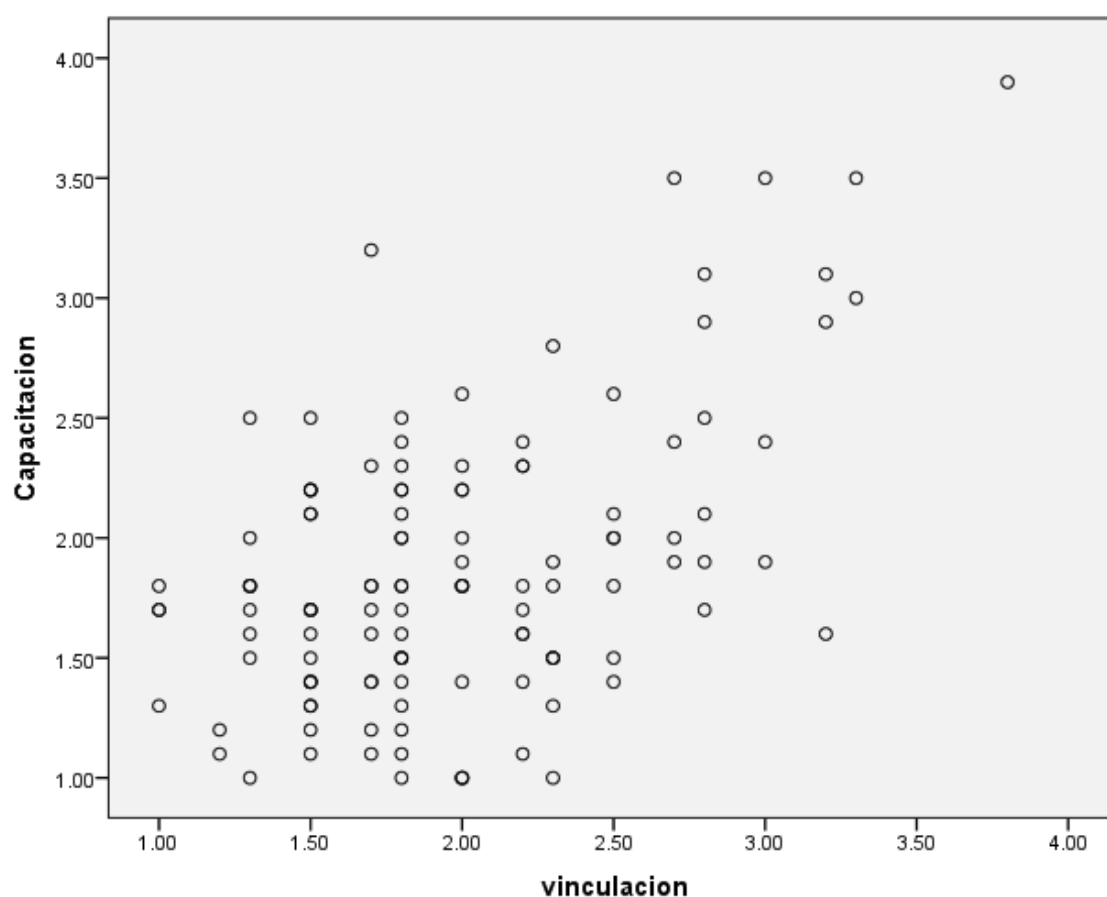
media de cada dimensión se puede analizar en un plano cartesiano la dispersión de datos, que, en este sentido se realizó de la siguiente manera:

Promedio de los resultados por dimensión.

Se recabaron los datos del total de los ítems de cada dimensión, que para la dimensión 1 “Cadenas de Valor cada encuestado respondió 6 ítems, para la dimensión 2 Financiamiento de igual manera fueron 6 ítems y para la dimensión 3 Capacitación se realizaron 10 ítems por encuestado, a estos ítems se les realizó el cálculo de una medida de tendencia central (La media) para obtener un valor unitario de cada persona /Checar anexo) y esos resultados se sometieron al programa SPSS con la finalidad de observar cómo se comportaron estos resultados en comparación con las demás dimensiones y los resultados fueron los siguientes:

Ilustración 10.

Gráfica de dispersión 1

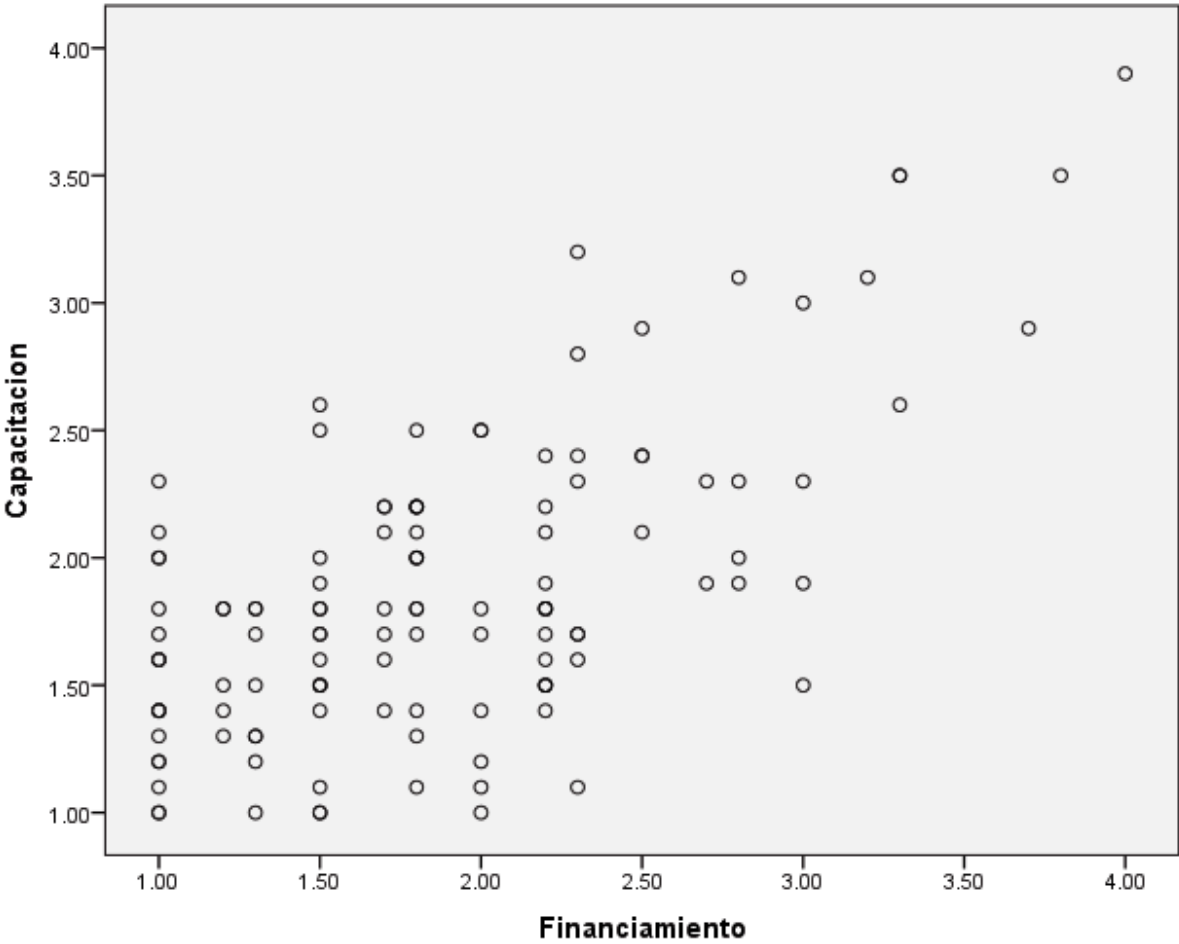


Fuente: Elaboración propia con base en la literatura revisada, (2023).

En esta ilustración se puede observar que existe una correlación importante sobre el nivel de capacitación con respecto al nivel de vinculación que logran las empresas para obtener ventas estratégicas, mientras más invierten las empresas en capacitación dentro de los 10 ítems de la investigación se aumenta por consiguiente los niveles de vinculación a cadenas de valor, lo que ayuda a reducir el riesgo al cierre de las empresas (véase tabla 40), en este sentido para las 119 empresas de reciente creación encuestadas se observa que ostentan una inversión en capacitación muy bajo, por lo cual la dimensión de Vinculación a cadenas de valor se ve afectada y por consecuencia presentan un porcentaje elevado en el riesgo al fracaso o al cierre de operaciones.

Ilustración
Gráfico de dispersión 2

11.



Fuente: Elaboración propia con base en la literatura recabada, (2023).

En esta ilustración se puede observar de la misma manera que existe también una relación en la inversión o desarrollo de capacitación en las empresas con respecto a los niveles de financiamiento, lo que podría indicarnos que si las empresas invierten en capacitación también aumentan de manera significativa la dimensión de financiamiento, lo que podría traducirse en que las empresas al invertir en financiamiento también tendrían más oportunidades de visualizar instrumentos de financiamiento óptimos para el crecimiento de las empresas.

Sin embargo, para las 119 empresas de reciente creación encuestadas, se observa de la misma manera que al no invertir en capacitación dentro de los 10 ítems de la dimensión de capacitación también disminuye de manera importante el nivel de los ítems de la dimensión de financiamiento, lo cual podría corroborar las hipótesis de la presente investigación, ya que estas empresas están en un riesgo grande al cierre.

CONCLUSIONES

Es claro que en el mundo existe una búsqueda continua e incesante para aumentar los niveles de desarrollo, ya que representa en si una mejor calidad de vida, y en algunas ocasiones se ha podido ver cómo a través de un emprendimiento esta calidad de vida puede ser alcanzada, tales son los casos de las empresas unicornio, concepto que al ser conocido en el mundo económico como un modelo a seguir, este modelo a seguir incentiva interés por las personas intentar generar ese cambio a través del emprendimiento, por esta razón el concepto del emprendimiento ha generado un gran interés dentro del área del concomimiento económico-social, al identificar que el emprendimiento podría reflejar su presencia en algunos indicadores económicos, como lo es el PIB, PIB per cápita y tasa de desempleo, por mencionar algunas, sin embargo, también podría representar un problema si el concepto de emprendimiento no se usa con responsabilidad, al incentivar negocios por solo el hecho de estar dentro de esta moda del emprendimiento, sin haber estudiado adecuadamente la situación antes de poner en riesgo un patrimonio o recursos, por lo cual se convierte en problemática al momento de que el emprendedor no pudo ver retornar sus inversiones y a consecuencia experimenta una pérdida de recursos, lo que conllevaría de nuevo a una posible mala calidad de vida, en este sentido es fundamental cortar ese círculo viciosos al fomentar emprendimientos con capacidades analíticas y de toma de las decisiones basadas en la información del estatus en el que se encuentren, esto se podría resolver al generar esquemas de capacitación o transferencia de conocimientos a los emprendedores por expertos en la materia que los ayuden a tomar mejores decisiones con su emprendimiento.

