



UNIVERSIDAD MICHOACANA DE SAN NICOLÁS DE HIDALGO

INSTITUTO DE INVESTIGACIONES ECONÓMICAS Y EMPRESARIALES

Diseño y gestión de modelos de incubación de
empresas como Política Pública de empleo para los
emprendedores universitarios del estado de
Michoacán de Ocampo

Tesis

Que para obtener el grado de Doctor en Políticas Públicas

Presenta:

M.A. Miguel Vázquez García

Directora de tesis:

Dra. América Ivonne Zamora Torres

Morelia, Michoacán, julio 2020

Agradecimientos

Esta es la oportunidad para agradecer:

Al Consejo Nacional de Ciencia y Tecnología (CONACYT), por el apoyo brindado durante la formación de la maestría.

A la Universidad Michoacana de San Nicolás de Hidalgo y el Instituto de Investigaciones Económicas y Empresariales.

A la directora, Dra. Odette Virginia Delfín, por la oportunidad y la confianza en el logro de una de mis metas.

A mi directora de tesis: Dra. América Ivonne Zamora Torres, quien me ha orientado y acompañado durante la realización de este proyecto, brindándome siempre su orientación a través de su conocimiento en el quehacer de la investigación.

A la Universidad de Litoral en Argentina, en especial al doctor Javier Lottersberger, por su apoyo y hospitalidad, quien colaboró desde su experiencia práctica a enriquecer este trabajo de investigación durante el periodo de estancia en Argentina.

A mis sinodales: Dra. Odette Virginia Delfín, Dr. José Carlos Alejandro Rodríguez Chávez, Dr. Hugo Amador y Dr. Jerjes Ixcoatli; quienes con profesionalismo ético contribuyeron con sus valiosos comentarios y observaciones a esta investigación.

A mis profesores, por compartir su conocimiento y experiencia, por la pasión y dedicación que ponen en la importante labor de enseñar.

Agradecimientos

A mis padres por su comprensión y apoyo incondicional, por creer en mí.

A Jennifer, por siempre apoyarme y darme ánimos.

A mis familiares y amigos, por el apoyo en esas ocasiones especiales en las que no pude estar para ellos, por escucharme y apoyarme en esta etapa de mi vida.

A mis compañeros de generación, por su compañía y apoyo durante mi formación, por los momentos de alegría y de estrés compartidos.

Contenido

Resumen	17
Abstract.....	18
Introducción	19
CAPÍTULO I FUNDAMENTOS DE LA INVESTIGACIÓN	23
1 ANTECEDENTES DE LA INVESTIGACIÓN	23
1.1 FUNDAMENTOS DE LA INVESTIGACIÓN	26
1.2 DESCRIPCIÓN DEL PROBLEMA	26
1.3 PREGUNTAS DE LA INVESTIGACIÓN	28
1.3.1 PREGUNTA GENERAL DE LA INVESTIGACIÓN	28
1.3.1.1 PREGUNTA ESPECÍFICA I	28
1.3.1.2 PREGUNTA ESPECÍFICA II	28
1.4 OBJETIVO DE LA INVESTIGACIÓN	28
1.4.1 OBJETIVO GENERAL	29
1.4.1.1 OBJETIVO ESPECÍFICO I.....	29
1.4.1.2 OBJETIVO ESPECÍFICO II	29
1.5 JUSTIFICACIÓN	29
1.6 TIPO DE INVESTIGACIÓN	31
1.7 HIPÓTESIS DE LA INVESTIGACIÓN	32
1.7.1 HIPÓTESIS GENERAL	33
1.7.1.1 HIPÓTESIS ESPECÍFICA I.....	33
1.7.1.2 HIPÓTESIS ESPECÍFICA II	33
1.8 IDENTIFICACIÓN DE VARIABLES	33
CAPÍTULO 2: MARCO REFERENCIAL DE EMPLEO JUVENIL Y EMPRENDIMIENTO	35
2.1 MERCADOS LABORALES JUVENILES	35
2.1.1 EVOLUCIÓN DE LOS MERCADOS DE TRABAJO EN AMÉRICA LATINA.....	41
2.1.2 PROBLEMÁTICAS DE LA INSERCIÓN LABORAL: FACTORES QUE INFLUYEN EN EL DESEMPLEO Y AFECTAN LA INSERCIÓN LABORAL	42

2.1.3 SITUACIÓN DEL TRABAJO JUVENIL DECENTE EN MÉXICO EN EL CONTEXTO DE LA CRISIS ECONÓMICA	44
2.2 NIVEL ESCOLAR EN MÉXICO	45
2.2.1 NIVELES EDUCATIVOS Y RESULTADOS EN EL MERCADO LABORAL EN MÉXICO	48
2.3 EMPRENDIMIENTO.....	49
2.3.1 ECOSISTEMA EMPRENDEDOR.....	52
2.3.2 CARACTERÍSTICA DE LOS EMPRENDEDORES	55
2.3.2.1 TIPO DE EMPRENDEDORES	58
2.3.3 EL PERFIL DEL EMPRENDEDOR SEGÚN EL MONITOR GLOBAL DE EMPRENDIMIENTO (GEM)	63
2.3.4 LA FORMACIÓN DE EMPRENDEDORES EN LAS INSTITUCIONES DE EDUCACIÓN SUPERIOR DE MÉXICO.....	66
2.3.4.1 DESCRIPCIÓN DE PLANES Y PROGRAMAS DE EMPRENDEDORES EN INSTITUCIONES DE EDUCACIÓN SUPERIOR DE MÉXICO.	67
1) UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA DE MÉXICO, UNAM	68
a) Antecedentes.....	68
b) Objetivo	68
c) Plan de Estudios UNAM	68
2) INSTITUTO POLITÉCNICO NACIONAL, IPN	70
a) Antecedentes.....	70
b) Objetivos	71
c) Programa del Instituto Politécnico Nacional	71
3) EL INSTITUTO TECNOLÓGICO Y DE ESTUDIOS SUPERIORES DE MONTERREY, ITESM ..	74
a) Antecedentes.....	74
b) Objetivos	75
c) Programa del Instituto Tecnológico de Estudios Superiores de Monterrey.....	75
4) INSTITUTO TECNOLÓGICO AUTÓNOMO DE MÉXICO, ITAM	76
a) Antecedentes.....	76
b) Objetivo	77
c) Plan del Programa Desarrollo Empresarial ITAM.....	78

2.4 DISEÑO Y GESTIÓN DE MODELOS DE INCUBADORAS DE EMPRESAS	79
2.4.1 ENFOQUES TEÓRICO-CONCEPTUALES DE LAS INCUBADORAS DE EMPRESAS	80
2.4.2 EL CONCEPTO DE INCUBADORA DE EMPRESAS	82
2.4.3 ANTECEDENTES DE LAS INCUBADORAS DE EMPRESAS	82
2.5 INNOVACIÓN	84
2.5.1 FUENTES DE INNOVACIÓN	86
2.5.2 TIPOS DE INNOVACIÓN	89
2.6 LA TECNOLOGÍA COMO FACTOR DE CRECIMIENTO ECONÓMICO.....	96
2.6.1 TECNOLOGÍAS DE INFORMACIÓN Y COMUNICACIÓN (TIC) PARA EL EMPRENDIMIENTO	98
2.6.2 LAS TIC EN LAS EMPRESAS	99
CAPÍTULO 3 LAS POLÍTICAS PÚBLICAS Y EL EMPRENDIMIENTO	102
3.1 POLÍTICAS PÚBLICAS	102
3.1.1 LOS INICIOS DEL CONCEPTO.....	103
3.1.2 EL CARÁCTER PÚBLICO DE LA POLÍTICA.....	105
3.1.3 CONCEPTO DE POLÍTICA PÚBLICA	106
3.1.4 EL CICLO DE LAS POLÍTICAS PÚBLICAS	109
3.1.5 ANTECEDENTES DE LA POLÍTICA LABORAL EN MÉXICO	110
3.1.5.1 PRINCIPALES ASPECTOS DE LAS POLÍTICA LABORAL.....	113
3.1.6 EL RÉGIMEN JURÍDICO DE LOS “JÓVENES”	117
3.1.7 POLÍTICAS PÚBLICAS DE PROMOCIÓN DE EMPRENDIMIENTOS JUVENILES EN MÉXICO	121
FONDO NACIONAL EMPRENDEDOR.	124
a) Objeto y objetivos del Fondo Nacional Emprendedor	125
PROGRAMA EMPRENDEDORES JUVENILES	127
a) Vinculación con el sector educativo.....	128
b) Población objetivo.....	128
PROGRAMA DE FOMENTO AL AUTOEMPLEO	130
a) Contexto general de política pública.....	131

b)	Vinculación con el sector educativo.....	132
c)	Población objetivo.....	132
	FONDO DE APOYO PARA LA MICRO, PEQUEÑA Y MEDIANA EMPRESA (FONDO PYME).....	133
a)	Contexto general de Política Pública.....	134
b)	Vinculación con el sector educativo.....	135
c)	Población objetivo.....	135
4	EL EMPLEO, EL EMPRENDIMIENTO Y LA INCUBACIÓN DE EMPRESAS. UNA RETROSPECTIVA TEÓRICA.....	137
4.1	EL TRABAJO JUVENIL EN MÉXICO A PRINCIPIOS DEL SIGLO XXI.....	141
4.1.1	TEORÍA GENERAL DEL EMPLEO.....	145
4.2	PRINCIPALES APORTES TEÓRICOS DEL EMPRENDIMIENTO Y CARACTEROLOGÍA DEL EMPRENDEDOR	149
4.2.1	CARACTERÍSTICAS PERSONALES	161
a)	La autonomía como fundamento y promotor del emprendimiento	162
b)	Toma de decisiones y el emprendimiento	163
c)	Responsabilidad y emprendimiento	165
d)	Creatividad como soporte del emprendimiento	166
4.2.2	CARACTERÍSTICAS SOCIO DEMOGRÁFICAS DE LOS EMPRENDEDORES.....	173
a)	Emprendedores según el género	173
b)	Emprendedores según la edad.....	174
c)	Estrato socioeconómico y emprendimiento	174
4.3	ECOSISTEMAS NACIONALES DE EMPRENDIMIENTO	186
4.4	EMPRENDIMIENTO Y EDUCACIÓN.....	194
4.5	EMPRENDIMIENTO Y DESEMPLEO.....	199
4.6	MODELO DE LA TRIPLE HÉLICE	200
4.7	INCUBADORA DE EMPRESA	218
4.7.1	CLASIFICACIÓN DE INCUBADORAS DE EMPRESA.....	224
4.7.2	EL MODELO DE INCUBACIÓN ADOPTADO POR MÉXICO	229
4.8	INNOVACIÓN Y EMPRENDIMIENTO.....	233

4.8.1 FACTORES QUE PERMITEN EL EMPRENDIMIENTO	242
4.9 TECNOLOGÍA Y EMPRENDIMIENTO	243
CAPÍTULO 5 METODOLOGÍA Y DISEÑO DEL INSTRUMENTO DE MEDICIÓN	251
5.1 EL MÉTODO	252
5.2 INSTRUMENTOS DE INVESTIGACIÓN	254
5.2.1 ELABORACIÓN DEL CUESTIONARIO	259
5.2.2 ANÁLISIS FACTORIAL DE CORRESPONDENCIAS	270
5.3 SUJETOS DE LA INVESTIGACIÓN	272
5.4 HORIZONTE TEMPORAL Y ESPACIAL	274
5.5 MUESTRA	275
5.6 RECOLECCIÓN Y PROCESAMIENTO DE DATOS	280
5.7 DISEÑO DEL INSTRUMENTO DE MEDICIÓN	281
5.8 PRUEBA PILOTO	281
5.9 CONFIABILIDAD Y VALIDEZ	282
5.9.1 CONFIABILIDAD	283
5.9.2 VALIDEZ	285
CAPÍTULO 6 RESULTADOS Y ANÁLISIS DE LOS DATOS	286
6.1 RESULTADOS OBTENIDOS	286
6.2 RESULTADOS DE LOS CUESTIONARIOS APLICADOS	288
6.2.1 RESULTADOS DEL CUESTIONARIO APLICADO A ALUMNOS EN EL DISEÑO DE MODELOS DE INCUBADORAS DE NEGOCIOS UNIVERSITARIAS	289
6.2.1.1 ESTADÍSTICOS DESCRIPTIVOS	289
6.2.1.2 ANÁLISIS FACTORIAL POR CORRESPONDENCIAS	296
6.2.1.3 ANÁLISIS FACTORIAL DE LA VARIABLE DISEÑO DE MODELOS DE INCUBACIÓN	298
6.2.2 RESULTADO DEL CUESTIONARIO APLICADO A PROFESORES EN LA GESTIÓN DE MODELOS DE INCUBADORAS DE NEGOCIOS UNIVERSITARIAS	299
6.2.2.1 ESTADÍSTICOS DESCRIPTIVOS	299
6.2.2.2 ANÁLISIS FACTORIAL POR CORRESPONDENCIAS	310
6.2.2.3 ANÁLISIS FACTORIAL DE LA VARIABLE GESTIÓN DE MODELOS DE INCUBACIÓN	313

CAPÍTULO 7 PROPUESTA DE POLÍTICA PÚBLICA	315
7.1 ANÁLISIS DE LOS INVOLUCRADOS	316
7.2 ÁRBOL DE PROBLEMAS	319
7.3 ÁRBOL DE OBJETIVOS.....	322
7.4 ALTERNATIVAS DE SOLUCIÓN.....	323
7.5 MATRIZ DE MARCO LÓGICO	325
7.6 MATRIZ DE INDICADORES DE RESULTADOS (MIR).....	327
7.7 MEMORÁNDUM DE LA PROPUESTA DE POLÍTICA PÚBLICA DE EMPLEO	330
CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	332
BIBLIOGRAFÍA.....	341
ANEXO 1. CUESTIONARIOS APLICADOS.....	354

Relación de tablas, gráficas, imágenes y figuras

Relación de tablas

Tabla 1. Identificación de variables	34
Tabla 2. Características de los emprendedores	56
Tabla 3. Materias por semestre del Programa de Emprendedores de la UNAM.	69
Tabla 4. Contenido temático del programa POLIEMPRENDE del IPN.	73
Tabla 5 Programa de Desarrollo de Emprendedores del ITESM.	76
Tabla 6. Programa de Desarrollo de Emprendedores del ITAM.	78
Tabla 7. Evolución y antecedentes de la triple hélice.	201
Tabla 8. Clasificación de entes híbridos en el modelo de la Triple Hélice.	212
Tabla 9. Tipos de incubadoras.	228
Tabla 10. Operacionalización de la variable Diseño y gestión de modelos de incubadoras de empresas para alumnos	267
Tabla 11. Operacionalización de la variable gestión de modelos de incubadoras de empresa para profesores	268
Tabla 12. Incubadoras universitarias consideradas en la investigación.	279
Tabla 13 Estadísticos de confiabilidad del cuestionario aplicado a los profesores de la incubadora de negocios	284
Tabla 14 Estadísticos de confiabilidad del cuestionario aplicado a los alumnos de las Incubadoras de negocios	284

Relación de gráficas

Gráfica 1. Participación en educación de jóvenes de 15 a 20 años de edad, 2012	46
Gráfica 2: Porcentaje de jóvenes entre 15 y 29 años en educación y fuera de la educación, empleados y no empleados, por género.....	47

Relación de cuadros

Cuadro 1. Programa Institucional de emprendedores, POLIEMPRENDE, del IPN.....	72
Cuadro 2. Conceptos de políticas públicas.	106

Relación de imágenes

Imagen 1. Componentes del perfil emprendedor.	161
Imagen 2. Dominios del ecosistema de emprendimiento.	188
Imagen 3. Modelo de Universidad, Empresa, y Relaciones gubernamentales	207
Imagen 4. Modelo “laissez-faire” de la Universidad, Empresa y Gobierno.....	207
Imagen 5. Modelo de la Triple Hélice entre Universidad, Empresa y Gobierno.....	209

Relación de figuras

Fig. 1 Políticas Públicas - existencia de programas gubernamentales de apoyo a proyectos de incubadoras universitarias.	290
Fig. 2 Políticas Públicas - participación activa de planes y programas de gobierno en conjunto con la Universidad.	290
Fig. 3 Políticas Públicas - existencia de políticas públicas que apoyen directamente a los emprendedores universitarios	291
Fig. 4 Tecnología – promoción de proyectos universitarios actuales y tesis que proponen nuevas tecnologías	291
Fig. 5 Tecnología – asesoría necesaria para convertir el producto final en un producto viable en el mercado	292
Fig. 6 Tecnología – personal suficiente tanto para el inicio, como para la consolidación de operaciones en los proyectos.	292
Fig. 7 Tecnología – asesorías especializadas, para el inicio, como para la consolidación de operaciones.	293
Fig. 8 Tecnología – infraestructura física y tecnológica, para el inicio, como para la consolidación de operaciones.....	293
Fig. 9 Tecnología - implementación de una Incubadora de Empresa asociada a la universidad.....	294
Fig. 10 Innovación - apoyo necesario para su despliegue en el mercado.....	294
Fig. 11 Innovación - capacidad para que sean considerados productos para emprender una actividad independiente.	295
Fig. 12 Innovación – mecanismos de financiamiento o capital necesario para la formación de	

empresarios.295

Fig. 13 Innovación – participación de personal docente, principales autoridades y profesores en los proyectos.....296

Fig. 14 Organización - existencia de un plan estratégico dentro de la incubadora de negocios.....300

Fig. 15 Organización - sistema de indicadores que les permita monitorear el avance de la organización300

Fig. 16 Organización – documentación de lecciones aprendidas e implementación301

Fig. 17 Organización – obtención de algún tipo de ingreso por los servicios prestados a los emprendedores.301

Fig. 18 Organización – incubadoras económicamente sostenibles con los ingresos por los servicios prestados.302

Fig. 19 Organización- estrategia y plan de búsqueda de emprendimientos.....302

Fig. 20 Infraestructura - espacio de trabajo de la incubadora adecuado.....303

Fig. 21 Infraestructura - equipo de cómputo adecuado dentro de las incubadoras303

Fig. 22 Infraestructura – renovación de equipo de cómputo en las incubadoras.304

Fig. 23 Recursos Humanos– tiempo del director de la incubadora en actividades de apoyo al emprendimiento.....304

Fig. 24 Recursos Humanos – permanencia del director de la incubadora en el puesto de por lo menos tres años.....305

Fig. 25 Recursos Humanos – cantidad de mentores activos con la que cuenta la incubadora305

Fig. 26 Recursos Humanos– experiencia de mentores dentro de la incubadora.....306

Fig. 27 Incubadora – proyectos atendidos en el año.306

Fig. 28 Incubadora – aumento en la cantidad de proyectos atendidos en proporción al año anterior.....307

Fig. 29 Incubadora – manual de procedimientos estructurado y documentado.....307

Fig. 30 Incubadora – proporción de proyectos apoyados con financiamiento de alguna entidad distinta a la incubadora.....308

Fig. 31 Incubadora – proyectos egresados en el año308

Fig. 32 Incubadora – criterios de falla temprana.....309

Fig. 33 Incubadora – participación activa del gobierno como apoyo a las incubadoras universitarias.309

Fig. 34 Incubadora – apoyo a incubadoras universitarias a través de programas gubernamentales.310

Resumen

La presente investigación presenta una propuesta de política pública de empleo para jóvenes precario en el estado de Michoacán de Ocampo. El objetivo principal de la investigación es determinar en qué manera influyen, el diseño y la gestión de modelos de incubadoras de empresas como política pública de empleo en los emprendimientos dentro de las universidades del estado de Michoacán de Ocampo. Con la opinión de jóvenes universitarios que se encuentran dentro de una incubadora universitaria con algún proyecto emprendedor, así como de profesores que laboran dentro de las mismas, y mediante la utilización de la metodología de Análisis Factorial de Correspondencias, en su variante de Componentes Principales; fue posible encontrar que para las incubadoras universitarias en el Estado de Michoacán de Ocampo los factores determinantes para que estas pueden funcionar de manera óptima son: Innovación, Tecnología ,Políticas Públicas, Organización, Recursos Humanos, Organización e Incubación.

Palabras Clave: Política Pública, jóvenes universitarios, emprendimiento, empleo.

Abstract

This research presents a proposal for a public employment policy for university students as an alternative to reduce the high levels of youth unemployment and precarious underemployment in the state of Michoacán de Ocampo. The main objective of the research is to determine how the design and management of business incubator models influence public employment policy in enterprises within the universities of the state of Michoacán de Ocampo. With the opinion of young university students who are in a university incubator with an entrepreneurial project, as well as professors working within them, and by using the Correspondence Factor Analysis methodology, in its variant of Principal Components, it was possible to find that for university incubators in the State of Michoacán de Ocampo the determining factors for them to function optimally are: Innovation, Technology, Public Policies, Organization, Human Resources, Organization and Incubation.

Key words: Public Policies, young university students, entrepreneurship, employment.

Introducción

Si bien muchos jóvenes alrededor del mundo tienen la oportunidad de realizar su potencial y están contribuyendo en forma importante al desarrollo de sus comunidades, la reciente recesión global ha exacerbado en forma dramática las dificultades que otros jóvenes enfrentan y con ello se han elevado los niveles de desocupación, subocupación y pobreza estructural. Lo anterior, parece reforzar la idea de que el contar con un trabajo decente es actualmente una quimera para la mayoría de las personas.

Durante las últimas décadas se ha hecho patente la importancia que tiene el fenómeno emprendedor, tanto por el desarrollo económico y social que supone para las regiones, (Wennekers y Thurik, 1999), como por su contribución para atenuar los problemas de desempleo, (White y Reynolds, 1996), y de mejora de la competitividad (Porter, 1991). En consecuencia, desde el ámbito político, empresarial y académico ha surgido un creciente interés hacia el emprendimiento, y muy especialmente hacia todo aquello que contribuya a fomentar e impulsar la creación de nuevas empresas.

En el ámbito académico, han sido numerosos los estudios realizados sobre emprendimiento. No obstante, los resultados obtenidos no han sido definitivos ni concluyentes, por lo que diversos autores han defendido que la investigación en emprendimiento está en una fase inicial o emergente, (Veciana, 1999; Guerrero y Urbano 2007). Entre los campos de investigación insuficientemente explorados, cabe destacar el del emprendimiento educativo (Liñán, 2004; Guzmán y Liñán, 2005; Toledano, 2006), centrado en el colectivo de estudiantes que se encuentra en una etapa previa a la incorporación al mercado laboral. Este colectivo adquiere una importancia especial en el ámbito del emprendimiento, ya que al encontrarse en una etapa previa a la incorporación al mercado laboral deben optar entre buscar trabajo por cuenta ajena u optar por la creación de un negocio propio (Guzmán y Liñán, 2005; Toledano, 2006; Espíritu y Sastre, 2007, 2008). El sistema educativo constituye, por tanto, un vivero fundamental de emprendedores, especialmente en un momento de crisis como el actual, en el que el autoempleo es una alternativa cada vez más valorada y la creación de nuevos negocios se

contempla como una vía básica para superar las dificultades económicas del país.

La mayoría de las micro y pequeñas empresas surgen a partir de iniciativas emprendedoras de personas visionarias, que bien pueden tener cierto conocimiento sobre como constituir una empresa, o bien, no dominar estos aspectos; dicha situación lleva a estas personas visionarias a desarrollar sus empresas de forma empírica, sin contar con los soportes técnicos, administrativos y gerenciales requeridos para alcanzar un desempeño adecuado, con el peligro de desaparecer en los primeros años de vida por diversas situaciones tales como: costos fijos altos, complicado acceso a capital, insuficiente tecnología para el desarrollo de nuevos productos, entre otros.

Las incubadoras de empresas son organismos que se caracterizan por fomentar el emprendedurismo, así como de brindar apoyo a los nuevos emprendimientos, asesorando y prestando infraestructura para que una empresa en formación reduzca los riesgos, costos de puesta en marcha y el proceso natural de aprendizaje llevado a cabo por las personas a cargo de la nueva empresa.

Teniendo presente que el financiamiento de los nuevos emprendimientos es clave para que ideas con gran potencial se trasformen en una empresa, las universidades, en conjunto con el gobierno a través de Políticas Públicas tiene una tarea pendiente al respecto, ya que a través de la formación de incubadoras de negocio se puede dar una posible solución al problema del desligamiento que se produce entre las ideas y los recursos necesarios para ponerlas en marcha, más aun si consideramos las enormes fortalezas con las que cuenta la casa de estudios superior en esta materia; infraestructura, la necesidad de contar con lugares o escenarios para prácticas de carreras o asignaturas, potencial investigador, asistencia técnica, redes de colaboración, entre otros; todo este potencial podría brindar un buen soporte a los nuevos emprendimientos y crear una relación bilateral donde el beneficio sea compartido por los emprendedores y la Universidad.

La realización de este estudio surge de la necesidad de Contribuir al Desarrollo de nuevos emprendimientos de los estudiantes de las Instituciones de Educación Superior (IES) del estado de Michoacán, así como el de un sector MYPE; a través de la creación de Políticas Públicas para el diseño y gestión de modelos de incubación de empresas universitarias.

Este documento se conforma de cuatro apartados, el primer apartado está conformado de tres capítulos, en el primer capítulo se muestra lo importante que resulta el emprendimiento a través de la incubación de empresas dentro de las universidades como aliciente para solucionar la precaria situación laboral de los jóvenes universitarios, así como la relación que esta genera con el turismo, de igual forma, , se incluyen los fundamentos metodológicos de la investigación, donde se inicia con un diagnóstico del emprendimiento en un primer punto en México, seguido de la delimitación del problema y de las preguntas que dan origen a la investigación, también se incluyen, los objetivos, la justificación, el método a utilizar, la hipótesis con sus variables, así como, la delimitación y alcances que tendrá el estudio.

El apartado dos lo conforma el capítulo cuatro que contiene la definición de la metodología de análisis factorial de correspondencias (AFC), en su variante de componentes principales, de igual forma, se mencionan y describen cada uno de los pasos que se requieren para desarrollar esta metodología, la cual servirá de base para determinar el número de componentes y el modelo que mejor representa cada una de las variables seleccionadas para utilizar en esta investigación.

En el apartado tres se presentan y discuten los resultados de la investigación, iniciando desde la selección de universidades que cuenta n con incubadora de negocios en el estado de Michoacán de Ocampo y variables a utilizar, siguiendo con la implementación de las diferentes etapas de la metodología descrita, para concluir obteniendo un índice de competitividad total.

En el apartado cuatro una vez analizados los resultados obtenidos por cada incubadora de negocios universitaria respecto de cada una de las variables, se desarrolla a través de la metodología del marco lógico una recomendación de política pública, que permita la participación de los estudiantes en las incubadoras de negocios universitarias a través de algún proyecto productivo, con la final de combatir la precariedad laboral, así como el desempleo juvenil en el estado de Michoacán de Ocampo. Posteriormente se presentan las conclusiones y recomendaciones finales de esta investigación.

CAPÍTULO I FUNDAMENTOS DE LA INVESTIGACIÓN

1 ANTECEDENTES DE LA INVESTIGACIÓN

En las últimas dos décadas el emprendimiento y su relación con el desarrollo económico han adquirido gran importancia en el plano científico de la investigación (Reynolds et al., 2001). Esta línea de investigación se ha enriquecido aún más con los datos que el *Global Entrepreneurship Monitor* (GEM) aporta. En los datos de este proyecto se constata la existencia de un vínculo significativo entre el nivel de actividad emprendedora y el crecimiento económico.

El emprendimiento junto con la creación de fuentes de empleo, se han convertido en temas obligados de discusión como fenómenos mundiales, producto de la crisis laboral que se vive y que afecta particularmente a nuestro país.

En los países latinoamericanos, los problemas actuales en el mercado laboral son producto de los cambios y situaciones que han ido arrojando resultados, que se han ido a su vez acumulando provocando la crisis actual. En las últimas tres décadas se han suscitados cambios demográficos, vaivenes políticos, transformaciones tecnológicas, crisis financieras que a su vez han provocado quiebras a nivel personal y empresarial, cambios en la inserción a la economía mundial, entre otros. Todo esto ha traído como consecuencia graves problemas en el campo de trabajo. Es hora que surjan nuevas alternativas y entre ellas se habla del emprendimiento con el emprendedor capaz de generar fuentes de empleo.

Esto se ha convertido en una “realidad socio-económica de una magnitud relevante en la cultura occidental, sin marginar el notable impacto que posee sobre las cifras de generación de empleo en sociedades maduras como las europeas”.

Se trata entonces de situar el emprendimiento en nuestra discusión actual y promover debates que propendan a construir, sustentar y defender una vía propia de acceso a la supervivencia de nuestra sociedad, fundamentada en nuestros jóvenes en primer lugar para luego hacernos competitivos en segundo lugar.

En los últimos años las universidades se sitúan en una posición social estratégica por su participación en la economía del conocimiento, ya que realizan de forma creciente lo que se ha denominado la tercera misión de la universidad (Bueno, 2007), la cual se orienta a la necesidad de saber aplicar la ciencia y responder a la demanda social de su tiempo, es decir un compromiso de la universidad como agente de creación y transferencia de conocimiento.

La tercera misión de la Universidad representa una nueva forma de entender la investigación y la innovación pero sobretodo, promueve la transmisión fuera del ámbito universitario, para lo que precisa de una estrecha colaboración entre los distintos agentes del sistema (gobierno, empresas, otras Instituciones de Educación Superior y la sociedad) (Galindo, 2010), debido a que tiene como objetivos: la responsabilidad social institucional de la universidad y el compromiso de valorizar la investigación y fomentar proyectos emprendedores o llevar a cabo proyectos de desarrollo territorial en colaboración con el resto de los agentes del sistema económico (Vilalta, 2000).

En el momento actual la universidad ha de ser motor de la competitividad regional al fungir como promotora del valor intelectual, tecnológico y científico y que permita redireccionar la innovación hacia las necesidades de la sociedad actual.

Por otra parte, el emprendimiento empresarial y social se ha convertido en un foco de atención al ser un medio para la generación de empleo, ingresos e innovación, que requiere la participación y convergencia entre universidad, gobierno, empresa y sociedad; ya que al involucrar al sector social en los procesos de emprendimiento se fortalecen los niveles de competitividad empresarial, contribuyendo así al desarrollo de una región o país al buscar el bienestar de la comunidad involucrada lo que coadyuva a la reducción de la exclusión social (Salinas, 2012). De hecho, el emprendimiento social se enfoca en la innovación y el cambio social; debido a que son empresas que necesitan fondos para cumplir su objetivo social y el surgimiento del mismo obedece a factores como las modificaciones en las políticas de bienestar social, crecientes incentivos a la innovación social, creciente demanda de servicios sociales y comunitarios y el auge de organizaciones nacionales e internacionales con objetivos

sociales (Martínez y Rodríguez, 2013).

De acuerdo con el Índice de Condiciones Sistémicas para el Emprendimiento Dinámico, México es el segundo país de Latinoamérica para emprender, sólo por debajo de Chile, sus principales fortalezas son las políticas y regulaciones, las condiciones de la demanda y el capital social con el que cuenta, sin embargo, sus principales debilidades son la cultura emprendedora, el capital humano emprendedor y la plataforma de ciencia y tecnología para la innovación (Kantis, 2014). Por ello, en México, el gobierno con el objetivo de participar como facilitador, inversor e integrador en el ecosistema de innovación crea el Instituto Nacional del Emprendedor que busca impulsar la innovación, competitividad y proyección en los mercados nacional e internacional de las micro, pequeñas y medianas empresas para aumentar su contribución al desarrollo económico y bienestar social (INADEM, 2014). Ya que, según datos oficiales en el país, una empresa que abre de manera independiente tiene el 27% de posibilidades de tener éxito después de dos años de operación (Consejo de Comunicación, 2014).

En este sentido, las incubadoras de empresas tienen como objetivo el impulso, creación y desarrollo de las empresas en sus primeras etapas de vida, brindando apoyo a los nuevos empresarios (García, 2012).

En México pertenecen al ecosistema emprendedor 204 instituciones de educación superior públicas y 124 instituciones privadas las cuales cuentan con algún programa de apoyo al emprendimiento, principalmente a través de modelos de incubación con la finalidad de guiar a los emprendedores en el proceso de operación y para ello requieren de contar con un plan de negocios, prototipos de los productos y servicios y que la empresa esté constituida, definir la inversión que necesitan para iniciar, los planes de trabajo así como analizar si requieren buscar capital, fases que son primordiales en las primeras fases de vida de la empresa y que tienen su apoyo en los procesos de incubación.

1.1 FUNDAMENTOS DE LA INVESTIGACIÓN

Actualmente la juventud en Michoacán se enfrentan a una precaria situación laboral en el Estado, ya que al no contar con suficientes empresas en el estado el número de plazas a ser ocupadas en las mismas es reducida, por lo que es necesario la implementación de estrategias que vayan de la mano con las instituciones educativas para la elaboración y el apoyo de incubadoras de negocios para fomentar el emprendimiento en los jóvenes y con ello aumentar el empleo y ayudar al desarrollo económico del estado.

Esta investigación permitirá conocer que tan elevado es el número de estudiantes que cuenta con un perfil emprendedor dentro de las distintas CES (Centros de Educación Superior) en el estado de Michoacán de Ocampo, así como conocer cuáles de las distintas universidades cuentan con incubadoras de negocios y el número de estudiantes que hacen uso de las mismas para llevar a cabo su idea emprendedora y con esto combatir la situación de desempleo a la que gran parte de egresados se enfrenta una vez que culminan su carrera.

1.2 DESCRIPCIÓN DEL PROBLEMA

La relevancia del desempleo juvenil radica en sus consecuencias en nivel social e individual. En el plano social dicho fenómeno se asocia al desaprovechamiento del bono demográfico y al impulso de los flujos migratorios, pues de acuerdo con la composición de la estructura por edad de la población mexicana, en la actualidad la cantidad de personas en edad de trabajar frente a aquellas que son considerados dependientes económicos (niños y ancianos) es mayor. En principio esta ventana demográfica ofrece la oportunidad de incrementar la tasa de crecimiento económico del país, lo que a su vez tendría como consecuencia una mejora en el nivel de bienestar general de la población, sin embargo, frente a la imposibilidad de que los jóvenes se incorporen al mercado laboral dicha coyuntura se ve desaprovechada (OIT, 2012).

En cuanto a las consecuencias a nivel individual, el desempleo juvenil está vinculado con el

retraso de la transición a la vida adulta, pues la obtención del primer empleo junto con la salida de la escuela, la salida del hogar, la primera unión y el nacimiento del primer hijo- es uno de los cinco eventos constitutivos de dicha transición (Echarri, 2007), la ausencia de trabajo representa para los jóvenes la imposibilidad de culminar su proceso de emancipación postergando la formación de los hogares de orientación de los jóvenes y la prolongación de la dependencia respecto a los padres (Weller, 2007).

En México se ha instrumentado un conjunto de políticas de empleo agrupadas bajo el término de políticas activas de empleo o de mercado de trabajo, las cuales durante los años 1980's y 1990's se concentraron principalmente en promover la capacitación para el trabajo como instrumento fundamental para elevar la empleabilidad de las personas bajo el modelo de capital humano impulsado por organismos internacionales como el BM y el BID. En esos años, el apoyo al autoempleo, al desarrollo de proyectos productivos y la asistencia técnica a micro y pequeñas empresas tenían un carácter complementario a la capacitación o bien eran parte de otras políticas de desarrollo económico y social, ciertamente con objetivos de empleo, pero desligadas en su gestión de las políticas activas impulsadas desde el sector laboral. En los últimos años, la política de empleo ha buscado diversificar sus instrumentos, aunque las modalidades de apoyo al emprendedurismo aparecen limitadas en su diseño y gestión.

Resulta evidente que los actores involucrados en la solución del problema ocupacional de los jóvenes no sólo se ubican en el “mundo del trabajo”, sino también actúan en las instituciones de formación (educativas y de capacitación). Las decisiones de un joven de abandonar o no la escuela, buscar o no un trabajo, no se circunscriben solamente a su proyecto de vida sino también responden al medio familiar y comunitario en el que interactúe. Como se comenta al inicio de este apartado, la juventud es una etapa en sí misma y no un mero periodo de transición, en la cual el joven se enfrenta a diversas incertidumbres respecto a la escuela, el trabajo y la vida familiar, que conforman su “laberinto de vida”. El diseño de políticas públicas orientadas a resolver la problemática ocupacional de este grupo de población requiere la construcción de un marco institucional específico y no la mera adaptación de los instrumentos

operados para atender a la población desempleada adulta.