Dicho lo anterior se puede concluir que dado a los resultados arrojados por los nuevos emprendimientos en el periodo mayo 2021- mayo 2022, mostraron tener bajos niveles de cumplimiento en los indicadores referentes en la literatura del área del emprendimiento, por lo que podría traducirse a emprendedores poco preparados tomando malas decisiones, por consecuencia se obtienen pocos resultados en los negocios, lo que represente una problemática social importante, ya que esto podría

explicar el alto índice de cierre de los negocios después del año de operaciones, agravándose estos cierres al segundo año de operaciones. Por otra parte también se podría concluir que al ser identificadas estas posibles causas, también se podrían diseñar programas que estén encaminados a impulsar el aumento del cumplimiento de estos indicadores, para ayudar a reducir el riesgo al cierre de los negocios, y al existir estos programas que ayuden a aumentar el tiempo de vida de los emprendimientos, se reflejaría en los indicadores económicos, por consiguiente tendría impacto en el desarrollo económico local de la ciudad de Morelia, en este sentido podría decir que:

“Si los jóvenes son el futuro del país, entonces los emprendimientos son el futuro de la economía”.

En este mismo contexto la participación de las entidades académicas es muy importante para el desarrollo de modelos de emprendimiento que permitan prolongar la vida de los nuevos negocios, de igualmente la participación del sector gubernamental cobra total relevancia al articular los esfuerzos necesarios para que el acceso a estos programas no sean de exclusividad de las entidades educativas, si no que puedan acceder toda la sociedad civil interesada en realizar emprendimientos empresariales, de esta forma se logrará impulsar paulatinamente los indicadores micro económicos de la región y por consiguiente se logra aumentar el bienestar de la población al tener acceso a una mejor calidad de vida por la derrama económica que generen éstas nuevas unidades económicas.

Por otra parte, se requiere del interés y el compromiso de los emprendedores para adquirir más conocimientos y tomar los acompañamientos por parte de los expertos, ya que, si no cuentan con el interés, la propuesta de desarrollo económico local queda sin algún efecto.

LINEAS DE INVESTIGACIÓN FUTURAS

La presente investigación se focaliza en las áreas de administración de la micro y pequeña empresa, sin embargo, se puede recomendar que en un futuro se pueda

generar la línea de investigación en el área del emprendimiento dada a sus características importantes para el desarrollo económico local.

RECOMENDACIONES

De acuerdo con la situación actual en la que atraviesa el país, donde se ha observado un creciente número de empresas en situación de cierre causada por la pandemia del COVID-19, entre otros factores, aunado a la visualización y disminución de programas gubernamentales dirigidos al sector empresarial y con un aumento a las iniciativas de apoyo asistenciales y sociales, se recomienda que se analicen la posibilidad de generar paulatinamente programas de apoyo al emprendedor, para que este sector de la sociedad encuentre los mecanismos, habilidades, destrezas y herramientas para que logren obtener un riesgo al cierre cada vez más bajos.

Así mismo se recomienda al sector social de la economía y al sector gobierno a través de sus dependencias y medios de comunicación coadyuvar en los posibles programas que generan las incubadoras, aceleradoras e instituciones académicas, ya que esto ayudaría de forma contundente a minimizar las problemáticas antes citadas.

Como propuesta para lograr un aumento en el desarrollo económico local se proponen generar esquemas de trabajo que incluyan la triple hélice, donde el sector gubernamental logre traducir los esfuerzos realizados por las instituciones académicas en programas que ayuden a impulsar el cumplimiento de los 22 indicadores del emprendimiento, generando un acompañamiento en etapas tempranas y de forma preventivas con la oferta de cursos, talleres, financiamientos, y facilidad para integrar estos emprendimientos a cadenas de valor, esto con la finalidad de que se logren impulsar emprendimientos con un porcentaje de éxito más favorable y logren prolongar el tiempo de vida de las empresas posterior a los 2 años de vida.

De igual manera se recomienda que a las autoridades de los tres ejes de gobierno que lleven implícitas las responsabilidades de generar esquemas de apoyo en temas de ciencia, tecnología o innovación apoyar estudios que observen el impacto de estos mismos programas sobre los indicadores antes mencionados y con esto reflejar un mejor desarrollo económico local en el municipio de Morelia, Michoacán.

BIBLIOGRAFÍA

- Adelman, I. (1974). *Teorías del desarrollo económico*. Fondo de cultura económica.
- Alarcón Pérez, O., & González, H. (2018). El desarrollo económico local y las teorías de localización. Revisión teórica. *Revista Espacios*.
- Almaraz, A., & Méndez, O. (2020). *The History of Entrepreneurship in Mexico*. Emerald Group Publishing.
- Arango-Vásquez, L., & Durango-Gutiérrez, M. (2014). Private equity y venture capital: Diferenciación y principales características. *Clío América*, 8(16), 173-184.
- Arias Pérez, C. (2015). *Las teorías del desarrollo local: una aplicación a la comarca de Valdeorras*. Universidade da Coruña.
- Armando Salazar, C. (2020). Gasto público y crecimiento económico: Controversias teóricas y evidencia para México. *Journal of Economic Literature*.
- Asensi-Artiga, V., & Parra-Pujante, A. (2002). El método científico y la nueva filosofía de la ciencia. In *Anales de documentación* (Vol. 5, pp. 9-19). Facultad de Comunicación y Documentación y Servicio de Publicaciones de la Universidad de Murcia.
- Ayneto Gubert, X. (2019). La industria 4.0, el nuevo motor de la innovación industrial. *Revista Dyo*.
- Bañuelos García, V. H., García Martínez, F. de M., & Álvarez Díez, R. C. (2021). El emprendimiento social de base universitaria en Latinoamérica: caso Zacatecas, México. *RIDE Revista Iberoamericana Para La Investigación Y El Desarrollo Educativo*.
<https://doi.org/https://doi.org/10.23913/ride.v11i22.833>
- Bhatt Datta, P., & Gailey, R. (2012). Empowering Women Through Social Entrepreneurship: Case Study of a Women's Cooperative in India. *Baylor University*. <https://doi.org/10.1111/j.1540-6520.2012.00505.x>
- Blank, S., & Dorf, B. (2019). *El manual del emprendedor*. Booket Paidós.
- Bunge, M. (2010) 'Mario Bunge - La ciencia su metodo y su filosofía, extraído file:///C:/Users/sergi/Downloads/Dialnet-EIModeloDeLaTripleHeliceComoUnMedioParaLaVinculaci-3698520.pdf.
- C. Sánchez, J. (2011). Entrepreneurship as a legitimate field of knowledge. *Psicothema*.
- Cabrillo, F. (2006): Los economistas extravagantes. Edita libertad digital y Hoja perenne.
- Calderón Ortiz, G. (n.d.). *Privatización de la banca en México*.
- Canva, J. L. (2020). Retos nodales del desarrollo económico en México durante el quinquenio 2020 - 2024. *Problemas Del Desarrollo. Revista Latinoamericana de Economía*.
<https://doi.org/https://doi.org/10.22201/iiec.20078951e.2020.202.69638>
- Cárdenas Sánchez, E. (2015). *El largo curso de la economía mexicana*. Fondo de cultura económica.

Chang Castillo, H. G. (2010). El modelo de la triple hélice como un medio para la vinculación entre la universidad y empresa. *Revista Nacional de Administración*.

Civila Salas, A. (2014). Desarrollo de actitudes hacia el emprendimiento. *Procedia - Social and Behavioral Sciences*. <https://doi.org/doi:10.1016/j.sbspro.2014.08.057>

COESPO. (2020). *Características Económicas de la población Michoacán, 2020*. (Informe). Obtenido de <https://coespo.michoacan.gob.mx/wp-content/uploads/2021/03/Caracteriticas-Economicas-Michoacan-2020.pdf>

Coduras Martínez, A., Saiz-Alvarez, J. M., & Cuervo-Arango Martínez, C. (2013). Immigrant entrepreneurship: An International Comparison
Emprendimiento inmigrante: Una comparación internacional. *Revista de Economía Mundial*.

Color Vázquez, J. A., & Alcaraz Vera, J. V. (n.d.). *La Economía Creativa como eje para el Desarrollo Económico Local del municipio de Morelia, Michoacán, México*.

Covey, S., Mcchesney, C., Hunling, J., & Miralles, J. G. (2012). *Las 4 disciplinas de la ejecución*. Conecta.

Crissien Castillo, J. O. (2009). Investigando el entrepreneurship tras un marco teórico y su aporte al desarrollo económico de Colombia. *Revista Escuela de Administración de Negocios*.

Díaz Gómez, E., Castro del Ángel, C. A., Santamaría Hernández, E., & Flores Montiel, D. M. (2018). *Índice Nacional de ciencia, tecnología e innovación*. Centro de análisis para la investigación en innovación.

Duarte, T., & Ruiz Tibana, M. (2009). Emprendimiento, una opción para el desarrollo . *Scientia Et Technica*.

Espinola Verdín, V., & Torres González, L. A. (2020). Análisis cualitativo de modelos de negocio para el emprendimiento social. *Entreciencias: Diálogos En La Sociedad Del Conocimiento*.
<https://doi.org/http://dx.doi.org/10.22201/enesl.20078064e.2020.22.75431>

F. Kuratko, D. (2011). Entrepreneurship theory, process, and practice in the 21st century. *Int. J. Entrepreneurship and Small Business*.

Fayolle, A., & Toutain, O. (2013). Cuatro principios educativos para repensar eticamente la educación empresarial. *Revista de Economía Mundial*.

Franco González, H., & Ramírez Hassan, A. (2005). El modelo Harrod-Domar: implicaciones teóricas y empíricas. *Ecos de Economía*.

Freire, A. (2012). *Pasión por emprender*. AGUILAR.

Fondo-pyme. (2012). *Nuevos emprendedores*, (Informe). Obtenido de http://www.fondopyme.gob.mx/fondopyme/2010/descripcion.asp?Cat_Id=1&prog=1

Galdo Souto, M. (2015). *Multicanalidad y digitalización bancaria*. ICADE Business School.

Gaxiola Laso, S. R., Mata Mata, L., & Valenzuela Reyes, P. R. (2020). Análisis de la inclusión financiera: oportunidades para el desarrollo del sector financiero mexicano. *Panorama Económico*.

German Soto, V., Soto Rubio, M., & Gutiérrez Flores, L. (2021). Innovación y crecimiento económico regional: Evidencia para México. *Problemas Del Desarrollo. Revista Latinoamericana de Economía*.
<https://doi.org/https://doi.org/10.22201/iiiec.20078951e.2021.205.69710>

González Saucedo, M. de los D. (n.d.). El estudio del emprendimiento en México. *Tecnológico de Monterrey*.

González Saucedo, M. de los Dolores. (n.d.). El estudio del emprendimiento en México. *Tecnológico de Monterrey*.

Granados, M. L., Hlupic, V., Coakes, E., & Mohamed, S. (2011). Social enterprise and social entrepreneurship research and theory. *Social Enterprise Journal*.
<https://doi.org/http://dx.doi.org/10.1108/17508611111182368>

Gutierrez, F. (11/05/2021). *México, con el mayor crecimiento de apps de finanzas en América Latina*. (El economista). Obtenido de <https://www.eleconomista.com.mx/sectorfinanciero/Mexico-con-el-mayor-crecimiento-de-apps-de-finanzas-en-AL-20210511-0155.html>

Guzmán Vásquez, A., & Trujillo Dávila, M. A. (2008). Emprendimiento social - revisión de literatura. *Estudios Gerenciales*.

Graham, P. (2016) 'Startup=Growth', *Coding + Design Bootcamp CS183B*, pp. 1–10.

Hernán González Campo, Carlos , & Gálvez Albarracín, Édgar Julián (2008). Modelo de Emprendimiento en Red -MER. Aplicación de las teorías del emprendimiento a las redes empresariales. Academia. Revista Latinoamericana de Administración, (40),13-31.[fecha de Consulta 21 de Junio de 2022]. ISSN: 1012-8255. Disponible en: <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=71612100003>

Hernández-Sampieri, R., Fernández Collado, C., & Baptista Lucio, P. (2018). Metodología de la investigación (Vol. 4, pp. 310-386). México: McGraw-Hill Interamericana.

H. Dyer, J., B Gregersen, H., & Christensen, C. (2008). Entrepreneur behaviors, opportunity recognition, and th origins of innovate ventures. *Strategic Entrepreneurship Journal*. <https://doi.org/10.1002/sej.59>

Hernández Fernández, L., & Portillo Medina, R. (2016). *Profesionalización empresarial en empresas familiares: Una construcción teórica*. Universidad de la costa.

ICSEd. (2015). Índice de condiciones sistémicas para el emprendimiento dinámico. *Prodem*.

IMPLAN. M. (2015). *Plan Municipal de Desarrollo 2015-2018*. Instituto Municipal de Planeación. Obtenido de https://implanmorelia.org/virtual/wp-content/uploads/2016/02/PLAN_MUNICIPAL_DE_DESARROLLO_MORELIA-2015_WEB.pdf

IMPLAN. M. (2019). *Plan Municipal de Desarrollo 2018-2021*. Instituto Municipal de Planeación. Obtenido de https://implanmorelia.org/virtual/wp-content/uploads/2018/12/PMD_FINAL_2019_ALTA_R.pdf

Instituto Nacional de Estadística y Geografía (2021) 'Comunicado de Prensa Núm. 790/21, comunicación social el INEGI presenta los resultados

del estudio sobre la demografía de los negocios 2021'. Available at: https://www.inegi.org.mx/contenidos/saladeprensa/boletines/2021/EDN/EDN_2021.pdf.

Instituto Nacional del Emprendedor. (2012). *Reglas de operación del Fondo Nacional Emprendedor 2016*. Obtenido de https://dof.gob.mx/nota_detalle.php?codigo=5421766&fecha=30/12/2015#sc.tab=0

Instituto Tecnológico de Morelia. (2022). *El Centro de Incubación e Innovación Empresarial del ITM recibe un reconocimiento del INADEM por su labor*.

J. Bartik, T. (2003). Local Economic Development Policies. *Upjohn Institute Staff Working Paper*.

J. Teece, D., & Y.Al-Aali, A. (2013). Knowledge, Entrepreneurship, and Capabilities: Revising the Theory of the MNE. *Universia Business Review*.

Kantis, H., Federico, J., & Ibarra García, S. (2019). *Condiciones sistémicas para el emprendimiento en América Latina 2019*. Asociación Civil Red Pymes Mercosur.

Kim, W. C., & Mauborgne, R. (2015). *La estrategia del océano azul*. Profit Editorial.

Kirzner, Israel M. and Sautet, Frederic E., The Nature and Role of Entrepreneurship in Markets: Implications for Policy (1 de junio de 2006). Mercatus Policy Series Policy Primer No. 4, disponible en SSRN: <https://ssrn.com/abstract=1264696>

Lee, A. (2013): "Welcome to the Unicorn Club: Learning from billion-dollar startups"

Lopez Leyva, S., & Mungaray Moctezuma, A. B. (2021). Las universidades como motores del desarrollo económico. *Revista de La Educación Superior*. <https://doi.org/https://doi.org/10.36857/resu.2021.198.1705>

Martín Carbajal, M. de la L., & Gutiérrez Hernández, R. (2018). Diagnóstico y evaluación de las incubadoras de empresas de tecnología intermedia en Morelia, Michoacán. *Temas Económicos Abiertos*.

Martinez, A. (23/08/2019). *La Sefeco incuba 15 cooperativas en Morelia*. Quadratin. (Noticia). Obtenido de <https://www.quadratin.com.mx/sucesos/la-sefeco-incuba-15-cooperativas-en-morelia/>

Marulanda Valencia, F. Á., Montoya Restrepo, I. A., & Vélez Restrepo, J. M. (2014). Teorías motivacionales en el estudio del emprendimiento. *Pensamiento y Gestión*. <https://doi.org/DOI: http://dx.doi.org/10.14482/pege.36.5571>

Matiz B, F. J. (2009). Investigación en emprendimiento, un reto para la construcción de conocimiento. *Revista Escuela de Administración de Negocios*.

Matlay, H. (2005). Emerald Article: Researching entrepreneurship and education: Part 1: what is entrepreneurship and does it matter? *Education + Training*. <https://doi.org/10.1108/00400910510633198>

Mendoza Gallego, J. A., Muñoz Álvarez, D., Sánchez Tovar, A. F., & Usme Salazar, A. R. (2020). Emprendimiento en tiempos difíciles: una oportunidad

para jóvenes. *Utopía y Praxis Latinoamericana*.
<https://doi.org/https://doi.org/10.5281/zenodo.4278342>.

Meyer-Stamer, J. (2004). The Hexagon of Local Economic Development. Mesopartner working paper, No 03 / 2004.

Molina Sánchez, R., López Salazar, A., & Contreras Soto, R. (2014). El emprendimiento y crecimiento de las Pymes. *Acta Universitaria*.

Montoya Pineda, D. M. (2016). Startup y Spinoff: definiciones, diferencias y potencialidades en el marco de la economía del comportamiento. *Contexto*.

Moreno Brid, J. C., & Ruiz Nápoles, P. (2009). La educación superior y el desarrollo económico en América Latina. *Estudios y Perspectivas*.

Nikolaevich Dudin, M., Fredorovich Shakhov, O., Pavlovna Ivashchenko, N., & Sergeevna Shakhova, M. (2020). Development of Entrepreneurial Competencies in The Economy (Evidence from Digital Entrepreneurship). *Revista Inclusiones*.

Orrego Correa, C. I. (2009). La fenomenología y el emprendimiento. *Pensamiento & Gestión*.

Peralta Latorre, J. R. (2018). Influencia de la cultura emprendedora en la creación de planes de negocio. IE Experimental agropecuario. Chota 2018.

Osterwalder, A., & Pigneur, Y. (2013). *Business Model Generation*. John Wiley & Sons.

Pierre-André, J. (2001). Defining the Field of Research in Entrepreneurship. *Journal Of Business Venturing*. [https://doi.org/10.1016/50883-9026\(99\)00043-9](https://doi.org/10.1016/50883-9026(99)00043-9)

Porter, M. E. (2010). *Ventaja competitiva*. Piramide Ediciones Sa.

R. Stough, R. (2016). Entrepreneurship and Regional Economic Development: Some reflections. *Investigaciones Regionales – Journal of Regional Research*.

Raccanello, K. (2013). Fuentes Informales de financiamiento. *Un acercamiento a la eficiencia del microfinanciamiento en Mexico*.

Rajadell, M. (2019). *Creatividad; Emprendimiento y mejora continua*. Editorial Reverté.

Richter, C., Kraus, S., Brem, A., Durst, S., & Giselsbrecht, C. (2016). Digital entrepreneurship: Innovative business models for the sharing economy. *Richter*. <https://doi.org/DOI: 10.1111/caim.12227>

Ries, E. (2011). *The Lean Startup*.

Riswanto, A. (2016). The Role of the Entrepreneur in Innovation and in Economic Development. *Advances in Economics, Business and Management*.

Rodríguez Ramírez, A. (2009). Nuevas perspectivas para entender el emprendimiento empresarial. *Pensamiento & Gestión*.

Ronning, L., Ljunggren, E., & Wiklund, J. (n.d.). The Community Entrepreneur as a Facilitator of Local Economic Development. **Bodø Graduate School of Business and Nordland Research Institute*.

Sales, R., & García, C. (2008). Innovando la innovación. Boletín económico de ICE, 2942, 27-37.

Santiago, J. (16/07/2017), En México la BMV tiene apenas 146 empresas públicas. *El economista* <https://www.eleconomista.com.mx/mercados/En-Mexico-la-BMV-tiene- apenas-146-empresas-publicas-20170716-0074.html>

Santiso, J. (2016). La década de las multilatinas. *Competencia Mundial. Disputa Hegemónica. Empresas Transnacionales y Gobernanza Mundial. Estudios de Caso: Actividades - Empresas.*

Segura-Barón, U., Novoa-Mantallana, H. A., & Burbano-Pedraza, M. D. C. (2019). Hacia un modelo educativo para el emprendimiento. *Escuela de Administración de Negocios.*
<https://doi.org/https://doi.org/10.21158/01208160.n87.2019.2420>

Stevenson, HH (1983). *Una perspectiva sobre el emprendimiento* (Vol. 13). Boston: Escuela de Negocios de Harvard.

Smith, A. (1794) 'Investigacion de la naturaleza y causas de la riqueza de las naciones: Tomo I', *Investigacion de la naturaleza y causas de la riqueza de las naciones*, p. 487. Available at:
http://cataleg.ub.edu/record=b1846341~S1*cat%5Cnhttps://www.marxists.org/espanol/smith_adam/1776/riqueza/smith-tomo1.pdf.