1.3 PREGUNTAS DE LA INVESTIGACIÓN

1.3.1 PREGUNTA GENERAL DE LA INVESTIGACIÓN

¿De qué manera han intervenido el diseño y la gestión de modelos de incubadoras de empresas como política pública de empleo en los emprendimientos universitarios del estado de Michoacán de Ocampo?

1.3.1.1 PREGUNTA ESPECÍFICA I

¿De qué modo actúan la innovación, tecnología y las Políticas Públicas en el diseño de modelos de incubadoras de empresas como política pública de empleo en los emprendimientos universitarios del estado de Michoacán de Ocampo?

1.3.1.2 PREGUNTA ESPECÍFICA II

¿De qué modo intervienen la organización, la infraestructura, los recursos humanos y la incubación en la gestión de modelos de incubadoras de empresas como política pública de empleo en los emprendimientos universitarios del estado de Michoacán de Ocampo?

1.4 OBJETIVO DE LA INVESTIGACIÓN

Se pueden distinguir distintas clases de objetivos en una investigación, esto es en función del alcance al que se quiere llegar, hablamos entonces de objetivos generales y aquellos que son más específicos.

Establecer si el diseño y gestión de modelos de incubadoras de negocios han contribuido a generar empleos en los emprendedores universitarios en el estado de Michoacán.

1.4.1 OBJETIVO GENERAL

Identificar en qué manera influyen, el diseño y la gestión de modelos de incubadoras de empresas como política pública de empleo en los emprendimientos dentro de las universidades del estado de Michoacán de Ocampo.

1.4.1.1 OBJETIVO ESPECÍFICO I

Determinar de qué modo interviene la innovación, tecnología y las Políticas Públicas en el diseño de modelos de incubadoras de empresas como política pública de empleo en los emprendimientos universitarios del estado de Michoacán de Ocampo.

1.4.1.2 OBJETIVO ESPECÍFICO II

Identificar de qué manera interceden la organización, la infraestructura, los recursos humanos y la incubación en la gestión de modelos de incubadoras de empresas como política pública de empleo en los emprendimientos universitarios del estado de Michoacán de Ocampo.

1.5 JUSTIFICACIÓN

Es claro que en el mundo de hoy los gobiernos e instituciones son conscientes de la importancia que tiene la creación de nuevas empresas debido al impacto positivo que se puede generar en la economía de un país, es por esto que el concepto de emprendimiento ha sido un tema de mucho auge e interés durante los últimos años. Teniendo en cuenta que el emprendimiento se constituye en un pilar para el desarrollo económico y social, surge la importancia de abordarla desde perspectivas académicas y empresariales. Desde la academia surge, por lo tanto, la necesidad de desarrollar procesos investigativos que nutran la plataforma teórica sobre la que soportan su enseñanza, y que actualice el conocimiento frente a las nuevas demandas del contexto y las necesidades de sus estudiantes en la formación de su perfil emprendedor.

La presente propuesta busca impulsar a los jóvenes con intereses emprendedores e ideas de negocio a que constituyan un plan estructural que construya las bases de viabilidad de su idea de proyecto y con esto puedan verse incluidos en un empleo formal. En el marco de un desarrollo empresarial, la incubación de empresas constituye “un proceso de soporte empresarial que acelera el desarrollo exitoso de empresas innovadoras proveyéndoles de un conjunto de recursos y servicios enfocados”. (Association, 2008).

Es indispensable conocer que tanto alcance tiene la presente investigación como una opción para los jóvenes emprendedores en el estado de Michoacán.

A través de la presente investigación se busca reforzar que la teoría del emprendimiento representa una opción viable para los jóvenes en el estado de Michoacán de Ocampo, y mediante el cual se podrán generalizar los resultados obtenidos en búsqueda de una mejor Política Pública.

Por medio del análisis de datos referente al empleo juvenil y emprendimiento en las universidades en Michoacán se busca mejorar la forma de tratar las variables de dicha problemática.

Este estudio es relevante socialmente ya que los cambios que se planean llevar a cabo son en beneficio de los jóvenes del Estado de Michoacán que se encuentran en situación de desempleo, ayudándolos a través de la creación de incubadoras de negocios a obtener recursos para que tanto ellos como sus familias puedan subsistir.

El trabajo de investigación tiene como espacio geográfico el estado de Michoacán de Ocampo en México.

Se considera factible la investigación gracias a las bases de datos que las tecnologías de la información nos proporcionan y a las cuales hoy en día tenemos acceso. Datos estadísticos, así como la información de transparencia que nos proporcionan las páginas oficiales del estado, son algunos de los medios que nos hacen posible llevar a cabo el trabajo de investigación.

Este estudio tendrá como horizonte espacial las IES (Instituciones de Educación Superior) del estado de Michoacán de Ocampo.

1.6 TIPO DE INVESTIGACIÓN

El método que se abordará es el método científico construido a partir de las aportaciones de tres de los grandes pioneros del conocimiento científico: Francis Bacon con la línea empirista, Galileo Galilei con la experimentación y René Descartes con el análisis y la síntesis. Ellos contribuyeron a sentar las bases del método que estructura la búsqueda de las respuestas generadas por la constante inquietud humana por conocer.

Dentro del método científico se utilizó el método hipotético – deductivo para formular la hipótesis que responde a la pregunta de investigación para después razonar desde el fenómeno completo de turismo hasta el tipo de turismo específico que interesa a esta investigación.

Inicialmente tendremos presente que el objetivo de cualquier investigación en términos generales, es agregar algo nuevo a los conocimientos humanos. Según Litton, el vocablo investigar viene del latín *investigare* que quiere decir desarrollar actividades con el objeto de registrar, indagar o descubrir la verdad (Litton, 1971).

Ahora bien, según Sampieri, los estudios descriptivos buscan especificar las propiedades, las características y los perfiles de personas, grupos, comunidades, procesos, objetos o cualquier otro fenómeno que se someta a un análisis. En un estudio descriptivo se selecciona una serie de cuestiones y se mide o recolecta información sobre cada una de ellas, para así describir lo que se investiga (Sampieri, 2006).

La investigación correlacional es aquella que asocia variables mediante un patrón predecible para un grupo o población.

Analizando la esencia de los estudios descriptivos, podemos decir que la presente investigación científica tiene un diseño descriptivo-correlacional, causal, hipotético deductivo-inductivo y también de carácter cuantitativo-cualitativo, con predominancia cualitativa.

Es correlacional porque en esta investigación se busca medir el grado de relación entre las variables independientes con la dependiente.

Es hipotético deductivo-inductivo porque se propone una hipótesis como consecuencia de las inferencias y del conjunto de datos empíricos o de principios y leyes más generales.

El proceso de investigación científica incluye ambas metodologías, deductivo (las preguntas y respuestas puede ser derivadas de las teorías) así como el método inductivo (por lo tanto, las preguntas y las respuestas pueden ser inducidas de observaciones empíricas).

Lo anterior, se confirma, con lo argumentado por Albarrán, consistente en que el método inductivo va de lo particular a lo general y el deductivo de lo general a lo particular. El método inductivo y el método deductivo no son en realidad dos métodos, sino uno y el mismo proceso de conocer (Albarrán, 2004).

Así, los procesos deductivos e inductivos de la investigación se asumen implícitamente. Es cualitativo porque se plantean preguntas de investigación para medir las actitudes y utiliza el análisis estadístico para responderlas. El empleo en conjunto de ellos en una investigación la enriquece contribuyendo a corregir los sesgos de cada uno de ellos.

1.7 HIPÓTESIS DE LA INVESTIGACIÓN

La hipótesis es una respuesta tentativa al problema de investigación. Consiste en una aseveración que puede validarse estadísticamente. Una hipótesis explícita es muy importante

ya que guía la investigación, establece los límites, enfoca el problema y ayuda a organizar el pensamiento, se define cuando el conocimiento existente en el área permite formular predicciones razonables acerca de la relación de dos o más elementos variables (Schemelkes, 2014).

1.7.1 HIPÓTESIS GENERAL

El diseño y la gestión de modelos de incubadoras de empresas como Política Pública de empleo han contribuido de manera positiva en los emprendimientos universitarios del estado de Michoacán de Ocampo.

1.7.1.1 HIPÓTESIS ESPECÍFICA I

La innovación, tecnología y las Políticas Públicas han favorecido en el diseño de modelos de incubadoras de empresas como política pública de empleo en los emprendimientos universitarios del estado de Michoacán de Ocampo.

1.7.1.2 HIPÓTESIS ESPECÍFICA II

La organización, la infraestructura, los recursos humanos y la incubación influyen de manera positiva en la gestión de modelos de incubadoras de empresas como política pública de empleo en los emprendimientos universitarios del estado de Michoacán de Ocampo.

1.8 IDENTIFICACIÓN DE VARIABLES

La identificación de las variables es fundamental en el problema a investigar ya que nos establece las relaciones causales entre las mismas, para este estudio se determinaron las diferentes dimensiones y posteriormente sus variables son las siguientes:

Variable dependiente = f (variable independiente)

Tabla 1. Identificación de variables

Hipótesis	Variable dependiente	Variable independiente
General	Emprendimiento dentro de las universidades	<ul style="list-style-type: none"> • Diseño y gestión de modelos de incubadoras de empresas
Específica I	Diseño de modelos de incubadoras de empresas	<ul style="list-style-type: none"> • Innovación • Tecnología • Políticas Públicas
Específica II	Gestión de modelos de incubadoras de empresas	<ul style="list-style-type: none"> • Organización • Infraestructura • Recursos Humanos • Incubación

Fuente: Elaboración propia

CAPÍTULO 2: MARCO REFERENCIAL DE EMPLEO JUVENIL Y EMPRENDIMIENTO

Para conocer el contexto en que esta tesis se desarrolla; en este capítulo se ha creado un marco de referencia con trabajos de autores en los temas de interés para este.

2.1 MERCADOS LABORALES JUVENILES

Tras el período de rápido crecimiento registrado entre 2007 y 2010, la tasa mundial de desempleo juvenil se mantuvo en un 13,0 por ciento entre 2012 y 2014. Al mismo tiempo, el número de jóvenes desempleados se redujo en 3,3 millones desde el pico de la crisis: 76,6 millones de jóvenes estaban desempleados en 2009 comparado con un estimado de 73,3 millones en 2014.

La proporción de jóvenes en el total de desempleados también está disminuyendo. Hasta 2014, 36,7 por ciento de los desempleados en el mundo eran jóvenes. Diez años antes, en 2004, la proporción de jóvenes en el total de desempleados era de 41,5 por ciento. Mientras que este indicador muestra una mejora en el tiempo, cabe destacar que los jóvenes representaron únicamente un sexto de la población mundial en 2014 (UN, 2014) y, por lo tanto, están fuertemente sobre representados entre los desempleados.

La edición de 2013 del informe Tendencias Mundiales del Empleo Juvenil (OIT, 2013) estableció la premisa de que “no es fácil ser joven en el mercado de trabajo actual”, aludiendo a la persistencia de la crisis del empleo, las largas colas para encontrar trabajo y los desafíos cada vez mayores a los que debían hacer frente los jóvenes para obtener un empleo estable. A pesar de algunas señales de “buenas noticias” presentadas anteriormente, la inestabilidad de la situación continua y la tasa de desempleo juvenil mundial sigue estando al día de hoy muy por encima de la tasa de 11,7 por ciento previa a la crisis (en 2007). En general, dos de cada cinco (42,6 por ciento) jóvenes económicamente activos siguen estando desempleados o trabajaban, pero aun así viven en condiciones de pobreza. Frente a esas estadísticas, es

acertado aseverar que aún no es fácil ser joven en el mercado laboral actual.

En las regiones de Asia y el Oriente Medio y África del Norte, las tasas de desempleo juvenil empeoraron entre 2012 y 2014. Para las economías desarrolladas, la tasa de desempleo juvenil mejoró en el mismo periodo, pero aun en 2014 las tasas excedieron el 20 por ciento en dos tercios de los países europeos y más de uno de cada tres (35,5 por ciento) jóvenes desempleados han estado buscando trabajo por más de un año. En Europa Central y del Sudeste (no-UE) y CEI, Latinoamérica y el Caribe y decreciente tanto en el medio como en el corto plazo. En todas las regiones la estabilidad de las perspectivas de carrera se vuelve cada vez más vacilante, pero la situación podría parecer más degenerativa en los países desarrollados donde el empleo formal con un contrato fijo fue alguna vez la regla. En las economías desarrolladas, la proporción de jóvenes en trabajo parcial involuntario o involucrados en trabajo temporal ha caído desde el pico de la crisis, pero dentro de una tendencia a más largo plazo al tiempo que más gente joven trabaja en forma parcial o temporal en combinación con la educación (OIT,2015).

Si bien las perspectivas para los jóvenes que acceden al mercado de trabajo parecen ahora más favorables que en los cinco años anteriores, no deben pasarse por alto los perjuicios que sufren las personas que han pasado por largos períodos de desempleo o que, en tiempos de baja demanda de mano de obra, se han visto obligadas a aceptar trabajos poco satisfactorios. En demasiados países la población joven sigue sufriendo las consecuencias de la crisis económica y de las reformas políticas instauradas para hacerle frente.

Los jóvenes de los países en desarrollo siguen inmersos en condiciones de empleo vulnerable y pobreza derivados de las irregularidades laborales, así como de la falta de empleo formal y de protección social. En 2013, más de un tercio (37,8 por ciento) de los jóvenes con trabajo en los países en desarrollo vivía con menos de 2 dólares de los Estados Unidos al día. Por lo tanto, a escala mundial, la pobreza de los trabajadores afecta a 169 millones de jóvenes. El número asciende a 286 millones si se incluye a los jóvenes que viven en el límite de la pobreza

(con menos de 4 dólares de los Estados Unidos al día).

Si bien la distribución de los trabajadores pobres ha mejorado notablemente en los 20 años transcurridos entre 1993 y 2013, la vulnerabilidad de millones de trabajadores sigue siendo un obstáculo para extender los beneficios del bono demográfico en numerosos países de bajos ingresos. Los jóvenes con trabajo tenían 1,5 veces más probabilidades encontrarse en situación de pobreza extrema que los adultos y 1,2 más posibilidades de encontrarse en situación de pobreza moderada. Los adultos tenían más posibilidades de encontrarse en los grupos de clase media en desarrollo y de nivel superior.

En la mayoría de los países de bajos ingresos, como mínimo tres de cada cuatro trabajadores jóvenes pertenecen a la categoría de trabajadores irregulares, ya sea como trabajadores por cuenta propia, trabajadores familiares auxiliares, trabajadores ocasionales remunerados o trabajadores temporales (no ocasionales). Nueve de cada diez jóvenes trabajadores permanece en empleos informales. Esto contrasta con una mejora relativa de dos de cada tres jóvenes en países de ingresos medios.

En todos los países los jóvenes aspiran a conseguir oportunidades de empleo formal y productivo que les proporcione un salario digno, una seguridad relativa y buenas condiciones laborales. Lamentablemente, son muy pocos los jóvenes que pueden ver sus aspiraciones hechas realidad, lo que significa que las oportunidades de beneficiarse del bono demográfico en los países con mayor potencial, principalmente en África, se están desvaneciendo con rapidez.

En un periodo mayor a dos décadas entre 1991 y 2014, el número de jóvenes económicamente activos (la fuerza de trabajo juvenil) ha caído en 29,9 millones mientras que la población joven en general creció en 185 millones. En este período, la tasa de participación de la fuerza de trabajo juvenil disminuyó considerablemente en 11,6 puntos porcentuales (pasando de un 59,0 a un 47,3 por ciento). Uno de los factores principales de esta considerable caída en la tasa de participación juvenil es la tendencia creciente de más jóvenes, mujeres y hombres, a participar en el sistema educativo a nivel secundario y terciario. Esta es una evolución positiva.

Pese al mayor número de jóvenes en el sistema educativo, es importante tener en cuenta que no toda la gente joven se beneficia de ello y que millones de jóvenes en países de bajos ingresos siguen abandonando la escuela prematuramente para trabajar desde una edad temprana. A partir de datos obtenidos de encuestas de la OIT sobre la transición de la escuela al trabajo (ETET) se observa que el 31 por ciento de los jóvenes de los países de bajos ingresos no cuenta con ninguna calificación. Esta cifra contrasta con el 6 por ciento que registran los países de ingresos medianos bajos y el porcentaje inferior al 2 por ciento de los países de ingresos medianos altos. Entre tanto, sólo los jóvenes con educación superior tienen la seguridad de obtener un empleo remunerado; tres de cada cuatro titulados de educación superior consiguieron encontrar un empleo remunerado frente a cuatro de cada diez titulados de educación secundaria. El acceso a la educación es pues otro elemento que incide en la segmentación y en la desigualdad en el mercado de trabajo.

Los trabajadores jóvenes de los países de bajos ingresos tienen tres veces más posibilidades de estar sub educados que los trabajadores jóvenes de los países de ingresos medianos altos. Los resultados son particularmente desalentadores en el África Subsahariana, donde prácticamente dos de cada tres trabajadores jóvenes no cuentan con el nivel de educación necesario para ser productivos en el trabajo.

La sub educación puede tener un grave impacto no sólo en la productividad de la mano de obra de los países, sino también en los salarios de los trabajadores jóvenes. Así pues, romper el ciclo de bajo acceso a una educación y formación de calidad, bajas tasas de culminación de estudios y perspectivas de bajos ingresos, con una concentración renovada de esfuerzos encaminados a invertir en educación de calidad, desde el nivel preescolar hasta el nivel superior, debe ser una prioridad en la Agenda 2030 para el desarrollo.

Al crecer en medio de rápidos cambios tecnológicos y la globalización, la juventud actual ya está acostumbrada a abrirse camino en tiempos impredecibles. Los jóvenes no entienden que se les tilde de “generación perdida”, “generación en crisis” o cualquier otra etiqueta con

connotaciones de declive. El declive conlleva mirar desde atrás, algo que los jóvenes no hacen. Por el contrario, los jóvenes de hoy se sienten capacitados para forjar su propio futuro, si bien siguen fijándose en sus padres, en sus comunidades y en los gobiernos para asegurarse de que cuentan con las competencias adecuadas para abrirse camino hacia la edad adulta en un entorno que apoye sus aspiraciones y potencial productivo.

En 2012, un “Llamado a la acción” para el empleo juvenil fue adoptado por representantes de gobiernos, organizaciones de empleadores y sindicatos de los 185 Estados miembros de la OIT durante la Conferencia Internacional del Trabajo (CIT) en junio (OIT, 2012). La urgencia del “Llamado a la acción” en respuesta a la crisis del empleo juvenil sin precedente no ha disminuido a pesar de algunos signos de incipiente recuperación en los mercados de trabajo de los jóvenes en las economías avanzadas. Al contrario, el llamado se ha reforzado y aumentado su alcance.

El empleo de los jóvenes es ahora una prioridad en la agenda en varios países de las diferentes regiones, y a nivel internacional esto ha sido traducido en el desarrollo de una estrategia global para el empleo de los jóvenes y ha sido integrado en la Agenda 2030 para el desarrollo. Con un número creciente de iniciativas a nivel país que involucran varios actores e instituciones del sector público y privado, el enfoque debe ser ahora forjar colaboraciones para una mejor coherencia de las políticas y una coordinación efectiva del empleo juvenil.

Es fundamental que las universidades establezcan en todos los campos del conocimiento, asociaciones coordinadas con instituciones públicas y privadas para hacer realidad el empleo juvenil. En ese sentido, uno de los roles principales de las universidades públicas y privadas tiene que ver con la estrecha relación que debe haber entre la oferta académica y las necesidades de la sociedad.

Para la OIT, según se desprende de la resolución y conclusiones (*La crisis del empleo juvenil: un llamado de acción*) de la 1001a. Reunión de la Conferencia Internacional del Trabajo de 2012 la educación, la formación y el aprendizaje permanente generan un círculo virtuoso que promueve la empleabilidad, la productividad, el aumento de los ingresos y el desarrollo. Según

la resolución de la OIT, los gobiernos deberían considerar:

- a) Garantizar el acceso a una educación básica gratuita y de calidad.
- b) Reforzar los vínculos entre la educación, la formación y el mundo del trabajo por medio del diálogo social en lo que respecta a la inadecuación de las competencias y la normalización de las calificaciones en respuesta a las necesidades del mercado de trabajo, y mejorar la enseñanza y formación técnica y profesional, concretamente el aprendizaje profesional y otras modalidades de adquisición de experiencia laboral y de formación en la empresa.
- c) Formular estrategias de desarrollo de competencias laborales que refuercen las políticas sectoriales, que aprovechen las tecnologías y los conocimientos prácticos de cada sector y que permitan la adquisición de mejores competencias y empleos mejor remunerados.
- d) Mejorar la oferta y las modalidades de aprendizaje profesional (complementando el aprendizaje en el lugar de trabajo con una formación institucional más estructurada; perfeccionando las competencias pedagógicas de los maestros artesanos y formadores que supervisan la formación; incluyendo la alfabetización y las competencias para la subsistencia, y reforzando la participación de la comunidad, sobre todo para asegurar el acceso de las mujeres jóvenes y otros grupos de población juvenil vulnerables a más ocupaciones).
- e) Reglamentar y controlar el aprendizaje profesional, las pasantías y otros programas de adquisición de experiencia laboral, entre otras cosas, mediante la certificación, para garantizar que constituyan una auténtica experiencia de aprendizaje y que no se utilicen para sustituir a trabajadores de plantilla.
- f) Ampliar el alcance de la educación formal y la formación mediante métodos de formación a distancia.
- g) Mejorar los mecanismos para la detección temprana de las personas que podrían abandonar la escuela prematuramente y prestarles apoyo y atención para que ello no suceda, o para que puedan aprovechar otras oportunidades de empleo, instrucción o formación.

- h) Respalda las iniciativas que brinden una segunda oportunidad para facilitar la adquisición de competencias y conocimientos básicos a aquellas personas que abandonan la escuela prematuramente o que nunca asistieron a ella y a las personas desempleadas que desean reanudar sus estudios, prestando atención especial a las mujeres jóvenes y las niñas.
- i) Promover la formación (capacitación y adiestramiento) de los formadores.
- j) Establecer sistemas de validación de los conocimientos previos, de la enseñanza no formal y de las competencias adquiridas en el empleo.
- k) Incluir técnicas de búsqueda de empleo en los programas escolares con el fin de reforzar la orientación profesional brindada y mejorar el acceso de los jóvenes a información sobre oportunidades profesionales.
- l) Adoptar medidas de protección social adecuadas para ayudar a los hogares pobres a gestionar los riesgos sin que peligre la educación de los jóvenes, integradas en una estrategia más amplia de protección social, prestando asimismo atención a la sostenibilidad de los medios institucionales y financieros para su aplicación.
- m) Promover el desarrollo de programas de formación y capacitación para el trabajo, acordes con los requerimientos de las estrategias de desarrollo nacional y el mercado de trabajo.
- n) Establecer y consolidar mecanismos de seguimiento y evaluación a fin de medir el impacto y perfeccionar los instrumentos de las políticas aplicadas.

2.1.1 EVOLUCIÓN DE LOS MERCADOS DE TRABAJO EN AMÉRICA LATINA

Según la Organización Iberoamericana de la Juventud, la situación laboral en América Latina sufrió un mejoramiento durante la década de los 80's, pero en los 90's las condiciones macroeconómicas para dicha región fueron más favorecedoras, no obstante, a finales de esta década la caída del crecimiento económico golpeó a los mercados de trabajo y afectó las

condiciones de inserción laboral de los jóvenes.

En América Latina, se visualizan cambios muy marcados en los mercados laborales como el incremento de la oferta laboral y del crecimiento lento del nivel de ocupación, que dio como resultado un evidente aumento de paro abierto de 8,3% en 1990 a 10,9% en 2003 (OIJ-CEPAL, 2004), con una recuperación en 2010 de una tasa de desempleo de 7.3% (CEPAL, 2011). Otra tendencia es la reestructuración del trabajo en las ramas de actividad, según estudios afirman el detrimento de la participación de la agricultura e industria manufacturera y un aumento en la participación del sector servicios, así como, trabajos caracterizados por ocupaciones de ingreso flexible, baja productividad, bajas y medias remuneraciones como el comercio informal entre otros servicios.

2.1.2 PROBLEMÁTICAS DE LA INSERCIÓN LABORAL: FACTORES QUE INFLUYEN EN EL DESEMPLEO Y AFECTAN LA INSERCIÓN LABORAL

Latinoamérica se caracteriza por dificultades en el mercado laboral y por contar con países en etapa en desarrollo, según la Organización Internacional del Trabajo (OIT) su constitución demográfica refleja una proporción importante de la población joven en edad de trabajar (PET)

104.2 millones de jóvenes que además presentan algún grado de vulnerabilidad al desempleo juvenil, pues 6.7 millones de jóvenes están desempleados los cuales representan el 44% del total de desempleados en América Latina (OIT, 2010).

Los niveles de actividad económica se estancaron a finales de los 90's afectando al desempeño del mercado de trabajo y el proceso de inserción laboral de los jóvenes con tasas bajas de participación juvenil, un crecimiento de empleos informales o precarios y un cambio en la estructura de estos, en el que se redujo la participación de jóvenes en actividades agrícolas y manufactureras generando una mayor ocupación en el tercer sector, Schkolnik (2005) y Weller (2003).

Según Weller (2003), algunas problemáticas que se pueden generar en el proceso de inserción son:

1. Dudas sobre la pertinencia de la inversión en educación y capacitación, así como, en la perspectiva del crecimiento económico por los problemas de inserción.
2. Débil acumulación de experiencia la cual afecta negativamente en los ingresos futuros de los jóvenes.
3. Un desfase entre los perfiles de la educación y de la demanda laboral.
4. La inserción laboral temprana o tardía que está vinculada con evidentes niveles de deserción escolar, afectando a jóvenes de origen pobre con mucha probabilidad de transmitirlo generacionalmente.
5. Los jóvenes con inserción precaria son parte de la población de riesgo implicando problemas de adaptación y marginación social.
6. La expansión de sistemas educativos tiene un doble efecto, el primero se asocia con la mayor permanencia de jóvenes en el sistema escolar y el segundo con la reducción de la participación laboral limitando la competencia intrarregional.

Schkolnik (1997 y 2005), afirma que existen desajustes estructurales o desencuentro entre oferta y demanda; señalando que dentro de los factores de demanda se encuentran la exigencia creciente de altos niveles de escolaridad por parte de empleadores del sector formal, las contrataciones de las empresas orientadas a trabajadores con experiencia en algún rubro, generan la discriminación a los jóvenes aunque éstos tengan buenos niveles de escolaridad, la falta de elasticidad de las retribuciones, la dureza en la asignación de salarios mínimos y por último la inflexibilidad de contratación y jornadas laborales rigurosas que provocan permanencias temporales.

Entre los factores de oferta, se encuentra que el aumento del nivel educacional del joven supera las expectativas de éstos y se ubican muy por encima de lo que el mercado laboral ofrece; la tendencia a ser trabajador por cuenta propia también es un factor de oferta porque

garantiza flexibilidad de horario y mejores ingresos, otro factor es desempleo voluntario provocado por no tener presión, ni necesidades que orillen al joven a buscar trabajo; además, se consideran problemas los métodos de búsqueda de trabajo por la carencia de contactos institucionales y personales, para acceder al mismo.

2.1.3 SITUACIÓN DEL TRABAJO JUVENIL DECENTE EN MÉXICO EN EL CONTEXTO DE LA CRISIS ECONÓMICA

En mayo de 2010 el PREJAL (Promoción del Empleo Juvenil en América Latina) elaboró un informe sobre el empleo juvenil en México y el trabajo decente (TD) de los jóvenes. En este informe se nos muestra como el desarrollo centrado en las personas y no en los bienes supera las visiones economicistas y reduccionistas sobre ese proceso. Para lograr el desarrollo se requiere el buen funcionamiento de las instituciones formales y no formales. Las formales emanan de la ley, las no formales tienen vigencia cultural y reconocimiento social.

Para que una sociedad sea gobernable se requiere impulsar un modelo de desarrollo sustentado en las ventajas competitivas más que en las ventajas comparativas donde las instituciones socioeconómicas vinculadas al mercado laboral actúan como el vínculo entre la macroeconomía y la vida cotidiana de las personas.

El trabajo decente privilegia la perspectiva de la libertad y considera que los seres humanos, incluyendo a los jóvenes, si se les da la ocasión se comprometen activamente en la forja de su propio destino.

La OIT ha definido el trabajo decente como un trabajo productivo con remuneración justa, seguridad en el lugar de trabajo y protección social para el trabajador y su familia, mejores perspectivas para el desarrollo personal y social, libertad para que manifiesten sus preocupaciones, se organicen en la toma de decisiones que afectan a sus vidas, así como la igualdad de oportunidades y de trato para mujeres y hombres.

EL TD para los jóvenes requiere articular objetivos a corto, mediano y largo plazo y tomar en

consideración el ciclo de vida y la trayectoria personal. El itinerario personal no debería comenzar por un empleo o un trabajo, sino, que debería iniciarse con la educación, la formación o la acumulación de experiencias, laboral o empresarial, primeros tramos de una trayectoria de trabajo decente (OIT, 2015).

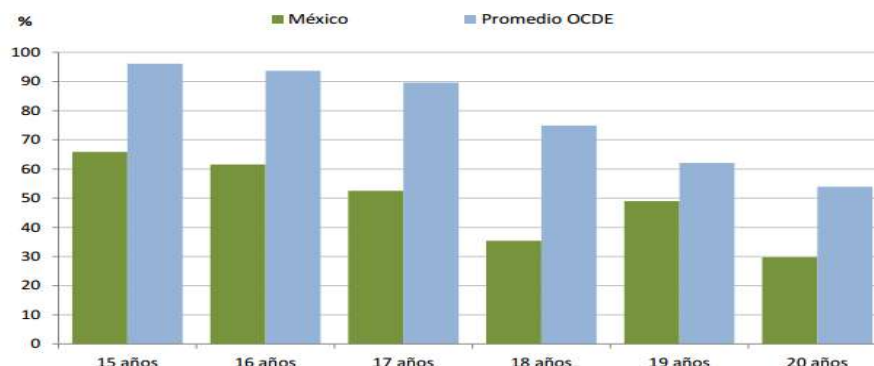
2.2 NIVEL ESCOLAR EN MÉXICO

En México, la cobertura educativa entre la población de 5 a 14 años es universal, como casi en todos los países de la OCDE. No obstante, el país tiene una de las menores proporciones de jóvenes de 15 a 19 años matriculados en educación (53%), a pesar de tener la población más grande de este rango de edad de su historia. Sólo Colombia (43%) y China (34%) tienen tasas de matriculación más bajas (OCDE, 2015).

Mientras que en México esta proporción aumentó en 11 puntos porcentuales desde 2000, sigue siendo más baja que el promedio de la OCDE de 84% y que la proporción observada en otros países de América Latina, como Argentina (73%), Brasil (78%) y Chile (76%) (OCDE, 2015).

Sin embargo, tanto la cobertura universal de 5 a 14 años como el incremento de 11 puntos porcentuales en la escolarización de los jóvenes de 15 a 19 años, son importantes si consideramos el tamaño de la población en estos rangos de edad en México que en conjunto supera los 30 millones. Esta cifra es comparativamente mayor a la población en este mismo rango de edad en la mayoría de los países de la OCDE.

Gráfica 1. Participación en educación de jóvenes de 15 a 20 años de edad, 2012



Fuente: Panorama de la educación OCDE 2014.

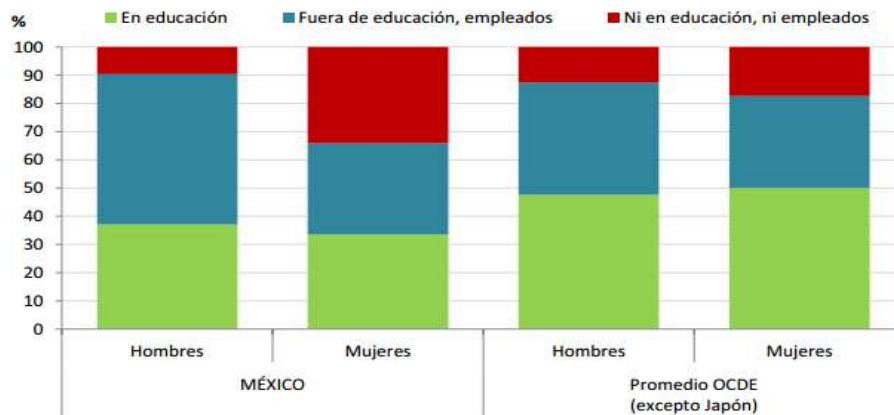
Los estudiantes en México tienden a abandonar la escuela prematuramente. El 62% de los jóvenes de 16 años están inscritos en educación media superior; el 35% de los jóvenes de 18 años cursan estudios (19% en educación media superior y 16% en educación superior), y únicamente el 30% de los jóvenes de 20 años están matriculados (6% en educación media superior y el 24% en educación superior).

En México, los jóvenes de 15 a 29 años pasarán en promedio 6.4 años en actividades laborales y 5.3 años en educación y formación: un año más en el trabajo que el promedio de la OCDE (5.4 años) y dos años menos en educación (el promedio de la OCDE es de 7.3 años). Existe un gran riesgo de que estos se desvinculen tanto de la educación como del mercado laboral. Aun cuando la proporción de jóvenes de entre 15 y 29 años que no cursan estudios ha disminuido en comparación con el año anterior, cerca del 65% de la población de este rango de edad en México no participó en la educación en 2012 (66% en 2011), y el 22% no trabajaban ni estaban inscritos en algún tipo de educación o formación (23% en 2011). Con base en las tendencias actuales, se estima que los mexicanos de 15 a 29 años de edad pasarán 3.3 años sin estar empleados ni en educación o formación (el promedio de la OCDE es de 2.3 años) (OCDE, 2015).

La proporción de jóvenes adultos que no tienen empleo ni están matriculados en educación o formación es igual o mayor a 20% en Chile (22.3%), Irlanda (21.1%), Italia (24.6%), México (22%), España (25.8%), Turquía (29.2%) y Brasil (20%). Sin embargo, a diferencia de otros países de la OCDE, y pese a que se observó una disminución de 2.9 puntos porcentuales en esta población por primera vez en los últimos años, la proporción de jóvenes adultos mexicanos de este grupo se ha mantenido por arriba del 20% durante más de una década (24.6% en 2000, 24.9% en 2005 y 22% en 2012) (OCDE, 2015).

En México, la proporción de este grupo de jóvenes aumenta con la edad: 17% de la población de 15 a 19 años, 23.6% de la de 20 a 24 años, y 27.1% de la de 25 a 29 años. Sin embargo, al igual que en la mayoría de los países, la proporción de jóvenes de 15 a 29 años en esta situación disminuye con el nivel de escolarización. Mientras más alto es el nivel educativo, más baja es la proporción de jóvenes que no tienen empleo y no están matriculados en educación o formación: en México, la cifra es de 24.9% para los jóvenes adultos con estudios por debajo de educación media superior, 16.9% para aquellos con educación media superior, y 14.8% para aquellos con educación superior (OCDE, 2015).

Gráfica 2: Porcentaje de jóvenes entre 15 y 29 años en educación y fuera de la educación, empleados y no empleados, por género.



Fuente: Panorama de la educación OCDE 2014.

En México, alrededor de 1 de cada 10 hombres jóvenes no tienen empleo ni se encuentran estudiando; en cuanto a las mujeres jóvenes, la proporción es de 3 de cada 10. Aun cuando esta diferencia de género se observa en otros países, es mucho mayor en México. Estudios basados en la Encuesta Nacional de la Juventud (2010) señalan que la mayoría de las mujeres jóvenes que no trabajan, no estudian ni cursan algún tipo de formación son amas de casa, lo cual sugiere que la brecha de género puede vincularse en gran medida con aspectos culturales, como matrimonios y embarazos a temprana edad.

Situación escolar de los jóvenes de 15 a 29 años en México

La proporción de jóvenes mexicanos que no trabajan ni estudian tiene repercusiones considerables en la disponibilidad y calidad de capital humano del país. La mayoría de los mexicanos tienen un nivel educativo bajo (63% poseen un nivel de estudios por debajo de la educación media superior); la proporción de adultos que han alcanzado al menos la educación media superior (37%) es una de las menores en los países de la OCDE (sólo en Turquía la proporción es menor: 34%) y se encuentra considerablemente por debajo del promedio de la OCDE de 75% (OCDE, 2015).

No obstante, hay señales alentadoras. Entre 2000 y 2012 la proporción de adultos con niveles educativos más altos ha aumentado 5 puntos porcentuales en el nivel medio superior y 3 puntos porcentuales en el superior.

2.2.1 NIVELES EDUCATIVOS Y RESULTADOS EN EL MERCADO LABORAL EN MÉXICO

Las tasas de empleo en México tienden a estar por encima del promedio de la OCDE para personas con un nivel educativo por debajo de la enseñanza media superior (64% en México, en comparación con el promedio de la OCDE de 55%), y por debajo del promedio de la OCDE

para personas con niveles más altos. Por ejemplo, en México el 72% de las personas con educación media superior tienen empleo, en comparación con el promedio de la OCDE de 74%; y el 80% de las personas con educación superior están empleadas, en comparación con el promedio de la OCDE de 83% (OCDE, 2015).

En México, las tasas de empleo entre las mujeres son sustancialmente más bajas que entre los hombres, sobre todo en niveles educativos bajos. El 44% de las mujeres mexicanas con educación por debajo de la media superior tienen empleo, en comparación con el 88% de hombres con ese mismo nivel educativo; el 56% de las mujeres con educación media superior tienen empleo, en comparación con el 91% de los hombres; en cuanto a quienes cuentan con educación superior, el 72% de las mujeres tienen empleo, en comparación con el 88% de los hombres (OIT, 2015).

En 2012, Corea y México fueron los únicos países que mostraron tasas de desempleo más altas entre los adultos con educación superior (2.9% y 4.6%, respectivamente) que entre los adultos sin educación media superior (2.6% y 3.5%, respectivamente). En México, la diferencia es aún más marcada entre los adultos jóvenes (de 25 a 34 años): el 6.7% de los graduados de educación superior y el 4.5% de los jóvenes adultos con educación por debajo de la enseñanza media superior están desempleados (OIT, 2015).

A pesar de que los adultos mexicanos jóvenes han alcanzado niveles de educación más altos, los datos indican que son más vulnerables al desempleo. Alrededor de 5.6% de las personas de 25 a 34 años de edad con educación media superior están desempleados en comparación con 3.2% de las personas de entre 35 y 44 años con el mismo nivel educativo. Por su parte, el 6.7% de las personas de 25 a 34 años que cuentan con educación superior están desempleadas, en comparación con el 3.3% de aquellas de entre 35 y 44 años que tienen ese nivel educativo.

2.3 EMPRENDIMIENTO

El emprendimiento no tiene una definición aceptada por todas las ciencias, porque no se ha llegado a un acuerdo entre los estudios y los investigadores; se debe tener en cuenta que la

innovación como causa del desarrollo es un elemento determinado de los emprendedores Schumpeter (1950) al igual que la creatividad y el desarrollo del pensamiento lateral hoy en día estudiada por Edward de Bono (1991) mostrando un método práctico en la enseñanza y que piensa debería constituir una actitud habitual, pero el ser emprendedor es mucho más que ser creativo porque crea su propio estilo, ve las cosas de forma diferente, donde todo el mundo ve problemas él ve las soluciones (Pereira, 2007).

Para entender el tema del emprendimiento es necesario llegar a sus raíces, por esta razón se dice que es un término que proviene del francés *entrepreneur* (pionero) fue introducido por primera vez en la literatura económica a inicios del siglo XVIII por el economista francés Richard Cantillon (1755), quien definió al *entrepreneur* como el “agente que compra los medios de producción a ciertos precios y los combina en forma ordenada para obtener de allí un nuevo producto” Cantillon (1734 p: 64). Posteriormente el economista francés Jean Baptiste Say (1852), hizo un aporte a la definición de Cantillon; Say (1852) afirmó que el “*entrepreneur*” es un individuo líder, previsor, tomador de riesgos y evaluador de proyectos y que moviliza recursos desde una zona de bajo rendimiento a una de alta productividad. También expresa que Say (1852) rescata el hecho de que el éxito emprendedor no sólo es importante para un individuo, sino también para toda la sociedad; y que este autor afirma que un país dotado principalmente de comerciantes, industriales y agricultores será más próspero que uno en el que principalmente halla individuos dedicados al arte o a la ciencia.

El emprendimiento implica la acción de iniciar sea una obra, gestión, negocio, circunstancia que implica el asumir un riesgo considerando que es un proceso nuevo y que como agente emprendedor se deben afrontar nuevas circunstancias y retos que ante la naturaleza humana generan incertidumbre. Es el factor de la incertidumbre el que genera el reto, de generar procesos nuevos y materializarlos en productos o servicios, que satisfagan una necesidad o requerimiento.

Uno de los temas relevantes del emprendimiento es que se requieren insumos para su materialización, hecho que es sumamente positivo para la economía dado que dinamiza el intercambio, potencia la producción, el consumo y el empleo a más de generar impulsos en

las recaudaciones tributarias de los Estados, recursos que son retribuidos a los habitantes mediante inversión y servicios estatales. (Poncio, 2010)

El emprendimiento es una actividad que aporta a superar las crisis económicas, dado que potencia la actividad económica, promueve el intercambio y requiere de mano de obra. Es de considerar que un emprendimiento se desarrolla bajo un estudio de mercado, determinando la existencia de una necesidad y creando un bien o servicio satisfactor de la demanda, se establece un análisis costo beneficio y se pone en práctica el emprendimiento, circunstancia desacelera la contracción.

Es relevante destacar que el emprendimiento implica un autoempleo, el emprendedor genera una actividad económica que lo extrae del desempleo, incorporando en la actividad económica a otros agentes demandantes de mano de obra y recursos que potencien el auge económico. es decir que está relacionado con el estado y el emprendimiento.

El fenómeno emprendedor contribuye de forma muy significativa al crecimiento económico en general, y en particular, al desarrollo regional, mediante la creación de nuevas empresas (Baumol, 2004). La creación y puesta en marcha de nuevas empresas y negocios contribuye a la generación de innovación, al rejuvenecimiento del tejido productivo y a la creación de nuevos puestos de trabajo, a través de la difusión y explotación de conocimiento (Audretsch, 1995; Acs & Plummer, 2005).

Actualmente, una importante línea académica en el ámbito de la creación de empresas defiende que lo más significativo en este campo no está en identificar aquellas personas que quieren ser emprendedores, sino en la búsqueda de la conexión entre éstas y las oportunidades empresariales valiosas (Shane y Venkataraman, 2000; Venkataraman, 1997). Por tanto, la identificación y la selección de oportunidades correctas para la creación de nuevos negocios es casi la más importante habilidad de un emprendedor con éxito. De esta manera, la explicación del descubrimiento y su desarrollo es una parte fundamental del proceso emprendedor debiendo las investigaciones dar respuesta a las siguientes cuestiones (Shane y Venkataraman, 2000): ¿Por qué?, ¿Cuándo y cómo nacen las oportunidades para crear bienes

y servicios?, ¿Por qué?, ¿Cuándo y cómo ciertas personas y no otras descubren y explotan estas oportunidades?, ¿Por qué?, ¿Cuándo y cómo se usan distintos modos de acción para explotar las oportunidades?

En términos generales, las oportunidades emprendedoras son situaciones en las cuales nuevos productos, servicios, materiales y métodos de organización pueden ser introducidos en el mercado para crear un valor superior (Casson, 1982). Las oportunidades pueden surgir en el momento que se crea nueva información, se explotan ineficiencias de mercado derivadas de la asimetría de la información, se genera una reacción ante el alza de los costes relativos o se descubren beneficios de usos alternativos para los recursos.

Aunque es posible que existan oportunidades susceptibles de proporcionar beneficios, un individuo sólo puede ganarlo si reconoce que la oportunidad existe y tiene valor. Y para ello, debe tener la información previa necesaria y las propiedades cognitivas que permitan su valoración (Shane & Venkataraman, 2000). Esto significa, que, aunque las oportunidades existan, sólo unos pocos individuos serán capaces de identificarlas.

2.3.1 ECOSISTEMA EMPRENDEDOR

El desarrollo de nuevas empresas requiere no solo de una buena idea sino ser capaces de convertir esa idea en un concepto que logre satisfacer la necesidad concreta de un mercado, de encontrar nuevas formas de resolver esas necesidades o bien atender necesidades sin resolver. Si una nueva idea se puede transformar en concepto puede atender una necesidad y existe un mercado dispuesto a pagar por ella, se puede encontrar una oportunidad para construir un modelo de negocio.

Entonces para que este modelo de negocio fructifique se necesitan distintos factores como: oportunidades de mercado, tecnología, sentido de negocio de un emprendedor, infraestructura, capital, etc. Así mismo se requiere entonces de un proceso de aprendizaje tecnológico y organizacional que permita explotar las oportunidades desde el punto de vista tecnológico y

comercial.

Estos distintos factores, muchas veces se mueven por estímulos aparentemente divergentes, lo que no permite la colaboración y el trabajo en equipo. Sin embargo, cuando se encuentra una vía para hacer coincidir el interés de todos, se pueden lograr grandes acuerdos en los que todos obtengan el beneficio que buscan ya demás ayuden a los demás a obtener lo que cada uno busca. Se necesita una especie de “traductor” que logre el diálogo entre actores con una formación distinta: gente de negocios, gente de ciencia, empresas que buscan rentabilidad, organismos de apoyo, instituciones académicas, instancias de gobierno, ONG’s, etc.

En el ecosistema conviven todos con un objetivo común que es: resolver necesidades de mercado a través del desarrollo tecnológico con un modelo de negocio que sea capaz de escalarse y convertirse en un motor de generación de riqueza para todos los participantes y al mismo tiempo sea un factor de desarrollo de desarrollo en sus regiones. Ahí es donde el objetivo se vuelve común.

El ecosistema de emprendimiento atiende el carácter sistémico y multidimensional que requiere el desarrollo de nuevas unidades económicas. De su trabajo eficaz dependerá la creación del encadenamiento productivo de sus miembros, logrando redes de cooperación y de colaboración entre personas e instituciones que provoquen la creación de nuevas unidades económicas y nuevas cadenas de valor generadoras de desarrollo en sus regiones.

Quienes forman parte de ese ecosistema:

1. Empresas que forman parte de una cadena de valor y tienen necesidades no cubiertas los mercados que atienden o bien con requerimientos de bienes y servicios que les pueden ayudar a mejorar su propuesta de valor actual.
2. Sociedad creciente en número y en sofisticación que demanda bienes y servicios que las empresas y sus respectivas cadenas de valor no atienden todavía o que su respuesta actual no se ajusta completamente a sus deseos.

3. Emprendedores. Individuos insatisfechos con la capacidad de transformar su realidad y con talento que los hace resolver los problemas en cuestión sumando voluntades y recursos de otras personas a través de un modelo de negocio en el que todos pueden resultar beneficiados.
4. Tecnólogos. Inventores, científicos, ingenieros, etc. que desarrollan tecnología o que desarrollan instrumentos que resuelven necesidades de la sociedad en las distintas áreas del conocimiento.
5. Universidades. Contribuyen a la generación de cultura emprendedora y dan formación de base a los futuros emprendedores o a los tecnólogos que egresan de sus facultades. En algunos casos pueden desarrollar trabajos multidisciplinarios que amplían la formación académica y permite la comprensión de los problemas desde distintas perspectivas.
6. Centros de Investigación. Generadores de conocimiento y de soluciones y propuestas para resolver las grandes problemáticas del hombre en todos los campos del conocimiento.
7. Instancias de Gobierno. Existen diversas instancias de carácter público auspiciadas por los distintos órdenes de gobierno que tienen la misión de apoyar la generación de riqueza y la generación de conocimiento. En México, Secretaría de Economía, Conacyt, Nafin, Las Secretarías de Desarrollo Económico de los Estados, etc.
8. Organismos Privados de Apoyo. Incubadoras de negocios, aceleradoras de negocios, grupos de emprendedores, Asociaciones de emprendedores, etc, y todas aquellas instituciones que tienen la misión de atender a los emprendedores en sus distintas vertientes y facetas.
9. Capital Emprendedor. Fondos de capital privado que atienden los requerimientos de capital de los emprendedores desde sus etapas de desarrollo del concepto, la puesta en marcha, sus etapas iniciales y su desarrollo.

10. Medios de Comunicación. Que contribuyan a difundir casos de éxito que sean una ventana para que emprendedores en etapas tempranas vean que si es posible, que si se puede ser un emprendedor exitoso.

Todos ellos buscan que se desarrollen emprendedores y sus empresas (en genérico unidades económicas, porque pueden ser organizaciones sin fines de lucro) se conviertan en modelos de negocio escalables y generadores de desarrollo porque en su éxito tienen fundamentada su razón de ser, sus indicadores y en última instancia su modelo de negocio.

Todos los participantes de un Ecosistema de Emprendimiento están organizados por relaciones de confianza mutua; en algunos casos esas relaciones están fundamentadas formalmente a través de contratos o acuerdos económicos, pero en muchos casos se trata de relaciones informales fundamentadas exclusivamente en la confianza y en el beneficio mutuo.

México no se distingue por la colaboración y el trabajo en equipo de sus instituciones, tal vez esta sea una gran oportunidad no solo para el crecimiento económico, sino también para transformar la cultura de México.

2.3.2 CARACTERÍSTICA DE LOS EMPRENDEDORES

De acuerdo con Alcaraz (2011), el emprendedor es una persona con características muy particulares, entre ellas:

- Compromiso total, determinación.
- Capacidad para alcanzar metas.
- Orientación a las metas y oportunidades.
- Iniciativa y responsabilidad.
- Persistencia en la solución de problemas.
- Realismo.
- Autoconfianza.

- Altos niveles de energía.
- Busca la realimentación.
- Control interno alto.
- Toma de riesgos calculados.
- Baja necesidad de status y poder.
- Integridad y confiabilidad.
- Tolerancia al cambio.
- El emprendedor posee características que le facilitan no solo emprender, sino también hacerlo con éxito. Entre ellas, algunas de las más mencionadas son:
 - Creatividad e innovación.
 - Confianza en el mismo.
 - Perseverancia.
 - Capacidad para manejar problemas.
 - Aceptación del riesgo.

Muchos estudiosos del tema coinciden en que los emprendedores poseen una serie de características que los distinguen del resto de los individuos. En el siguiente cuadro que se muestra a continuación se aprecia con claridad cuáles son:

Tabla 2. Características de los emprendedores

1. Factores motivacionales	<ul style="list-style-type: none"> • Necesidad de logro • Necesidad de reconocimiento • Necesidad de desarrollo personal • Percepción del beneficio económico • Baja necesidad de poder y status
----------------------------	---

	<ul style="list-style-type: none"> • Necesidad de independencia • Necesidad de afiliación o ayuda a los demás • Necesidad de escape, refugio o subsistencia.
2. Características personales	<ul style="list-style-type: none"> • Iniciativa personal • Capacidad de decisión • Aceptación de riesgos moderados • Orientación hacia la oportunidad • Estabilidad emocional • Orientación hacia metas específicas • Locus de control interno (atribuye a el mismo sus éxitos o fracasos) • Tolerancia a la incertidumbre • Es receptivo en sus relaciones sociales • Posee sentido del tiempo es valioso • Honestidad/integridad y confianza • Perseverancia/constancia • Responsabilidad personal • Es individualista • Es optimista
3. Características físicas	<ul style="list-style-type: none"> • Energía • Trabaja con ahínco
4. Características intelectuales	<ul style="list-style-type: none"> • Versatilidad/flexibilidad • Creatividad/imaginación/innovación • Búsqueda de la verdad e información • Planificación

	<p>y seguimiento sistemático de resultados.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Capacidad para analizar el ambiente (reflexión) • Visión comprensiva de los problemas • Planificación con límites de tiempo
5. Competencias generales	<ul style="list-style-type: none"> • Liderazgo • Orientación al cliente • Capacidad para conseguir recursos • Gerente, administrador de recursos • Patrón de factores de producción • Exige eficiencia y calidad • Dirección y gestión de empresas • Red de contacto • Comunicación

Fuente: Elaboración propia con base en Alcaraz (2011).

2.3.2.1 TIPO DE EMPRENDEDORES

Después de conocer las características que tienen los emprendedores es importante saber cuáles son los diferentes tipos de emprendedores y su definición, por lo que Alcaraz (2011) divide a los emprendedores en 5 tipos de personalidades:

- El emprendedor administrativo: hace uso de la investigación y del desarrollo para generar nuevas y mejores formas para hacer las cosas.
- El emprendedor oportunista: busca constantemente las oportunidades y se mantiene alerta ante las posibilidades que le rodean.
- El emprendedor adquisitivo: Se mantiene en continua innovación, la cual le permite

crecer y mejorar lo que hace.

- El emprendedor incubador: en su afán por crecer y buscar oportunidades y por preferir la autonomía, crea unidades independientes que al final se convierten en negocios nuevos, incluso a partir de alguno ya existente.
- El emprendedor imitador: Genera sus procesos de innovación partir de elementos Básicos ya existentes, mediante la mejora de ellos.
- Es importante mencionar que después de las definiciones dadas de emprendedores se considera que soy un emprendedor administrativo.
- Existen otras formas de clasificar a los emprendedores:
- Según la razón por la que emprenden:
 1. Por aprovechar una oportunidad, es decir, porque encontraron una necesidad insatisfecha o un nicho de mercado desatendido, o porque tienen una buena idea y desean desarrollarla por el gusto de verla hecha realidad.
 2. Por necesidad o porque el emprendedor se encuentra en una situación desfavorable, es el caso si está desempleado, ya sea porque acaba de ser despedido o porque ha decidido independizarse y requiere procurarse algún ingreso económico.
- Según el tipo de empresa que desarrollan:
 1. El emprendedor social busca, a través de su creatividad, entusiasmo y trabajo, producir un cambio social en beneficio de un sector de la población, en general lo hace sin tener fines de lucro.
 2. El emprendedor que busca destacar en cierta área y ser modelo para otros; por ejemplo, en las artes y el deporte.

3. Si el individuo emprende dentro de una empresa que no es la suya se le llama emprendedor interno y si lo hace en su propio negocio con fines de lucro es un emprendedor externo, puede comenzar desde cero, adquirir una empresa ya existente o comprar una franquicia, fabricar productos, ofrecer servicios o solo comercializar de forma diferente a al tradicional de un producto ya existente.
4. La Revista española Emprendedores publicó en agosto de 2009 el artículo “Los ocho tipos de emprendedores”, un escrito basado en el estudio de la consultora “*People Excellence*”, el cual combina tres factores: las cualidades necesarias para emprender con éxito; las motivaciones para iniciar un negocio y la solución que se da una vez detectada la oportunidad. Isabel García, autora del artículo, indica que los tipos de emprendedores se basan en cómo responden a las circunstancias, ya que no es lo mismo satisfacer una necesidad actual que potenciar una existente. De la misma manera se desarrollan emprendedores por azar, y otras veces el emprendedor necesitará de mucho análisis y desarrollo. Estas son las características de cada categoría identificadas con un personaje.

a) Howard Hughes, el visionario

Este emprendedor puede realizar diferentes tareas y hacerlas todas correctamente. Hughes construyó su primera emisora de radio con ocho años de edad y a los 12 su primera bicicleta motorizada. También fue aviador, industrial, inventor, es decir, multiemprendedor que siempre está buscando en dónde hacer negocios. Este tipo de emprendedores son muy arriesgados y versátiles en cualquier entorno. Son comunicativos y persuasivos en sus actividades, entre otras características los califican como vocacionales y pasionales lo que les permite no tener temor al riesgo. En cuanto a sus debilidades esta la falta de constancia, pues tienden a abrir muchas puertas, pero no cierran ninguna.

b) Robinson Crusoe

Emprenden por necesidad o porque no están satisfechos con su situación profesional o económica y deciden buscar nuevas alternativas. Este tipo de emprendedores son muy cautelosos cuando tienen que enfrentar al riesgo por lo que suelen tomar proyectos pequeños. Explotan al máximo su desempeño intelectual desarrollando agudamente su olfato para las oportunidades. Además, son constantes y tenaces lo que los lleva a encontrar mejores maneras de subsistir. Tienen muy identificado el valor del esfuerzo individual y el papel del trabajo en el desarrollo humano y económico. Entre sus debilidades; piensan que la actividad emprendedora los elige a ellos, por lo que les toma tiempo desarrollar el emprendimiento. De igual manera les afecta fácilmente la primera caída económica que se les pueda presentar.

c) El Tío Rico, el empresario inversionista

Este personaje busca la rentabilidad, ante todo, tienen una visión excepcional para salir indemne de todas las crisis. Estos emprendedores tienen un capital y deciden crear una compañía o comprar una para luego venderla. Por eso son como Tío Rico, siempre están contando sus monedas, siempre acumulando el dinero. Como su búsqueda constante de la rentabilidad es tan alta, esto ocasiona que presenten miedo al riesgo lo que los lleva a desistir de grandes proyectos, ya que la sola búsqueda de hacer dinero rara vez estimula lo suficiente como para seguir creyendo en un negocio una vez que se hallan obstáculos.

d) Sherlock Holmes, el rastreador de nuevas oportunidades

El emprendedor con una lupa en mano, como si fuese Sherlock Holmes, se dedica a analizar el mercado en busca de necesidades. Posee una mente analítica que le permite percibir los mínimos detalles para realizar las cosas de manera práctica y por lo general su instinto bien desarrollado le permite obtener conclusiones insospechadas. Estos emprendedores son muy inquietos llevándolos a experimentar en varios campos y disciplinas. Una de sus debilidades es la tendencia al exceso de análisis, esta característica

disminuye el don de gente volviéndolos fríos y menos comunicativos.

e) Forrest Gump, el emprendedor por azar

En la película Forrest Gump, este personaje se limpia el rostro lleno de barro con una toalla, y aparece el símbolo de los famosos “Smile”, y hace mucho dinero con esta idea. Este es el emprendedor por casualidad o por accidente quien tiene una clara visión del mercado y lo adapta fácilmente a los cambios que este pueda presentar. En los mercados con un alto grado de ineficiencias se presenta el emprendedor por azar quien lanza un producto por casualidad y los exitosos son inesperados. Su debilidad es tener un bajo nivel de decisión para arrancar el proceso, por eso, les falta involucramiento y mucha pasión de emprendimiento.

f) Preston Tucker, el especialista

Estos emprendedores tienen un perfil muy técnico y especialista como el famoso Tucker, empresario y diseñador de automóviles, quien trabajó toda su vida en empresas de automoción hasta desarrollar los conocimientos suficientes para hacer realidad el sueño de crear su propio auto. Su capacidad visual le permite determinar y conocer el origen del error y encontrar la forma de solucionarlo a través de hacer algo diferente. Son individualistas y como son especialistas se enfocan en una sola área y descuidan el buen funcionamiento de otros departamentos de su empresa.

g) Ernest Shackleton, el empresario persuasivo

Este emprendedor tiene una gran capacidad de influencia sobre las personas. Es capaz de convencer a todos sus colaboradores y llevarlos hacia un mismo objetivo. Por ejemplo, el explorador Shackleton, quien reunió a 28 expedicionarios a una aventura y les advirtió de que no garantizaba el regreso con vida de ninguno de los integrantes del este grupo. Se caracterizan por tener pequeñas empresas especializadas en un solo sector. Tienen una fe

inquebrantable en sí mismos y en su proyecto, son perseverantes, no se desmotivan fácilmente lo que les permite llegar sin dificultad a las personas. Su personalidad puede influenciar en sus seguidores a que sigan al líder y dejen a un lado el verdadero objetivo organizacional.

h) Erin Brockovich, el empresario intuitivo

La intuición es la característica de este tipo de emprendedor. En este caso la abogada Erin Brockovich tuvo la capacidad de jugar su última carta porque su aguda intuición le decía que esa era la mejor decisión cuando se enfrentó a una de las principales empresas energéticas para defender a los ciudadanos. Tiene gran personalidad y es persistente en sus decisiones. Poseen una gran empatía, capacidad de escucha y son muy apasionados con el emprendimiento. Un aspecto negativo es el exceso de esta pasión, la cual puede generar desconfianza entre sus colaboradores al no poder explicar claramente la razón de sus decisiones.

En conclusión y acorde con García, existen diferentes tipos de emprendedores que se caracterizan por cómo reaccionan frente a una situación. Sin embargo, lo que les lleva a tomar buenas o malas decisiones es el conjunto de habilidades o competencias del emprendedor que se detallarán a continuación en esta investigación.

2.3.3 EL PERFIL DEL EMPRENDEDOR SEGÚN EL MONITOR GLOBAL DE EMPRENDIMIENTO (GEM)

2.3.3.1 ¿QUÉ ES Y CÓMO FUNCIONA EL GEM?

El Monitor Global de Emprendimiento (GEM) es la más importante investigación en el mundo sobre la relación entre emprendimiento y desarrollo económico local. Durante la última década, el GEM ha sido la única fuente de datos comparables entre países sobre actitudes,

actividades y aspiraciones de los individuos y la sociedad frente a negocios nacientes. Esta iniciativa partió, en 1999, como una asociación entre London Business School (Inglaterra) y Babson College (Estados Unidos), dos de las mejores Escuelas de Negocios del mundo, pioneras en el impulso del concepto de emprendimiento a escala académica.

En 2005, estas escuelas decidieron establecer un consorcio, que actúa como una organización independiente sin fines de lucro, llamada *Global Entrepreneurship Research Association*, que supervisa las operaciones de GEM en todos los países donde se realiza y, además, es propietaria de la marca. El estudio se aplicó inicialmente hace 11 años, en 10 países; en el año 2000 se amplió a 21 y, en 2010, llegó a 59.

Cada país participante del GEM acuerda con que el emprendimiento es clave en el desarrollo económico de cada nación, dado que los emprendedores dan forma a la innovación, aceleran los cambios económicos, introducen nuevas competencias contribuyendo a la productividad. Sin embargo, esta contribución siempre va a variar dependiendo de la fase de desarrollo en la que se encuentra la economía de cada país. Consecuentemente, el GEM ha establecido la distinción de las economías acuerdo con la definición del Índice Global de Competitividad del Foro Económico Mundial sobre Competitividad.

- A) Economías basadas en factores productivos: Son países con bajos niveles de desarrollo, cuyas economías gravitan alrededor de industrias extractivas. Suelen tener un gran sector agrícola, que proporciona medios de subsistencia para la mayoría de la población, que, en buena proporción, vive en el campo. El exceso de oferta de mano de obra alimenta el emprendimiento de subsistencia.
- B) Economías basadas en la eficiencia: Tienen mayor industrialización y volumen de producción y buscan productividad a través de economías de escala. Por lo general, estructuran instituciones económicas y financieras emergentes para favorecer a las grandes empresas nacionales. Como la productividad económica creciente contribuye a la formación de capital financiero, también se abren nichos en las cadenas de suministro industrial y se crean oportunidades para el desarrollo de pequeñas y medianas empresas, principalmente,

en el sector manufacturero.

- C) Economías basadas en la innovación: Son economías desarrolladas, con énfasis en la actividad industrial y un creciente sector de servicios, que atiende las necesidades de una población cada vez más próspera. Se muestra un importante desarrollo en las áreas de investigación y el conocimiento es la principal oferta de valor. Este entorno facilita la actividad emprendedora de perfil innovador, que busca oportunidades en el mercado.

Dadas las diferentes conceptualizaciones de lo que es el emprendimiento por parte de la historia, artículos, políticas, declaraciones y más, el GEM tiene una visión amplia del emprendimiento, conoce las multifacetas del emprendedor y se focaliza en el rol que juegan los individuos dentro del proceso. A diferencia de la mayoría de los otros monitores o índices, que miden el número de empresas nuevas y pequeñas, el GEM estudia el comportamiento de los individuos respecto de iniciar y gestionar sus propios negocios. En consecuencia, reconoce tres principales componentes en el proceso: actitudes, actividades y aspiraciones.

Las actitudes emprendedoras son las reacciones emotivas del individuo respecto de la actividad emprendedora. Estas se miden determinando el grado en que las personas consideran que existen buenas oportunidades para iniciar un negocio, el estatus que la sociedad asigna al emprendedor y el nivel de riesgo que se asocia a la posibilidad de iniciar un negocio. Las actitudes son importantes porque expresan los sentimientos generales de una población hacia los emprendedores y el emprendimiento. Esto quiere decir que, si las personas conocen a otra que ha iniciado un emprendimiento, entonces pueden ser más propensos a realizar creer y crear una empresa en el futuro. De esta manera el GEM afirma que si la actitud nacional al emprendimiento es positiva el resultado será el apoyo cultural, ayuda financiera y redes de contacto para los que ya son emprendedores y los que desean serlo. Por lo tanto, existirán más emprendedores e individuos que deseen participar del ecosistema emprendedor, para lo cual se deberán satisfacer las demandas de este grupo social y es aquí donde el Estado puede

intervenir mínimamente como lo indica la teoría capitalista.

La actividad emprendedora, en cambio, es el grado en que las personas de una localidad se involucran con actividades económicas, tanto en la creación de nuevos negocios como en el cierre de otros. En las actividades emprendedoras nacientes, se pueden distinguir distintos elementos: sector de la industria, tamaño del equipo fundador, estatus jurídico, demografía de los fundadores: genero, edad o educación. Retomando el concepto de que la actividad emprendedora es un proceso, más que un evento, por lo que el GEM mide los emprendimientos nacientes, el desarrollo de los mismos y la continuidad de las empresas en los meses posteriores.

Las aspiraciones emprendedoras, por su parte, reflejan la naturaleza cualitativa de la actividad emprendedora, es decir que esta característica es lo que permite que el emprendedor investigue el tipo de productos para introducirlos al mercado, mejores procesos productivos, la incursión de mercados externos, formas de financiamiento y el crecimiento de su emprendimiento. La combinación de estas variables permite generar el indicador insignia del GEM, conocido como Índice de Actividad Emprendedora Temprana (TEA, siglas en inglés), que se ha convertido en un referente mundial del dinamismo del emprendimiento en los países.

2.3.4 LA FORMACIÓN DE EMPRENDEDORES EN LAS INSTITUCIONES DE EDUCACIÓN SUPERIOR DE MÉXICO

En este apartado se hace referencia a las principales instituciones de educación superior en el país que han incorporado programas de emprendedores en sus planes y programas de estudios con gran éxito. En este sentido, aquí se expone una breve síntesis de los programas de emprendedores que actualmente están desarrollando cada una de estas instituciones, mismas que comparten el objetivo de promover y fomentar en los alumnos una actitud y una cultura emprendedora, que coadyuve a la generación de nuevas empresas y empleos tan necesarios en estos tiempos en que la economía nacional e internacional se encuentra contraída.

2.3.4.1 DESCRIPCIÓN DE PLANES Y PROGRAMAS DE EMPRENDEDORES EN INSTITUCIONES DE EDUCACIÓN SUPERIOR DE MÉXICO.

Las condiciones y exigencias del mercado actual demandan empresarios mejor preparados. Si bien es cierto que un grado académico no es garantía para desarrollar exitosamente un negocio, no obstante, es una realidad que tienen mayores ventajas quienes hoy conocen la información que necesitan y saben cómo aplicarla.

Este hecho explica la nueva ola de emprendedores que egresan de las universidades o que se preparan mediante programas de educación continua. A ellos, el soporte académico les permite incorporar diversos elementos para ajustarse al entorno actual que es mucho más competitivo.

Instalar una empresa hoy es más difícil que hace 20 años, ya que hubo una transformación de una economía cerrada a una abierta, con un mayor número de competidores. Abrir un negocio se convierte en una tarea a la que hay que incorporar una serie de variables para lograr el éxito.

Partiendo de reconocer esta realidad, algunas de la más importantes instituciones de educación superior en el país, han incluido con gran éxito en sus planes de .estudios de manera optativa y en ciertos casos obligatorios, programas de desarrollo de emprendedores, tal es el caso de la Universidad Nacional Autónoma de México (UNAM); el Instituto Politécnico Nacional (IPN), el Instituto Tecnológico de Estudios Superiores Monterrey (ÍTEMS); y el Instituto Tecnológico Autónomo de México (ITAM), quienes cuentan con programas de desarrollo y fomento empresarial.

Estas instituciones educativas coinciden en el objetivo de promover que sus egresados puedan convertirse en creadores de empresas con bases teóricas y metodológicas firmes. Al respecto, a continuación, se presenta un resumen de las principales características de los programas de emprendedores que las instituciones antes mencionadas están implementando actualmente:

1) UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA DE MÉXICO, UNAM

a) Antecedentes

En la Facultad de Contaduría y Administración de la UNAM, el programa de desarrollo empresarial fue instalado informalmente desde 1969, como opción de titulación. Los alumnos desarrollaban un proyecto que se llamaba gestión de empresas; posteriormente el programa abarcó materias de la licenciatura de administración de empresas.

Como Programa Emprendedores, la Facultad de Contaduría y Administración de UNAM lo retomó en 1985. Para 1993 incorporó más materias y cinco años después reformó el plan de estudios para incluir ocho asignaturas, algunas obligatorias y otras optativas; todas con la finalidad de fomentar el desarrollo de empresarios.

b) Objetivo

El objetivo del Programa de Emprendedores de la UNAM es formar universitarios con espíritu emprendedor, creativos, responsables, líderes, honestos, capaces de crear y desarrollar empresas a través de un Programa que les permite vivir experiencias reales de una organización bajo un contexto académico que abarca las siguientes actividades: Expo-feria empresarial, Revista emprendedores, Cursos extracurriculares, Convocatorias bimestrales, Presentación a inversionistas, Misiones comerciales, Asesoría para creación de empresas, Empresas premiadas, Asociación de empresarios y Vinculación con universidades, empresas y medios de comunicación.

c) Plan de Estudios UNAM

La Facultad de Contaduría y Administración de la UNAM cuenta con un plan de estudios donde a partir del tercer semestre y hasta el noveno se llevan materias que van enfocadas a la

creación de empresas y desarrollo de la misma como se describe en la siguiente tabla.

Tabla 3. Materias por semestre del Programa de Emprendedores de la UNAM.

Semestre	Materia	Temario
3er	Creación de empresas I	Temario I. I. Creatividad II. Introducción al curso. III. Estudio de mercado. IV. Estudio técnico. V. Estudio administrativo. VI. Estudio financiero. VII. Inicio de operaciones y ventas. VIII. Cierre de la empresa. IX. Integración de equipos de trabajo
4to	Creación de empresas II	I. Dirección y control de juntas de trabajo II. Diseño y desarrollo de planes de acción III. Capacitación y desarrollo de los vendedores. IV. Prueba de calidad de productos V. Operaciones y ventas. VI. Elementos en la presentación de reportes.
5to	Desarrollo de Habilidades G y D	I. Metodología de análisis de problemas y métodos de caso. II. Motivación (Mentor –Coaching) III Equipos y liderazgos III. IV. Capacitación y desarrollo de los vendedores. IV. Facilitador / conductor de equipos de trabajo) IV. Dirección de reuniones productivas. V. Comunicación VI. Desarrollo del proceso creador VII. Negociación VIII. Proceso de decisión.

Fuente: Elaboración propia con base en la facultad de Contaduría y Administración de la UNAM.

2) INSTITUTO POLITÉCNICO NACIONAL, IPN

a) Antecedentes

Desde el origen del Instituto Politécnico Nacional, la Vinculación Académica y Tecnológica ha sido considerada como una función sustantiva. Dicha función se ha buscado consolidarla a través de los procesos educativos, y los servicios de investigación, innovación y desarrollo tecnológico que impulsa la institución. Con ello, el IPN ha seguido cumpliendo con su papel preponderante en la lucha por la independencia económica, científica, tecnológica, cultural y política de la nación.

El Instituto tiene un importante compromiso con la sociedad, siendo uno de sus retos incidir de manera más activa en el desarrollo económico del país, frente al contexto de globalización que demanda la generación de empresas competitivas, como una alternativa para resolver el problema de desempleo siendo para el presente una prioridad contribuir a la generación de empleos formales, dignos y bien remunerados.