Su, J., Karlsson, T., & Zhai, Q. (2016). Beyond Red Tape and Fools: Institutional Theory in Entrepreneurship Research, 1992-2014. *Entrepreneurship: Theory and Practice.* <https://doi.org/10.1111/etap.12218>

Tavera, T. (20/09/2021). *Emprendimiento mexicano en 2021: Pymes y emprendedores combinan online y offline.* Godaddy (artículo). Obtenido de <https://mx.godaddy.com/blog/encuesta-godaddy-emprendimiento-mexico-2021/>

Terán Yépez, E. F., & Guerrero Mora, A. M. (2020). Teorías de emprendimiento: revisión crítica de la literatura y sugerencias para futuras investigaciones. *Espacios.*

Vargas Ramirez, P. L., Zúñiga González, M. G., & Mullo Tene, M. F. (2020). Emprendimiento y su relación con el desarrollo económico y local en el Ecuador. *Polo Del Conocimiento.* <https://doi.org/DOL:10.23857/pc.v5i10.1802>

Velázquez Juárez, E., & Urbiola Solis, A. E. (2021). Decisiones familiares y teoría de juegos: micro emprendimiento y género. *Innovaciones de Negocios.*

Villanueva Santillán, C. E. (n.d.). Essays on Entrepreneurship in the Informal Economy in Mexico City. *EGADE Business School.*

ANEXOS

Anexo I. Tabla de relación de variables

Preguntas	Objetivos	Marco teórico	Hipótesis	Variables
I. I. ¿De qué manera incide el emprendimiento en el Desarrollo Económico Local?	A. General Investigar si el emprendimiento en el municipio de Morelia es una principal variante del Desarrollo Económico Local, así como las dimensiones que ayudan a generar esquemas de emprendimiento más exitosos con la finalidad de ser un referente para emprendedores de la región y ayudar a reducir el índice de cierre de estos emprendimientos.	- The lean startup - Model Business canvas - La estrategia del océano azul - Pasión por emprender -	A) Hipótesis general Las empresas con índices de éxito empresarial fueron aquellas empresas que apostaron por la integración de capacitación a fin de obtener una mejora continua y mayor calidad de productos o servicios, analizaron y aprovecharon la vinculación con el sector productivo para la formalización de cadenas de valor, así como con el sector gobierno además de la implementación de tecnologías de la comunicación, vinculación y acceso al financiamiento.	• Desarrollo Económico Local • Emprendimiento
II. ¿De qué forma impacta la capacitación e innovación en los emprendimientos de Morelia?	B. Específicos I. Estudiar el emprendimiento como variante incidente en el Desarrollo Económico Local de la ciudad de Morelia			Dimensiones de la variable
III. ¿De qué forma impactan en los emprendimientos morelianos el acceso a financiamientos?	II. Estudiar las herramientas de vinculación y los servicios de integración a cadenas de valor del sector privado y público como dimensiones para impulsar un emprendimiento exitoso.		B) Hipótesis específicas I. Falta de Educación Financiera II. Falta de Educación	• Vinculación a cadenas de valor
IV. ¿Cómo impacta la vinculación productiva o de cadenas de valor con otras entidades económicas a los emprendimientos morelianos?	III. Realizar las divisiones de la oferta sobre los servicios financieros privados y públicos de nivel municipal, estatal y federal que ayuden a impulsar los emprendimientos en Morelia. IV. Estudiar cómo impacta la capacitación y aplicación de innovación en los emprendimientos Morelianos.		III. Esquemas de Vinculación IIII. Innovación Social y Tecnológica	• Financiamiento • Capacitación

Anexo II. Matriz de Congruencia para el instrumento de estudio

Variable	Dimensión	Indicadores	Ítems	Ítems en cuestionario	Autores
Emprendimiento	Vinculación a cadenas de Valor	- Alto impacto y diferenciación - Replicabilidad y escalabilidad - Nivel de Formalización - Satisfacción del cliente - Grado de desarrollo - Alianzas estratégicas	6	1-6	Ayneto (2019), García <i>et al</i> (2021), Chang (2010), Freire (2012), Hernán et al (2008), Kim & Mauborgne (2015), Lee (2013), Ries (2011), Santiso (2016),
Emprendimiento	Financiamiento	- Fuentes de financiamiento - Planeación de control financiero - Estructura e identificación de costos e ingresos - Proyecciones financieras - Formalización fiscal - Definición de modelo de negocios	6	7-12	Freire (2012), Galdo (2015), Gaxiola <i>et al</i> (2020), Gutiérrez (2021), Racanello (2013), Ries (2011)
Emprendimiento	Capacitación	- Equipo de trabajo - Planeación de la capacidad instalada - Recursos materiales - Recursos humanos - Procesos - Plan de Negocios - Mercado objetivo - Competencia y tendencias - Canales de distribución - Estrategias integrales de comunicación	10	13-22	Covey <i>et al</i> (2012), Crissien (2009), Duarte (2009), Fayolle (2013), Freire (2012), Graham (2016), H. Dyer <i>et al</i> (2016), Hernández & Portillo (2016), López & Mungaray (2021), Matalay (2005), Peralta (2018), Rajadell (2019), Ries (2011), Segura-Barón <i>et al</i> (2019)

Fuente: Elaboración propia con base en la literatura revisada (2022)

Anexo III: Tabla de apoyos del INADEM 2013-2018

Tipos de convocatoria	Número de Beneficiarios	Perfil de beneficiarios	Monto total asignado
Proyectos de asignación directa estratégicos	74	Entidades gubernamentales	\$1,019,418,844.72
Proyectos de Asignación directa MiPyMes Siniestradas	24	Entidades Gubernamentales para apoyar a las MiPyMes Siniestradas	\$223,480,182.00
Programa de sectores estratégicos y desarrollo regional	194	MiPyMes	\$888,488,514.06
Programas de Desarrollo Empresarial	370	MiPyMes y emprendedores	\$517,837,309.38

Programa de Emprendedores y Financiamiento	162	Fondos de inversión, consultorías y asesores para beneficiar a los emprendedores	\$169,204,132.78
Programa para MiPyMes	101	MiPyMes	\$135,319,139.9
			\$3,567,976,811.46

2014			
Tipos de convocatoria	Número de Beneficiarios	Perfil de beneficiarios	Monto total asignado
Programas para empresas siniestradas y proyectos estratégicos	30	Entidades gubernamentales	645,119,776.08

Programas de Sectores estratégicos y desarrollo Regional	482	Entidades Gubernamentales para apoyar a las MiPyMes Siniestradas	2,027,749,276.75
Programas de desarrollo empresarial	5119	MiPyMes	908,184,622.50
Programa para emprendedores y financiamiento	297	MiPyMes y emprendedores	951,661,410.54
Programas para MiPyMes	204	Fondos de inversión, consultorías y asesores para beneficiar a los emprendedores	289,629,698.89
Desarrollo de Tecnologías de información y comunicación	18053	MiPyMes	587,438,398.68

2015

Tipos de convocatoria	Número de Beneficiarios	Perfil de beneficiarios	Monto total asignado
Programas para empresas siniestradas y proyectos estratégicos	60	Entidades gubernamentales	602,059,490.24
Programas de Sectores estratégicos y desarrollo Regional	571	Entidades Gubernamentales para apoyar a las MiPyMes Siniestradas	1,408,760,167.69
Programas de desarrollo empresarial	4329	MiPyMes	782,685,214.85
Programa para emprendedores y financiamiento	297	MiPyMes y emprendedores	478,862,763.29
Programas para MiPyMes	317	Fondos de inversión, consultorías y asesores para beneficiar a los emprendedores	337,782,616.20

Desarrollo de Tecnologías de información y comunicación	13,835	MiPyMes	524,113,884.49
---	--------	---------	----------------

2016			
Tipos de convocatoria	Número de Beneficiarios	Perfil de beneficiarios	Monto total asignado
Programas para empresas siniestradas y proyectos estratégicos	50	Entidades gubernamentales	608,715,321.97
Programas de Sectores estratégicos y desarrollo Regional	794	Entidades Gubernamentales para apoyar a las MiPyMes Siniestradas	1,477,895,269.91
Programas de desarrollo empresarial	6026	MiPyMes	878,037,722.00

Programa para emprendedores y financiamiento	299	MiPyMes y emprendedores	463,460,695.35
Programas para MiPyMes	3913	Fondos de inversión, consultorías y asesores para beneficiar a los emprendedores	226,120,607.45
Desarrollo de Tecnologías de información y comunicación	19063	MiPyMes	754,120,300.76

2017			
Tipos de convocatoria	Número de Beneficiarios	Perfil de beneficiarios	Monto total asignado
Programas para empresas siniestradas y proyectos estratégicos	55	Entidades gubernamentales	981,146,477.99

Programas de Sectores estratégicos y desarrollo Regional	242	Entidades Gubernamentales para apoyar a las MiPyMes Siniestradas	788,566,780.4 3
Programas de desarrollo empresarial	3277	MiPyMes	461,884,819.5 1
Programa para emprendedores y financiamiento	225	MiPyMes y emprendedores	504,052,519.7 1
Programas para MiPyMes	16548	Fondos de inversión, consultorías y asesores para beneficiar a los emprendedores	385,171,562.0 9

2018

Programas para empresas siniestradas y proyectos estratégicos	58	Entidades gubernamentales	568,104,892.30
Programas de Sectores estratégicos y desarrollo Regional	614	Entidades Gubernamentales para apoyar a las MiPyMes Siniestradas	1,506,146,107.39
Programas de desarrollo empresarial	1744	MiPyMes	546,285,819.06
Programa para emprendedores y financiamiento	260	MiPyMes y emprendedores	451,489,945.77
Programas para MiPyMes	10510	Fondos de inversión, consultorías y asesores para beneficiar a los emprendedores	216,908,578.42

Fuente: Elaboración propia con datos del INADEM (2022).

Anexo IV. Promedio de resultados por dimensión:

Dimesion 1: Vinculación a cadenas de valor							
Numero de encuesta	Ítem 1	Ítem 2	Ítem 3	Ítem 4	Ítem 5	Ítem 6	Promedio
1	1	1	2	4	1	1	1.7
2	3	3	2	2	1	2	2.2
3	3	3	3	1	1	1	2.0
4	1	1	1	1	1	1	1.0
5	2	1	4	1	2	1	1.8
6	2	3	1	4	1	1	2.0
7	3	4	1	2	1	2	2.2
8	2	3	1	1	1	1	1.5
9	3	3	4	3	4	2	3.2
10	2	4	1	1	1	1	1.7
11	2	2	1	1	2	1	1.5
12	2	3	2	3	2	2	2.3
13	4	4	4	4	3	4	3.8
14	2	3	3	1	1	1	1.8
15	2	4	4	1		2	2.2
16	3	3	4	4	3	2	3.2
17	3	2	1	1	2	2	1.8
18	2	1	1	2	1	1	1.3
19	1	2	2	2	1	1	1.5
20	2	3	4	1	2	2	2.3
21	2	2	4	1	2	1	2.0
22	2	3	2	1	1	2	1.8
23	1	4	1	1	1	2	1.7
24	4	4	4	3	3	2	3.3
25	3	2	3	4	3	3	3.0
26	2	2	2	1	1	1	1.5
27	3	4	2	4	2	2	2.8
28	2	2	2	1	1	1	1.5
29	2	2	2	2	1	2	1.8
30	3	4	1	4	2	1	2.5
31	2	2	1	4	2	1	2.0
32	2	3	1	1	2	1	1.7
33	3	3	1	3	2	2	2.3
34	3	2	3	1	1	2	2.0
35	2	2	3	1	3	1	2.0
36	3	2	2	4	2	2	2.5