En 1975, la Escuela Superior de Comercio y Administración del Instituto Politécnico Nacional implementó un programa sobre emprendedores, trabajando de manera conjunta con la Asociación Desarrollo Empresarial Mexicano DESEM A.C., con el objetivo de brindar a los jóvenes educación empresarial y fomentar su espíritu emprendedor. Los resultados obtenidos mostraron la necesidad de un proyecto más amplio que cubriera las expectativas del estudiantado, por lo que en 1997 surge el Proyecto Institucional de Formación de Emprendedores, PRIFE. Posteriormente, con la creación de la Coordinación de Formación y Gestión Empresarial, en 1999, se inició una nueva etapa en la que al proyecto PRIFE se le adiciona el concepto de “Promoción de Empresas Innovadoras”, quedando como PRIFE-EI.

A través del tiempo y con el propósito de dar respuesta a las necesidades de los emprendedores, la metodología del PRIFE-EI sufrió un proceso de mejora permitiendo con ello el fortalecimiento del Programa Institucional de Emprendedores, “**POLIEMPRENDE**”, mismo que fue acreditado por la Secretaría de Economía en junio de 2006, quien, debido a su calidad y resultados también lo reconoce como Modelo transferible a otras Instituciones. Dicho Programa es coordinado por la Unidad Politécnica para el Desarrollo y la Competitividad Empresarial, que es un área adscrita a la Secretaría de Extensión e Integración Social del IPN. Este Programa se dirige a Emprendedores potenciales de la comunidad politécnica, estudiantes de todas las escuelas de nivel medio superior, superior y posgrado, que tengan interés en desarrollar habilidades emprendedoras, para la creación de una empresa.

b) Objetivos

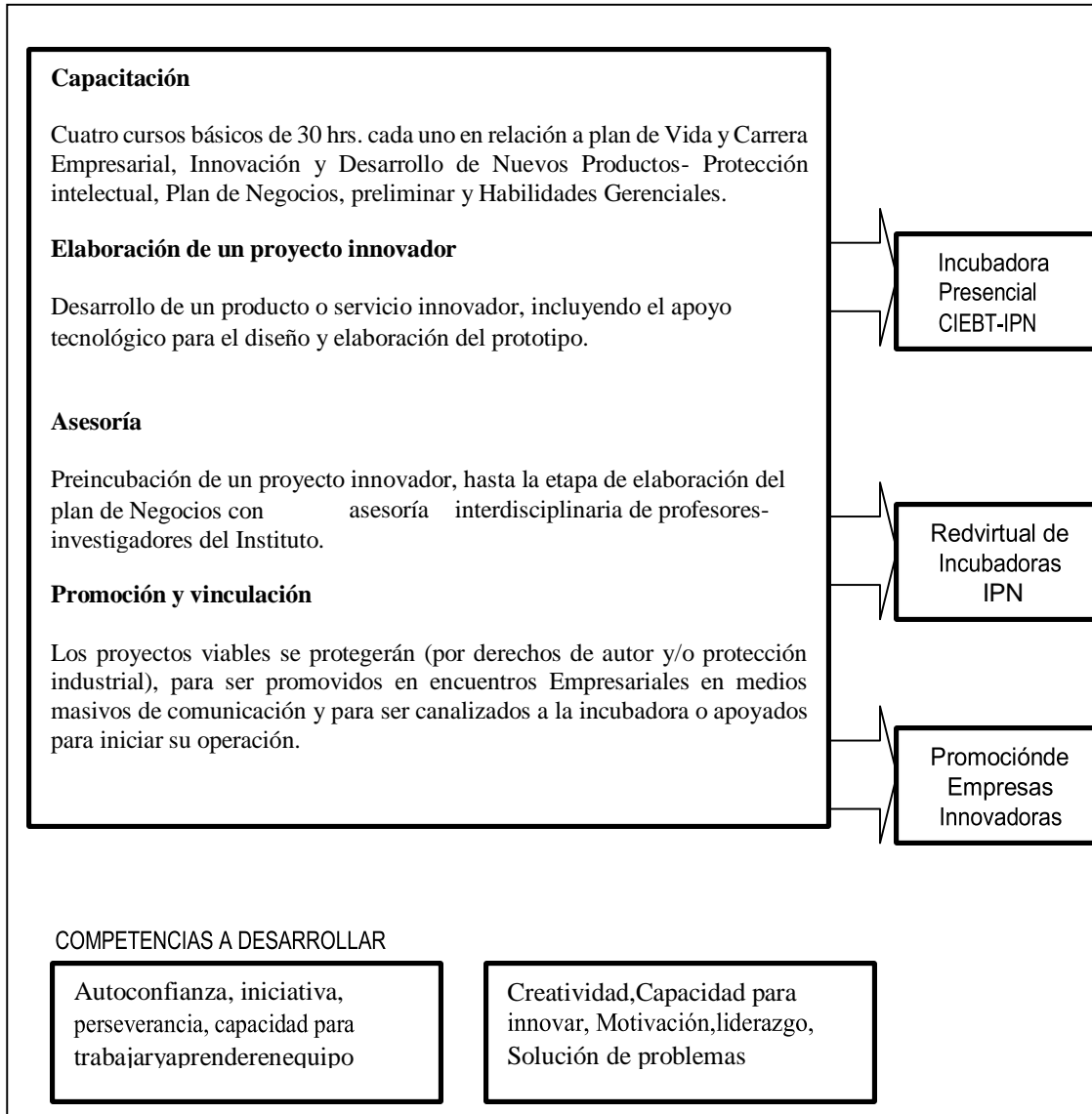
- Impulsar la cultura emprendedora en la comunidad politécnica.
- Perfeccionar actitudes y habilidades emprendedoras.
- Promover un acercamiento con el sector productivo y organismos de fomento, para obtener orientación sobre oportunidades de negocios.
- Difundir proyectos protegidos en diferentes medios y eventos.
- Incrementar la cantidad y calidad de proyectos emprendedores que ingresan al Centro de Incubación de Empresas de Base Tecnológica (CIEBT), a la Incubación Virtual o que reciben apoyo para su constitución legal como empresa.

c) Programa del Instituto Politécnico Nacional

En el cuadro Núm. 2 se presenta el Programa Institucional de emprendedores **POLIEMPRENDE** de la Escuela Superior de Comercio y Administración del Instituto Politécnico Nacional, el cual contiene cuatro cursos básicos de 30 horas cada uno, con los cuales capacita a todos aquellos alumnos que estén interesados en crear su propia empresa. El

curso está integrado de la siguiente forma.

Cuadro 1. Programa Institucional de emprendedores, POLIEMPRENDE, del IPN.



Fuente: Elaboración propia con base en POLIEMPRENDE.

En el cuadro Núm. 3 se presenta el contenido temático de los cursos de capacitación del programa POLIEMPRENDE.

Tabla 4. Contenido temático del programa POLIEMPRENDE del IPN.

Plan de vida y Carrera Empresarial

1.-	Qué es planeación de Vida y Carrera Empresarial
2.-	Importancia de una planificación de Vida y Carrera
3.-	Auto concepto y FODA
4.-	Valores
5.-	Misión, Visión y objetivos personales
6.-	Estrategias de aplicación
7.-	Que es una empresa
8.-	Habilidades empresariales
9.-	Integración de Plan de Vida y Carrera Empresarial

Innovación y desarrollo de nuevos productos

1.-	Qué es la innovación
2.-	El proceso de la innovación cómo administrar el proceso innovador
3.-	Diseño y desarrollo de nuevos productos
4.-	Redefinición de los procesos Productivos
5.-	Protección intelectual
6.-	Gestión del conocimiento y de la tecnológica
7.-	Administración de proyectos
8.-	Propuesta de un proyecto de innovación tecnológica

Formulación de un plan de negocios preliminar

1.-	Definición de la empresa
2.-	Mercadotecnia
3.-	Producción
4.-	Organización
5.-	Análisis económico-financiero
6.-	Administración

Fuente: Elaboración propia con base en POLIEMPRENDE 2012.

3) EL INSTITUTO TECNOLÓGICO Y DE ESTUDIOS SUPERIORES DE MONTERREY, ITESM

a) Antecedentes

A finales de la década de los setenta, el ITESM consideró deseable que sus egresados tuvieran una actitud emprendedora y no asumieran como meta únicamente el ocupar puestos en empresas ya establecidas. Para ello era necesario dar a los alumnos una formación diferente, que no sólo les presentará el camino ya conocido de incorporación al mercado laboral a través de algún puesto, sino que les diera las herramientas necesarias para transitar hacia nuevas formas de ingresar al mundo empresarial

De acuerdo con lo anterior, el Tecnológico de Monterrey comenzó a operar en 1978 el Programa Empresario, a través de un pequeño grupo de profesores y empresarios que, constituidos en un comité, guiaron a un grupo de alumnos en el proceso de creación de una empresa. Este programa se transformó posteriormente en el Programa Emprendedor. Gracias a este programa, se han detonado diversos proyectos de apoyo que continúan promoviendo el espíritu emprendedor de la Comunidad del Tecnológico de Monterrey, como lo son las Incubadoras y Aceleradoras de Empresas.

En 1985 se estructuró formalmente el Programa Emprendedor, mediante la inserción del Curso Sello de Desarrollo de Emprendedores. Este curso se destaca por contener una alta dosis de actividades prácticas y gracias a las ideas de negocio surgidas de ella, se han logrado formar y consolidar diversas empresas que impulsan el desarrollo económico y social de sus regiones. Actualmente el Curso Sello de Desarrollo de Emprendedores forma parte del plan de estudios de todas las carreras profesionales que se ofrecen en todos los campus del Tecnológico de Monterrey.

La Modalidad Emprendedora tiene como finalidad, fortalecer en los alumnos los conocimientos y habilidades necesarias (competencias) para gestar y desarrollar una nueva empresa, aprovechando la infraestructura de apoyo que ofrece la Institución para la creación de la misma durante sus estudios profesionales.

b) Objetivos

A través de sus programas educativos y de investigación y desarrollo el Tecnológico de Monterrey forma personas y transfiere el conocimiento para:

- Promover la competitividad internacional de las empresas con base en el conocimiento, la innovación, el desarrollo tecnológico y el desarrollo sostenible.
- Desarrollar modelos de gestión de empresas para competir en una economía globalizada.
- Crear, implantar y transferir modelos y redes de incubadoras para contribuir a la generación de empresas.
- Colaborar en la profesionalización de la administración pública; y analizar y plantear políticas públicas para el desarrollo del país.
- Contribuir al desarrollo sostenible de la comunidad con modelos y sistemas innovadores para mejorarla en lo educativo, social, económico y político.

c) Programa del Instituto Tecnológico de Estudios Superiores de Monterrey

El cuadro Núm. 4 muestra el Programa de Desarrollo de Emprendedores del ITESM, el cual está integrado de cuatro talleres con carga académica de 4 unidades cada uno; y cuatro cursos con carga académica de 8 unidades cada una, las cuales podrán acreditarse por cursos del Plan de Estudios de la carrera denominados Tópicos.

Tabla 5 Programa de Desarrollo de Emprendedores del ITESM.

1	Cursos obligatorios	3	Talleres obligatorios seleccionar 4 cursos
	Pre incubación		Liderazgo empresarial
	Incubación I		Innovación en los Negocios
	Incubación II		Desarrollo de empresas
			Gestión de nuevas empresas
2	Cursos optativos seleccionar una Materia	4	Competitividad y creación de valor
	Aspectos básicos de exportación		Innovación y Factibilidad de valor
	Logística de exportación		Innovación y factibilidad comercial
	Diseño de sistemas de servicio		Estrategias de comercialización
	Desarrollo de franquicias		Estrategias de operación y modelos
	Gestión de pequeñas empresas		Financiamiento para el emprendimiento
	Pequeñas empresas y desarrollo de franquicias		
	Desarrollo de negocios		

Fuente: Elaboración propia con base en Desarrollo de Emprendedores del ITESM

4) INSTITUTO TECNOLÓGICO AUTÓNOMO DE MÉXICO, ITAM

a) Antecedentes

La Asociación de Empresarios del ITAM nació en 1996 derivada del Programa de Desarrollo Empresarial del instituto, que se formó un año antes, y tuvo por objetivo instruir a los alumnos del nivel licenciatura acerca del tema de emprendedores. Se trata de transmitir a los estudiantes que existe una opción para desarrollarse después de concluir la carrera y la alternativa es

montar tu propia empresa, y que no se requiere tener todos los años de experiencia o el capital acumulado para poder iniciar un negocio.

En su inicio el programa era una materia optativa que constaba de dos semestres. El grupo, de alrededor de 20 alumnos, tenía que constituir una organización. Partían desde la generación de lluvia de ideas para evaluar cuál de ellas podían llevar a la práctica. Los alumnos que conformaban la empresa tenían que repartirse los cargos, dirección, gerencias en todas sus áreas, también realizaban una colocación de acciones que permitían el financiamiento del proyecto.

Este programa tuvo como punto de partida el análisis de la situación crítica en la que se encuentran las pequeñas y medianas empresas (PYMES) mexicanas, ya que la apertura comercial en México ha desencadenado una serie de fenómenos que colocan a las PYMES en una situación de alta competencia, en la cual no se pueden dar el lujo de ser ineficientes e ineficaces en sus procesos productivos. Por ello, la productividad de las empresas, entendida como la forma de utilización de sus recursos humanos, tecnológicos y financieros, se ha convertido en uno de los factores que actualmente determina no sólo el crecimiento de las empresas, sino en muchos casos, su propia supervivencia.

Por tal motivo, el área de Desarrollo Empresarial se creó con el fin de difundir la filosofía emprendedora, la administración de las pequeñas y medianas empresas, así como la administración de empresas familiares. La importancia del área radica en que son justamente los empresarios los que constituyen el motor de cualquier país ya que por medio de sus empresas generan la producción y con ella el crecimiento económico.

b) Objetivo

El área de concentración de Desarrollo Empresarial busca proveer de conocimientos y experiencias a los alumnos que les permitan desarrollar habilidades de liderazgo, de visión empresarial y de búsqueda de oportunidades de negocios dentro de un esquema totalmente

emprendedor. De esa manera se permite afrontar diferentes retos como el crear o administrar empresas, ya sea micro, pequeñas, medianas y familiares, las cuales son fuente de empleo, generadoras de productividad y pilares del desarrollo del país.

c) Plan del Programa Desarrollo Empresarial ITAM

La carrera cuenta con 8 áreas de concentración que tienen por objeto que el alumno adquiera un mayor conocimiento en aspectos relevantes de los negocios y tener mayores oportunidades al momento de insertarse en el mercado laboral. El área de concentración se selecciona a partir del sexto semestre.

En la tabla número 6 se pone a detalle el Programa de Desarrollo empresarial que se imparte en el Instituto Tecnológico Autónomo de México con el cual la institución pretende especializar a los alumnos como futuros empresarios.

Tabla 6. Programa de Desarrollo de Emprendedores del ITAM.

A) Por lo menos dos serán de la siguiente lista:

Taller de Creación de Empresas I
Taller de Creación de Empresas II
Innovación y Creación de Nuevos Negocios
Finanzas Corporativas Aplicadas
Finanzas Emprendedoras
Desarrollo de Negocios con Internet y Tecnología en México
Creación de Negocios por Internet
Creatividad, innovación y liderazgo empresarial
Estrategia y Crecimiento Empresarial
Desarrollo y Administración de Franquicias

B) Por lo menos una será de la siguiente lista:

Estrategia de Recursos Humanos.
Liderazgo
Capacitación y Desarrollo

Diseño y Cambio Organizacional
Comunicación Gerencial
Consultoría Dirección General
Negociación
Entorno Global de los Negocios
Administración de Ventas
Administración y Evaluación de Proyectos
Diseño y Desarrollo del Producto

Fuente: Elaboración propia con base en Instituto Tecnológico Autónomo de México, ITAM

2.4 DISEÑO Y GESTIÓN DE MODELOS DE INCUBADORAS DE EMPRESAS

La Incubadora de Empresas es una moderna alternativa para el desarrollo de empresas, ésta se define de la siguiente manera: "Instalación física en el cual un negocio agroindustrial puede alojarse y tener acceso a recursos y relaciones que son necesarios para el crecimiento y desarrollo del negocio", la incubadora también es conocida como:

- Centro de Innovación Tecnológica.
- Semillero de Empresas.
- Vivero de Empresas.

La incubación es una experiencia práctica y transformadora, que lleva a una persona a convertirse en emprendedor o a una idea en empresa. Constituye un instrumento de desarrollo para las personas y comunidades que la utilizan, generando empleos y crecimiento económico.

Conceptualmente, las incubadoras proveen de capacitación, asistencia profesional y financiera, y permiten la vinculación con una amplia red de contactos, negocios y conocimiento.. Adicionalmente, el proceso de incubación facilita la relación con instituciones financieras, incluyendo fondos públicos y privados, organizaciones empresariales, acceso a

recursos universitarios y nuevas oportunidades de negocios provenientes de la interacción con otros incubandos.

2.4.1 ENFOQUES TEÓRICO-CONCEPTUALES DE LAS INCUBADORAS DE EMPRESAS

En el siguiente apartado se establecen algunas definiciones y enfoques teórico-conceptuales que han sido extraídos de los diferentes materiales consultados, a fin de que posteriormente se pueda emitir un concepto integral de una *Incubadora de Empresas*.

1. Institución especializada, que brinda asistencia, capacitación y apoyo a un emprendedor para la definición de un proyecto empresarial, desde la creación hasta su integración en el mercado. Proveen a sus incubados de servicios que incluyen consultorías especializadas y técnicas, facilitan la relación con instituciones financieras, organizaciones empresariales y empresas relevantes para sus intereses. La función básica de una Incubadora es maximizar la probabilidad de éxito de cada proyecto incubado. Su beneficio se concreta en la creación de nuevos empresarios capaces y de empresas aptas para desarrollarse y perdurar en el tiempo (Empresas, 2002).
2. Es un mecanismo de desarrollo empresarial que brinda una propuesta a la necesidad de mejoramiento productivo de la región, participando activamente en la creación de empresas que basen su ventaja competitiva en la innovación tecnológica y administrativa. Posee la infraestructura necesaria para albergar a nuevas empresas, que reciben asesorías y apoyo para su operación durante los primeros años de vida (Empresas, 2002).
3. Es un espacio de negocios, un ambiente que estimula la creatividad y la innovación que apunta a la cobertura de necesidades que los representantes del sector no pueden lograr en forma individual, tales como asesoramiento técnico, administrativo, contable, de costos, de mercado de capacitación (Incubadora de empresas, 2000).

4. Es un nombre genérico aplicado a grupos de desarrollo empresarial que proveen el ambiente y los recursos adecuados para acelerar el crecimiento en el campo de los negocios. Generalmente es un programa estructurado para enfocar los aspectos de comercialización, producción, finanzas o de administración necesarios para llevar a una empresa concreta a una etapa de superior desarrollo (Banca de desarrollo, 2004).
5. Son verdaderos nidos de empresas, que reducen la tasa de mortandad de éstas durante la etapa inicial. El término *Incubadora* alude a un ambiente cálido y controlado, que abriga la vida en sus inicios; por extensión, dentro del desarrollo económico, las incubadoras de empresas sustentan la transformación de una iniciativa en una rentable empresa(portalbioceanico,2016).

De acuerdo a las definiciones planteadas anteriormente podemos concluir que los elementos principales que definen a una *Incubadora de Empresas* son los siguientes:

- Mecanismo de desarrollo
- Espacio físico
- Asesoría y apoyo (técnico, administrativo, contable, de costos, de mercado, de capacitación y además inherentes al desarrollo de un proyecto empresarial)
- Asiste empresas nacientes o ya estructuradas
- Reduce riesgos críticos inherentes al desarrollo de un proyecto empresarial
- Sistematiza tiempos, debido a que las consolidaciones de las empresas requieren de menor tiempo en una *Incubadora de Empresas*, que si se realizara en otras condiciones
- Incrementa la posibilidad de rentabilidad y éxito de las empresas

Estos elementos posteriormente serán de utilidad para emitir una definición íntegra de una *Incubadora de Empresas*.

2.4.2 EL CONCEPTO DE INCUBADORA DE EMPRESAS

Se considera como incubadora de empresa un espacio o ambiente en el que un nuevo emprendimiento puede ubicarse y acceder a las herramientas, recursos y relaciones que necesita para crecer y desarrollar su capacidad de sobrevivir en el mercado abierto. En este sentido la incubadora es un espacio de negocios, un ambiente que estimula la creatividad y la innovación, un lugar en que los usuarios se instalan. Es una base de apoyo para la solución de los problemas de las pequeñas empresas en las primeras etapas de su desarrollo. Es un centro de servicios cuyo inmueble cumple la función de agrupar una masa crítica de emprendedores favoreciendo así la sinergia entre sus actividades.

La incubación es una experiencia práctica y transformadora, que lleva a una persona a convertirse en emprendedor o a una idea en empresa. Constituye un instrumento de desarrollo para las personas y comunidades que la utilización, generando empleos y crecimiento económico.

Conceptualmente, las incubadoras proveen de capacitación, asistencia profesional y financiera, y permiten la vinculación con una amplia red de contactos, negocios y conocimiento. Ello genera acceso directo a consultorías técnicas en contabilidad, legislación, marketing, diseño, etc. Adicionalmente, el proceso de incubación facilita la relación con instituciones financieras, incluyendo fondos públicos y privados, organizaciones empresariales, acceso a recursos universitarios y nuevas oportunidades de negocios provenientes de la interacción con otros incubandos.

2.4.3 ANTECEDENTES DE LAS INCUBADORAS DE EMPRESAS

El objetivo primordial de las incubadoras de empresas como anteriormente se ha comentado, es el de orientar la promoción de la innovación como medio para poder recuperar la capacidad empresarial en un mercado cada vez más cambiante y más competitivo, crear nuevas fuentes de trabajo y de esta forma disminuir la alta tasa de desempleo.

Su origen y desarrollo ha correspondido principalmente a iniciativas de Universidades y Agentes Regionales de Gobierno responsables de políticas de desarrollo económico, quienes han implementado estos centros como respuesta en momentos de crisis económica, como alternativas de desarrollo.

Los países y regiones al atravesar momentos difíciles en materia de desarrollo económico han visualizado en las incubadoras, un instrumento de apoyo complementario a políticas públicas o privadas, puesto que permiten tener un vínculo con el sector empresarial, educativo y el gobierno, logrando con ello conjuntar recursos tanto materiales como de capital humano que fortalecen el desarrollo económico y social.

En Canadá y Estados Unidos, comenzó a aplicarse en áreas urbanas rezagadas por el cierre de grandes industrias que provocaron desocupación masiva y deterioro social.

En México esta idea comenzó a aplicarse después de la crisis de 1976, gracias a un grupo de emprendedores quienes tenían como propósito fomentar el espíritu emprendedor en escuelas y universidades, para poder así propiciar la creación de nuevas empresas. Estos empresarios fundaron Desarrollo Empresarial Mexicano (DESEM), una institución dedicada al fomento del espíritu emprendedor y a apoyar la generación de empleo.

El programa de *incubadoras* fue estimulado desde 1990, en un esfuerzo por desarrollar la capacitación en el área de desarrollo tecnológico. El apoyo fue brindado por el Consejo Nacional de Ciencia y Tecnología (CONACYT), Nacional Financiera (NAFIN), el Instituto Tecnológico de Estudios Superiores de Monterrey (ITESM), Universidades públicas y privadas, la Secretaría de Economía y por gobiernos estatales y municipales.

Para 1995 existían alrededor de 10 *incubadoras* en funcionamiento, mayormente vinculadas

a universidades y centros de investigación, y encaminadas a actividades de base tecnológica.

De acuerdo a información emitida por el DESEM, para 1998 en México existían alrededor de 40 *Incubadoras de Negocios*, aunque no se autodefinen como tal. Quizás las más sobresalientes son las incubadoras de los Centros de Educación Superior, los cuales, en su mayoría, proveen asesoría y un espacio para comenzar a trabajar (Cohen, 1998).

Cabe señalar que el Instituto Tecnológico de Estudios Superiores de Monterrey (ITESM) fue el pionero en implementar programas diseñados para incrementar el número de emprendedores. Estos programas permiten a los estudiantes universitarios formar su propia empresa. Para ello, se les asesora en los aspectos más importantes (administrativos, fiscales, financieros, mercadológicos, etc.) para la creación del negocio (Rachman, 1998).

2.5 INNOVACIÓN

Hoy en día es comúnmente aceptada la innovación como herramienta indispensable para la supervivencia y desarrollo de las empresas, y por lo tanto para el crecimiento económico, para el desarrollo y para el bienestar de las naciones. No son por tanto casuales los importantes esfuerzos desplegados por las Administraciones Públicas de todo el mundo para fomentar, impulsar y apoyar la innovación, lo cual implica, entre otros, la financiación de actividades innovadoras, las ayudas fiscales, la formación en la materia y un largo etcétera. Todas estas medidas no hacen sino reflejar la indudable determinación de los diferentes gobiernos por desarrollar una economía basada en la innovación y esto se hace patente tanto a nivel de administraciones nacionales, como regionales y locales, convirtiéndose incluso esta materia, y en concreto el fomento de la misma, en arma arrojadiza entre diferentes contrincantes cuando de una contienda electoral se trata.

Diferentes estudios de la OCDE (2000) muestran el creciente interés que la economía de la innovación ha suscitado, adquiriendo un papel determinante en el crecimiento económico, que

se materializa en el cada vez mayor número de patentes registradas, en el mayor gasto en I+D (Investigación y Desarrollo) y sobre todo en innovación para lograr mejoras en la rentabilidad y productividad de la empresa.

Podríamos decir que la innovación es un concepto de actualidad que nos invade; ya sea en la literatura, en los medios de comunicación, en diferentes soportes publicitarios, en los planes estratégicos y memorias de las empresas, en los programas de formación de post-grado, etc. Ahora bien, si hubiésemos de establecer una definición formal sobre qué consideramos innovación posiblemente nos asaltarían dudas incluso pequeñas confusiones acerca del verdadero significado del concepto: ¿qué relación existe entre invención e innovación? ¿y entre innovación e I+D? ¿Es la innovación un fenómeno casual o por el contrario consta de un proceso metodológico y reflexivo? ¿Ha de circunscribirse la innovación únicamente al ámbito tecnológico? ¿Afecta la innovación al sector servicios o ha de considerarse sólo en sectores industriales? Podríamos seguir formulando preguntas que seguramente despierten en el lector, al menos, cierta necesidad de reflexión antes de dar respuesta a las mismas.

La innovación es la función específica del emprendimiento, ya sea en una empresa existente, en una institución de servicio público o en un nuevo negocio comenzado por un individuo solitario en la cocina de su casa. Es el medio a través del cual el emprendedor crea nuevos recursos generadores de riqueza o dota a los recursos existentes de mayor potencial para crearla. Hoy, existe mucha confusión acerca de la definición apropiada de emprendimiento. Algunos observadores usan el término para referirse a todas las empresas pequeñas. En la práctica, sin embargo, numerosas empresas bien establecidas practican el emprendimiento con mucho éxito. El término no se refiere, entonces, al tamaño o la antigüedad de una empresa, sino a un cierto tipo de actividad. En el centro de esa actividad está la innovación: el esfuerzo de crear un cambio intencional y enfocado en el potencial económico o social de una empresa.

2.5.1 FUENTES DE INNOVACIÓN

Existen, por supuesto, innovaciones que surgen de un destello de genialidad. La mayoría de las innovaciones, sin embargo, y en especial las exitosas, son el resultado de una búsqueda consciente y decidida de oportunidades de innovación, las que se encuentran tan sólo en unas pocas ocasiones. Existen cuatro áreas de oportunidad dentro de una empresa o sector: acontecimientos inesperados, incongruencias, necesidades de proceso y cambios sectoriales y de mercado. Tres fuentes adicionales de oportunidad existen fuera de la empresa, en su entorno social e intelectual: cambios demográficos, cambios de percepción y nuevo conocimiento. Ciertamente, estas fuentes se superponen, por diferentes que sean en la naturaleza de sus riesgos, dificultades y complejidad, y el potencial de innovación bien puede radicar en más de un área a la vez. Pero, en conjunto, representan la gran mayoría de las oportunidades de innovación.

1. Acontecimientos inesperados

Considere, primero, la más fácil y simple fuente de oportunidades de innovación: lo inesperado.

Los éxitos y fracasos inesperados son fuentes tan fructíferas de oportunidades de innovación porque la mayoría de las empresas los descartan, los desconocen e incluso los resienten. La intención del científico alemán que alrededor de 1905 sintetizó la novocaína, el primer narcótico no adictivo, fue que se usara en procedimientos quirúrgicos mayores, como las amputaciones. Los cirujanos, sin embargo, preferían la anestesia total para tales procedimientos; todavía lo hacen. En lugar de eso, la novocaína encontró un éxito inmediato entre los dentistas. Su inventor pasó el resto de su vida viajando de una escuela de odontología a otra, dando charlas en las que condenaba el “mal uso” de su noble invención en aplicaciones para las que no había sido concebida.

2. Incongruencias

Una incongruencia entre las expectativas y los resultados también puede abrir posibilidades de innovación. Durante la primera mitad del siglo 20, los constructores navales y las empresas navieras trabajaron arduamente para hacer más rápidas las naves y para reducir su consumo de combustible. Aun así, mientras más éxito tenían en aumentar la velocidad y reducir sus necesidades de combustible, más se deterioraba la economía de los cargueros oceánicos. Hacia 1950, el carguero oceánico agonizaba. El único error, sin embargo, fue una incongruencia entre los supuestos del sector y su realidad. Los costos reales no provenían de hacer el trabajo (esto es, estar en el mar), sino de no hacerlo (estar parado en el puerto). Una vez que los ejecutivos comprendieron dónde estaban verdaderamente los costos, las innovaciones fueron obvias: el buque *roll-on/roll-off* y el buque contenedor. Estas soluciones, que implicaban vieja tecnología, simplemente aplicaron al carguero oceánico lo que los ferrocarriles y camiones llevaban 30 años usando. Un cambio de perspectiva, no de tecnología, cambió por completo la economía del transporte oceánico y lo convirtió en uno de sectores de mayor crecimiento de los últimos 20 a 30 años.

3. Necesidades de proceso

Las necesidades de proceso son una investigación que establece las carencias y deficiencias cuantificables o medibles existentes en los conocimientos, habilidades y actitudes del trabajador y la norma o patrón de desempeño establecido como requerimiento del cargo. Nos permite identificar en qué, a quién, cuánto y cuándo capacitar para.

4. Cambios sectoriales y de mercado

Cuando un sector crece rápidamente –la tasa crítica parece estar en torno a 40% en diez años o menos– su estructura cambia. Las empresas establecidas, concentradas en la defensa de lo

que ya poseen, tienden a no contraatacar cuando un recién llegado las desafía. De hecho, cuando la estructura del sector o del mercado cambia, los líderes tradicionales descuidan una y otra vez los segmentos de mercado de más rápido crecimiento. Las nuevas oportunidades rara vez coinciden con la forma en que el sector acostumbra llegar al mercado, definirlo u organizarse para atenderlo. Los innovadores, por ende, tienen una buena posibilidad de ser dejados solos durante largo tiempo. y de mercado es que en el análisis sectorial entiende que la rentabilidad del sector está determinada por la competencia en dos mercados: el de productos y el de factores.

5. Cambios demográficos

De las fuentes externas de oportunidades de innovación, la más confiable es la demográfica. Los eventos demográficos tienen tiempos de desarrollo conocidos; por ejemplo, todas las personas que formarán parte de la fuerza de trabajo estadounidense en el año 2000 ya han nacido. Pero debido a que los diseñadores de políticas suelen descuidar los factores demográficos, aquellos que los observan y los explotan pueden cosechar grandes recompensas.

Los ejecutivos han sabido por mucho tiempo que la demografía importa, pero siempre han creído que las estadísticas de población cambian lentamente. Sin embargo, en este siglo no ha sido así. De hecho, las oportunidades de innovación hechas posibles por cambios en los números de personas, y en su distribución por edades, educación, ocupaciones y ubicación geográfica— están entre las más beneficiosas y menos arriesgadas búsquedas emprendedoras.

6. Cambios de percepción

“El vaso está medio lleno” y “el vaso está medio vacío” son descripciones de un mismo fenómeno, pero tienen significados muy diferentes. Cambiar la percepción de un ejecutivo de un vaso medio lleno a uno medio vacío abre grandes oportunidades de innovación.

7. Nuevo conocimiento

Entre las innovaciones que hacen historia, aquellas que se basan en nuevo conocimiento –sea científico, técnico o social– ocupan un lugar destacado. Son las superestrellas del emprendimiento; consiguen la publicidad y el dinero. Son a lo que la gente normalmente se refiere cuando habla de innovación, aunque no todas las innovaciones basadas en conocimiento son importantes.

Las innovaciones basadas en conocimiento difieren de todas las demás en el tiempo que requieren, en sus tasas de fracasos y en su predictibilidad, así como en los desafíos que plantean a los emprendedores. Como la mayoría de las superestrellas, pueden ser temperamentales, caprichosas y difíciles de dirigir. Tienen, por ejemplo, los mayores tiempos de desarrollo de todas las innovaciones. Transcurre un largo tiempo entre la aparición de un nuevo conocimiento y su destilación en una tecnología utilizable.

Luego hay otro período prolongado antes que esta nueva tecnología aparezca en el mercado en forma de productos, procesos o servicios. En total, el tiempo de desarrollo involucrado es algo así como 50 años, un lapso que no se ha acortado apreciablemente a lo largo de la historia.

Para ser efectiva, la innovación de este tipo normalmente requiere no una, sino muchas clases de conocimiento.

2.5.2 TIPOS DE INNOVACIÓN

Tradicionalmente se ha hablado de la innovación como algo que afecta únicamente a productos y servicios. Sin embargo, hoy en día es admitido que pueden ser varios los tipos de cambios introducidos en la empresa que pueden desencadenar una aportación de valor para la misma, sin que necesariamente impliquen la introducción de nuevos elementos en su oferta.

Es extensa la literatura referente a esta materia, no existiendo un convenio en cuanto a las

posibles clasificaciones. Incluso aquellas ya establecidas y que podríamos considerar como “oficiales”, en sus sucesivas revisiones han ido ampliando el grado de cobertura. Es este el caso de los tipos de innovación definidos en el Manual de Oslo, cuya Tercera Edición extiende la clasificación establecida en la edición anterior manteniendo al máximo la continuidad de la misma. Puesto que vamos a abordar aquí los tipos de innovación atendiendo a diferentes criterios para su clasificación, nos alinearemos con el Manual de Oslo en aquel criterio coincidente con uno de los nuestros y que utiliza para establecer su propia clasificación. A saber: la distinción entre innovaciones en función del resultado obtenido por las mismas.

Considerando los tres diferentes criterios, se obtienen los siguientes tipos de innovación:

a. En función del resultado obtenido u objeto de la innovación.

Así hablaremos de cuatro tipos innovación:

- Innovación de producto
- Innovación de proceso
- Innovación de mercadotecnia
- Innovación de organización

b. En función del vehículo empleado para obtener la innovación.

En este caso distinguiremos los siguientes tipos:

- Innovación tecnológica
- Innovación no tecnológica

c. En función del grado de cambio introducido por la innovación.

Hablaremos de dos tipos de innovación en este caso:

- Innovaciones radicales
- Innovaciones incrementales o graduales

Innovaciones en función del resultado obtenido de la innovación

Tal y como ya se ha anunciado anteriormente, bajo este criterio de clasificación nos alinearemos con lo definido en el Manual de Oslo, Tercera Edición (2005), en el cual se encuentran recogidos cuatro tipos de innovaciones.

- Innovación de producto: se corresponde con la introducción de un bien o de un servicio nuevo, o significativamente mejorado, en cuanto a sus características o en cuanto al uso al que se destina. Esta definición incluye la mejora significativa de las características técnicas, de los componentes y los materiales, de la informática integrada, de la facilidad de uso u otras características funcionales.

El nuevo producto, entendido como bien o servicio, puede ser el resultado de la utilización para su creación de nuevas tecnologías o conocimientos, o bien ser fruto de una combinación de tecnologías o conocimientos ya existentes. Como ejemplo ilustrador de este tipo de innovación podemos citar las primeras cámaras fotográficas digitales, las cuales hacen uso de una combinación de tecnologías ya existentes para que no hubieran jamás sido empleadas para semejante fin.

- Innovación de proceso: es la introducción de un nuevo, o significativamente mejorado, proceso de producción o de distribución. Ello implica cambios significativos en las técnicas, los materiales y/o los programas de trabajo.

Entre los posibles beneficios obtenidos a partir de una innovación de proceso pueden estar la reducción de los costes de producción, la mejora de la calidad o la producción de nuevos o

significativamente mejorados productos. Como ejemplos de este tipo de innovaciones podemos citar la utilización de diseño asistido por ordenador para la creación de un nuevo producto, o la implantación de un sistema de trazabilidad de mercancías basado en la utilización de tecnologías de radiofrecuencia (RFID).

- Innovación de mercadotecnia: Se refiere a la aplicación de un nuevo método de comercialización que implique cambios significativos del diseño o el envasado de un producto, su posicionamiento, su promoción o su tarificación.

Este tipo de innovaciones pueden buscar una respuesta más adaptada a las necesidades de los consumidores, la apertura a nuevos mercados o un nuevo posicionamiento de un determinado producto. Para que realmente pueda ser considerada una innovación en mercadotecnia como tal, ha de referirse a métodos no empleados anteriormente y suponer una ruptura con respecto a las prácticas ya realizadas. Como ejemplo de este tipo de innovaciones podemos citar la introducción de nuevos sabores a un determinado alimento para captar nuevos clientes o el cambio radical en el envasado de un producto de cosmética para cambiar su imagen y por tanto llegar a un nuevo segmento de mercado.

- Innovación de organización: se considera en este tipo la introducción de un nuevo método organizativo en las prácticas, la organización del lugar de trabajo o las relaciones exteriores de la empresa.

Lo que distingue una innovación de organización de otros cambios organizativos en la empresa, es la introducción de un método (en las prácticas de la empresa, la organización el lugar de trabajo o las relaciones exteriores) que no haya sido empleado anteriormente por la empresa. Como ejemplos de este tipo podemos citar la introducción por primera vez de prácticas de gestión del conocimiento o externalizar por primera vez una determinada función de la empresa.

Una manifestación evidente de la posibilidad de que los diferentes tipos de innovación pueden combinarse dando lugar a una innovación más compleja, lo tenemos en el hecho de que cada vez se está concediendo más importancia a la innovación en modelos de negocio. Según un estudio realizado a nivel mundial por IBM (Global CEO Study 2006), la mayoría de los directivos de empresas se están dando cuenta de que pueden acceder de nuevas maneras a los recursos y capacidades que necesitan para diferenciarse de la competencia, incluso pasando por poner en duda modelos negocio ya consagrados.

Las empresas buscan cada vez más la especialización como camino de supervivencia, y para lograrla de una manera eficiente se ven obligadas a innovar en sus modelos de negocio, lo cual pasa por realizar importantes cambios en su organización y por establecer alianzas estratégicas, pudiendo ser éstas últimas incluso con sus competidores.

Innovaciones en función del vehículo empleado para obtener la innovación

No cabe duda de que, cualquiera que sea el tipo de innovación conforme a la clasificación anterior, la tecnología actúa en gran número de ocasiones como el vehículo inductor de la innovación. Ahora bien, la importancia del papel jugado por la tecnología no le confiere la exclusividad de ser el único vehículo capaz de dar lugar a innovaciones. Así hemos de distinguir entre innovaciones tecnológicas e innovaciones no tecnológicas. Las primeras se refieren a aquellas en las que el cambio en la empresa viene producido por la utilización de una tecnología. Este tipo de innovación se ha relacionado habitualmente con los cambios aplicados en los medios de producción. Hablaremos de innovaciones no tecnológicas cuando el cambio venga promovido por un vehículo no tecnológico, como pueda ser un cambio organizativo, nuevos sistemas de distribución o de comercialización. Ambos tipos de innovaciones se encuentran directamente relacionados, hasta el punto de que la adopción de nuevas tecnologías en la empresa ha de ir acompañado casi necesariamente por una adaptación de las estructuras organizativas y el rediseño de procesos de negocio. Esto es, la innovación tecnológica no viene sola, sino que trae consigo también innovaciones no tecnológicas. Estas

últimas se configuran, por tanto, como una alternativa y/o complemento de las primeras.

En el lenguaje habitual, quizás por un abuso del mismo, se ha venido asimilando la innovación al concepto de innovación tecnológica, aunque como hemos visto, se encuentran claramente diferenciados. El análisis y estudio de la frontera entre estos dos tipos de innovación ha ido cobrando peso e importancia en los últimos años. Así, por ejemplo, nos encontramos como la “Encuesta sobre Innovación Tecnológica en las Empresas” del Instituto Nacional de Estadística (INE) contempla y analiza en uno de sus apartados las innovaciones no tecnológicas, innovaciones organizativas y de comercialización, a pesar de suponer esta consideración cierta contradicción con el título de la encuesta.

Para citar algunos ejemplos de innovaciones no tecnológicas nos fijaremos en los cambios sufridos en el sector de los supermercados, el cual, durante la década de los 90, dio lugar a importantes innovaciones que hoy forman parte del escenario habitual.

- Aparece el concepto de productos frescos y se empiezan a vender frutas, vegetales, carnes y pescados. Productos estos que, por ser perecederos, obligan a los clientes a acudir casi diariamente al supermercado para realizar la compra, en lugar de la cadencia semanal o quincenal a la que estaban acostumbrados.
- Comienza el uso de marcas propias, con la consiguiente reducción de costes de producto y finalmente del precio que abona el cliente final.
- Aparecen los pagos diferidos a proveedores (30, 60, 90 días) lo cual les permite gestionar más eficientemente su efectivo.

Innovaciones en función del grado de cambio introducido por la innovación

El paleontólogo norteamericano Stephen Jay Gould, proponía que, durante la mayor parte de su existencia, las especies animales y vegetales tienen unas características determinadas que se mantienen prácticamente inalteradas tanto desde el punto de vista fisiológico como de su comportamiento. Durante largos periodos de tiempo, que pueden alcanzar los millones de años, estas características permanecen sin cambios destacables y, si acaso, tan sólo se producen ligeras adaptaciones al medio. De repente, y sin que necesariamente medie un fenómeno de la naturaleza que implique una disrupción, como pudieran ser un meteorito o una hecatombe, las especies sufren una transformación o cambio radical: así aparecen las flores sin que existieran mosquitos que las polinizaran, a los peces les salen patas, éstas se transforman en alas y algo parecido a un gorila se pregunta hoy en día sobre su propia existencia.

Al igual que las especies, hay empresas que son capaces de cambiar las reglas del juego de forma radical, esto es, mediante cambios significativos que alteran el paradigma en un determinado sector. Estaríamos refiriéndonos así a las innovaciones radicales, que son aquellas que suponen una ruptura con lo establecido, y que no pueden entenderse como una evolución de la situación establecida.

En la historia tenemos casos de innovaciones radicales como el del antiguo aparato de televisión a tubos que pasó a ser de transistores como consecuencia del trabajo realizado por los laboratorios Bell para buscar una solución que evitara el recalentamiento de los tubos de vacío. Así nació el transistor, cuya invención por Bardeen, Shockley y Brattain, les permitió recibir el premio Nobel y dio lugar al inicio de la era de la miniaturización en la electrónica.

Por otro lado, nos referiremos a innovaciones incrementales como aquellos pequeños cambios orientados a la mejora de la productividad de la empresa y que, si bien de manera aislada son

poco significativos, la sucesión y acumulación de los resultados de los mismos pueden constituir una base importante de transformación.

Un ejemplo de este tipo de innovaciones lo tenemos en los trabajos de la empresa Petrobras en la exploración y extracción de petróleo en aguas profundas. A través de los mismos se fueron introduciendo sucesivas mejoras tecnológicas como las de las estacas de fijación al fondo marino, que a la postre han permitido extraer petróleo en aguas cada vez más profundas.

Ettlie, Bridges y O'Keefe (1984) sostienen como consecuencia de sus estudios que las innovaciones radicales ocurren más frecuentemente en empresas con políticas más agresivas, mientras que las innovaciones incrementales son fruto de empresas más formalizadas y descentralizadas. Adler (1989) sostiene que es difícil establecer una barrera diferenciadora entre ambos tipos de innovación, ya que la sucesión de innovaciones incrementales puede dar lugar a una innovación radical.

2.6 LA TECNOLOGÍA COMO FACTOR DE CRECIMIENTO ECONÓMICO

La tecnología según el diccionario de la RAE es el "conjunto de teorías y de técnicas que permiten el aprovechamiento práctico del conocimiento científico". Me vale esta definición para llamar la atención que cuando hablamos de tecnología, tenemos una inclinación a pensar en tecnología asociado a Internet o a imaginarnos innovaciones disruptivas especialmente en los ámbitos de informática y telecomunicaciones. Pero la tecnología va mucho más allá y aparece en cualquier sector desde la biotecnología, a la industria armamentística o las nuevas energías. En los procesos de "destrucción creativa", popularizados por el economista Joseph Schumpeter, la innovación y la tecnología son el elemento central del desarrollo. La tecnología moldea los sectores económicos y tiene una influencia muy grande en el desarrollo económico. En el universo académico, el modelo más reconocido para medir el impacto de la tecnología en el crecimiento económico vino de la mano del profesor del MIT Robert Solow.

En su esfuerzo por valorar que parte del crecimiento económico venía del capital acumulado y que parte de los avances tecnológicos, Solow obtuvo la conclusión de que siete octavos del crecimiento económico tenían su causa en los avances tecnológicos (Solow R., 1957).

Volviendo a Schumpeter, él colocaba al emprendedor en el centro del proceso de innovación y desarrollo tecnológico y le colocaba como un agente del cambio que introducía nuevos productos, abría mercados o generaba cambios organizativos y cuando tenía éxito generaba imitadores. De esta manera, el emprendedor es el "causante" de los desequilibrios empresariales que llevan consigo el desarrollo, nuevos beneficios, etc. (Schumpeter J. A., 1949).

Pero más allá de los análisis académicos, continuamente vemos nacer y desarrollarse a gran velocidad a sectores económicos con un sustrato tecnológico. Desde sectores que han surgido prácticamente desde la nada como podemos considerar que es Internet, hasta sectores tradicionales a los que la tecnología y la innovación van moldeando continuamente y adaptando a los tiempos como la industria textil o energética.

En la mayor parte de los casos, como decimos, estos nuevos sectores no nacen aislados, sino que forman parte de la estructura económica, están entrelazados con actividades empresariales ya existentes, a las que complementan, transforman o en un proceso de destrucción creativa pueden llegar a reemplazar.

Estas nuevas actividades suponen una fuente de oportunidades permanente. Veamos algunos ejemplos ilustrativos:

- La biotecnología es considerada por algunos analistas como "el mayor driver individual de la economía global", tanto desde el punto de vista de aparición de nuevas empresas, como en la diversificación de empresas ya existentes en multitud de campos de aplicación (salud, agricultura, medioambiente, energía, etc.). Constituye un sector que supera los 75 billones de dólares de facturación y ocupa a más de 180.000 personas en el mundo.
- La nanotecnología con un mercado estimado de 3 trillones de dólares en 2013 con crecimientos

anuales superiores al 18% en el periodo 2010-2013.

- Las nuevas energías (energías renovables) que a partir del año 2015 se convertirán en el medio de generación con mayor capacidad instalada anualmente (Vizán, 2011).

2.6.1 TECNOLOGÍAS DE INFORMACIÓN Y COMUNICACIÓN (TIC) PARA EL EMPRENDIMIENTO

En la actualidad –la segunda década del siglo XXI- las relaciones entre personas y organizaciones tienden, cada vez más a basarse en el soporte de las TIC. De ahí la importancia de analizar algunos aspectos que relievan la incidencia que este tipo de tecnologías ha ido generando en el espacio relacional humano y organizacional.

En primer lugar, debemos resaltar que las TIC, más que un fin son un medio orientado a facilitar la vida de los seres humanos y las organizaciones que se encuentran localizadas en cualquier lugar de nuestro planeta. Hoy en día no es raro que dos personas o dos organizaciones o más actores, en cuestión de segundos, generen una comunicación al unísono con fines personales y/o de negocios; estando, muchas veces, estos actores del proceso comunicativo localizados en continentes que, hace un par de décadas, era imposible una comunicación de forma simultánea; convirtiéndose, así, la comunicación con “enfoque multilocacional”, en un intensificador del proceso “interrelacional global humano” –al mismo tiempo conversan e intercambian mensajes, seres humanos que, de pronto, el uno está en España, el otro en Ecuador, el otro en Sudáfrica y el otro está en Japón-.

De ahí la importancia que, en estos procesos de comunicación, con enfoque multilocacional, se vayan desarrollando facilitadores estándares de emisión, procesamiento y recepción de mensajes; quizá, en la actualidad, uno de estos facilitadores sea el que las personas a la hora de usar TIC, como es el caso del Internet, tengan bases mínimas de lectura y/o escritura de idiomas diferentes al idioma nativo.

Yéndonos al campo específico del emprendimiento, visto este como uno de los espacios que

si es bien estimulado puede llegar a ser un importante generador de empleo y de mejoramiento de los ingresos financieros de las personas que habitan un determinado país, las TIC aparecen como ese factor del soporte operacional que, para el caso de los emprendedores, se puede convertir en una fuente de creatividad y de identificación de ideas nuevas de negocios.

Algo clave que acabamos de señalar y vale la pena volver a resaltar es que cuando se escoge una TIC, está en primer lugar debe ser “seleccionada” de acuerdo al uso que se le va a dar y por supuesto a la capacidad financiera de quién la va a adquirir y, en segundo lugar, antes de ser usada el usuario debe entrar en un proceso fuerte de capacitación y/o asesoría para sacarle el mayor provecho a la capacidad instalada que tiene la TIC y sobre todo para evitar errores que se podrían presentar debido al desconocimiento de los procesos y métodos que se deben aplicar para lograr un óptimo funcionamiento de la TIC adquirida.

Por último debemos señalar que frente a esta realidad, sobre la importancia de las TIC como medio de facilitación de la vida personal y/u organizacional, dentro de la cual están los emprendedores de nuevos negocios y las PyME, es clave que, como una política pública articulada a los esfuerzos del sector privado y la academia, se promuevan, desde la óptica educativa, una serie de programas dirigidos a la formación de mano de obra altamente calificada para ser incorporada al desarrollo de las TIC.

2.6.2 LAS TIC EN LAS EMPRESAS

En los últimos años del siglo XX, se generalizó la incorporación de las Tecnologías de la Información y las Comunicaciones (TIC) a las empresas, lo que ha puesto a disposición de las empresas gran cantidad de avances tecnológicos que han dado un vuelco a la forma de hacer negocios (Sánchez-Bayón, 2014): los mercados se han hecho más variables y la relación con los clientes y los proveedores ha cambiado sustancialmente gracias, principalmente, a Internet, creando nuevos canales de comercialización y cambiando nuestra forma de trabajar y de vivir según el profesor Vacas: *“Las tecnologías de la información son el último eslabón de la cadena de inventos humanos que va desde el lenguaje hablado, la escritura y la imprenta,*

hasta nuestros días. El ser humano inventa una tecnología, sea un instrumento material, sea conceptual, y está de vuelta, lo transforma a él” (Vacas, 2007).

Este cambio tecnológico exigió de los directivos una amplia comprensión de estos fenómenos para integrar las tecnologías y aplicaciones más apropiadas para aumentar la eficiencia, la competitividad y la innovación en los modelos de negocio. Para ello, se precisa un conocimiento de los procesos tecnológicos que generan valor para la empresa. Los directivos han tenido que tomar decisiones sobre la infraestructura tecnológica más adecuada para su empresa, las aplicaciones de negocio más apropiadas, y la forma de organizar el trabajo para obtener la eficiencia esperada de las inversiones en tecnología.

Ventajas de las TIC en las empresas

Las nuevas tecnologías y, especialmente, Internet han cambiado la relación de las empresas con sus clientes y proveedores, y las han obligado a adaptar su estructura organizativa para obtener las siguientes ventajas:

- Comunicaciones. Las comunicaciones con clientes y proveedores, así como las internas entre los propios trabajadores, son más sencillas y económicas con la utilización de aplicaciones como el correo electrónico, el chat, la telefonía por Internet, la intranet...
- Promoción de la empresa: a través de Internet se puede potenciar la promoción de la empresa, dando a conocer la marca y los productos de la misma y desarrollando acciones publicitarias que utilicen los medios en línea.
- Reducción de costes: existen multitud de aplicaciones que nos permiten una reducción considerable en los costes, frente a la utilización de medios tradicionales, como el correo electrónico, las comunicaciones intranet o a través de Internet, transacciones y servicios en línea.
- Comercio electrónico: la utilización de Internet y la implantación de las TIC han

producido una revolución en el comercio, redefiniendo la forma de hacer negocios e implantando cambios importantes en el proceso comercial gracias a su bajo coste, a la reducción de intermediarios que conlleva y al acceso a un mercado más amplio de potenciales clientes.

- Transformación de procesos: la incorporación de las TIC a las empresas no sólo permite hacer las cosas mejor, sino que da la posibilidad de hacer de forma distinta los procesos comerciales, administrativos, los procesos operativos, por medio de aplicaciones informáticas e-business, como los Enterprise Resource Planning-ERP, el Consumer Relationship Management-CRM, o comenzando a utilizar los sistemas de gestión de la cadena de suministro- Supply Chain Management-SCM.

CAPÍTULO 3 LAS POLÍTICAS PÚBLICAS Y EL EMPRENDIMIENTO

En el presente capítulo se encuentran los fundamentos teóricos de esta investigación tomando en cuenta los trabajos previos que, desde los orígenes de cada tema estudiado, han servido como guía para para posteriores investigaciones que a su vez han aportado nuevos descubrimientos y puntos de vista que corrigen o complementan lo ya existente. Fundamentarse en el trabajo de expertos y estudiosos de las materias aplicadas en una investigación la fortalece y le permite sustentar de una manera mucho más sólida su razón de ser.

3.1 POLÍTICAS PÚBLICAS

Para entender qué son las políticas públicas, es necesario diferenciar dos conceptos que en nuestro idioma no tienen traducción: *Politics* (política), *policies* (políticas). El primero es entendido como las relaciones de poder, los procesos electorales, las confrontaciones entre organizaciones sociales con el gobierno. El segundo tiene que ver más con las acciones, decisiones y omisiones por parte de los distintos actores involucrados en los asuntos públicos.

A lo largo de este trabajo, hablaremos de política (en singular) –*politics* cuando nos refiramos a las relaciones de poder (objeto de estudio de la Ciencia Política); y políticas (plural) cuando nos refiramos a las políticas públicas –*policies, policy*-. Esta es la clave para diferenciar la Ciencia Política (*Political Sciences*), de las Ciencias de Políticas (*Policy Sciences*) No obstante existe la política de las políticas públicas, que son las relaciones de poder en el proceso de las acciones de gobierno con la sociedad.

Lo anterior es aplicable a los diferentes sectores: política educativa, políticas educativas; política cultural, políticas culturales, política social, políticas sociales; etc. también podemos hablar de las relaciones de poder de algún sector: la política de las políticas económicas, la política de las políticas ambientales, etc.

Las políticas son el diseño de una acción colectiva intencional; el curso que toma la acción como resultado de las decisiones e interacciones que comporta son los hechos reales que la acción produce. En este sentido, las políticas son “el curso de acción que sigue un actor o un conjunto de actores al tratar un problema o asunto de interés. El concepto de políticas presta atención a lo que de hecho se efectúa y lleva a cabo, más que a lo que se propone y quiere. Las políticas se conforman mediante un conjunto de decisión, y la elección entre alternativas” (Aguilar L. ,1993).

Las políticas se entienden como una declaración de intenciones, una declaración de metas y objetivos. Para Pressman y Wildavsky: “las políticas son una cadena causal entre las condiciones iniciales y las futuras consecuencias: si X, entonces Y” (Pressman y Wildavsky citados en Aguilar, 1998 pag. 44). Es decir, las políticas públicas son hipótesis, v.gr: si implementamos éste curso de acción (X), tendremos estas metas y objetivos cumplidos (Y).

Las políticas son cursos de acción destinados a la solución de problemas, donde inclusive el no hacer nada es una acción que se tiene que tomar en consideración y poner en práctica o no. Para Rose, Pressman y Wildavsky, las políticas denotan también las intenciones de las fuerzas políticas, particularmente las intenciones de los gobernantes, las consecuencias de sus actos; tiende a significar intenciones más que consecuencias. Las políticas se convierten en el resultado de una serie de decisiones y acciones de numerosos actores políticos y gubernamentales (Rose, Pressman & Wildavsky, citados en Aguilar, 2003).

3.1.1 LOS INICIOS DEL CONCEPTO

Harold Laswell, es el referente en la materia sobre ciencias de políticas, define en los años cincuenta a la política pública como: “...disciplinas que se ocupan de explicar los procesos de elaboración y ejecución de las políticas..., con base científica, interdisciplinaria y al servicio de gobiernos democráticos”, veinte años después en 1971 agregaría un punto crucial en la definición: “el conocimiento del proceso de decisión y el conocimiento en el proceso de decisión”. Lo primero referido a las habilidades profesionales necesarias para participar

en la toma de decisiones públicas (conocer el proceso de decisión de la política) y lo segundo referido a las habilidades científicas requeridas para contribuir a la invención de una teoría y práctica confiables (incorporar datos y teoremas de las ciencias en el proceso de decisión de la política con el propósito de mejorar la decisión pública). Es decir, había una diferencia entre ciencia para comprender (conocimiento del proceso de decisión) y ciencia para decidir (conocimiento en el proceso de decisión). Esta diferencia desarrolló dos tendencias de las políticas públicas: el *policy studies* (estudios de políticas) y el *policy analysis* (análisis de políticas).

Cuando se habla de política pública se hace alusión a los procesos, decisiones, resultados, pero sin que ello excluya conflictos entre intereses presentes en cada momento, tensiones entre diferentes definiciones del problema a resolver, entre diferentes racionalidades organizativas y de acción y 6 entre diferentes perspectivas evaluadoras, estamos pues ante un panorama lleno de poderes en conflicto, enfrentándose y colaborando ante opiniones y cursos de acción específicos.

Para los franceses Yves Mény y Jean Claude Thoening, el estudio de las políticas públicas, no es otra cosa que el estudio de la acción de las autoridades públicas. “Otro uso del término política distingue lo que los ingleses designan con la palabra policy, ya sea un marco de orientación para la acción, un programa o una perspectiva de actividad. Así se dice que un gobierno tiene una política económica, o sea que realizan un conjunto de intervenciones, que elige hacer o no hacer ciertas cosas en un campo específico, en este caso, la economía. Es en este último sentido en el que cabe hablar claramente de política pública; es decir, de los actos y de los "no actos comprometidos" de una autoridad pública frente a un problema o sector relevante de su competencia” (Yves & Thoening, 1992 pag. 89).

La ciencia tradicional consideraba, en los años cincuenta y sesenta, que las Políticas Públicas (policies) eran variables dependientes de la actividad Política (politics) (Roth, 2006).

Se presuponía que las políticas no eran más que el resultado, el producto, la consecuencia, de los gobernantes o de quienes estaban representados en el sistema mediante los partidos

políticos. Es decir, las políticas eran las decisiones de los gobernantes para la solución de un problema en particular, y que solo eran realizadas para legitimar su poder ante los gobernados.

Una política pública no es cualquier acción del gobierno, que puede ser singular y pasajera, en respuesta a particulares circunstancias políticas o demandas sociales. Dicho de otra manera, lo específico y peculiar de la política pública consiste en ser un conjunto de acciones intencionales y causales, orientadas a la realización de un objetivo de interés / beneficio público, cuyos lineamientos de acción, agentes, instrumentos, procedimientos y recursos se reproducen en el tiempo de manera constante y coherente (con las correcciones marginales necesarias), en correspondencia con el cumplimiento de funciones públicas que son de naturaleza permanente o con la atención de problemas públicos cuya solución implica una acción sostenida. La estructura estable de sus acciones, que se reproduce durante un cierto tiempo, es lo esencial y específico de ese conjunto de acciones de gobierno que llamamos política pública.

3.1.2 EL CARÁCTER PÚBLICO DE LA POLÍTICA

Si bien las diferencias entre público y privado han dependido del momento histórico, resulta curioso y hasta paradójico que lo público es asociado con lo gubernamental, como si los gobiernos tuvieran el monopolio de lo público.

La política pública es hasta cierto punto un pleonismo, pues la política desde los griegos era una actividad que se realizaba en la *polis* y no podía ejercerse sino en público (la familia era un espacio pre-político y por ende privado, era el *oikos*). Público y política para los griegos era algo similar porque no había concepción de lo individual, la política era pública y lo público era político. Con Maquiavelo comienza a manifestarse un realismo de la política distinto al mundo helénico, se pone de manifiesto que la política está en manos de algunas élites y que la cosa pública, la res pública, no pertenece a todo público.

Una de las principales aportaciones de las políticas públicas es precisamente rescatar el carácter público de las políticas, es decir, la intervención de actores diferentes al gubernamental en las políticas (sindicatos, organizaciones de la sociedad civil, empresas, iglesias, asambleas vecinales, etc). Este ámbito público es el campo en el que los ciudadanos individuales, por sí mismos o por los voceros de sus organizaciones, hacen política y hacen las políticas (Aguilar L., 1993).

Ahora bien, Gobernanza o gobernación es un concepto central para entender nuestra materia, implica el proceso de dirección de la sociedad o el proceso mediante el cual sociedad y gobierno definen su sentido de dirección, los valores y objetivos de la vida asociada que es importante realizar, y definen su capacidad de dirección, la manera como se organizarán, se dividirán el trabajo y disminuirán la autoridad para estar en condiciones de realizar los objetivos sociales deseados (Aguilar L. , 2005 p.28-29)

3.1.3 CONCEPTO DE POLÍTICA PÚBLICA

Las últimas décadas arrojan una generosa producción académica de lo que son las políticas públicas, por lo tanto, hay un número de definiciones similar al de autores. En el siguiente cuadro describimos las definiciones de algunos, de ellos que consideramos más importantes:

Cuadro 2. Conceptos de políticas públicas.

Autor	Concepto
Myriam Cardozo Brum.	Fenómeno social, administrativo y político específico, resultado de un proceso de sucesivas tomas de posición, que se concretan en un conjunto de decisiones, acciones u omisiones, asumidas fundamentalmente por los gobiernos, mismas que traducen, en un lugar y periodo determinado, la respuesta preponderantemente del mismo frente a los problemas públicos vividos por la sociedad civil (Cardozo, 2006).

André Roth	El concepto de política pública tiene tres acepciones: la política, concebida como el ámbito del gobierno de las sociedades humanas (polity). Segundo, la política como la actividad de organización y lucha por el control del poder (politics). Y, finalmente, la política como designación de los propósitos y programas de las autoridades públicas (policy) (Políticas Pública
Hecló y Wildavsky	Consideran a la política pública como una acción gubernamental dirigida hacia el logro de objetivos fuera de ella misma. ("The Private Government of Public Money", Macmillan, London)
Mény y Thoenig.	Acción de las autoridades públicas en el seno de la sociedad y que ésta se transforma en un programa de acción de una autoridad pública (Mény & Thoenig, 1992).
María Gracas Rúa	Conjunto de decisiones que se traducen en acciones, estratégicamente seleccionadas (dentro de un conjunto de alternativas, conforme a una jerarquía de valores y preferencia de los interesados). Su dimensión es pública por el tamaño del agregado social sobre el cual coinciden, pero sobre todo por su carácter imperativo, siendo este revestido de la autoridad legítima y soberana del poder público. (BID, 2006)
Pedro Medellín	La estructuración de las políticas debe ser comprendida como el producto de un intenso proceso político a través del cual emergen y toman forma los proyectos e intereses de agentes (individuos), agencias (instituciones) y discursos (síntesis de la interacción entre agentes y agencias) en pugna por imponer un determinado proyecto de dirección política y de dirección ideológica sobre la sociedad y el estado que son gobernados. (La política de las políticas públicas: propuesta teórica y metodológica para el estudio de las políticas públicas en países de frágil estructura.
Giandomenic o Majone.	Es una actividad de comunicación pública y no solo de una decisión orientada a la efectuación de metas (...) es también todo el conjunto de actividades "postdecisionales" o "retrospectivas" que buscan aportar

	“evidencias, argumentos y persuasión” (Majone, 1989).
Harold Laswell.	Análisis del proceso de las políticas públicas: cómo se definen los problemas y las agendas, cómo se formulan, cómo se toman las decisiones y cómo se evalúan e implementan las políticas. Análisis en y para el proceso de las políticas públicas: comprende el uso de técnicas de análisis, investigación y propugnación en la definición de los problemas, la toma de decisiones, la evaluación y la implementación (Laswell, 1993).

Fuente: Elaboración propia con base en varios autores.

Hay varios puntos que convergen a pesar de la diferencia de conceptos, destacamos a lo menos ocho elementos necesariamente constitutivos:

- 1.- Resolver problemas públicos acotados.
- 2.- Las decisiones implican conflicto.
- 3.- Se discute el problema, pero más aún, la manera de abordarlo.
- 4.- Participación de múltiples actores.
- 5.- Es un proceso.
- 6.- No se desplaza al gobierno, sino que se legitima.
- 7.- La población afectada se involucra en la solución.
- 8.- Es un ciclo y no una secuencia lineal.

Lo anterior implica cuatro grandes retos para los hacedores de políticas (*policy making*):

- Flexibilidad para adoptar cambios que logren objetivos y metas de la alternativa que hemos

seleccionado como políticas.

- Involucrar los niveles de la participación en los ciclos de política.
- En suma, lograr que el diseño de política sea una realidad aplicable (pasar de la formulación a la implementación), evaluable y consensuada social y políticamente.
- Revertir el problema no administrarlo.

3.1.4 EL CICLO DE LAS POLÍTICAS PÚBLICAS

En el ciclo de las políticas públicas se propone una serie de etapas o de secuencias lógicas de tal manera que se distinguen 5 fases en la vida o desarrollo de una política pública, a saber: identificación del problema, formulación de soluciones, toma de decisión, implementación y evaluación (Roth, 2006).

En la fase I, sobre identificación del problema, una situación es percibida como problema por los actores sociales y políticos. Se solicita una acción pública respecto de un problema identificado por los actores sociales y políticos; se solicita entonces una acción pública y se busca que el problema esté inscrito en la agenda del sistema político (*agenda setting*).

En la segunda fase, formulación de soluciones, una vez lograda la inscripción del problema en la agenda gubernamental, la administración trata de disponer de un mejor nivel de conocimiento del problema y propone una o varias soluciones al mismo (*policy formulation*).

En la tercera fase, toma de decisión, los actores e instituciones autorizados para tomar la decisión (gobierno de la ciudad, concejo, entre otros) examinan la o las soluciones existentes y adoptan la mejor.

La cuarta fase concierne a la implementación práctica de la decisión (¡o su no implementación!). Por lo general, la administración es la encargada de implementar la solución escogida por el decisor, es decir, de traducir la decisión en hechos concretos (*implementation*).

Al final, en la fase de evaluación la solución adoptada para resolver el problema y los impactos causados por su implementación son evaluados por los actores sociales y políticos (*policy evaluation*) con el propósito de dar pie al reinicio de todo el ciclo con el fin de reajustar la respuesta (*feedback*) o suprimir la política (*program termination*).

3.1.5 ANTECEDENTES DE LA POLÍTICA LABORAL EN MÉXICO

La política laboral nacional se planea, define y aplica por el Gobierno Federal desde la Secretaría del Trabajo y Previsión Social (STPS), a través de su titular, como responsable, en torno a aspectos fundamentales: el empleo, el salario, los principales conflictos colectivos, la aplicación de la legislación laboral vigente, impartir justicia, salud laboral y seguridad industrial y en otras áreas relativas. Debido a la naturaleza jurídica pero también socioeconómica y política de esos temas, la política laboral se vincula estrechamente con la política económica y social del Gobierno Federal, lo mismo que con la política interior aplicada a los sindicatos y conflictos laborales. Por lo tanto, la política laboral nunca ha estado desvinculada de las otras áreas del Gobierno, debido a la estrecha relación que hay entre ellas, por ello no se fijan ni aplican en la práctica de modo autónomo por la secretaria del ramo. Ello no es porque así lo prevea la norma (salvo en materia salarial y educativa, les corresponden intervenir a las Secretarías de Hacienda y la de Educación, respectivamente), sino porque esa ha sido la práctica que se ha venido aplicando, en algunos casos de modo contrario a la misma norma, por razones políticas o económicas de los gobiernos en turno.

Nadie puede imaginar la fijación de la política salarial o del empleo para todo el país, sin la intervención, acuerdo o al menos la consulta de las otras secretarías encargadas de la economía nacional, de lo social, de la salud laboral y de la política interna. Incluso a través del mismo Presidente del país, de quien dependen todos los titulares de las secretarías. La cuestión es qué papel e importancia se le otorga a la política social y, en armonía, con qué autonomía y apego se aplica la norma.

Bien entendida, la política laboral forma parte del proyecto social esencial de cualquier gobierno, ya que corresponde al Constitucionalismo Social, a menos que se prescindiera de éste o se le dé un lugar secundario, contrario al rango que le otorga la Ley Suprema. Queda clara su trascendencia para cualquier nación, la cuestión es la importancia o postura cómo se asuma por los gobiernos, incluso a costa de incumplir la Constitución, pese a que el primer compromiso de los presidentes al asumir el cargo es: guardar y hacer guardar la Constitución y las leyes que de ella emanan.

La política laboral forma parte de la “rectoría del desarrollo nacional” que corresponde al Estado ejercer (artículo 25 constitucional), por lo que: “Habrá un plan nacional de desarrollo al que se sujetarán obligatoriamente los programas de la Administración Pública Federal.” (Art. 26)

El capítulo II de la Ley Orgánica de la Administración Pública Federal (2002), relativo a la competencia de las Secretarías de Estado, establece en el artículo 40 la que corresponde implementar a la STPS, veamos:

“I. Vigilar la observancia y aplicación de las disposiciones relativas contenidas en el artículo 123 y demás de la Constitución Federal, en la Ley Federal del Trabajo y en sus reglamentos.”

Las demás fracciones del artículo citado establecen otras funciones y obligaciones de la STPS, estrechamente relacionadas con la primera fracción primera, entre otras: “II. Procurar el equilibrio entre los factores de la producción ...”; “III. Intervenir en los contratos de trabajo de los nacionales que vayan a prestar sus servicios en el extranjero ...”; “IV. Coordinar la formulación y promulgación de los contratos-ley de trabajo”; “V. ... incrementar la productividad del trabajo”; “VI. ...La capacitación y adiestramiento”; “VII. Establecer y dirigir el servicio nacional de empleo”; “IX. Llevar el registro de las asociaciones obreras, patronales y profesionales de jurisdicción federal”; “X. Promover la organización de toda clase de sociedad cooperativas ...”; “XI. Estudiar y ordenar las medidas de seguridad e higiene industriales, para la protección de los trabajadores, y asegurar su cumplimiento”; “XII. Dirigir y coordinar la Procuraduría de la Defensa del

Trabajo”; “XVI. Establecer la política y coordinar los servicios de seguridad social ...”; “XVII. Estudiar y proyectar planes para impulsar la ocupación en el país” y; “XIX. Los demás que le figen expresamente las leyes y reglamentos.”

Por su parte, el Reglamento Interior de la STPS (2003) determina la estructura administrativa para llevar a cabo esas funciones, entre las que destacan: Las Subsecretarías de Trabajo, la de Empleo y Política Laboral y la de Desarrollo Humano para el Trabajo Productivo. Las Unidades de Conciliadores, la de Asuntos Internacionales, las Direcciones Generales de Inspección del Trabajo, la de Seguridad y Salud en el Trabajo, la de Registro de Asociaciones, de Política Laboral, de Equidad y Género, de Capacitación, de Productividad y la Procuraduría de la Defensa del trabajo, entre otras.

La Ley Federal del Trabajo (LFT) en el artículo 523, en la jerarquía de autoridades del trabajo, establece que la más importante es la STPS para la aplicación de las normas laborales. En la Comisión Nacional de los Salarios Mínimos (CNSM), a su Presidente lo designa el Presidente de la República, teniendo la STPS un papel central en la política salarial y operación de la CNSM, como lo establece la LFT en los artículos 551 y siguientes.