37	3	2	2	4	1	4	2.7
38	3	3	2	4	4	2	3.0
39	1	1	1	1	1	1	1.0
40	1	4	2	2	1	1	1.8
41	3	2	1	1	2	1	1.7
42	1	1	1	4	1	3	1.8
43	2	2	4	2	1	1	2.0
44	3	4	4	2	2	2	2.8
45	3	4	3	4	3	3	3.3
46	1	4	1	1	1	1	1.5
47	2	3	1	2	1	1	1.7
48	3	2	3	4	2	3	2.8
49	1	4	2	4	3	3	2.8
50	2	1	1	1	1	2	1.3
51	2	3	1	2	1	2	1.8
52	1	1	1	1	4	2	1.7
53	1	2	3	4	2	3	2.5
54	1	2	4	1	2	1	1.8
55	1	1	2	1	1	2	1.3
56	2	2	2	2	2	2	2.0
57	2	2	1	2	1	2	1.7
58	2	2	2	3	1	4	2.3
59	1	2	1	2	1	2	1.5
60	2	1	2	1	2	2	1.7
61	1	2	3	4	2	1	2.2
62	3	2	1	1	2	2	1.8
63	1	2	4	3	1	1	2.0
64	1	2	4	2	1	2	2.0
65	2	2	2	2	2	3	2.2
66	2	3	1	4	1	2	2.2
67	2	1	4	2	1	4	2.3
68	1	2	1	1	1	1	1.2
69	1	1	1	1	1	1	1.0
70	1	2	1	1	2	1	1.3
71	3	3	4	3	2	4	3.2
72	1	1	1	1	1	1	1.0
73	1	2	1	4	1	2	1.8
74	1	2	4	1	2	1	1.8
75	1	2	1	1	1	1	1.2
76	1	2	2	1	2	1	1.5
77	3	4	2	1	3	2	2.5

78	3	4	1	2	2	1	2.2
79	3	3	3	3	2	1	2.5
80	1	2	1	2	1	1	1.3
81	4	3	2	1	2	1	2.2
82	2	2	1	2	1	1	1.5
83	1	1	1	2	2	1	1.3
84	1	2	2	1	2	1	1.5
85	1	2	1	2	1	1	1.3
86	2	1	2	1	4	2	2.0
87	2	4	2	1	4	1	2.3
88	1	2	3	3	3	3	2.5
89	1	2	1	2	1	1	1.3
90	2	1	2	1	2	1	1.5
91	2	1	3	2	1	3	2.0
92	1	2	1	2	1	2	1.5
93	2	1	2	3	1	2	1.8
94	1	2	4	2	1	2	2.0
95	1	2	1	2	1	1	1.3
96	1	2	3	3	3	3	2.5
97	1	2	1	2	1	4	1.8
98	1	2	1	3	3	3	2.2
99	3	3	3	3	3	2	2.8
100	2	3	2	3	3	3	2.7
101	3	3	3	3	3	3	3.0
102	3	3	3	3	3	2	2.8
103	3	2	1	2	1	2	1.8
104	3	2	1	2	1	2	1.8
105	2	3	1	2	1	2	1.8
106	1	2	1	2	1	2	1.5
107	1	2	1	2	1	2	1.5
108	3	2	3	2	4	2	2.7
109	3	2	2	3	2	2	2.3
110	2	2	1	2	1	2	1.7
111	1	2	1	2	1	2	1.5
112	1	2	1	2	1	2	1.5
113	2	3	4	4	2	1	2.7
114	2	3	2	3	2	2	2.3
115	1	2	4	1	2	1	1.8
116	1	2	1	2	1	2	1.5
117	2	1	2	1	2	1	1.5
118	2	1	2	1	4	1	1.8

119	2	1	4	1	2	1	1.8
-----	---	---	---	---	---	---	-----

Dimesion 2: Financiamiento							
Numero de encuesta	ítem 1	Ítem 2	Ítem 3	Ítem 4	Ítem 5	Ítem 6	Promedio
1	1	1	1	1	1	1	1.0
2	2	2	3	2	3	2	2.3
3	1	1	1	1	1	1	1.0
4	1	2	4	3	1	3	2.3
5	2	2	1	4	2	4	2.5
6	1	1	2	2	1	2	1.5
7	1	1	1	1	1	1	1.0
8	1	1	1	1	1	1	1.0
9	2	2	3	3	4	3	2.8
10	1	1	1	2	1	3	1.5
11	1	1	3	2	1	1	1.5
12	3	1	1	1	1	2	1.5
13	4	4	4	4	4	4	4.0
14	1	1	1	1	1	1	1.0
15	4	3	1	1	2	3	2.3
16	4	3	4	3	4	4	3.7
17	1	2	3	1	2	2	1.8
18	3	1	3	2	1	2	2.0
19	3	1	1	1	4	3	2.2
20	1	1	1	1	3	2	1.5
21	4	3	4	3	4	2	3.3
22	1	1	1	3	1	2	1.5
23	1	2	2	1	3	1	1.7
24	4	2	3	3	3	3	3.0
25	4	4	4	4	3	4	3.8
26	2	2	2	2	2	2	2.0
27	3	2	3	2	3	2	2.5
28	1	1	3	2	2	2	1.8
29	1	1	2	1	1	1	1.2
30	1	1	1	3	1	2	1.5
31	1	1	3	2	1	1	1.5
32	1	1	2	1	1	3	1.5
33	3	1	3	2	1	4	2.3
34	3	1	4	4	1	4	2.8
35	1	1	3	2	1	2	1.7
36	1	2	1	3	2	2	1.8
37	4	2	4	4	2	4	3.3

38	4	1	3	2	3	2	2.5
39	1	1	3	1	1	1	1.3
40	1	1	1	2	1	2	1.3
41	1	2	4	2	1	4	2.3
42	1	2	1	1	2	1	1.3
43	1	2	2	2	3	3	2.2
44	2	3	3	4	4	3	3.2
45	4	3	4	3	3	3	3.3
46	2	1	3	2	1	2	1.8
47	2	1	2	1	2	2	1.7
48	1	2	3	2	4	2	2.3
49	1	1	2	2	1	2	1.5
50	2	1	4	1	1	3	2.0
51	1	3	1	2	4	2	2.2
52	3	2	1	2	3	2	2.2
53	1	4	2	3	2	1	2.2
54	2	1	2	1	2	1	1.5
55	1	1	1	1	1	1	1.0
56	1	1	1	1	3	4	1.8
57	1	2	1	2	1	2	1.5
58	1	2	1	3	1	2	1.7
59	4	3	2	1	1	1	2.0
60	2	2	2	2	3	3	2.3
61	2	1	2	2	2	2	1.8
62	2	2	2	1	1	1	1.5
63	1	1	1	1	1	1	1.0
64	2	2	2	3	3	1	2.2
65	3	1	1	4	4	1	2.3
66	3	1	4	1	2	1	2.0
67	2	1	2	3	2	1	1.8
68	1	1	1	1	2	2	1.3
69	1	1	2	2	2	2	1.7
70	1	1	1	1	1	2	1.2
71	3	2	1	2	1	4	2.2
72	1	1	1	1	1	1	1.0
73	1	1	2	1	3	1	1.5
74	4	1	2	2	1	2	2.0
75	1	1	1	1	1	1	1.0
76	2	1	2	1	2	3	1.8
77	1	2	1	3	2	2	1.8
78	2	3	2	1	2	1	1.8

79	1	1	1	1	1	1	1.0
80	1	1	1	1	1	1	1.0
81	1	1	1	1	1	1	1.0
82	1	1	1	1	2	1	1.2
83	2	1	1	1	1	2	1.3
84	2	1	1	1	1	2	1.3
85	1	1	1	1	1	2	1.2
86	1	2	4	4	4	3	3.0
87	2	3	1	2	5	4	2.8
88	2	1	2	2	2	2	1.8
89	1	1	1	1	1	1	1.0
90	1	1	1	1	1	2	1.2
91	2	1	2	3	2	1	1.8
92	1	1	1	1	1	1	1.0
93	3	4	1	2	3	2	2.5
94	1	2	1	2	1	1	1.3
95	1	1	1	1	1	1	1.0
96	3	3	3	3	3	3	3.0
97	1	2	1	4	2	3	2.2
98	3	3	3	3	3	3	3.0
99	2	2	2	2	2	3	2.2
100	3	3	3	3	3	2	2.8
101	3	2	2	2	2	2	2.2
102	1	2	1	2	1	4	1.8
103	1	2	1	2	1	1	1.3
104	1	2	1	2	1	2	1.5
105	1	3	1	2	4	1	2.0
106	1	1	1	1	1	1	1.0
107	1	1	1	1	1	1	1.0
108	3	2	1	2	3	2	2.2
109	2	2	2	2	3	2	2.2
110	1	2	1	2	1	2	1.5
111	1	1	1	1	4	2	1.7
112	1	1	1	1	1	1	1.0
113	2	4	4	1	2	3	2.7
114	2	2	2	2	2	2	2.0
115	4	1	2	3	3	3	2.7
116	1	2	1	3	2	1	1.7
117	2	1	2	1	3	2	1.8
118	2	1	4	1	2	3	2.2
119	2	1	2	1	2	3	1.8

Dimensión 1: Capacitación											
Numero de encuesta	Ítem 1	Ítem 2	Ítem 3	Ítem 4	Ítem 5	Ítem 6	Ítem 7	Ítem 8	Ítem 9	Ítem 10	Promedio
1	2	1	1	1	1	1	1	2	1	1	1.2
2	3	2	1	1	1	1	1	2	2	2	1.6
3	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
4	1	2	3	1	1	1	3	3	1	1	1.7
5	2	3	3	2	2	2	4	2	2	2	2.4
6	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
7	2	2	1	1	2	1	2	4	4	4	2.3
8	1	1	2	1	1	1	1	1	2	1	1.2
9	4	3	4	3	2	2	3	4	3	3	3.1
10	2	3	3	1	1	1	1	2	2	2	1.8
11	1	4	4	1	1	1	1	2	1	1	1.7
12	1	1	1	1	1	1	2	2	3	2	1.5
13	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	3.9
14	2	1	2	1	1	1	1	2	1	2	1.4
15	3	3	3	3	2	2	1	2	3	2	2.4
16	3	4	3	2	4	3	3	3	2	2	2.9
17	2	1	3	1	1	4	2	3	3	2	2.2
18	2	3	2	1	1	1	3	3	1	1	1.8
19	1	2	1	1	1	3	3	1	1	1	1.5
20	3	1	2	1	1	1	1	2	1	2	1.5
21	4	4	3	3	2	1	3	3	2	1	2.6
22	4	4	3	3	1	1	3	3	2	1	2.5
23	2	1	1	1	1	1	1	2	2	2	1.4
24	4	2	3	4	4	2	3	4	2	2	3
25	2	4	3	4	4	2	4	4	4	4	3.5
26	1	4	3	3	2	1	3	4	2	2	2.5
27	4	3	2	2	2	3	4	3	3	3	2.9
28	2	2	2	1	1	1	2	2	2	2	1.7
29	2	1	3	4	1	1	1	2	1	2	1.8
30	3	4	2	4	4	1	1	4	2	1	2.6
31	2	1	3	3	1	1	2	2	1	2	1.8
32	2	1	2	1	1	1	1	2	2	1	1.4
33	4	4	3	3	2	1	3	3	3	2	2.8
34	2	1	4	2	1	1	4	4	2	2	2.3
35	3	1	3	1	2	1	3	4	2	2	2.2
36	2	3	3	2	2	1	2	4	1	1	2.1
37	1	2	4	4	4	4	4	4	4	4	3.5