Para referirnos a la política laboral oficial en sus aspectos más destacados, resumimos los que nos parecen los más importantes y de alcance nacional: 1. El empleo, 2. El salario, 3. El reconocimiento y aplicación de los derechos básicos laborales e impartir justicia laboral, 4. Los conflictos obreros-patronales, sobre todo, los colectivos y, 5. La política sindical. Que en conjunto forman parte del núcleo fundamental del Estado Social de Derecho. La política y justicia aplicadas, de las que es responsable la STPS.

3.1.5.1 PRINCIPALES ASPECTOS DE LAS POLÍTICA LABORAL

Como se sabe, la Constitución es la ley suprema del país, por lo que en base a ella se ordena (o se debería ordenar) la actuación de los gobiernos, sus secretarías y las políticas que establezcan y apliquen. Asimismo, la Constitución contiene un conjunto de normas precisas de cada tema que, a la vez, son indivisibles en su interpretación y concreción, por lo que debe haber una interpretación armónica de ella. Siendo preciso el artículo 123 constitucional en los 5 aspectos señalados de la política laboral, a la vez, se complementa en materia económica y social con los capítulos respectivos de la misma Ley Suprema. Veamos:

1. Por política de empleo se entiende, que: “Toda persona tiene derecho al trabajo digno y socialmente útil; al efecto, se promoverán la creación de empleos y la organización social para el trabajo, conforme a la ley.” (Primer párrafo del artículo 123 constitucional.) Y el servicio de colocación de empleos será una obligación del Estado, principalmente de la STPS. (Fracción XXV del mismo artículo.)
2. Por política salarial se entiende establecer y lograr que los salarios mínimos generales, sean: “suficientes para satisfacer las necesidades de normales de un jefe de familia, en el orden material, social y cultural, y para proveer la educación obligatoria de los hijos.” (Fracción VI.) Dichos salarios mínimos y los profesionales, se fijarán por la CNSM.
3. Por la observancia y aplicación de la legislación laboral, se entiende cumplir y hacer cumplir lo que establece el artículo 123 constitucional y las leyes reglamentarias, entre los más importantes: el carácter tutelar del trabajo de la legislación; procurar el equilibrio entre los factores de la producción, por la desigualdad entre las partes (capital y trabajo); la jornada laboral máxima y sus medidas protectoras; el salario y sus medidas protectoras; la estabilidad en el empleo y sus medidas protectoras; el reparto de utilidades; los derechos de seguridad social: salud, higiene y seguridad laboral, vivienda, educación y capacitación, guarderías y pensiones; los derechos adquiridos irrenunciables; la igualdad de todos los trabajadores ante la ley; las disposiciones a favor de los menores y las mujeres; la organización libre y autónoma de trabajadores y patrones; la huelga e implícitamente la contratación colectiva;

impartir y administrar justicia laboral de manera autónoma y en apego a la ley. Forman parte de la legislación laboral nacional, los convenios de la Organización Internacional del Trabajo (OIT), ampliamente recocidos en el marco legal vigente. Entre los temas más importantes, también reconocidos como principios y fines del derecho laboral.

Este núcleo amplio y complejo incluye áreas tan amplias e importantes, como el de la seguridad social y la salud en el trabajo, que no es exclusivo de la STPS, lo comparte con la Secretaría de Salud, el IMSS, ISSSTE y aun con los programas sociales de la presidencia, como el reciente que han puesto andar del “Seguro Popular”.

4. En las diferencias o conflictos laborales entre las partes, capital y trabajo, la autoridad interviene para su solución en apego estricto de la norma laboral, que así debería ser. Destacan los conflictos laborales más sobresalientes de carácter permanente o coyuntural, como resultó ser la reciente tragedia de la mina Pasta de Conchos, Coahuila o como en el conflicto de la posible huelga en el IMSS en octubre de 2005: el primero, si bien previsible, su alcance rebasó a la autoridad; el segundo, además de tener tiempos, antecedentes y una fecha prevista como límite, fue preparado por la STPS y otras autoridades. En cualquier caso, los grandes conflictos laborales colectivos, son de la atención primordial de la STPS.

5. A la par, la política sindical es de primera importancia, pese a la decadencia de las centrales y sindicatos oficiales, éstos siguen teniendo un peso fundamental en la vida política del país, sobra todos los sindicatos nacionales, incluso mayor que el de las centrales y federaciones. Explícitamente nunca se habla del papel político de los sindicatos, menos en el lenguaje oficial, sin embargo, nadie niega que sean las organizaciones sociales más importantes para las luchas electorales y para otros fines políticos. Curiosamente se habla más de los sindicatos como organizaciones laborales, casi abstractas y poco se les trata como lo que son: organizaciones políticas integradas por trabajadores, con dirigentes de larga carrera política.

Tanto en los conflictos colectivos como en la política sindical oficial interviene junto con la STPS, la Secretaría de Gobernación (SG), y dependiendo del tamaño de conflicto: obrero-

patronal o intersindical, la intervención puede ser de los propios Secretarios o de algún funcionario menor. Vale la pena aclarar que esta intervención de la SG es permanente a través de la Unidad para la Atención de las Organizaciones Sociales y también de carácter coyuntural, cuando lo amerita el caso. Pese a que esa intervención sea contraria a la Ley Suprema y a la legislación internacional de la OIT adoptada por México (RISG, 2002).

En esas 5 tareas centrales de la STPS se resume la política laboral. Eventualmente puede atender otras funciones no permanentes, sino coyunturales, como la reforma laboral, cuya iniciativa surge de sus atribuciones, sin que sea de carácter permanente, ya que se entiende que son las otras 5 funciones las que, si tienen ese carácter, los 365 días del año, en cada sexenio de gobierno. Más aun, para esas funciones está diseñada su estructura administrativa y el presupuesto destinado, como ya lo vimos en el Reglamento Interior de la STPS.

Pueden surgir actividades temporales, como los meses en que más revisiones de contratos colectivos se presentan para su arbitraje, conciliación y solución, o bien temas como los aumentos salariales de emergencia en épocas de altos índices de inflación, o cuando se reúne la CNSM al final de cada año para fijar los aumentos salariales que regirán durante el año siguiente. O, finalmente para analizar el comportamiento de la economía que pueda llevar a las crisis, cuyo primer efecto suele ser el desempleo, un aspecto central de la política laboral de la STPS que debe atender a tiempo, para evitar el riesgo social, los efectos económicos sobre la población mayoritaria (trabajadores y familias), así como evitar las posibles repercusiones de conflictos sociales que, pueden alcanzar niveles incluso políticos, por su intensidad conflictiva.

Por ello, la política laboral del gobierno federal se rige por los capítulos sociales, económicos y políticos de la Constitución, ya lo dijimos antes: la interpretación de la Ley Suprema es indivisible, porque en conjunto sus partes se complementan y hacen un todo armonioso, así el capítulo económico establecido en los artículos 25, 26, 27 y 28 son congruentes con las garantías de los 3, 4, 5, 6, 7, 8, 9 y las sociales del 123, del mismo modo que la defensa de la soberanía nacional incluye la defensa de los trabajadores en el extranjero, sean

documentados o indocumentados.

Asimismo, cabe agregar que cada estado de la república y el Distrito Federal cuentan con su propia secretaría o dirección de trabajo, y con tribunales de trabajo locales y las áreas de salud locales. Pero la política nacional laboral corresponde a la STPS, la que incluye por disposición legal las áreas económicas “de la competencia exclusiva de las autoridades federales” (fracción XXXV, del artículo 123 de la Constitución), como son las actividades más importantes de la economía: energéticas, minero metalúrgicas, automotriz, química, petroquímica, celulosa, alimentos, etc. Así como empresas descentralizadas del gobierno federal, en zonas federales y empresas establecidas en dos o más estados del país, o sea las más grandes del país, de cualquier actividad.

Por otro lado, al presidente de la Junta Federal de Conciliación y Arbitraje por disposición de ley lo nombra el presidente del país, lo mismo que el presidente del Tribunal Federal de Conciliación y Arbitraje, ambos tribunales laborales dependen del ejecutivo, el segundo vía la SG, por lo que de ellos depende impartir la justicia laboral federal.

De todas las juntas de conciliación y arbitraje del país, la única que no tiene entre sus funciones el registro de asociaciones de trabajadores y patronos es la federal, la LFT la atribuye a la STPS. Pero sin que medie disposición alguna legal, la STPS se atribuye la función de conciliar los conflictos colectivos más importantes del país. No siendo así en las demás juntas locales de conciliación y arbitraje, salvo en otro tiempo, en la local del Distrito Federal, que antes del gobierno de Cárdenas (en los tiempos del PRI), la función de la conciliación colectiva la ejercía la Dirección de Trabajo del Gobierno del Distrito Federal, repitiendo el esquema federal, ilegal por supuesto.

3.1.6 EL RÉGIMEN JURÍDICO DE LOS “JÓVENES”

El régimen jurídico de los jóvenes es el conjunto de normas dirigidas a los jóvenes en un país determinado. En el caso de México existen normas que de manera directa o indirecta se ocupan de los jóvenes, estas normas pueden dividirse en *vigentes a nivel nacional* y *vigentes a nivel internacional*.

a) A nivel nacional

Cabe recordar que la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos establece una serie de garantías de las cuales también los jóvenes son destinatarios, entre otras están las siguientes: la prohibición de discriminación por razones de edad, el derecho a recibir educación, la igualdad ante la ley, el derecho a la salud, el derecho de los niños a la satisfacción de sus necesidades de alimentación y en general a un desarrollo integral, el derecho a la nacionalidad.

Pero es el artículo 123 constitucional el que establece las bases conforme a las cuales se han de regular las relaciones laborales en México.

El marco constitucional ha cobrado un relevancia mayor a partir de su fortalecimiento por la vía de haber reconocido, en reciente reforma constitucional, como parte del mismo marco, a las normas internacionales en materia de derechos humanos. Esta situación cobra un interés particular a razón de que, como se verá a continuación, existen normas internacionales que ya forman parte del derecho positivo mexicano y que tienen como centro de atención los derechos y protección de los niños y jóvenes.

En reiteradas ocasiones se ha señalado que la legislación laboral y de manera concreta la Ley Federal del Trabajo, reglamentaria del Apartado A del artículo 123, no apoya la contratación laboral de los jóvenes en México y que por el contrario la inhibe. Esta percepción ha venido siendo señalada como uno de los principales argumentos para

proponer reformas al marco jurídico laboral. Sobre el particular hay que recordar que existen por lo menos dos espacios legislativos que estarían directamente relacionados con los jóvenes, por un lado, trabajo de menores y por el otro las modalidades de contratación individual.

En el primer caso, hay que recordar que estas normas protectoras de los menores están orientadas a proteger su salud y su desarrollo, así como el establecer reglas específicas de sus condiciones de trabajo.

El marco jurídico dirigido a los jóvenes en México cuenta también con algunas normas específicas, una de las más importantes es sin duda la Ley, del Instituto Mexicano de la Juventud (IMJUVE) por medio de la cual se crea como un organismo público descentralizado, dotándolo así de un alto nivel de autonomía y con el objetivo general de definir e instrumentar una política nacional para la juventud, este fin lo trataría de alcanzar por medio de programas especiales, además de asesorar al Poder Ejecutivo Federal y demás dependencias vinculadas en la materia, celebrando también acuerdos con los diferentes niveles de gobierno, además de realizar estudios sobre las problemáticas que aquejan a los jóvenes⁴¹. Si bien es cierto este organismo centra sus acciones en la juventud, la labor que lleva a cabo en materia de empleo es marginal, ya que son generalmente otras instancias de los diferentes niveles de gobierno las que se encargan de las políticas correspondientes.

b) A nivel internacional.

En el ámbito internacional también contamos con un amplio panorama normativo dirigido a los jóvenes, entre las normas más importantes se encuentran las siguientes:

a) Declaración de Lisboa sobre políticas y Programas relativos a la juventud

Esta declaración aprobada en la Conferencia Mundial de Ministros encargados de la juventud celebrada en Lisboa en agosto de 1998, en la cual se asumió el compromiso, en

materia de política nacional para jóvenes, de asegurar la incorporación de la política nacional para los jóvenes en los planes y programas de desarrollo internacional. Esta declaración también plantea que se desarrollen asociaciones complementarias, públicas y privadas, para la promoción del empleo de los jóvenes, aparte de fomentar investigaciones sobre el desempleo juvenil, entre otras tareas.

b) Programa Regional de Acciones para el Desarrollo de la Juventud en América Latina 1995-2000.

Se trata de un documento que fue adoptado por los jefes de Estado y de Gobierno para ser desarrollados durante dicho periodo y dentro del cual efectivamente se llevaron a cabo diversas acciones regionales, entre las cuales estuvieron acciones para contar con un diagnóstico adecuado sobre problemática de los jóvenes en la región, así como propuestas de política para el sector.

c) Convención Iberoamericana de Derechos de los Jóvenes (suscrita por México, aunque aún no ratificada) adoptada por la Organización Iberoamericana de la Juventud 2005.

En este instrumento internacional se define a los jóvenes como aquellas personas de 15 a 24 años; esta convención incluye un capítulo III sobre derechos económicos, sociales y culturales, entre los que estarían (Art.25) el derecho a la salud y de manera destacada el derecho al trabajo (Art. 26), en donde se señala *“los jóvenes tienen derecho al trabajo y a una protección especial del mismo, indicando que los Estados se comprometen a adoptar medidas necesarias para generar las condiciones que permitan a los jóvenes capacitarse para acceder o crear opciones de empleo, así como adoptar medidas que fomenten el estímulo a empresas para promover actividades de inserción y calificación de jóvenes en el trabajo”*.

d) Convenios de OIT

En este programa de normas internacionales relacionadas con la problemática de los jóvenes y de manera particular vinculada con el empleo de éstos, destaca la labor que ha venido

realizando la Organización Internacional del Trabajo (OIT), por medio de adopción de convenios internacionales que de manera directa se refieren al empleo de los jóvenes, de entre esos convenios que ha adoptado la OIT y que ha ratificado México se destacan dos de especial importancia para el tema que nos ocupa, se trata de los convenios 111 y la recomendación 136.

En el caso del convenio 111 sobre la discriminación (empleo ocupación) ratificado en México desde 1961 busca hacer un planteamiento general en materia de políticas de empleo, al establecer el principio de la no discriminación, que desde nuestro punto de vista incluiría a los jóvenes. Este convenio señala que debe evitarse cualquier tipo de discriminación, exclusión o preferencia basada en motivos de raza, color, sexo, religión, opinión política, ascendencia nacional u origen social que tenga por efecto anular o alterar la igualdad de oportunidades o de trato en el empleo y la ocupación; así mismo el convenio establece que todo el país para el cual el convenio se halle en vigor se obliga a formular y llevar a cabo una política nacional que promueva, por métodos adecuados a las condiciones y a la práctica nacionales, la igualdad de oportunidades y de trato en materia de empleo y ocupación, con objeto de eliminar cualquier discriminación a este respecto.

Por otra parte, la recomendación 136 sobre programas especiales de empleo y de formación para los jóvenes, con miras al desarrollo, del año 1970 señala una serie de criterios que han de respetar los denominados “programas especiales”, entre los que están los que signifiquen disminución de derechos laborales, que formen parte de las políticas nacionales de empleo, se eliminen formas de discriminación, etc. Se trata de todo un catálogo de ideas y planteamientos que bien podrían servir de base u orientación de una política de empleo para los jóvenes, en donde a pesar de que se trata de una recomendación del año 1970, su contenido sigue teniendo plena vigencia.

3.1.7 POLÍTICAS PÚBLICAS DE PROMOCIÓN DE EMPRENDIMIENTOS JUVENILES EN MÉXICO

Para que el proceso emprendedor se desarrolle es indispensable que las sociedades se organicen o reorganicen y desplieguen diversos procesos de aprendizaje. A continuación, se sistematiza información acerca de cómo los gobiernos (federal y estatal), empresas e instituciones de educación superior en México, se han organizado -o reorganizado a partir de experiencias previas- para generar condiciones propicias y construir entornos que favorezcan el espíritu emprendedor en particular a través de las incubadoras de empresas.

En la introducción al texto clásico sobre políticas públicas de W. Parsons, Giovanna Valenti señala que lo público es una dimensión de la actividad humana regulada e intervenida por la acción gubernamental o social y las políticas públicas presuponen la existencia de una esfera de la vida que es colectiva, distinta de la privada o individual. El hecho de que una parte importante de los jóvenes que desean incorporarse al trabajo no lo consigan o lo hagan en condiciones precarias afecta la sustentabilidad futura del desarrollo de México y, por tanto, hace necesaria la intervención del gobierno y la activa participación de la sociedad civil para resolver un problema público que ha rebasado el horizonte de la regulación del mercado, especialmente en un país caracterizado por la marcada desigualdad de oportunidades de acceso al trabajo, a los ingresos y al bienestar concomitante (Parsons,2007).

Al abordar el tema del trabajo juvenil, la OIT cuestiona el hecho de que en la mayoría de los casos se proponen programas y no políticas en la materia; no obstante que la lección aprendida es que un programa puede ser exitoso durante un tiempo, pero lo relevante es modificar los factores estructurales que han dado lugar al problema (OIT, 2012).

Asimismo, resulta relevante lo afirmado por Rebeca Grynspan en el *Prólogo al texto sobre pensamiento social estratégico* compilado por Kliksberg respecto a las bondades de la focalización de las políticas y el hecho de que las políticas selectivas ya no deben

contraponerse a las políticas universales, sino ser parte de ellas, bajo un esquema integral. Sin embargo, las políticas que se han implementado en América Latina respecto al trabajo y la juventud rara vez se han enfocado simultáneamente a su magnitud y heterogeneidad. Se observan buenos programas con poca cobertura o grandes iniciativas poco focalizadas y sin el impacto esperado; el reto es articular ambas dimensiones (OIT, 2007).

Hasta la década de los 1980's las políticas públicas destinadas a los jóvenes consideraban a éstos como simples destinatarios de servicios públicos y se concentraban en aquellos integrados a la sociedad, olvidándose de los jóvenes excluidos, sobre todo de la esfera laboral. En los años 1990's se comenzaron a poner en práctica numerosos programas de promoción juvenil, especialmente relacionados con la reforma a la educación media, preventivos de salud adolescente, programas masivos de capacitación laboral y de prevención y tratamiento de la violencia juvenil.

No obstante, pareciera darse mayor importancia al factor educativo que a la falta de oportunidades de empleo, que constituye la preocupación central de los jóvenes.

La CEPAL considera que las dos “llaves maestras” del esfuerzo proequidad son la educación y el empleo, y más aún la articulación virtuosa entre ellas (Machinea y Hopenhayn,). En este sentido, toda política pública avocada al problema del empleo juvenil necesariamente debe articularse con aquellas políticas que busquen reducir los niveles de deserción escolar, elevar la calidad y pertinencia de la educación y capacitación para el trabajo, así como mejorar las acciones de orientación educativa y vocacional. P.D. Weinberg sostiene desde la óptica de CINTERFOR- OIT (Pieck E., 2001), que corresponde a los Estados y a los mercados funciones trascendentes en la estructuración de sistemas nacionales de formación/educación para el trabajo, conectados en forma eficaz con las políticas activas de empleo.

Las políticas públicas activas son aquellas que pretenden nivelar las oportunidades para grupos desiguales, mediante un sistema diferenciado de apoyos e incentivos, lo que adquiere

especial relevancia entre los países latinoamericanos caracterizados por la inequidad social, la cual se expresa en una marcada desigualdad de oportunidades de empleo e ingreso. En el ámbito de los problemas relacionados con la incorporación de la población al trabajo, las políticas públicas activas han acuñado el nombre de políticas activas de empleo o de mercado de trabajo (PAMT). Las PAMT no son recientes y en los últimos 20 años han tenido una importante difusión no sólo por conducto de la OIT y de la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico (OCDE), sino también a través de organismos financieros internacionales como el BM y el BID, los cuales han financiado varios programas orientados por los principios de las PAMT.

De acuerdo a la OIT (1993), las PAMT tienen como objetivo fomentar el empleo productivo y de calidad libremente elegido y reducir con ello el desempleo y subempleo mediante acciones que mejoren el funcionamiento de los mercados de trabajo, a diferencia de las políticas pasivas de aseguramiento contra el desempleo y jubilación temprana instrumentadas en varios países desarrollados. Asimismo, se busca que estas políticas se apliquen conforme a las normas internacionales del trabajo, en un contexto tripartito (gobierno, empresarios y trabajadores), se les preste especial atención a los grupos en desventaja y se adapten a las condiciones locales específicas (OCDE, 1993).

La OIT (1993) clasifica las PAMT en 3 grandes grupos:

Fortalecimiento de la oferta laboral, que incluye acciones de capacitación y readaptación profesional; disposiciones en materia de jubilación; asistencia a la movilidad geográfica, profesional, sectorial y entre empresas.

Incremento de la demanda laboral, que comprenden subvenciones al empleo asalariado privado (exenciones fiscales y/o de seguridad social); creación de empleo público; respaldo al empleo por cuenta propia, emprendedurismo y apoyo a MYPES, así como programas de empleo en mercados locales.

Mejoramiento de los procesos del mercado de trabajo, a través del fortalecimiento y modernización de los servicios públicos (activos) de empleo; integración y apoyo a bolsas de trabajo privadas; ampliación y difusión de la información sobre el mercado de trabajo y el uso de agencias de trabajo temporal.

No existe una política pública federal única en México que promueva los emprendimientos productivos con fines de incorporación de los jóvenes al trabajo, pero se identifican políticas específicas que atienden ya sea la problemática general de los jóvenes, la promoción del empleo y/o el apoyo a las micro y pequeñas empresas. En este apartado, se hace una revisión del marco general de estas políticas y se describen los objetivos de cada uno de ellos.

FONDO NACIONAL EMPRENDEDOR.

Una de las Metas Nacionales establecidas en el Plan Nacional de Desarrollo 2013-2018 es un México Próspero, la cual en su objetivo 4.8 establece el desarrollo de los sectores estratégicos del país y, específicamente en la estrategia 4.8.4 Impulsar a los Emprendedores y fortalecer a las micro, pequeñas y medianas empresas. (DOF,2016).

El Programa de Desarrollo Innovador 2013-2018 establece en el objetivo sectorial 3 el fin de impulsar a emprendedores y fortalecer el desarrollo empresarial de las micro, pequeñas y medianas empresas.

El Programa para Democratizar la Productividad promueve el desarrollo de una cultura emprendedora y empresarial, el acceso al financiamiento y capital a los emprendedores y las MIPYMES y la inserción exitosa de los sectores estratégicos de mayor dinamismo.

Con el propósito de dar cumplimiento a los objetivos y prioridades nacionales, el Fondo Nacional Emprendedor dentro del ámbito de sus atribuciones y de acuerdo a lo establecido

en el Plan Nacional de Desarrollo 2013-2018, deberá identificar e implementar acciones que contribuyan al logro de los objetivos de la Cruzada contra el Hambre. Para implementar dichas acciones el Programa, podrá realizar los ajustes necesarios en su planeación y operación, estableciendo los acuerdos, la coordinación y vinculación interinstitucional correspondientes, sin menoscabo de lo establecido en el presente ordenamiento y de las metas establecidas, así como en función de la disponibilidad presupuestal, informando las acciones, presupuesto y avances en las metas e indicadores de las acciones que en su caso se desarrollen para dar cumplimiento a los objetivos de la Cruzada.

Que en el Decreto por el que se crea la Coordinación Nacional de PROSPERA Programa de Inclusión Social se apunta a la Secretaría de Economía como integrante del Consejo y del Comité Técnico de dicha Coordinación para el cumplimiento, entre otros, de la atribución de promover la inserción y facilitar la vinculación de la población objetivo con la oferta institucional, programas y acciones de inclusión social, productiva, laboral y financiera para mejorar el ingreso de las familias beneficiarias. Lo anterior, a través de acciones de vinculación interinstitucional que faciliten el acceso de esta población a la oferta del Instituto Nacional del Emprendedor.

a) Objeto y objetivos del Fondo Nacional Emprendedor

1. El objeto del Fondo Nacional Emprendedor en adelante el FNE, es incrementar la productividad en las micro, pequeñas y medianas empresas, principalmente las ubicadas en sectores estratégicos, para incentivar el crecimiento económico nacional, regional y sectorial, mediante el impulso al fortalecimiento ordenado, planificado y sistemático del emprendimiento y del desarrollo empresarial en todo el territorio nacional, así como la consolidación de una economía innovadora, dinámica, incluyente y competitiva.
2. Son objetivos del Fondo Nacional Emprendedor:

I. Contribuir al incremento de la tasa de crecimiento de la Producción Bruta Total de las micro, pequeñas y medianas empresas, mediante la canalización de apoyos temporales y concurrentes garantizando la transparencia en la asignación de los mismos;

II. Generar mediante la selección de los mejores proyectos que presenten los emprendedores y las micro, pequeñas y medianas empresas del país, una gradual y firme transformación de éstos mediante:

- a) El mayor acceso a financiamiento y capital;
- b) El desarrollo de capacidades de gestión y habilidades gerenciales;
- c) El fortalecimiento de las capacidades productivas y tecnológicas;
- d) El acceso a información relevante para la toma de decisiones;
- e) Una mayor capacidad para acceder a los mercados;
- f) El fomento a la innovación y el desarrollo;
- g) El fomento a la equidad regional y de género en la entrega de apoyos;
- h) La democratización de la productividad nacional;
- i) El aumento de la formalidad, y
- j) La mayor eficiencia en los procesos de logística y abasto.

Los objetivos del FNE deberán desarrollarse de manera eficaz y oportuna a fin de consolidar la política nacional de fomento económico de apoyo a emprendedores y micro, pequeñas y medianas empresas y con ello consolidar el surgimiento, fortalecimiento, escalamiento y competitividad de los emprendedores y de las micro, pequeñas y medianas empresas de los sectores estratégicos del país principalmente, la transformación competitiva de sectores y regiones, así como la inversión productiva generadora de empleos y bienestar.(DOF, 2016).

PROGRAMA EMPRENDEDORES JUVENILES

Una de las Metas Nacionales establecidas en el Plan Nacional de Desarrollo 2013-2018 es un México Próspero, la cual en su objetivo 4.8 establece el desarrollo de los sectores estratégicos del país y, específicamente en la estrategia 4.8.4 Impulsar a los Emprendedores y fortalecer a las micro, pequeñas y medianas empresas. (DOF, 2016).

El Programa Nacional de Juventud 2013–2018 (PNJ) constituye el programa especial de la actual Administración Federal para el tema de juventud y su ejecución está a cargo del IMJUVE, que es un organismo público descentralizado, coordinado por la Secretaría de Educación Pública (SEP), el cual tiene entre sus objetivos el definir e instrumentar la política nacional de juventud y promover acciones destinadas a mejorar el nivel de vida, expectativas y derechos de los jóvenes. El PNJ incluye varias líneas de acción relacionadas con el apoyo a cooperativas, capitalización de empresas, proyectos productivos rurales sustentables, trabajo artesanal, y campañas de promoción de la cultura emprendedora entre los jóvenes, con objeto de reducir las dificultades que enfrentan éstos para iniciar y consolidar un proyecto propio (PNJ,2014).

Desde 2003, el IMJUVE opera el Programa de Emprendedores Juveniles, primeramente, como un plan piloto (“Autoempleo Juvenil”). El Programa tiene como objetivo fomentar la cultura de la productividad mediante apoyos económicos a los mejores proyectos de empresas sustentables, con lo que se busca fomentar el trabajo individual y organizado, promover el arraigo de los jóvenes en sus comunidades, así como la participación de los gobiernos estatales y municipales mediante un esquema de coinversión.

El Programa atiende a jóvenes de 18 a 29 años de edad, que soliciten los apoyos a título personal o en grupo para proyectos nuevos (categoría A), que deben estar dados de alta ante

la SHCP o para proyectos que tengan de 1 a 2 años de venir operando (categoría B). Para los proyectos de la categoría A, el monto máximo de los recursos movilizados asciende a \$20,000, mientras que para la categoría B es de \$40,000; de estos recursos 90% está a cargo del Programa y 10% a cuenta del beneficiario, que puede ser en especie (maquinaria, equipo, mobiliario) o en efectivo. El monto de los apoyos lo determina el Consejo Técnico Evaluador de cada instancia participante, conformado por representantes empresariales, académicos y del gobierno federal, previo análisis y evaluación de las propuestas recibidas.

a) Vinculación con el sector educativo

El IMJUVE tiene identificados programas educativos con contenidos de cultura emprendedora en instituciones públicas y privadas a nivel superior, lo que constituye una oportunidad para la expansión de una visión enfocada hacia el desarrollo de proyectos por parte de los jóvenes. Sin embargo, una limitación importante es que no existen vínculos entre el Instituto y dichas instituciones para impulsar mayores acciones en este sentido. Esta situación ejemplifica el limitado papel del Instituto como el “Ministerio Transversal” del que habla Serra (2005), pero a su vez revela una importante área de oportunidad.

b) Población objetivo.

El Programa tiene como fortaleza que está expresamente dirigido a los jóvenes de 18 a 29 años. Se excluye a los menores de 18 años bajo el argumento de que se debe de cumplir con el requisito de contar con el Registro Federal de Causantes (RFC) de la SHCP. Al respecto, cabe señalar que, no obstante, las bondades de impulsar la formalización de los micronegocios, sobre todo cuando éstos son apoyados con recursos fiscales, no se puede obviar el hecho de que por la precariedad con la que inician muchos micro proyectos, el pago de impuestos y, en su caso, de las contribuciones a la seguridad social de los trabajadores constituyen cargas muy elevadas que inhiben el desarrollo de los emprendimientos. Por otra parte, el Programa presenta la limitación de no hacer una

diferenciación de los beneficiarios conforme a su nivel educativo y/o de ingresos, ni tampoco de considerar otros elementos tales como el género, la condición de discapacidad o indígena de los mismos. Lo anterior, no obstante que de acuerdo a las mejores prácticas internacionales es recomendable distinguir los apoyos, de acuerdo a los atributos que generan condiciones de desventaja en el mercado.

Asimismo, el Instituto no considera la aplicación de pruebas que permitan detectar si los jóvenes apoyados cuentan o no con una auténtica vocación emprendedora, ni se toma en consideración su situación ocupacional al momento de solicitar el apoyo. La selección se basa en la evaluación que realiza un comité técnico respecto a la viabilidad económica del proyecto, la solución comunitaria que brindan los mismos y la capacidad financiera del emprendedor para reintegrar el recurso recibido, por lo que se entremezclan criterios de rentabilidad y de subsistencia, lo que no necesariamente constituye una debilidad, aunque parece traer consigo problemas de gestión.

Respecto a la orientación que pudiera tener el Programa hacia actividades productivas con un mayor potencial de desarrollo, el IMJUVE no considera elementos en este sentido ni para la selección de los proyectos ni en cuanto al monto de los apoyos. Llama la atención este hecho si se toma en consideración que el Instituto publicó en 2006 el estudio de Miranda sobre los “Nuevos yacimientos de empleo para jóvenes”, en el cual se identifican 17 ámbitos o espacios emergentes de producción y servicios, que constituyen oportunidades sustentables de empleo frente a ocupaciones o nichos de mercado tradicionales saturados.

El IMJUVE debería ser la instancia articuladora de las relaciones interinstitucionales en torno al tema de juventud, la “unidad” o “ministerio transversal” de la que nos habla Serra (2005), que fuese capaz de mostrar legitimidad política y gerencial, así como capacidad y solvencia técnica. Sin embargo, en materia de empleo su papel articulador de las políticas a favor de los jóvenes es prácticamente ausente, por lo que el Programa de Emprendedores

Juveniles opera aislado de otros programas como el PAE de la STPS y el Fondo PYME de la SE. Esta situación constituye una de las principales debilidades del Programa, frente a la amenaza de su desaparición.

PROGRAMA DE FOMENTO AL AUTOEMPLEO

Una de las Metas Nacionales establecidas en el Plan Nacional de Desarrollo 2013-2018 es un México Próspero, la cual en su objetivo 4.8 establece el desarrollo de los sectores estratégicos del país y, específicamente en la estrategia 4.8.4 Impulsar a los Emprendedores y fortalecer a las micro, pequeñas y medianas empresas. (DOF,2016).

El Programa de Apoyo al Empleo (PAE) es ejecutado por la STPS junto con los gobiernos estatales como parte del Programa Sectorial de Trabajo y Previsión Social 2013-2018. El objetivo del Programa es promover la colocación en un empleo o actividad productiva de personas desempleadas o subempleadas, mediante el otorgamiento de apoyos económicos o en especie, para lo cual se conforma de cuatro Subprogramas: Bécate, Fomento al Autoempleo, Movilidad Laboral Interna y Repatriados Trabajando. Mediante el Subprograma de Fomento al Autoempleo (SFA) se promueve la creación (o fortalecimiento) de Iniciativas de Ocupación por Cuenta Propia (IOCP) por parte de personas desempleadas o subempleadas. Asimismo, como parte del Subprograma “Bécate”, se opera la modalidad “Capacitación para el Autoempleo”, dirigida a desempleados o subempleados interesados en una actividad productiva por cuenta propia. Tanto el SFA como la Capacitación para el Autoempleo no están dirigidos exclusivamente a los jóvenes, ya que atienden a personas de 18 años y más.

El SFA otorga apoyos en especie, que consisten en mobiliario, maquinaria, equipo y/o herramienta, cuyo valor puede ser de \$25,000 hasta \$125,000, dependiendo del número de integrantes de la IOCP (de 1 a 5 o más), que se entrega en custodia temporal condicionada

durante doce meses. Al final del periodo, se otorgan los bienes en forma definitiva dependiendo de su adecuada utilización, previo dictamen de un Comité Interno de Evaluación; en caso contrario, se retiran los bienes y se resignan a otra IOCP, la cual tiene derecho a un apoyo económico por un monto de \$5,000 a \$25,000, destinado al mantenimiento o reparación, así como para adquisición de bienes complementarios. En el caso de la modalidad de Capacitación para el Autoempleo, el beneficiario recibe un curso de capacitación con duración de uno a tres meses (30 a 48 hrs semanales). También se otorga una ayuda económica para manutención y transporte, seguro contra accidentes, además de la posibilidad de que el egresado aplique para un apoyo del SFA.

a) Contexto general de política pública.

Una fortaleza a destacar del SFE consiste en que éste forma parte del conjunto de PAMT que opera el SNE, que considera acciones de capacitación y vinculación laboral de las personas desempleadas y subempleadas, atención especial a grupos de población como jóvenes sin experiencia laboral, repatriados, jornaleros agrícolas, trabajadores en suspensión de labores, entre otros.

De manera que, existen condiciones para que se avance hacia un servicio público de empleo cada vez más integral e integrado, en cuyos programas se consideren acciones de apoyo a la inserción laboral de los jóvenes y la promoción del emprendimiento, lo que fue reafirmado por las opiniones del personal entrevistado del SNE a nivel estatal. No obstante, a decir de este personal, se enfrenta la falta de una cultura emprendedora; deficiencias en la formación escolarizada a nivel media y media superior que limitan el desarrollo de esta cultura; la presencia de regulaciones en materia administrativa, fiscal y laboral que no favorecen el desarrollo de la MYPE, además de la vulnerabilidad de los mercados en los que participan estos emprendimientos.

b) Vinculación con el sector educativo.

Si bien en algunas entidades federativas se observan experiencias de capacitación en temas relacionados con capacidades emprendedoras en las que participan instituciones académicas, por lo regular no existen vínculos entre la STPS o el SNE con el sector educativo para promover el desarrollo de programas en la materia. Lejos ha quedado la intención de impulsar un Sistema de Normalización y de Certificación de Competencias Laborales que articule los requerimientos del sector productivo, con la estructura de ocupaciones y la curricula educativa, bajo referentes de competencia laboral, los cuales pudieran comprender competencias emprendedoras como las identificadas por Selamé (1999).

c) Población objetivo

La población objetivo del SFA está muy bien focalizada al estar formada por las mujeres y hombres de 18 años o más que se encuentran en situación de desempleo o subempleo y que cuentan con el perfil para desarrollar una actividad productiva por cuenta propia; perciben en su núcleo familiar un ingreso menor a seis salarios mínimos; aportan recursos propios para la operación de la IOCP (capital fijo y de trabajo); comprueban residencia de por lo menos dos años en la localidad donde se instalará la IOCP, y tienen experiencia de por lo menos 6 meses en las actividades inherentes al proceso y/o desarrollo de la IOCP propuesta. Asimismo, el límite mínimo de edad excluye a los jóvenes menores de 18 años que, conforme a las recomendaciones internacionales, no deben ser objeto de este tipo de programas, sino de acciones a nivel de la formación escolarizada. Cabe hacer notar que, en el caso de los jóvenes, el hecho de que se requiera aportar recursos propios para la operación de la IOCP, pudiera constituir una restricción, ya que muchos de ellos no cuentan con el mínimo de capital fijo y/o de trabajo, a menos que sean apoyados por la familia.