38	3	3	3	2	1	3	3	2	2	2	2.4
39	2	1	2	1	2	1	1	1	1	1	1.3
40	1	1	1	1	1	1	2	2	2	1	1.3
41	4	3	4	4	2	1	3	4	4	3	3.2
42	1	2	1	1	1	1	4	2	1	1	1.5
43	2	2	2	2	1	1	2	1	3	2	1.8
44	4	3	3	4	2	1	4	4	4	2	3.1
45	4	3	3	3	3	4	4	4	4	3	3.5
46	2	4	1	2	1	1	2	3	2	4	2.2
47	1	1	2	1	2	1	1	3	2	2	1.6
48	2	3	2	1	1	1	2	3	1	1	1.7
49	3	2	2	4	1	1	1	2	2	1	1.9
50	4	3	3	4	1	1	2	2	3	2	2.5
51	3	2	1	2	1	2	1	2	1	2	1.7
52	1	2	2	2	1	2	2	1	3	2	1.8
53	4	2	3	2	1	1	1	1	2	1	1.8
54	2	1	1	2	1	3	2	1	1	2	1.6
55	1	1	2	2	2	2	3	1	4	2	2
56	4	4	2	2	1	1	1	1	1	1	1.8
57	1	2	1	1	1	1	1	4	3	2	1.7
58	4	2	3	1	2	1	1	1	1	2	1.8
59	1	2	2	2	2	1	1	1	1	1	1.4
60	3	2	1	4	2	2	2	3	2	2	2.3
61	2	2	2	2	1	1	1	1	1	1	1.4
62	1	1	1	1	1	3	3	2	1	1	1.5
63	1	2	2	2	2	1	3	3	2	2	2
64	1	1	1	1	2	2	2	2	1	1	1.4
65	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1.1
66	4	1	2	3	2	1	1	1	1	1	1.7
67	2	1	2	1	2	1	1	1	1	1	1.3
68	2	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1.2
69	2	1	1	1	3	3	3	1	1	1	1.7
70	2	2	2	2	2	1	1	1	1	1	1.5
71	2	2	2	2	2	2	1	1	1	1	1.6
72	2	2	2	2	2	2	2	2	1	1	1.8
73	2	4	3	2	1	2	1	2	1	2	2
74	1	2	1	2	1	1	1	1	1	1	1.2
75	1	1	1	1	1	2	1	1	1	1	1.1
76	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1.1
77	3	2	1	3	2	1	2	3	2	1	2
78	2	4	1	2	1	2	1	2	1	2	1.8

79	1	1	2	2	2	2	1	1	1	1	1.4
80	1	2	2	2	2	2	2	2	1	1	1.7
81	1	1	1	2	2	2	2	2	2	1	1.6
82	1	1	1	2	2	2	2	1	1	1	1.4
83	2	2	1	1	1	2	3	2	2	2	1.8
84	2	2	2	2	2	1	1	1	2	2	1.7
85	2	2	2	3	2	2	1	1	2	1	1.8
86	3	3	2	1	2	1	3	1	2	1	1.9
87	1	2	3	2	1	2	2	2	2	2	1.9
88	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2
89	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
90	1	2	1	2	1	2	1	1	1	1	1.3
91	4	1	2	3	2	2	2	2	2	2	2.2
92	1	1	1	1	1	1	2	2	2	2	1.4
93	1	4	2	3	2	2	2	2	2	1	2.1
94	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
95	1	1	1	1	2	2	2	2	2	2	1.6
96	1	2	1	4	1	2	1	1	1	1	1.5
97	3	3	2	2	2	2	2	2	2	2	2.2
98	3	3	3	2	2	2	2	2	2	2	2.3
99	2	2	2	2	2	2	2	2	3	2	2.1
100	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2
101	2	2	2	2	2	2	2	2	2	1	1.9
102	1	2	3	3	3	3	3	3	2	2	2.5
103	1	1	2	2	2	2	2	2	2	2	1.8
104	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
105	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1.1
106	2	2	2	2	2	3	2	2	2	2	2.1
107	1	2	1	1	1	2	2	2	2	2	1.6
108	1	2	1	2	3	4	3	3	3	2	2.4
109	2	2	2	2	2	1	1	1	1	1	1.5
110	1	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1.1
111	3	2	1	4	1	2	1	4	1	2	2.1
112	1	1	1	1	2	1	2	1	1	2	1.3
113	2	1	2	2	2	2	2	2	2	2	1.9
114	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
115	3	3	3	3	3	3	2	1	1	1	2.3
116	4	1	2	3	2	2	2	2	2	2	2.2
117	1	4	1	2	3	2	1	4	2	2	2.2
118	2	1	2	3	2	1	1	1	1	1	1.5
119	3	3	3	2	2	1	1	1	2	2	2

Anexo V. Resultados de encuestas aplicadas

Dimensión						Vinculación a cadenas de Valor						Financiamiento						Capacitación									
Encuestador																											
	1	2	3	4	5	6	1	2	3	4	5	6	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10					
												Resultados															
1	1	1	2	4	1	1	1	1	1	1	1	1	2	1	1	1	1	1	1	2	1	1					
2	3	3	2	2	1	2	2	2	3	2	3	2	3	2	1	1	1	1	1	2	2	2					
3	3	3	3	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1					
4	1	1	1	1	1	1	1	2	4	3	1	3	1	2	3	1	1	1	3	3	1	1					
5	2	1	4	1	2	1	2	2	1	4	2	4	2	3	3	2	2	2	4	2	2	2					
6	2	3	1	4	1	1	1	1	2	2	1	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1					
7	3	4	1	2	1	2	1	1	1	1	1	1	2	2	1	1	2	1	2	4	4	4					
8	2	3	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	2	1	1	1	1	1	2	1					
9	3	3	4	3	4	2	2	2	3	3	4	3	4	3	4	3	2	2	3	4	3	3					
10	2	4	1	1	1	1	1	1	1	2	1	3	2	3	3	1	1	1	1	2	2	2					
11	2	2	1	1	2	1	1	1	3	2	1	1	1	4	4	1	1	1	1	2	1	1					
12	2	3	2	3	2	2	3	1	1	1	1	2	1	1	1	1	1	1	2	2	3	2					
13	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4					
14	2	3	3	1	1	1	1	1	1	1	1	1	2	1	2	1	1	1	1	2	1	2					
15	2	4	4	1		2	4	3	1	1	2	3	3	3	3	3	2	2	1	2	3	2					
16	3	3	4	4	3	2	4	3	4	3	4	4	3	4	3	2	4	3	3	3	2	2					
17	3	2	1	1	2	2	1	2	3	1	2	2	2	1	3	1	1	4	2	3	3	2					
18	2	1	1	2	1	1	3	1	3	2	1	2	2	3	2	1	1	1	3	3	1	1					
19	1	2	2	2	1	1	3	1	1	1	4	3	1	2	1	1	1	3	3	1	1	1					
20	2	3	4	1	2	2	1	1	1	1	3	2	3	1	2	1	1	1	1	2	1	2					
21	2	2	4	1	2	1	4	3	4	3	4	2	4	4	3	3	2	1	3	3	2	1					
22	2	3	2	1	1	2	1	1	1	3	1	2	4	4	3	3	1	1	3	3	2	1					
23	1	4	1	1	1	2	1	2	2	1	3	1	2	1	1	1	1	1	1	2	2	2					
24	4	4	4	3	3	2	4	2	3	3	3	3	4	2	3	4	4	2	3	4	2	2					
25	3	2	3	4	3	3	4	4	4	4	3	4	2	4	3	4	4	2	4	4	4	4					
26	2	2	2	1	1	1	2	2	2	2	2	2	1	4	3	3	2	1	3	4	2	2					
27	3	4	2	4	2	2	3	2	3	2	3	2	4	3	2	2	2	3	4	3	3	3					
28	2	2	2	1	1	1	1	1	3	2	2	2	2	2	2	1	1	1	2	2	2	2					
29	2	2	2	2	1	2	1	1	2	1	1	1	2	1	3	4	1	1	1	2	1	2					
30	3	4	1	4	2	1	1	1	1	3	1	2	3	4	2	4	4	1	1	4	2	1					
31	2	2	1	4	2	1	1	1	3	2	1	1	2	1	3	3	1	1	2	2	1	2					
32	2	3	1	1	2	1	1	1	2	1	1	3	2	1	2	1	1	1	1	2	2	1					
33	3	3	1	3	2	2	3	1	3	2	1	4	4	4	3	3	2	1	3	3	3	2					
34	3	2	3	1	1	2	3	1	4	4	1	4	2	1	4	2	1	1	4	4	2	2					
35	2	2	3	1	3	1	1	1	3	2	1	2	3	1	3	1	2	1	3	4	2	2					
36	3	2	2	4	2	2	1	2	1	3	2	2	2	3	3	2	2	1	2	4	1	1					
37	3	2	2	4	1	4	4	2	4	4	2	4	1	2	4	4	4	4	4	4	4	4					
38	3	3	2	4	4	2	4	1	3	2	3	2	3	3	3	2	1	3	3	2	2	2					
39	1	1	1	1	1	1	1	1	3	1	1	1	2	1	2	1	2	1	1	1	1	1					