Ahora bien, a diferencia del programa del IMJUVE, este programa de la STPS no está

orientado exclusivamente a jóvenes lo que constituye una debilidad del mismo si se le concibe como parte de una política de atención a la juventud, aunque no como una política de empleo. Lo que sí constituye una debilidad es el hecho de que no se evalúe con rigor la vocación emprendedora, ya que se enfrenta el riesgo de que se involucren personas sin las competencias necesarias. Dicha vocación se corrobora únicamente en la entrevista mediante la revisión de la experiencia laboral, para lo cual no se aplica ningún tipo de prueba.⁶³ Incluso, en el caso de las personas con discapacidad, adultos mayores, repatriados y preliberados basta con que demuestren sus conocimientos para el establecimiento y operación de la IOCP propuesta, lo que evita prácticas de exclusión social, pero debilita la capacidad de selección de los candidatos con vocaciones realmente emprendedoras.

FONDO DE APOYO PARA LA MICRO, PEQUEÑA Y MEDIANA EMPRESA (FONDO PYME)

El programa está alineado con el Plan Nacional de Desarrollo (PND) en la Meta Nacional IV. “México Prospero”, objetivo 4.8 Desarrollar los Sectores Estratégicos del País; estrategia 4.8.3 “Impulsar a los Emprendedores y Fortalecer a las Micro, Pequeñas y Medianas Empresas

El Programa Sectorial de Economía 2007-2012 (PSE) es operado por la SE, el cual considera entre sus objetivos rectores la promoción del empleo a través de emprendimientos productivos. El Programa propone una política de apoyo integral de acuerdo con el tamaño y potencial de las empresas, basada en cinco segmentos empresariales: emprendedores, MYPES tradicionales, empresas “Gacela” y empresas “Tractoras”. A su vez, se proponen cinco estrategias básicas: financiamiento, comercialización, capacitación y consultoría, gestión e innovación y desarrollo tecnológico. Para impulsar la creación de nuevas empresas, el PSE considera una política de promoción del “espíritu emprendedor” en los centros educativos; el fortalecimiento de un sistema nacional de incubación de empresas; el diseño y apoyo de esquemas de capital semilla y de riesgo, junto con asesoría y acompañamiento.

En el marco de este Programa, la SE opera el Fondo de Apoyo para la Micro, Pequeña y Mediana Empresa (Fondo PYME), creado en 2004 y que es un mecanismo de apoyo a las MYPES, en particular a las de menor tamaño y a los emprendedores, con el propósito de promover el desarrollo económico, a través del otorgamiento de apoyos de carácter temporal a programas y proyectos que fomenten la creación, desarrollo, consolidación, viabilidad, productividad, competitividad y sustentabilidad de este tipo de empresas. En el caso de la Categoría de “Nuevos Emprendedores e Incubadoras de Empresas”, los objetivos del Fondo son contribuir a la generación de emprendedores y nuevos empresarios, así como a la creación de nuevas empresas y generación de empleos a través de la incubación de empresas. Para estos fines, se ofrece a los emprendedores servicios integrales de consultoría y acompañamiento empresarial a través de las incubadoras que integran el Sistema Nacional de Incubación de Empresas; asimismo, se otorgan apoyos financieros a los proyectos viables para la formación y arranque de nuevos negocios egresados de las incubadoras.

Como instrumento transversal, en 2009 se puso en marcha la estrategia México Emprende, la cual comprende al Fideicomiso México Emprende, que funciona con recursos del Fondo PYME; los Centros México Emprende, así como otros programas de la SE. En el caso de la categoría de emprendedores, se opera el Programa Nacional de Emprendedores, que comprende tres grandes vertientes: i) fomento a la cultura emprendedora entre los jóvenes (“Programa de Jóvenes Emprendedores”), con dos áreas estratégicas: la “Caravana del Emprendedor” y el Modelo “Jóvenes Emprendedores”; ii) Programa de Capital Semilla y un programa piloto de financiamiento con la banca comercial (tasas de interés preferenciales y garantías gubernamentales) y iii) impulso a la incubación de empresas. Estas acciones son apoyadas por el Fondo, que es el que cuenta con los recursos y que reporta los avances en el cumplimiento de metas.

a) Contexto general de Política Pública

El Fondo PYME tiene como objetivo promover el desarrollo económico, a partir de fomentar

la creación, desarrollo, productividad, competitividad y sustentabilidad de las MYPES, con un propósito de empleo, lo que constituye una fortaleza en términos de la incorporación de la población al trabajo, no obstante que no esté dirigido exclusivamente a jóvenes. De acuerdo al personal de la SE, se enfrentan todavía rezagos importantes en términos de una cultura emprendedora, no obstante que actualmente operan varios programas gubernamentales de apoyo como son la estrategia México Emprende y el modelo “Jóvenes Emprendedores”. Asimismo, la excesiva regulación fiscal, administrativa y laboral limita la expansión de nuevos emprendimientos.

b) Vinculación con el sector educativo

No existen vínculos específicos entre el Fondo PYME y las instituciones educativas para el desarrollo de competencias emprendedoras entre los jóvenes; sin embargo, se reconoce la presencia de algunos modelos de incubación de empresas operados por instituciones educativas públicas y privadas. De acuerdo al personal de la SE, la presencia de este tipo de programas constituye una fortaleza, que sin embargo adolece en ocasiones de la debilidad de operar con un enfoque demasiado academicista.

c) Población objetivo

El Fondo PYME tiene cobertura nacional y, en el caso de los apoyos a emprendedores, la población objetivo son todas las personas de 18 a 70 años, en virtud de lo cual no se hacen distinciones especiales para el grupo de jóvenes. La selección de los beneficiarios se realiza por parte de los OI, quienes eligen los proyectos que cumplan con los requisitos establecidos en las

RO. El Programa presenta la debilidad de no aplicar pruebas psicológicas y/o concursos para seleccionar a las personas, lo que, de acuerdo al personal entrevistado al nivel central, deriva de la falta de un perfil de emprendedor adecuado al contexto mexicano. Asimismo, en términos de las mejores prácticas internacionales, el Programa adolece de la falta de criterios

de diferenciación de los beneficiarios de acuerdo a su nivel educativo y/o de ingreso familiar.

No obstante, una fortaleza es el requisito de que los proyectos deban mostrar viabilidad técnica y financiera. En el caso de los proyectos que se incorporan a una incubadora, existe una selección más rigurosa con base en el desarrollo mismo que va teniendo cada proyecto, con lo cual se van filtrando las mejores propuestas.

Si bien las mejores prácticas internacionales apuntan a que la promoción de los emprendimientos productivos debe priorizar aquellas actividades productivas consideradas como “nuevos yacimientos de empleo”, en el caso del Fondo PYME no hay una orientación específica en la etapa de sensibilización y capacitación de emprendedores; las consideraciones respecto a los sectores económicos con mayores potenciales de desarrollo se da al momento que el emprendimiento se incorpora a una incubadora de empresa.

4 EL EMPLEO, EL EMPRENDIMIENTO Y LA INCUBACIÓN DE EMPRESAS. UNA RETROSPECTIVA TEÓRICA

El empleo, tal como hoy lo conocemos, no es un hecho natural; tanto su contenido como el papel que ha jugado en las vidas de los seres humanos no ha sido siempre el mismo, sino que se ha modificado a lo largo de la historia. A partir de esa visión se puede evaluar mejor las pérdidas o los progresos que ha experimentado la institución del trabajo.

En el mundo antiguo y en las comunidades primitivas no existe un término como el de *trabajo* con el que hoy englobamos actividades muy diversas, asalariadas y no asalariadas, penosas y satisfactorias, necesarias para ganarse la vida o para cubrir las propias necesidades. En el mundo griego se juzgaba que la cualificación y la distinción entre actividades era algo esencial. Aristóteles distinguía entre actividades libres y serviles y rechazaba estas últimas porque "inutilizaban al cuerpo, al alma y a la inteligencia para el uso o la práctica de la virtud"; comparaba el trabajo "que se hace para otros" al del esclavo y criticaba con energía la actividad crematística que "pone todas las facultades al servicio de producir dinero". Consideraba que la finalidad de la actividad tenía extrema importancia, pero dicho fin no se podía restringir a la utilidad de las actividades. Aristóteles entendía que las actividades son útiles (leer y escribir, por ejemplo, era útil para la administración de la casa; el dibujo para evaluar el trabajo de los artesanos), pero las actividades, a su entender, no debían perseguir siempre la utilidad. "*Buscar en toda la utilidad es lo que menos se ajusta a las personas libres y magnánimas*". Era también preciso preguntarse, según él, en qué modo determinadas actividades contribuyen a la formación del carácter y del alma (Aristóteles, 1988).

En Grecia se estableció una diferencia radical entre dos esferas de actividad: la relacionada con el mundo común, y la relativa a la conservación de la vida. La política –no concebida como una profesión de especialistas, como se hace actualmente– era la actividad paradigmática en ese primer mundo, al que tenían acceso todos los ciudadanos libres. La

relación entre estos dos mundos podemos representarla, como hace Arendt, mediante la dialéctica entre la libertad y la necesidad. Las actividades del mundo de lo común o de la *polis* constituirían el ámbito de la libertad, mientras que las tareas dirigidas a la conservación de la vida, que contribuían al desarrollo de la comunidad familiar, conformaban el ámbito de la necesidad. Era preciso que un determinado sector de la sociedad ejerciera estas últimas funciones predominantemente los esclavos- para que otro sector, el de los hombres libres, pudiera dedicarse a las actividades realmente estimadas (Arendt,1993).

Con el pensamiento moderno nace una concepción muy diferente del trabajo. En primer lugar, aparece como una actividad abstracta, indiferenciada. No hay actividades libres y serviles, todo es *trabajo* y como tal se hace acreedor de la misma valoración, como luego veremos, muy positiva, incluso apologética. En la literatura sobre el desarrollo del capitalismo encontramos dos explicaciones, ambas convincentes, de esta transformación de la actividad diferenciada en trabajo neutro. Según Marx, la mudanza tiene lugar cuando se produce predominantemente para el mercado y el trabajo se convierte en valor de cambio. Según Weber, desde la perspectiva luterana del trabajo se juzgaba que todas las profesiones merecían la misma consideración, independientemente de su modalidad y de sus efectos sociales. Lo decisivo para cada persona era el cumplimiento de sus propios deberes. Esto se ajustaba a la voluntad de Dios y era la manera de agradecerle.

La visión del trabajo como actividad fundamentalmente *homogénea*, no diferenciada, tenía también consecuencias prácticas: enmascaraba la diferencia entre trabajo penoso y satisfactorio, y entre el trabajo manual y el trabajo intelectual; justificaba la desigualdad como necesidad técnica debida a la división del trabajo; y por último, encubría el hecho de que el trabajo es un elemento discriminador por excelencia debido al diverso estatus de vida que proporciona según el lugar que ocupan los individuos en la producción.

Sin embargo, esta concepción del trabajo ha venido coexistiendo con una cierta jerarquización (al margen de su consideración moral) basada en criterios económicos,

justificados en buena medida por los teóricos de la ciencia económica. Desde esta perspectiva, los niveles más altos de la escala correspondían al trabajo productor de plusvalía, denominado trabajo productivo; al que se intercambiaba por dinero a través del comercio o del salario (frente al trabajo que no reunía estos requisitos como es el trabajo doméstico) y al trabajo identificado con la creación de productos artificiales. Como correlato, se despreciaba el trabajo dedicado a las necesidades vitales y el trabajo que no dejaba huella, monumento o prueba para ser recordado. El trabajo dedicado a las labores naturales como la reproducción o el cuidado carecía de valor.

En segundo lugar, el pensamiento moderno mitificó la idea del trabajo. La literatura de los grandes pensadores de la época contribuyó a esta mutación proporcionando argumentos en favor de su fundamentación. Para John Locke el trabajo era la *fuerza de propiedad*. Según él, Dios ofreció el mundo a los seres humanos y cada hombre era libre de apropiarse de aquello que fuera capaz de transformar con sus manos (John Locke, 1990). Para Adam Smith, el trabajo era la *fuerza de toda riqueza*. Las teorías del valor de Adam Smith y de David Ricardo tenían su base en la idea de que el trabajo incorporado al producto constituía la fuente de propiedad y de valor (Myrdal, 1967).

Una nueva perspectiva teológica del trabajo favoreció también su mitificación. Comenzó a ser visto no como un castigo divino o simplemente como un deber, sino como el mejor medio de realización humana. El trabajo adquirió nuevos significados: a) *un sentido cósmico*, según el cual el ser humano completaba la obra que Dios le entregó para que la embelleciera y la perfeccionara; b) *un sentido personal*, por ser el mejor medio para que el individuo, que nace débil y necesitado, encontrara su perfección; c) *un sentido social*, en la medida en que el trabajo era el factor decisivo en la "creación de sociedad" y la impulsión del progreso (Sanabria, 1980). La ética puritana, en particular, completaba esta idea trascendente del trabajo al considerarlo como un "fin en sí mismo" (lejos de la concepción de Tomás de Aquino que lo entendía como un medio para la conservación personal y social) y como el

elemento que da *sentido* a la vida.

La exaltación del trabajo en el momento del desarrollo industrial era compartida por muchos sectores sociales. A finales del siglo XIX Paul Lafargue, si bien culpaba a la moral burguesa y cristiana de haber inculcado a la sociedad el "amor al trabajo", reconocía en las clases trabajadoras una "pasión amorosa" por el mismo: Una pasión invade a las clases obreras de los países en que reina la civilización capitalista; una pasión que en la sociedad moderna tiene por consecuencia las miserias individuales y sociales que desde hace dos siglos torturan a la triste Humanidad. Esa pasión es el amor al trabajo, el furibundo frenesí del trabajo, llevado hasta el agotamiento de las fuerzas vitales del individuo y de su progenitura. En vez de reaccionar contra esa aberración mental, los curas, los economistas y los moralistas han sacro santificado el trabajo. Hombres ciegos y de limitada inteligencia han querido ser más sabios que su Dios; seres débiles y detestables, han pretendido rehabilitar lo que su Dios ha maldecido (Lafargue, 1973).

Lafargue pertenece a la tradición socialista, pero ésta no mantiene ni mucho menos una posición unánime en la crítica del trabajo. Saint-Simon, por ejemplo, proponía sustituir el principio evangélico de "el hombre debe trabajar" por "el hombre más dichoso es el que trabaja" y afirmaba que "*la humanidad gozaría de toda la dicha a la que puede aspirar si no hubiera ociosos*". El reformador social Etienne Cabet se disponía a acabar en su Icaria con la pereza e imponer la obligatoriedad del trabajo. El Manifiesto del primer congreso de la Asociación Internacional del Trabajo (AIT) exaltaba el "trabajo grande y noble, fuente de toda riqueza y de toda moralidad" (Pérez de Ledesma, 1979).

En el propio Karl Marx la consideración sobre el trabajo tampoco presenta unos perfiles muy nítidos. Mantuvo una visión positiva del mismo en cuanto que *actividad potencial* (fuente de toda productividad y expresión de la misma humanidad del hombre) no como

existía en la realidad. Criticó el trabajo en la sociedad capitalista como actividad enajenada ("el trabajador se relaciona con el producto de su trabajo como un objeto extraño") y señaló los efectos perniciosos de la división del trabajo en la ideología alemana. Consideró que la supresión del trabajo debía ser uno de los objetivos fundamentales del comunismo. De hecho, en la Crítica al Programa del Partido Obrero Alemán, refiriéndose a la fase superior de la sociedad comunista, señaló que "*la subordinación esclavizadora de los individuos a la división del trabajo habrá desaparecido y, como consecuencia, la oposición entre el trabajo manual y el trabajo intelectual*" (Dumont, 1892).

Sin embargo, para Marx, el desarrollo de la productividad (ligada a la división del trabajo) era una precondition para la sociedad comunista y, al mismo tiempo, muchos de los males de la sociedad capitalista guardaban relación con la división del trabajo. Esta suerte de paradojas en las que el establecimiento a través de un proceso penoso de unas determinadas condiciones posibilitaba la *liberación o emancipación* a más largo plazo jugó un papel decisivo en la tradición socialista a la hora de justificar el *presente* (y más todavía cuando esté presente estaba gobernado por la *clase trabajadora*, como ocurría en los llamados países socialistas). Así, los efectos nocivos y embrutecedores de los procesos que promovían un aumento de productividad eran subestimados o embellecidos porque acercaban *objetivamente* las condiciones de posibilidad del comunismo.

4.1 EL TRABAJO JUVENIL EN MÉXICO A PRINCIPIOS DEL SIGLO XXI

Las modalidades que asume la inserción laboral de los jóvenes constituyen una preocupación mundial. En México existe amplio conocimiento acumulado sobre los niveles de participación económica y las características socio demográficas de la población activa juvenil, así como de sus condiciones laborales. Entre los aspectos analizados están las diferencias por sexo y grupos de edad, los cambios en su inserción laboral en diferentes

momentos y la relación entre educación y trabajo, al igual que los niveles de desempleo y subempleo de los jóvenes, la situación de los inactivos que no trabajan, no estudian ni buscan trabajo y la precariedad laboral (Meza, 2006).

Cifras para los años noventa muestran que la presencia de los jóvenes en los mercados de trabajo se incrementa a medida que aumenta su edad y la participación económica juvenil es siempre superior en el caso de los varones en comparación con las mujeres, diferencia que se mantiene a pesar de la expansión considerable de la participación económica de las mujeres jóvenes en las últimas décadas (Navarrete, 2001). En 2000 y 2004, de acuerdo con los datos de la Encuesta Nacional de Empleo, se mantienen las variaciones por edad y sexo de las tasas de participación económica de la población de 12 a 29 años.

La situación laboral de los y las jóvenes (12 a 24 años), definida de acuerdo con sus niveles de ingreso, jornada de trabajo y prestaciones laborales, es precaria. Navarrete (2001), con base en el análisis de datos de los noventa, señala que la precariedad laboral es más acentuada en las áreas menos urbanizadas (menos de cien mil habitantes) en comparación con las más urbanizadas (cien mil y más habitantes), y que las condiciones laborales presentan variaciones considerables de acuerdo con la edad y sexo de los jóvenes: los menores de 20 años ingresan en el mercado de trabajo con menores niveles de escolaridad y presentan peores condiciones laborales que los de 20 a 24 años. La autora destaca asimismo que, en cuanto al acceso a las prestaciones laborales, los varones jóvenes se encuentran en una situación más desfavorable que las mujeres jóvenes.

Estudios para la población de 12 a 29 años en 2000 muestran también que las mujeres jóvenes están favorecidas con mejores condiciones laborales que los varones, pero ellos están mejor remunerados que ellas; al considerar ambas características a la vez, sus efectos contrapuestos se anulan (De Oliveira, 2006). En el caso del conjunto de la población activa, se ha encontrado también que, a fines del siglo XX, las mujeres tenían acceso a mejores condiciones laborales mientras los varones percibían ingresos más elevados (De Oliveira y García, 1997).

Los diferentes indicadores generalmente utilizados en el análisis de la precariedad del empleo asalariado proporcionan una visión poco alentadora de la situación laboral en el país al inicio del siglo XXI. Aunque la mayoría de jóvenes asalariados cuenta con local de trabajo, menos de un cuarto de ellos tiene acceso a alguna otra prestación laboral además del salario base, y quienes tienen contrato laboral no llegan a 40% de los casos (más de la mitad de ellos trabaja con contratos temporales). Además, menos de la cuarta parte de los jóvenes asalariados realiza actividades relacionadas con sus estudios y 16% tiene jornadas de trabajo excesivas (más de 50 horas a la semana) (Oliveira, 2006). Las jornadas excesivas de trabajo constituyen un aspecto adicional de mayor explotación de la fuerza de trabajo (León, Abramo, y Riveros, 1997).

El examen de un índice de calidad/precariedad del empleo asalariado, elaborado con base en este conjunto de indicadores a partir de los datos de la Encuesta Nacional de Juventud (ENJ, 2000), muestra la gran heterogeneidad de los empleos juveniles. La distancia —en términos de condiciones laborales y niveles de remuneración— entre los mejores empleos en términos relativos y los puestos de trabajo más precarios es inmensa. Estos últimos, en más de la mitad de los casos, exigen jornadas laborales excesivas y no cuentan con un local de trabajo; en la casi totalidad de los casos no tienen contrato laboral y las actividades realizadas no se relacionan con los estudios de los jóvenes. Además, una gran parte de estos empleos con muy alta precariedad no cuentan con prestaciones laborales ni sueldo base y los salarios son inferiores a 1.5 salarios mínimos. Estos empleos se nutren de fuerza de trabajo muy joven (menores de 20 años), con baja escolaridad, que por lo general desempeña actividades manuales no calificadas, labora en la agricultura o en los servicios distributivos o personales. Los jóvenes en condiciones laborales precarias se enfrentan a un futuro incierto, carente de protección social y con recursos económicos insuficientes para su manutención y la de sus familias. Se encuentran excluidos de los sectores más dinámicos de la economía.

En contraste, los empleos de cierta calidad relativa o muy baja precariedad tienen remuneraciones equivalentes a cinco o más salarios mínimos y en gran parte de los casos las

actividades realizadas se relacionan con los estudios de los jóvenes, lo que sugiere que las posibilidades de ingresar a los escasos puestos laborales de cierta calidad relativa dependen, en parte, de contar con la capacitación requerida para sacar provecho de las limitadas oportunidades que ofrecen los mercados de trabajo. Por lo general, estos empleos se encuentran en las grandes empresas, están insertos en los sectores económicos vinculados a los servicios sociales o al productor. Más de la mitad de los empleos de cierta calidad relativa son de tiempo parcial. Vale la pena hacer notar que, en el caso de la población juvenil, el trabajo de tiempo parcial no necesariamente alude a la precariedad de la relación laboral, porque un porcentaje importante de jóvenes prefiere las jornadas de trabajo más reducidas..

Casi todos los empleos con muy baja precariedad cuentan con un local y la mayoría tiene algún tipo de contrato laboral, pero sólo la mitad de los contratos son indefinidos y cerca de un tercio ofrece alguna prestación laboral además del salario base. Estos empleos, aunque se ubiquen en el nivel más bajo de la escala de precariedad, difícilmente podrían ser considerados como empleos no precarios del todo, al ser todavía relativamente deficientes en cuanto a la seguridad laboral y la protección social que ofrecen. La mano de obra juvenil inserta en estos empleos menos precarios ya no es tan joven (entre 25 y 29 años de edad), ha logrado realizar estudios profesionales o de postgrado y desempeña ocupaciones no manuales altas (funcionarios, directivos, profesionales y técnicos) (Oliveira,2006).

Un estudio sobre el desempleo y el subempleo de los jóvenes (15 a 29 años) también muestra una situación preocupante. De acuerdo con las cifras presentadas por Meza (2006), la tasa de desempleo general (abierto y desalentado) en 2004 es de 6.6%, la de subempleo visible asciende a 11.7% y la de subempleo invisible a 27.1%. Además, los jóvenes aislados (los que no estudian, ni trabajan, ni buscan trabajo) representan 21.9% y los ocupados fuera del subempleo constituyen sólo un tercio del total de los jóvenes (ENE, 2004). La misma autora señala que los jóvenes de menor edad y las mujeres son los que enfrentan mayormente las situaciones de desempleo y subempleo. Los jóvenes que no trabajan, no estudian ni buscan trabajo están constituidos principalmente por los jóvenes que se dedican mayormente a las tareas del hogar.

4.1.1 TEORÍA GENERAL DEL EMPLEO

Adam Smith (1776) definía que el empleo o el pleno empleo estaba determinado por la variación de los salarios, tratando de decir: que cuando los salarios eran altos se genera desempleo, y cuando existían variaciones del salario (bajos) se estaría llegando aún pleno empleo, porque se aumenta la población en ocupación. En pocas palabras el empleo estaba determinado por la variación de los salarios. David Ricardo (1817), tenía la convicción de que al presentarse un aumento en la maquinaria, aumentaría la demanda laboral, y con ello llegaría el aumento de la producción, bajo este esquema también se presentaría el pleno empleo, este tema está más ligado al factor de producción, como medio generador de empleo.

Para Alfred Marshall (1890), la teoría del empleo estaba determinada por los rendimientos crecientes dentro de las fuerzas de producción, esto indica que, en la medida que aumente los rendimientos se van a presentar mayor ocupación y también mejora o se incrementan los salarios, indicando nuevamente al igual que los clásicos que el empleo estaba determinado por la producción, más exactamente como lo proponía David Ricardo (1817).

En la Teoría General de Keynes, capítulo II, libro I Los Postulados de la Economía Clásica, el autor hace referencia al hecho de que los economistas ortodoxos trabajaron exhaustivamente el origen y la distribución de la riqueza a través de la remuneración a los diferentes propietarios de los factores de producción, el monto de los recursos disponibles que son escasos y los problemas en su asignación frente a las necesidades ilimitadas, los límites de la riqueza natural y el equipo de producción acumulado, entre otros temas económicos; sin embargo, se estudiaron muy poco los factores que determinan la ocupación real de los recursos disponibles en una economía.

Tal vez, afirma Keynes, que este vacío se da porque la ocupación no fue un problema evidente que concentrara la atención de los economistas de la época anterior a la crisis mundial de 1930, año en el cual el incremento masivo e incontrolable del desempleo de los

factores de producción, pero principalmente de la mano de obra, conllevó a que los analistas de entonces repararan sobre este fenómeno, toda vez que las explicaciones clásicas de la teoría del empleo, aunque muy lógicas en su fundamentación, fallaban al aplicarlas al mundo real.

Como se manifestó anteriormente, Keynes advierte que su obra no se trata de la primera aproximación a una teoría explicativa del empleo, debido a que el autor reconoce argumentos que, si bien son sencillos, analizaron la situación del mercado de trabajo de forma sistemática y casi que, sin haber sido objetados en su momento, dándoles una validez total hasta la época de la crisis mundial:

...pero rara vez se ha examinado detenidamente en la teoría pura, la explicación de lo que determina la ocupación real de los recursos disponibles. Decir que no se ha considerado en absoluto, sería absurdo, por supuesto; porque todo estudio sobre los altibajos de la ocupación, que han sido muchos, ha tenido que ver con el tema. No quiero decir que se haya pasado por alto, sino que la teoría fundamental en que descansa se ha creído tan sencilla y evidente que casi no había para qué mencionarla... (Keynes, 1981).

De esta manera, la teoría ortodoxa del empleo se presenta de forma significativamente lógica, basada en principios y postulados que se sostienen uno dependiendo del otro, es decir, que al desmoronarse uno de ellos todo el edificio de pensamiento clásico se derrumbaría, y esto fue precisamente lo que ocurrió en 1930 cuando la lógica del pensamiento clásico fue incapaz de explicar la realidad.

De todos esos postulados quizá los más completos, sistemáticos y lógicos referidos a la teoría de la ocupación están contenidos en las concepciones del profesor Pigou, que se analizan con más detalle, porque se convirtieron en un verdadero desafío para Keynes, con mayor razón cuando sabemos de antemano que Keynes fue discípulo de Pigou.

A partir de estas consideraciones, la teoría clásica defiende la premisa fundamental de que el sistema flexible de precios conduciría inevitablemente a la ocupación plena. Si el precio que se paga por el uso de la fuerza de trabajo es el salario, entonces un sistema flexible de

salarios aseguraría la situación ideal de pleno empleo, a no ser que surgieran perturbaciones ocasionales en el mercado de trabajo.

En este orden de ideas, en situación de competencia perfecta el pleno empleo se alcanzaría espontáneamente, o sea, que si existiese desocupación los salarios tenderían a bajar, porque habría trabajadores dispuestos a incorporarse al mercado por salarios más bajos y en estas circunstancias las empresas estarían en capacidad de aumentar la demanda del factor trabajo generando así una situación de pleno empleo.

Keynes (1936) desarrolla la teoría del empleo bajo los siguientes esquemas: Cuando los salarios en la sociedad aumentan, también aumenta las cantidades de consumo e inversión (genera un aumento en la demanda efectiva), a su vez, aumenta las cantidades de trabajo y con ello aumentan la producción, y la industrias que generan bienes y servicios, que inmediatamente contratan más mano de obra. Esta formulación se realiza por medio de la demanda efectiva. Esta sería una solución en el corto plazo, para la generación del empleo.

A partir de la fundación del Estado moderno y como consecuencia de la nueva orientación del pensamiento social, el ascenso de la burguesía propició la centralidad de las actividades mercantiles y financieras, lo que convirtió al trabajo en la principal actividad pública en la sociedad industrial (Durán, 2006). Desde entonces el trabajo ha ocupado un lugar central en el proceso de conformación de la identidad de cara a la integración social, debido a que los individuos definen su lugar en la sociedad a partir de su posición en la estructura productiva (Longo, 2004). Según Alonso (2007), durante el período de reforma social desde finales del siglo XIX hasta la Segunda Guerra Mundial, el trabajo representó una de las tres vías de acceso a la ciudadanía social –en conjunto con la nacionalidad y la masculinidad familística–, modelo de ciudadanía que continuó básicamente vigente durante el ciclo *fordista* (Alonso, 2007).

No obstante, desde la década de los 70's en adelante el asalariado ha sido despojado de su carácter transformador por motivos de la desestabilización de la relación entre trabajo y protecciones. Tal debilitamiento ha tenido entre sus consecuencias la precarización de las

condiciones de trabajo, la multiplicación de los tipos de contrato, el desarrollo de actividades indefinidas (entre el trabajo y el no trabajo), y por supuesto, la desocupación masiva (Castel, 2004). La desocupación bloquea el proceso de transformación adjudicado al trabajo limitando las posibilidades de integración social y el pleno acceso a la seguridad social.

Alonso (2007) señala que en el nivel individual el desempleo conlleva la pérdida del centro de gravedad del ser social y la profundización de la incertidumbre. Para Castel (2004), la individualización, el debilitamiento de las protecciones colectivas y, en última instancia, las expulsiones de los circuitos productivos promueven la inutilidad social y, por lo tanto, la exclusión. Al respecto este trabajo parte del supuesto de que la relevancia del desempleo en México radica en que constituye una manifestación de los procesos de exclusión social. El desempleo abierto ha llegado a ser un factor crucial de exclusión de la gente joven, no sólo por la ausencia de un ingreso, sino por sus efectos sobre a la identidad social (Rodgers, 1995).

Las condiciones económicas fundamentales han cambiado radicalmente, y los esquemas de organización laboral exigen la existencia de un enlace más sólido entre las habilidades formativas y profesionales. Esto requiere no sólo de cooperación en el área de educación universitaria, también indica el papel que las universidades deben jugar como impulsores de la innovación y del desarrollo tecnológico. Ahora, las universidades necesitan asegurar capacidades y servicios profesionales que no terminen con la obtención de un título, sino que tomen también en cuenta la necesidad del aprendizaje permanente. Los últimos años han indicado que existen tres tendencias principales que afectan a los requisitos exigidos a los empleados altamente calificados:

- La primera es la necesidad de estar cada vez mejor educados y capacitados, un factor que muchos consideran el impulsor clave del crecimiento económico global.
- La segunda tendencia se relaciona con el término la sociedad de la información, que fue ideado no sólo para reconocer el alcance cada vez mayor de la tecnología avanzada y los sectores con un alto nivel de conocimientos en la economía, sino también destaca que la

organización laboral está cambiando como consecuencia de la creciente importancia de los conocimientos.

- La tercera tendencia consiste en los cambios continuos en el mercado laboral. El término mercado laboral transitorio indica la tendencia de la sociedad moderna de desdibujar los límites entre el trabajo, el tiempo libre, la educación y la asistencia. Esto ha generado una mayor movilidad y flexibilidad. Las trayectorias profesionales de la vida y del trabajo ya no son estandarizadas, y como resultado; la empleabilidad ha llegado a ser un tema clave.

En los últimos años, las universidades e instituciones de educación superior en todo el mundo han empezado a enfocarse en el aseguramiento de calidad para satisfacer las necesidades tanto de sus estudiantes como de la sociedad con respecto al mercado laboral. Por lo tanto, el conocimiento bien establecido de las fuerzas y las debilidades de sus programas de estudio es esencial para la gestión de la calidad (Campos, *et al*,2006).

4.2 PRINCIPALES APORTES TEÓRICOS DEL EMPRENDIMIENTO Y CARACTEROLOGÍA DEL EMPRENDEDOR

Históricamente, el concepto de emprendedor se comenzó a discutir en lo que más tarde se constituyó en la ciencia económica, lo cual influyó en su desarrollo (Pereira, 2007). El término *entrepreneur* fue introducido a la literatura económica por primera vez en los inicios del siglo XVIII por el economista francés Richard Cantillon. Su aporte ha sido verdaderamente relevante para comenzar a comprender el concepto de emprendedor y el rol que juega el emprendimiento en la economía (Castillo, 1999).

Cantillon define al *entrepreneur* como el “*agente que compra los medios de producción a ciertos precios y los combina en forma ordenada para obtener de allí un nuevo producto*”. Distingue que el emprendedor, a diferencia de otros agentes, no posee un retorno seguro. Y afirma que es él, quien asume y soporta los riesgos que dominan el comportamiento del mercado (Thornton, 1998).

En la teoría económica tradicional el emprendimiento es un fenómeno puramente individualista y voluntarista de la misma forma que el consumo aislado, lo que se podría confrontar con lo que dice Max Weber (1922) en el libro *Economía y sociedad* al afirmar que los emprendedores reaccionan de modo muy diverso e independiente según el tipo de intereses extraeconómicos que tengan, sin embargo tradicionalmente siempre tratan de cubrir sus necesidades, disminuirlas y aun que este tradicionalismo perdure no es obstáculo para el incremento de economías lucrativas. Partiendo de este hecho Max Weber observó la economía y al emprendedor desde un carácter tradicional y desde lo racional, donde lo racional determina la acción directiva y lo tradicional está condicionado por hechos y sucesos no económicos extra cotidianos.

Burnett (2000) expresa que tiempo después el economista francés Say, hizo un interesante aporte a la definición de Cantillon. Say afirmó que el “*entrepreneur*” es un individuo líder, previsor, tomador de riesgos y evaluador de proyectos, y que moviliza recursos desde una zona de bajo rendimiento a una de alta productividad. También expresa que Say rescata el hecho de que el éxito emprendedor no sólo es importante para un individuo, sino también para toda la sociedad; y que este autor afirma que un país dotado principalmente de comerciantes, industriales y agricultores será más próspero que uno en el que principalmente halla individuos dedicados al arte o a la ciencia.

También economistas británicos, como Adam Smith, trataron, aunque brevemente el tema del “*entrepreneurship*”. Smith hizo referencia al mismo bajo el término inglés “*business management*”. Sin embargo, cabe aclarar que la dinámica del fenómeno emprendimiento no es acorde a la teoría clásica, porque la misma realiza su análisis partiendo de que la economía optimiza lo que ya existe. Esta teoría plantea obtener el máximo de los recursos que halla y apunta a instaurar el equilibrio. Bajo este contexto y estos supuestos, la teoría clásica no puede explicar la dinámica del emprendedor y lo incluye dentro de lo que los clásicos llaman “fuerzas externas”. A su vez, Mill, otro autor de origen británico, enfatizó más la importancia del emprendimiento para el crecimiento económico. Él expresó que el desarrollo del “*entrepreneurship*” requiere de habilidades no comunes y lamentó la inexistencia de una

palabra en el idioma inglés que tenga el mismo significado que el término “*entrepreneur*” en francés (Burnett, 2000).