40	1	4	2	2	1	1	1	1	1	2	1	2	1	1	1	1	1	1	2	2	2	1
41	3	2	1	1	2	1	1	2	4	2	1	4	4	3	4	4	2	1	3	4	4	3
42	1	1	1	4	1	3	1	2	1	1	2	1	1	2	1	1	1	1	4	2	1	1
43	2	2	4	2	1	1	1	2	2	2	3	3	2	2	2	2	1	1	2	1	3	2
44	3	4	4	2	2	2	2	3	3	4	4	3	4	3	3	4	2	1	4	4	4	2
45	3	4	3	4	3	3	4	3	4	3	3	3	4	3	3	3	3	4	4	4	4	3
46	1	4	1	1	1	1	2	1	3	2	1	2	2	4	1	2	1	1	2	3	2	4
47	2	3	1	2	1	1	2	1	2	1	2	2	1	1	2	1	2	1	1	3	2	2
48	3	2	3	4	2	3	1	2	3	2	4	2	2	3	2	1	1	1	2	3	1	1
49	1	4	2	4	3	3	1	1	2	2	1	2	3	2	2	4	1	1	1	2	2	1
50	2	1	1	1	1	2	2	1	4	1	1	3	4	3	3	4	1	1	2	2	3	2
51	2	3	1	2	1	2	1	3	1	2	4	2	3	2	1	2	1	2	1	2	1	2
52	1	1	1	1	4	2	3	2	1	2	3	2	1	2	2	2	1	2	2	1	3	2
53	1	2	3	4	2	3	1	4	2	3	2	1	4	2	3	2	1	1	1	1	2	1
54	1	2	4	1	2	1	2	1	2	1	2	1	2	1	1	2	1	3	2	1	1	2
55	1	1	2	1	1	2	1	1	1	1	1	1	1	1	2	2	2	2	3	1	4	2
56	2	2	2	2	2	2	1	1	1	1	3	4	4	4	2	2	1	1	1	1	1	1
57	2	2	1	2	1	2	1	2	1	2	1	2	1	2	1	1	1	1	1	4	3	2
58	2	2	2	3	1	4	1	2	1	3	1	2	4	2	3	1	2	1	1	1	1	2
59	1	2	1	2	1	2	4	3	2	1	1	1	1	2	2	2	2	1	1	1	1	1
60	2	1	2	1	2	2	2	2	2	2	3	3	3	2	1	4	2	2	2	3	2	2
61	1	2	3	4	2	1	2	1	2	2	2	2	2	2	2	2	1	1	1	1	1	1
62	3	2	1	1	2	2	2	2	2	1	1	1	1	1	1	1	1	3	3	2	1	1
63	1	2	4	3	1	1	1	1	1	1	1	1	1	2	2	2	2	1	3	3	2	2
64	1	2	4	2	1	2	2	2	2	3	3	1	1	1	1	1	2	2	2	2	1	1
65	2	2	2	2	2	3	3	1	1	4	4	1	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1
66	2	3	1	4	1	2	3	1	4	1	2	1	4	1	2	3	2	1	1	1	1	1
67	2	1	4	2	1	4	2	1	2	3	2	1	2	1	2	1	2	1	1	1	1	1
68	1	2	1	1	1	1	1	1	1	1	2	2	2	2	1	1	1	1	1	1	1	1
69	1	1	1	1	1	1	1	1	2	2	2	2	2	1	1	1	3	3	3	1	1	1
70	1	2	1	1	2	1	1	1	1	1	1	2	2	2	2	2	2	1	1	1	1	1
71	3	3	4	3	2	4	3	2	1	2	1	4	2	2	2	2	2	2	1	1	1	1
72	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	2	2	2	2	2	2	2	2	1	1
73	1	2	1	4	1	2	1	1	2	1	3	1	2	4	3	2	1	2	1	2	1	2
74	1	2	4	1	2	1	4	1	2	2	1	2	1	2	1	2	1	1	1	1	1	1
75	1	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	2	1	1	1	1
76	1	2	2	1	2	1	2	1	2	1	2	3	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1
77	3	4	2	1	3	2	1	2	1	3	2	2	3	2	1	3	2	1	2	3	2	1
78	3	4	1	2	2	1	2	3	2	1	2	1	2	4	1	2	1	2	1	2	1	2
79	3	3	3	3	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	2	2	2	2	1	1	1	1
80	1	2	1	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	2	2	2	2	2	2	2	1	1
81	4	3	2	1	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	2	2	2	2	2	2	1
82	2	2	1	2	1	1	1	1	1	1	2	1	1	1	1	2	2	2	2	1	1	1
83	1	1	1	2	2	1	2	1	1	1	1	2	2	2	1	1	1	2	3	2	2	2
84	1	2	2	1	2	1	2	1	1	1	1	2	2	2	2	2	2	1	1	1	2	2
85	1	2	1	2	1	1	1	1	1	1	1	2	2	2	2	3	2	2	1	1	2	1

86	2	1	2	1	4	2	1	2	4	4	4	3	3	3	2	1	2	1	3	1	2	1
87	2	4	2	1	4	1	2	3	1	2	5	4	1	2	3	2	1	2	2	2	2	2
88	1	2	3	3	3	3	2	1	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2
89	1	2	1	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
90	2	1	2	1	2	1	1	1	1	1	1	2	1	2	1	2	1	2	1	1	1	1
91	2	1	3	2	1	3	2	1	2	3	2	1	4	1	2	3	2	2	2	2	2	2
92	1	2	1	2	1	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	2	2	2	2
93	2	1	2	3	1	2	3	4	1	2	3	2	1	4	2	3	2	2	2	2	2	1
94	1	2	4	2	1	2	1	2	1	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
95	1	2	1	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	2	2	2	2	2	2
96	1	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	1	2	1	4	1	2	1	1	1	1
97	1	2	1	2	1	4	1	2	1	4	2	3	3	3	2	2	2	2	2	2	2	2
98	1	2	1	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	2	2	2	2	2	2
99	3	3	3	3	3	2	2	2	2	2	2	3	2	2	2	2	2	2	2	2	3	2
100	2	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2
101	3	3	3	3	3	3	3	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	1
102	3	3	3	3	3	2	1	2	1	2	1	4	1	2	3	3	3	3	3	3	2	2
103	3	2	1	2	1	2	1	2	1	2	1	1	1	1	2	2	2	2	2	2	2	2
104	3	2	1	2	1	2	1	2	1	2	1	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
105	2	3	1	2	1	2	1	3	1	2	4	1	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1
106	1	2	1	2	1	2	1	1	1	1	1	1	2	2	2	2	2	3	2	2	2	2
107	1	2	1	2	1	2	1	1	1	1	1	1	1	2	1	1	1	2	2	2	2	2
108	3	2	3	2	4	2	3	2	1	2	3	2	1	2	1	2	3	4	3	3	3	2
109	3	2	2	3	2	2	2	2	2	2	3	2	2	2	2	2	2	1	1	1	1	1
110	2	2	1	2	1	2	1	2	1	2	1	2	1	2	1	1	1	1	1	1	1	1
111	1	2	1	2	1	2	1	1	1	1	4	2	3	2	1	4	1	2	1	4	1	2
112	1	2	1	2	1	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	2	1	2	1	1	2
113	2	3	4	4	2	1	2	4	4	1	2	3	2	1	2	2	2	2	2	2	2	2
114	2	3	2	3	2	2	2	2	2	2	2	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
115	1	2	4	1	2	1	4	1	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	1	1	1
116	1	2	1	2	1	2	1	2	1	3	2	1	4	1	2	3	2	2	2	2	2	2
117	2	1	2	1	2	1	2	1	2	1	3	2	1	4	1	2	3	2	1	4	2	2
118	2	1	2	1	4	1	2	1	4	1	2	3	2	1	2	3	2	1	1	1	1	1
119	2	1	4	1	2	1	2	1	2	1	2	3	3	3	3	3	2	2	1	1	1	2

Fuente: Elaboración propia con base en la literatura revisada.

Anexo VI. Instrumento de la investigación:

Nombre del Emprendedor _____		
Nombre del proyecto o del negocio _____		
Fecha: _____		
Instrucciones: Lea atentamente cada una de las preguntas y marcar con una “X” la respuesta que consideres pertinente para la situación en la que te encuentras de acuerdo con la descripción de los niveles de cumplimiento. Recuerda que no hay respuestas correctas o incorrectas		
Vinculación a cadenas de valor		
Indicador 1: Alto impacto y diferenciador		
<i>¿La propuesta de valor es única o con elementos innovadores dentro de su sector en comparación con su competencia que facilite su vinculación?</i>		
Nivel de cumplimiento	Interpretación del cumplimiento	
NULO	No tiene definida propuesta de valor.	
BAJO	Tiene definida su propuesta de valor pero no reconoce cual es su diferenciador.	
MEDIO	Tiene una propuesta innovadora en su industria, ya sea en su metodología, sus procesos, productos o servicio.	
ALTO	Tiene patentes o un registro de producto único.	
Indicador 2. Replicabilidad y escalabilidad		
<i>¿El producto o servicio es fácilmente escalable y replicable que le facilite la vinculación?</i>		
Nivel de cumplimiento	Interpretación del cumplimiento	
NULO	Su modelo de negocio solo se puede comercializar en lo local.	
BAJO	La replicabilidad del modelo de negocio puede llegar a nivel nacional en un plazo.	
MEDIO	La replicabilidad del modelo de negocio puede llegar a nivel internacional en un largo plazo.	
ALTO	La replicabilidad y escalabilidad del modelo de negocio es fácil de replicar y escalar actualmente.	
Indicador 3. Nivel de formalización		
<i>¿La empresa se encuentra formalizada ante instancias como el SAT, constituida como persona moral, registro patronal, etc.?</i>		
Nivel de cumplimiento	Interpretación del cumplimiento	
NULO	La empresa se encuentra operando informalmente	
BAJO	La empresa tiene definido formalizarse en un corto plazo	
MEDIO	La empresa esta en un plan de constitución y formalización	
ALTO	La empresa opera de manera formal y está al corriente de sus obligaciones en todos los ámbitos	

Indicador 4: Satisfacción del cliente		
¿Se cuenta con mecanismos para medir la satisfacción del cliente y/o, en su caso, la validación de su producto/servicio en el mercado?		
Nivel de cumplimiento	Interpretación del cumplimiento	
NULO	No se cuentan con mecanismos para medir la satisfacción del cliente, o validación de prototipo.	
BAJO	Se cuentan con mecanismos para medir la satisfacción del cliente pero no se llevan a cabo.	
MEDIO	Se cuenta con mecanismos para medir la satisfacción del cliente, pero no se toman en cuenta.	
ALTO	Se cuenta con mecanismos para medir la satisfacción del cliente y se toman decisiones respecto a ellos.	
Indicador 5: Grado de desarrollo		
¿La empresa cuenta con las capacidades técnicas, operativas y financieras para colaborar con algún otro organismo?		
Nivel de cumplimiento	Interpretación del cumplimiento	
NULO	No se cuenta con ninguna capacidad que le permita colaborar con otros organismos (Etapa de idea).	
BAJO	Cuenta con capacidades técnicas, operativas y financieras que le permiten colaborar con organismos de nivel local o bajo.	
MEDIO	Cuenta con capacidades técnicas, operativas y financieras que le permiten colaborar con organismos de nivel estatal o medio.	
ALTO	Cuenta con todas las capacidades técnicas, operativas y financieras para colaborar con algún otro organismo a nivel nacional o internacional, lo que le representa un alto potencial de crecimiento.	
Indicador 6: Alianzas estratégicas		
¿Tienen alianzas estratégicas con proveedores, socios, inversionistas, asociaciones y otras empresas que impulsarán mi negocio?		
Nivel de cumplimiento	Interpretación del cumplimiento	
NULO	No tiene identificado cuales son sus alianzas estratégicas.	
BAJO	Existen acercamientos con algunas asociaciones, proveedores, inversionistas.	
MEDIO	Tenemos convenios con aliados estratégicos pero no se han explotado.	
ALTO	Tenemos convenios y se han explotado.	
Financiamiento		
Indicador 7: Fuentes de financiamiento		
¿El emprendedor tiene identificado las fuentes de financiamiento optimas para su puesta en marcha ?		
Nivel de cumplimiento	Interpretación del cumplimiento	
NULO	No tiene identificado la fuentes de financiamiento.	
BAJO	Se identifica la fuente de financiamiento pero no tiene garantías.	
MEDIO	Se tiene identificado las garantías, pero no cuenta con solvencia.	
ALTO	Tiene identificado las fuentes de financiamiento y tiene un plan financiero optimo para su pago que le permita solventar los pagos a futuro.	

Indicador 8: Planeación del control financiero		
¿Realiza un análisis económico y financiero basado en las cuentas de resultados y balances; identifica las distintas cargas por funciones y flujos financieros?		
Nivel de cumplimiento	interpretación del cumplimiento	
NULO	No cuentan con ningún registro de obligaciones contables: libro diario, balance, estado de resultados, comparativo, etc.	
BAJO	Cuentan con registro de obligaciones contables básicas: pasivo y activo.	
MEDIO	Cuentan con registro de obligaciones contables: libro diario, balance, estado de resultados, comparativo, etc. No la utiliza para identificar flujo financiero.	
ALTO	Cuentan con registro de obligaciones contables: libro diario, balance, estado de resultados, comparativo, etc. Utiliza la información para flujo financiero.	
Indicador 9: Estructura e identificación de costos e ingresos		
¿Tiene identificados sus gastos operativos, y sus fuentes de ingresos?		
Nivel de cumplimiento	Interpretación del cumplimiento	
NULO	No tiene identificado, ni registrado por completo cuáles son sus ingresos, gastos fijos y variables.	
BAJO	Cuenta con registros de los ingresos y gastos pero no sabe cuáles y cuánto es de cada uno.	
MEDIO	Tiene identificados sus gastos operativos y sus ingresos pero no toma decisiones estratégicas en base a su estructura y naturaleza del negocio.	
ALTO	Tiene identificados sus gastos operativos y sus ingresos pero y toma decisiones estratégicas en base a su estructura y naturaleza del negocio.	
Indicador 10: Proyección financiera a plazos		
¿Tiene proyecciones de ventas en las cuales basa su toma de decisiones de la dirección del proyecto?		
Nivel de cumplimiento	Interpretación del cumplimiento	
NULO	No cuentan con ningún flujo proyectado o cálculo que permita establecer las líneas de acción de la startup.	
BAJO	Cuenta con un estimado de ventas para cubrir sus gastos operativos.	
MEDIO	Cuentan con una proyección de ventas y sus respectivos indicadores financieros.	
ALTO	Cuentan con proyecciones de ventas y líneas de acción para cumplir esas ventas.	
Indicador 11: Formalización fiscal		
¿Tiene identificadas las obligaciones fiscales de acuerdo con su régimen y se mantiene al corriente?		
Nivel de cumplimiento	Interpretación del cumplimiento	
NULO	No se cumple en tiempo ni en forma con lo referente a SHCP.	
BAJO	No se cumple en tiempo ni en forma con lo referente a SHCP sin embargo están consientes de la situación actual y de lo que deberían de ejecutar.	
MEDIO	Cumplen en tiempo y forma de la mayoría de las notificaciones y declaraciones de acuerdo a la ley.	
ALTO	Se cumple en tiempo y forma con las notificaciones, declaraciones informativas, provisionales y anuales requeridas por ley de acuerdo al régimen fiscal al que la persona moral está sujeta.	

Indicador 12: Definición de modelos de negocio		
¿Se tiene identificada una correcta forma de monetizar el producto o servicio generando valor para el consumidor?		
Nivel de cumplimiento	Interpretación del cumplimiento	
NULO	No tiene identificado el modelo de negocio y/o forma de monetizar su idea.	
BAJO	Se identifica la forma de monetizar la idea de negocio pero no hay estructura ni validación.	
MEDIO	Se cuenta con el modelo de negocio bien definido y estructurado que está siendo validado en el mercado.	
ALTO	Se cuenta con un modelo de negocio bien definido y estructurado y operando en el mercado real.	
Capacitación		
Indicador 13: Equipos de trabajo		
¿El equipo que lidera tiene la habilidad y conocimientos para desarrollar su proyecto, se aprecia un compromiso por parte de los emprendedores?		
Nivel de cumplimiento	Interpretación del cumplimiento	
NULO	El equipo que lidera consiste en una persona y no cuenta con las habilidades ni conocimientos en el área para desarrollar su proyecto, pero muestra un nivel alto de compromiso.	
BAJO	El equipo que lidera consiste en una persona que cuenta con experiencia, habilidades y conocimientos en el área para desarrollar su proyecto además muestra un nivel alto de compromiso.	
MEDIO	El equipo que lidera la consiste en 2 o más personas sin experiencia o con escasas habilidades y conocimientos en el área para desarrollar su proyecto, sin embargo, muestran un alto nivel de compromiso.	
ALTO	El equipo que lidera consiste en 2 o más personas con experiencia en el área, habilidades y conocimientos para desarrollar su proyecto y muestran alto nivel de compromiso.	
Indicador 14: Planeación de la capacidad instalada		
¿La capacidad de servicios instalada es correspondiente a la cantidad de servicios proyectados?		
Nivel de cumplimiento	Interpretación del cumplimiento	
NULO	No existe una planeación de la capacidad de servicios	
BAJO	Existe una planeación pero no toma en cuenta la demanda esperada.	
MEDIO	La planeación es calculada de acuerdo a un pronostico (la demanda esperada), pero el pronostico no esta bien calculado.	
ALTO	La planeación es calculada de acuerdo a un pronostico (la demanda esperada).	
Indicador 15: Recursos clave materiales		
¿cuenta con la existencia de los recursos materiales mínimos necesarios para operar?		
Nivel de cumplimiento	Interpretación del cumplimiento	
NULO	No tengo recursos, o activos de mi core-business, todo lo terciarizo.	
BAJO	Faltan recursos que encarecen y entorpecen la operación.	
MEDIO	Tengo los recursos necesarios para operar.	
ALTO	Tengo los recursos necesarios para operar y expandirme.	

Indicador 16: Recursos clave humanos		
<i>¿Cuenta con personas con conocimientos y habilidades para llevar a cabo el proyecto?</i>		
Nivel de cumplimiento	Interpretación del cumplimiento	
NULO	Necesito contratar o buscar a todas las personas especialistas en el tema.	
BAJO	Tengo todas las personas especialistas en el tema.	
MEDIO	Cuento con experiencia y conocimientos en el tema y tengo a las personas especialistas en el tema.	
ALTO	Tengo las personas con habilidades y conocimientos necesarios para llevar a cabo el proyecto.	
Indicador 17: Procesos		
<i>¿Se cuentan con procedimientos operativos, manuales de operación y/o instrucciones de trabajo específicas?</i>		
Nivel de cumplimiento	Interpretación del cumplimiento	
NULO	No se cuentan con manuales de operación, procedimientos operativos e instrucciones de trabajo específico.	
BAJO	Se cuentan con algún(os) procedimientos operativos, manuales de operación o instrucciones de trabajos específicos.	
MEDIO	Se cuenta con procedimientos operativos, manuales de operación e/o instrucciones de trabajo específicos, sin embargo no cumplen con los criterios.	
ALTO	Se cuentan con procedimientos operativos, manuales de operación e/o instrucciones de trabajo específicas.	
Indicador 18: Plan de Negocios		
<i>¿Cuenta con un documento integral elaborado que establezca la viabilidad técnica, financiera y de negocios?</i>		
Nivel de cumplimiento	Interpretación del cumplimiento	
NULO	No se cuenta con ningún documento elaborado que establezca la estructura de la empresa.	
BAJO	Se cuenta con un documento general de operación de la empresa a manera, de resumen ejecutivo.	
MEDIO	Se cuenta con un documento elaborado que muestra sólo viabilidad técnica o de mercado y no es susceptible de evaluación para solicitar financiamiento.	
ALTO	Se cuenta con un documento elaborado que muestra la viabilidad técnica, financiera y de negocio de la empresa con el cual es posible solicitar financiamiento.	
Indicador 19: Mercado		
<i>¿Tiene identificado cual es su mercado potencial, mercado objetivo y mercado meta?</i>		
Nivel de cumplimiento	Interpretación del cumplimiento	
NULO	No ha identificado segmentos de mercado, tampoco ha definido su mercado objetivo.	
BAJO	Ha realizado una segmentación del mercado, identificando características comunes compartidas por subgrupos.	
MEDIO	Se ha realizado una segmentación del mercado y ha ordenado, de acuerdo a prioridades, los segmentos que el proyecto busca atender.	
ALTO	Ha realizado una segmentación del mercado a partir de la cual seleccionó una de las estrategias de mercado objetivo: segmentos de mercado diferenciados, enfoque de nichos de mercado o marketing uno a uno (personalización).	

Indicador 20: Competencia y tendencias		
<i>¿Conoce competencia y las tendencias del mercado?</i>		
Nivel de cumplimiento	Interpretación del cumplimiento	
NULO	No conoce su competencia ni las tendencias.	
BAJO	Conoce a su competencia directa e indirecta.	
MEDIO	Conoce las tendencias de mercado de su producto o servicio.	
ALTO	Conoce las tendencias de mercado, su competencia y lo que está haciendo para innovar o para mejorar.	
Indicador 21: Canales de distribución		
<i>¿Tiene identificado la estrategia de distribución y los canales de comercialización de sus productos o servicios?</i>		
Nivel de cumplimiento	Interpretación del cumplimiento	
NULO	No ha definido una estrategia de distribución y sus productos no llegan adecuadamente a su mercado meta.	
BAJO	No ha definido una estrategia de distribución, la distribución se realiza de manera empírica, pero los productos están al alcance del mercado objetivo.	
MEDIO	Se ha definido una estrategia de distribución (intensiva, selectiva o exclusiva) y la cantidad de intermediarios a participar, sin embargo no ha definido el tipo de intermediarios y el nivel de servicio para cada uno.	
ALTO	Se ha definido claramente su estrategia de distribución (distribución intensiva, selectiva o exclusiva) y ha establecido el número de intermediarios involucrados en la distribución, así como el tipo de intermediarios de acuerdo al nivel de servicio.	
Indicador 22: Estrategia de comunicación		
<i>¿Identifica la estrategia empleada para comunicar los mensajes del proyecto y la marca al mercado meta, empleando una combinación de elementos de la mezcla de promoción (publicidad, promoción de ventas, relaciones públicas, venta personal, marketing directo y marketing interactivo)?</i>		
Nivel de cumplimiento	Interpretación del cumplimiento	
NULO	No se ha definido una estrategia de comunicación, no se emplean elementos de la mezcla de promoción o se emplean de manera limitada sin apoyar los mensajes del proyecto y/o marca.	
BAJO	Se emplean elementos de la mezcla de promoción que apoyan los mensajes del proyecto y/o marca de manera aislada.	
MEDIO	La startup ha definido una estrategia promocional, donde se emplean diferentes elementos de la mezcla de promoción que han desarrollado de manera separada (no de manera integral).	
ALTO	La startup ha definido una estrategia integral de comunicación, donde todos los elementos de la mezcla de promoción están conectados entre sí y con el mismo mensaje del proyecto y/o marca.	