La necesidad del *entrepreneurship* para la producción fue formalmente reconocida por primera vez por Alfred Marshall, en 1880. Él introduce el concepto de que los factores de producción no son tres, sino cuatro. A los factores tradicionales: tierra, trabajo y capital, le agregó la organización, y la definió como el factor coordinador, el cual atrae a otros factores y los agrupa. Él creyó que el *entrepreneurship* es el elemento que está detrás de la organización, manejándola. Y estableció que los emprendedores son líderes por naturaleza y están dispuestos a actuar bajo las condiciones de incertidumbre que causa la ausencia de información completa. Por otra parte, al igual que Mill, aseguró que los *entrepreneurs* poseen numerosas habilidades especiales y que son pocas las personas que pueden definirse de esa manera. No obstante, reconoce que una persona puede aprender y adquirir dichas habilidades (Burnett, 2000).

Sin embargo, el primer economista importante en retomar el concepto de Say fue Joseph Schumpeter en 1911, en su libro “La Teoría de la dinámica económica”. Este autor planteó la existencia del desequilibrio dinámico, causado por el empresario innovador, y llamó a las tareas que realizan este tipo de empresarios “destrucción creativa” (Drucker, 1985).

Schumpeter (1942) utiliza el término emprendedor para referirse a aquellos individuos que con sus acciones causan inestabilidades en los mercados. Define al emprendedor como una persona dinámica y fuera de lo común, que promueve nuevas combinaciones o innovaciones. Él lo expresa en su libro titulado “Capitalismo, socialismo y democracia” de la siguiente manera:

...“La función de los emprendedores es reformar o revolucionar el patrón de producción al explotar una invención, o más comúnmente, una posibilidad técnica no probada, para producir un nuevo producto o uno viejo de una nueva manera; o proveer de una nueva fuente de insumos o un material nuevo; o reorganizar una industria, etc...”

Según este autor el equilibrio clásico sería obstaculizado por las acciones de los

emprendedores, en pos de obtener un lugar monopólico en el mercado, por medio de la introducción de alguna innovación. Ellos estarían incentivados a arriesgarse, a causa de las ganancias que podrían obtener. Y estas ganancias monopólicas permitirían la creación de otras innovaciones, ya que las anteriores habrían sido difundidas, y de esta manera se generaría un proceso de retroalimentación que propiciaría al crecimiento y al desarrollo. Sin la existencia de emprendedores que lleven a cabo innovaciones, la tasa de crecimiento estaría limitada al crecimiento de los factores de la producción y se dificultaría la generación de dicho proceso.

Más tarde, los trabajos de Schumpeter, al introducir la idea de que el emprendedor es un innovador, permitieron diferenciar el concepto de emprendimiento de los de inversionista y empresario (Pereira, 2007).

Sobre el papel como innovador dice Schumpeter (1975) "*...Hemos visto que la función del emprendedor es reformar o revolucionar los modos de producción para explotar una invención, o más generalmente una posibilidad tecnológica no probada para producir un nuevo producto o uno viejo de una nueva manera o proveer de una nueva fuente de insumos o un material nuevo o reorganizar una industria...*"

Otro autor que realizó importantes aportes a la teoría de emprendimiento es Ludwig Von Mises. Este autor, citado por Gunning (2000), identifica tres características que considera esenciales para que un individuo sea considerado emprendedor. La primera tiene que ver con que el emprendedor es un evaluador. Es decir que calcula beneficios y costos numéricos, en base a los mismos realiza elecciones, y al realizarlas descubre nuevas necesidades y nuevos factores de producción. A su vez, construye imágenes de las futuras acciones que pueden realizar otros individuos que actúen en el mercado. La segunda característica es la de empresario, el emprendedor construye la decisión de cómo utilizar los factores, para producir mercaderías. Por último, rescata que el emprendedor "soporta" la incertidumbre, ya que actúa en función del futuro y no conoce exactamente las acciones que otros seres humanos llevarán a cabo.

Ismael Kizner (1998), plantea que la función empresarial en el mercado no es fácil de entender, y trata de explicarla mediante lo que denomina elemento empresarial en la acción individual humana. Él lo define como el elemento de impulso y perspicacia, que resulta necesario para definir los fines a alcanzar y los medios que harán posible la consecución de dichos fines. Este autor afirma que, en toda acción humana está presente este elemento y que dicha acción no se puede analizar en términos de eficiencia económica. En este punto coincide con Schumpeter y reafirma la idea de que las teorías basadas en la racionalidad en la toma de las decisiones de los individuos, no logran explicar la función empresarial en el mercado. La teoría económica tradicional, supone que la definición de fines y medios se han realizado previamente y se preocupa sólo porque se lleven a cabo con eficiencia. En cambio, al incluirse este elemento, el sujeto deja de tener una actitud pasiva en la que simplemente toma la mejor decisión de acuerdo a las circunstancias. De esta manera, puede descubrir nuevos caminos a seguir y recursos antes inadvertidos. Kizner también destaca que la teoría económica tradicional presupone la existencia de conocimiento perfecto en el mundo, y que bajo ese contexto no tendría sentido el análisis del elemento empresarial. Sin embargo, expresa que, ante la existencia de incertidumbre en el mundo, surge la necesidad de analizar la toma de decisiones en este contexto. Y afirma que el individuo decisor necesita estar atento para descubrir dónde están las nuevas e inexploradas oportunidades.

Por otra parte, Peter Drucker (1985), uno de los autores más importantes en el tema, define al *entrepreneur* como aquel empresario que es innovador (y al *entrepreneurship* como el empresariado innovador), y aclara la común confusión de creer que cualquier negocio pequeño y nuevo es un emprendimiento, y quien lo lleva a cabo un emprendedor. Destaca que, aunque quien abra un pequeño negocio corra riesgos, eso no quiere decir que sea innovador y represente un emprendimiento.

Drucker plantea el caso de McDonald Hamburguer como un ejemplo. Es verdad que en ese emprendimiento no se inventó un nuevo producto, pero sí fue innovador en el aumento del rendimiento (vía la tipificación del producto y el entrenamiento del personal, entre otras cosas) y en la forma de comercialización.

Este autor afirma que el ser emprendedor no es un rasgo del carácter, sino una conducta. Según él, cualquiera que sea capaz de tomar decisiones puede aprender a ser un empresario innovador. Considera que la base del emprendimiento es teórica y no intuitiva. El emprendimiento resulta entonces un rasgo característico de un individuo o institución, pero no de personalidad.

A su vez, destaca que las personas que necesitan certezas no poseen condiciones apropiadas para ser emprendedoras. Analiza como el *entrepreneur* observa el cambio como norma saludable, aunque no sepa exactamente qué ocurrirá a raíz de dicho cambio. Y aclara que, aunque no lo lleve a cabo él mismo, lo busca, responde ante éste y lo explota como una oportunidad. Por otra parte, Drucker analiza que el concepto de *entrepreneur* no debe estar limitado a la esfera económica porque está en relación con todas las actividades humanas.

Howard Stevenson, profesor de la Universidad de Harvard, realizó en la década de los '80 un análisis acerca de la mentalidad emprendedora, y concluyó que se basaba más en las oportunidades que en los recursos (Castillo, 1999).

Stevenson realiza un análisis similar al de Drucker, ya que expresa que crear una empresa no es suficiente para ser considerado emprendedor. Un emprendedor, además de ser creador de una empresa, busca continuamente la oportunidad y crear nueva riqueza. Él considera imprescindible que el empresario innove para encuadrarlo como emprendedor. Y cabe aclarar que innovar no implica sólo crear un nuevo producto, puede innovarse al crearse una nueva organización o una nueva forma de producción o una forma diferente de llevar adelante una determinada tarea, etc. Además, también considera como ejemplo el caso de McDonald. Al igual que Drucker dice que no se inventó un nuevo producto, que éste se encontraba en todo el mundo, pero que sin embargo lo innovador estuvo presente en la gestión. Por otra parte, personas que comienzan con algún negocio típico, a pesar de someterse a la incertidumbre propia de iniciarlo, no son considerados emprendedores por Stevenson porque sólo están imitando a otros y no están innovando (Castillo, 1999).

Stevenson (2000), haciendo hincapié en el emprendimiento como un fenómeno relacionado

con el comportamiento, analizó las diferencias entre emprendedores exitosos y ejecutivos exitosos. Básicamente plantea que los emprendedores exitosos poseen una cultura emprendedora, mientras que los ejecutivos exitosos una cultura administrativa.

Según él, la cultura administrativa tiene que ver con un estado más estático y la emprendedora con un estado más dinámico. En la primera el ejecutivo arma su estrategia en función de los recursos que controla, mientras que, en la segunda, el emprendedor arma su estrategia según la percepción de la oportunidad. Por ello mientras que el emprendedor acepta riesgos razonables y actúa revolucionariamente en el corto plazo, el ejecutivo trata de minimizar los riesgos y actúa en el tiempo. Por otra parte, puede observarse como el emprendedor desafía la jerarquía y destaca a la coordinación como más importante que la propiedad de los recursos, la dirección se forma mediante redes. En cambio, para el ejecutivo la jerarquía es primordial, necesita una clara definición de la responsabilidad y de la autoridad.

Stevenson (2000) afirma que la importancia en el estudio del emprendedurismo ha ido aumentando en el tiempo y rescata ciertas hipótesis que emergen de la observación en 40 países diferentes. Estas hipótesis son las siguientes:

- El emprendedurismo se desarrolla en las comunidades donde existen recursos móviles.
- El emprendedurismo es importante cuando los miembros exitosos de una comunidad reinvierten sus excesos de un capital en proyectos de otros miembros de la comunidad. Es decir que existe capital disponible.
- El emprendedurismo es próspero en comunidades en las cuales los éxitos de los miembros de la misma son celebrados por los demás miembros.
- El emprendedurismo es significativo en comunidades en las que el cambio es visto como algo positivo.

Stevenson también afirma que el emprendedor persigue la oportunidad, se compromete rápidamente, está predispuesto al cambio y se responsabiliza ante diferentes escenarios. A

su vez, rescata especialmente el rol del emprendedor en la asimilación de cambios, dado que el mundo está modificándose continuamente, y plantea al futuro como un verdadero desafío.

Otro importante autor en el tema es Gifford Pinchot, quién popularizó el término *entrepreneur* en su libro *Intrapreneuring* en 1985. Según este autor los emprendedores son personas que sueñan y logran hacer realidad lo que imaginan. Son aquellos que pueden tomar una idea y hacerse responsables de innovar y de obtener resultados.

Pinchot (1987) utilizó el término *intrapreneurship* para referirse al “espíritu empresarial” y hacer referencia a los emprendedores dentro de las grandes empresas. Según él, este espíritu es el que hace que existan iniciativas de proyectos y negocios en las mismas. Este autor expresa que el emprendedor que habita en la empresa posee un importante rol, y que es quien puede hacer realmente que una idea se desarrolle comercialmente, ya que muchas empresas logran crear ideas, pero no llevarlas a cabo. Según él, los intraemprendedores aportan su visión empresarial, su compromiso, su esfuerzo y su investigación en pos de la compañía, y de esta manera se observa que conforman un pilar fundamental para que la empresa crezca.

Scott Kundel, citado por Dehter (2001), también rescata la importancia de los intraemprendedores. Él plantea la existencia de emprendedores independientes y de emprendedores que se desenvuelven dentro de las empresas como empleados. Y destaca que estos últimos también pueden renovar las estructuras existentes, formar nuevas estructuras o crear nuevos productos o nuevos procesos de producción o gestión.

Es importante incorporar al análisis esta visión planteada por Kundel y Pinchot acerca del emprendedor que actúa dentro de las empresas, ya que no es habitual tenerla en cuenta. Tradicionalmente al hablar de emprendedor se hace referencia a quien crea una nueva empresa o negocio, dejándose de lado el estudio de los intraemprendedores y perdiéndose, por lo tanto, importantísimos conceptos que pueden dar luz a la investigación.

Posteriormente, el emprendimiento como temática de estudio de las ciencias económicas y de la gestión fue creciendo hasta configurar, sino un campo de investigación, al menos un interés emergente entre los investigadores que tratan de precisar las características de este

fenómeno y en especial de analizar su estatus epistemológico.

Según estos trabajos, el campo de estudio del emprendimiento se caracteriza, socialmente por su fragmentación, los juegos colectivos de rivalidad y las alianzas estratégicas, y por la introversión disciplinar; señalando además que esta disciplina tiene un carácter emergente por encontrarse en su etapa pre-teórica (Déry & Tolouse, 1996).

Busenitz et al. (2003) luego de analizar un total de 97 artículos encontraron que ellos versan sobre las características de los individuos y de los equipos (los emprendedores), las oportunidades y, las formas de organización. Señalan, además, la necesidad de que la investigación se concentre en los nexos entre los tres dominios temáticos, dada la complejidad del fenómeno del emprendimiento y afirman que su legitimidad disciplinar está determinada por la posibilidad de generar conocimientos útiles y por el respaldo que se genera en la comunidad académica.

Por su parte, Ramos y Ruiz (2008) concluyen que la estructura intelectual de la investigación en el campo del emprendimiento tiene varios ejes de convergencia: i) el estudio del comportamiento emprendedor en organizaciones ya existentes y su relación con el rendimiento de la organización, también conocido en el ámbito académico como "*corporate entrepreneurship*"; ii) el enfoque sociocultural o institucional y predominantemente, dentro de éste, el estudio de la influencia de pertenecer a determinados grupos étnicos sobre la creación de empresas, conocido bajo la teoría de la marginación; iii) el enfoque de rasgos psicológicos o identificación de los factores psicológicos de los emprendedores de éxito y iv) el enfoque económico para explicar el papel del empresario en el crecimiento y desarrollo económico.

Justamente es en esta última perspectiva en la que se inscribe este trabajo de investigación. En efecto, la idea de establecer los lineamientos esenciales para modelar un currículo que articule el emprendimiento como área de formación y el contexto económico y social del Departamento del Cauca, parte del convencimiento de que hay una relación positiva entre emprendimiento y desarrollo; y que, por consiguiente, una contribución que la universidad

puede hacer a la región consiste en promover el emprendimiento y preparar a sus estudiantes para que sean profesionales emprendedores.

El emprendimiento es una aptitud que desde principios de la humanidad ha existido y en todos los tiempos se ha expandido a pesar del sabotaje secular perpetrado por la burguesía dirigente Schumpeter, (1950), sin embargo para Tom Peters y Waterman (2002) el emprendedor no solo ha existido en la forma de creador de empresa si no también dentro de ella es decir como intraemprendedor, Peters (1994) invita a los dirigentes de las organizaciones a no limitar a sus emprendedores porque hay que convertirlos en hombres de empresa para poder formar una compañía formada por empresarios.

El emprendedor busca pasar de ser empleado a ser empleador tratando de tener mejor estatus social, familiar y laboral, para lograr su independencia y estabilidad económica, esta definición se complementa con la de Tom Peters (1994) en Nuevas organizaciones en tiempos de caos al referirse al emprendedor como la persona con talento y dedicación, un hombre de negocios que irá dónde sea y enfrentará a quien sea para conseguir que el trabajo se haga pronto y bien hecho ya sea dentro o fuera de la organización para este autor el 100% de los empleados de una empresa pueden llegar a ser hombres de negocios.

Para Burnett (2000) el espíritu empresarial es un ingrediente necesario en el proceso de desarrollo económico, que sirve como catalizador para la transformación del mercado y proporciona nuevas oportunidades para el crecimiento económico, el empleo y el aumento de la renta per cápita.

En el mismo sentido, Ramos y Ruiz (2008) mencionan que "a partir del célebre informe Birch... los poderes públicos han sabido captar la importancia de la creación de empresas como mecanismo de absorción de nueva mano de obra cualificada y como factor de competitividad de las economías y, por ende, de bienestar y crecimiento económico."

De allí que el emprendimiento se conciba como una estrategia de crecimiento y desarrollo económico. Las autoridades, en los diversos niveles, promueven iniciativas para impulsar el desarrollo del emprendimiento empresarial, y en especial, el que conduce a la creación de

Pymes, ya que se considera que desempeñan un papel relevante en la generación de empleo, el desarrollo socio-económico local y la dinamización de las cadenas productivas (Cardona et al., 2008).

En las últimas décadas, se han hecho esfuerzos por estudiar cuáles son los determinantes del emprendedurismo, especialmente, al ser este considerado un factor relevante para el desarrollo económico de una nación. De acuerdo a Sautet (2005), el Emprendedurismo es una fuente de cambio importante del sistema económico; razón por la cual, los economistas le han dado un gran rol al emprendedor para explicarlo. Este mismo autor indica que es importante entender que el incremento de productividad necesario para el crecimiento económico, proviene, en gran medida, del incremento en conocimiento que la actividad emprendedora genera. Los emprendedores obtienen beneficio por medio del intercambio mediante el descubrimiento de oportunidades de ganancia. En el siglo XX, son dos los economistas destacados en el estudio de este tema, Joseph Schumpeter e Israel Kirzner. El primero, enfatiza el rol del emprendedor como un ente innovador que implementa cambios en la economía introduciendo nuevos bienes o métodos de producción; este tipo de emprendedor realiza un proceso de destrucción creativa que beneficia a la sociedad. Kirzner, en cambio habla de un emprendedor de oportunidades de ganancia, las cuales descubre y van desapareciendo a medida la competencia entra en acción (Sobel, 2008).

Para comprender cómo el emprendedurismo se relaciona con el desarrollo, es importante como punto de partida entender los diferentes tipos de emprendedurismo. El Proyecto de Monitoreo Mundial del Emprendedurismo (*Global Entrepreneurship Monitor* o GEM, por sus siglas en inglés) distingue entre el Emprendedor por Necesidad, quien se convierte en emprendedor porque no posee una mejor opción y el emprendedor por Oportunidad, quien toma la decisión activa de crear una nueva empresa ante la percepción que existe una oportunidad de negocio que no ha sido explotada (Acs Z. J.,2007).

Arenius et al (2005) indica que para que un individuo tome una decisión emprendedora, se requiere además un ambiente propicio. Las condiciones institucionales y culturales tienen

un impacto en la oferta de emprendedurismo, debido a su capacidad de influenciar habilidades, recursos y preferencias en los individuos de una población. Es por ello que se debe considerar el ambiente macroeconómico al estudiar este fenómeno. Thornton, et al, (2011) resume que las instituciones consisten en estructuras y actividades cognitivas, normativas y regulativas que proveen estabilidad y significado al comportamiento social. Son las reglas del juego en la sociedad y marcan restricciones y oportunidades en la interacción entre individuos. Esto tiene consecuencias en la actividad de negocios y al desarrollo económico.

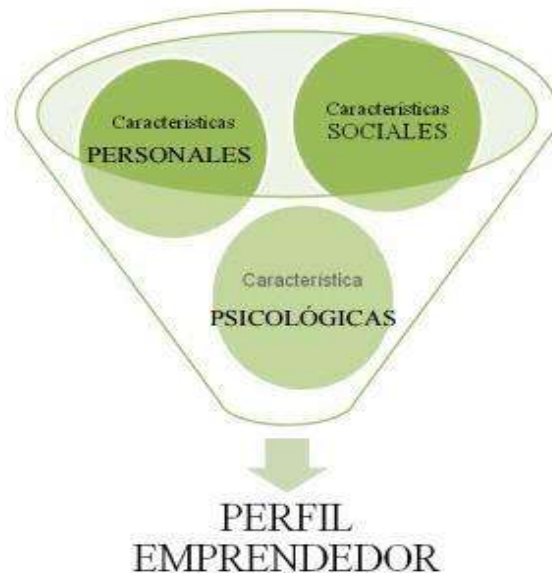
En resumen, en este capítulo se han analizado diversos aportes teóricos acerca del emprendimiento, se ha observado como el concepto fue evolucionando a lo largo del tiempo y, por último, se ha destacado la importancia del concepto de emprendedor, tanto como creador de nuevas empresas, como de actor dentro de una empresa existente.

3.3.1 Caracterología del perfil emprendedor

Son diversas las características que posee una persona con espíritu empresarial (Varela, 2001), dentro de las que se encuentran la capacidad de identificar oportunidades de negocio, la capacidad de responder a esas oportunidades o necesidades con ideas creativas e innovadoras, motivación para emprender nuevas acciones según las oportunidades detectadas y sus capacidades y por último, mantener constancia en las acciones emprendidas.

Se ha intentado definir al emprendedor por sus rasgos de personalidad y características. Dentro de las cuales se mencionan algunas, tales como: la necesidad de logro, trabajo en equipo, propensión a asumir riesgos, liderazgo, confianza, creatividad, honestidad, entre otros (Gartner, 1989).

Imagen 1. Componentes del perfil emprendedor.



Fuente: Elaboración propia con base en (Gartner, 1989).

Las características que conforman el perfil emprendedor se encuentran enmarcadas dentro de los procesos de emprendimiento que sufre cada individuo, las cuales serán analizadas desde las diferentes perspectivas de algunos autores, de tal manera que se pueda comprender el verdadero impacto que estas poseen dentro del proceso emprendedor y desde la gestión de los mismos, comprendiendo desde los puntos de vista conceptuales, la importancia que estas poseen para el cumplimiento de los objetivos de acuerdo a los proyectos y estrategias establecidas desde el perfil del sujeto que va a llevar a cabo el emprendimiento.

4.2.1 CARACTERÍSTICAS PERSONALES

Las características personales hacen referencia al conjunto de cualidades que forman el carácter y la personalidad de un emprendedor, y que le permiten movilizar y mantener su

gestión empresarial. Dentro de estas características se pueden encontrar la autonomía, toma de decisiones, responsabilidad y creatividad.

a) La autonomía como fundamento y promotor del emprendimiento

Para Guariglia (1999), existen dos tipos de autonomía, la autonomía postulada y la autonomía realizada. El primer tipo de autonomía es aquella de la cual es dotado cada ser humano dentro del marco legal que lo protege en la sociedad, por lo tanto, es de carácter universal y está relacionada con los derechos humanos.

Por otra parte, la autonomía realizada, resalta la oportunidad que tiene todo ser humano de llevar a cabo su vida de la manera que considere es la adecuada y le genere felicidad, teniendo en cuenta sus capacidades personales e intelectuales.

Desde otra perspectiva, autores como Honneth citados por Fascioli (2008), construye un concepto de autonomía personal desde una perspectiva intersubjetiva, que implica desprenderse del tipo de autonomía que privilegia el individualismo. La autonomía propuesta desde la intersubjetividad, se basa en un reconocimiento del otro y los otros, sin perder la importancia que tiene para cada persona el desarrollo de competencias de agencia como el auto-respeto, autoconfianza y la autoestima, que se constituyen en la base de la autonomía personal.

De esta manera, se presenta la autonomía realizada como un ejercicio consiente que realiza el ser humano en busca de su propio desarrollo, involucrando sus capacidades y las posibilidades que presente el contexto de actuación, además de la autonomía personal como la capacidad de reconocerse en su individualidad, pero además de co-construirse en interacción con otros trascendiendo el individualismo. Estos elementos de orden conceptual, permiten valorar desde la percepción de los graduados, en qué medida cuentan con el desarrollo de este tipo de autonomía, y si las instituciones educativas aportan a su fortalecimiento dentro del proceso de formación.

De acuerdo con Sánchez (2003), la autonomía se constituye en una necesidad más marcada para las personas emprendedoras; de igual manera, considera que el ser emprendedor tiene una influencia directa y positiva en la autonomía de una persona, debido a que al observar el cumplimiento de metas, resultado del propio esfuerzo en su gestión empresarial hace que las personas reconozcan sus capacidades y sean más seguras de sí mismas, insumo fundamental para el fortalecimiento de la autonomía y la toma de decisiones

La revisión de literatura evidencia por lo tanto una complementariedad, en la medida que aborda la autonomía como soporte fundamental para un emprendedor exitoso, pero además como el resultado de dicho proceso de emprendimiento, que permite al ser humano sentirse satisfecho y seguro frente al rumbo que diseña para de su vida y futuro.

b) Toma de decisiones y el emprendimiento

Para Bohome (2009), la toma de decisiones constituye un proceso racional, y una actividad que los individuos desarrollan frente a las situaciones que se presentan en su vida. Para la toma de decisiones Bohome citando a Simón, presenta tres momentos, que implican a) realizar selección de las situaciones más relevantes a atender; b) iniciar con la búsqueda de posibles alternativas de solución según los recursos poseídos, tanto personales como del entorno; c) y por último, selección de las mejores alternativas de solución que permitan atender de la mejor manera la situación presentada.

En esta misma perspectiva, se mencionan algunos factores que intervienen en la toma de una decisión, dentro de los que están según Simón en Bohome, (2009):

- Los niveles de aspiración: El individuo realiza una evaluación de lo que posee, lo que está en capacidad de lograr según sus capacidades, y, por último, realiza una comparación frente a qué tienen otros individuos que está en su misma posición.
- Las expectativas que se generan sobre los niveles de aspiración: De acuerdo al resultado de

la evaluación personal y comparación con otros individuos, se generan unas expectativas frente a los alcances que se pueden tener.

- Detenimiento en aspectos relevantes: en esta etapa el individuo realiza un estudio de la situación prestando mayor atención a los aspectos más relevantes, dando paso a la búsqueda de estrategias que permitan lograr el fin propuesto, y excluyendo los aspectos que no son importantes para el proceso de decisión.
- Conocimiento sobre la situación o tema: aquí se privilegia el conocimiento y la experiencia que los individuos adquieren en el manejo de determinadas situaciones, y por lo tanto, lleva a la toma de decisiones más rápidas y asertivas.

Complementando los planteamientos anteriores, Cortina (2003) menciona que la toma de decisiones debe estar acompañada de un ejercicio reflexivo, que implica identificar los pros y contras de cualquier elección que se tome. Todo este conjunto de elementos evidencia como la toma de decisiones, se constituye en un ejercicio racional que implica deliberación, carácter, conocimientos, entre otros, para optar por el mejor camino ante las situaciones que se presentes, por esta razón, se constituye en un elemento de apoyo fundamental en los procesos de emprendimiento.

A nivel organizacional autores como Díaz (2011) resaltan la importancia de la toma de decisiones, y considera que esta no sólo debe estar basada en el factor costo-beneficio, sino que además debe estar permeada por un componente ético, permitiendo identificar los efectos que en otros puede tener la elección realizada, de ahí que considere que *“la decisión con ética es el arte del gerente virtuoso”*. En este sentido, el autor vincula al proceso de toma de decisiones en la responsabilidad empresarial y referencia a Postel y Rousseau cuando aclaran que *“está en nuestra capacidad de discutir de lo que es justo donde nace la posibilidad de una organización política justa”* (Díaz, 2011), implica entonces una toma de decisiones éticas que promueva la identificación de los efectos que una elección puede tener en otras individuos, y no solo privilegiando los factores de éxito de tipo material y económico.

c) Responsabilidad y emprendimiento

Según Arroyo (2004), la responsabilidad alude a la capacidad y habilidad que tiene un individuo de identificar y aceptar las consecuencias que traen sus acciones, por lo tanto, menciona que un individuo responsable está en la capacidad de reflexionar frente a los efectos positivos y negativos de sus actuaciones. Por tanto, un individuo responsable es consciente de la influencia que puede tener sus decisiones y actos en la vida e integridad de un colectivo, lo que implica que la toma de decisiones esta soportada en la idea de no afectar a otros.

En los últimos tiempos para Orrego (2008) el término de responsabilidad ha permeado los escenarios tanto sociales como empresariales, dando paso incluso a la denominada responsabilidad social empresarial, que implica organizaciones fundamentadas en una ética social, cuyo objetivo no solo busque la generación de riqueza económica, sino además que se ocupe de crear equilibrios a nivel social e incluso ambiental. En cierto modo, la autora considera que cualquier iniciativa de emprendimiento deberá estar soportada en la equidad, el respeto, tolerancia, entre otros.

La responsabilidad social puede ser definida como el conjunto de compromisos y obligaciones éticos y legales que surgen para todos los miembros de una organización a nivel económica, ambiental y social, que deben ser asumidos por el individuo que pone en marcha una acción emprendedora, desde que inicia su propuesta hasta que obtener empresas viables y sostenibles (Orrego, 2008).

Cortina (2003) plantea una ética solidaria, donde el ser humano reconoce el impacto que sus acciones han tenido en el deterioro de la sociedad y el planeta, pero además donde este se proyecta como un actor en la construcción de alternativas de solución, lo que implica que la responsabilidad solidaria se plantee como una respuesta a los actuales problemas que enfrenta la humanidad. Así pues, el emprendimiento se puede entender como una estrategia soportada en la responsabilidad solidaria, que busca atender necesidades socioeconómicas

de una región o país y que, por lo tanto, aporta al desarrollo de las sociedades.

d) Creatividad como soporte del emprendimiento

El estudio de la creatividad ha sido orientado principalmente por el campo de la psicología, la gerencia y la económica según Lichtenstein y Lumpkin (2005) es así, como desde el ámbito organizacional la creatividad juega un papel relevante, teniendo en cuenta que es el principal insumo para la creación de nuevas ideas y el fomento de procesos de emprendimiento. Desde esta misma perspectiva, Amabile (1997) define la creatividad como la capacidad de crear ideas novedosas y útiles para una persona o grupos.

De igual manera, Flores y Méndez (2010) consideran que la creatividad es una “condición esencialmente humana, presente en todas sus actividades, desde las más simples hasta las más complejas”, por lo tanto, hace parte de la vida cotidiana de las personas y está relacionada con la originalidad, fluidez, pensamiento divergente y flexibilidad.

En esta misma línea, se plantea que la creatividad es la causante del éxito en los procesos de emprendimiento e incluso se ha llegado a denominar como sinónimo del mismo, resaltando la importancia de la creatividad en el impulso de proyectos empresariales o la orientación al crecimiento.

En igual forma, Amabile (1998) menciona que la creatividad tiene tres componentes como son: la motivación, la capacidad de pensar flexible e imaginativamente y la pericia. Lo anterior indica la conjugación de conocimiento técnico/procedimental y el saber teórico con la flexibilidad para afrontar las situaciones que se presenten, además de involucrar unas características desde el ser, como la motivación que impulse la realización de nuevas acciones o creación de ideas para atender las demandas que presenta determinada realidad.

En complemento a lo anterior, Flores y Méndez (2010) señalan que la creatividad se relaciona con la capacidad que tiene una persona de para solucionar problemas, a través de la elaboración de ideas originales que se conviertan en nuevas estrategias de solución.

Teniendo en cuenta la revisión de literatura, se puede establecer la importancia que tiene la creatividad en los procesos de emprendimiento, estableciéndose como una de las características personales más relevantes en la formación del perfil emprendedor.

e) Características Sociales

Las características sociales van encaminadas a la búsqueda del bien común, es decir, se ponen de manifiesto en el perfil de una persona emprendedora cuando interactúa en su contexto, con el fin de impulsar el crecimiento sostenible en la región que se desarrolla el emprendimiento. Algunas de estas características son: Liderazgo, trabajo en equipo y solidaridad (Gartner, 1989).

f) El liderazgo

En el perfil emprendedor se contemplan elementos como el liderazgo para promover el desarrollo de iniciativas emprendedoras en organizaciones establecidas y emergentes, de igual forma una cultura emprendedora con la cual se desarrollen ideas creativas sustentadas en la innovación (Van Rensburg, 2013).

Según Varela (2001) el liderazgo se entiende como la capacidad de ser aceptado por los compañeros del equipo de trabajo en el momento de compartir ideas y acciones, fortaleciendo los canales de comunicación y de empatía entre los mismos, facilitando de esta forma el proceso de socialización de las ideas generadas en un colectivo.

No obstante, “el liderazgo, es una relación social que expresa y representa los sentimientos y aspiraciones de específicas colectividades, de ningún modo desarraigado del devenir de la organización, ni del medio social e histórico de las sociedades” (Huaylupo, 2007).

Por otro lado, Palomo (2007) hace referencia al liderazgo como un proceso de influencia

ejercido por el creador de negocio dentro de un grupo de trabajo organizado, para poder alcanzar de forma efectiva un objetivo planteado previamente, mediante la orientación de una visión compartida entre los integrantes de la organización y el surgimiento de nuevas estrategias que permitan el cambio de pensamientos.

Así mismo Konntz y Wehrich (1998), definen el liderazgo como la capacidad que posee un creador de empresas para unir equipos de trabajo de manera que se puedan alcanzar las metas y objetivos organizacionales, debido a la aplicación de sus habilidades, su capacidad de inspirar y la orientación al logro de los integrantes de la organización y la facultad de establecer ambientes propicios de trabajo en pro del desarrollo.

Estrada (2006) propone que el liderazgo es el arte mediante el cual, el individuo que desea emprender una idea de negocio alcanza integrar a las personas en función de las actividades propuestas por él de una manera voluntaria y comprometida, con el propósito de alcanzar los objetivos de la organización, para ello es necesario tener presente que dicho individuo debe poseer características tales como: visión estratégica, compromiso con los procesos de la organización, necesidad de logro e identificación de oportunidades.

g) El Trabajo en Equipo

De acuerdo con Franco y Velásquez (2000), se podría decir que el trabajo en equipo se caracteriza por la integración de un grupo de personas con habilidades diferentes, las cuales se encuentran comprometidas por unos propósitos o metas comunes en función de su alcance. Así pues, la capacidad de trabajo en equipo, se convierte en un factor primordial en el perfil emprendedor permitiendo el alcance de los proyectos y objetivos organizacionales, pues en la gestión encontrará coherencia tras la aplicación de lineamientos construidos con la participación de los grupos de interés que la conforman, construyendo de esta forma propuestas comunes para la consecución de metas efectivas.

Desde otra perspectiva, Castaño, Lanzas y López (2007) plantean que las ventajas que

aportan los sistemas de trabajo en equipo a nivel organizacional no son suficientes; si no se analizan beneficios que aportan a los integrantes de los equipos como son la satisfacción de las necesidades de reconocimiento, pertenencia, la facilitación del desarrollo personal y profesional de sus miembros, mediante el apoyo y la retroalimentación que brindan sus compañeros; pues son ellos los que actúan como fuerzas impulsoras de su desarrollo y transformación.

En este sentido, Puga y Martínez (2008) proponen que el trabajo en equipo es una habilidad del creador de empresas, ya que esta se ha convertido en una estrategia primordial para el mejoramiento organizacional, debido a que el individuo al enfrentarse al trabajo en equipo debe convertirse en un facilitador de gestión, al permitir la participación de los integrantes de la organización y la confianza que este posee sobre los mismos para el desarrollo conjunto de políticas y directrices.

En consecuencia, Hellrieger, Jackson y Slocum (2002) argumentan que el emprendedor mediante el trabajo en equipo, genera espacios suficientes para que los integrantes de la organización contribuyan en su desarrollo, entendiendo que este debe tener las herramientas necesarias para reconocer y valorar la participación de los individuos que conforman los equipos de trabajo, y de igual forma debe reconocer las fortalezas y aptitudes que estos poseen, además, es importante comprometerse con la dirección efectiva de las actividades desarrolladas dentro de los equipos de trabajo establecidos, todo esto en función del alcance efectivo de los objetivos organizacionales. En efecto, para crear y fortalecer equipos de trabajo orientados al cumplimiento de los objetivos de la organización de cara a obtener un buen clima laboral, se debe tener en cuenta los siguientes aspectos: la confianza en los equipos de trabajo, compromiso y capacidad de coordinación, aceptación de la participación e integración de los equipos dentro de los procesos de la organización, persuasión sobre la importancia de dichos equipos de trabajo, conocimiento de las fortalezas y debilidades de las personas que integran los equipos de trabajo (Puga y Martínez, 2008).

h) La Solidaridad

Se entiende como la búsqueda del beneficio común, la responsabilidad hacia los otros, o bien, como un compromiso comunitario. La solidaridad, puede ser vista como un factor que puede determinar la acción exitosa (Malavé y Piñango, 2012).

Uno de los rasgos o perfiles que caracterizan a los emprendedores es sin duda alguna la solidaridad, entendida como la *“búsqueda del bien común, o como responsabilidad hacia sus semejantes, o bien como compromiso comunitario”* (Bilbao y Pachano, 2002, pág. 25). Desde esta perspectiva se puede decir que la solidaridad es un factor influyente para la consecución de metas exitosas y del accionar correcto de toda persona que emprende una acción, por ende, las personas emprendedoras constantemente están construyendo relaciones para crear redes con individuos que comparten intereses y conocimientos desde sus ideas de negocios o en su defecto en emprendimientos ya constituidos.

3.3.3 Características Psicológicas

Las características psicológicas están dadas por la influencia de valores culturales y sociales (Liñán, 2004), factores socioeconómicos que recaen sobre el individuo y la formación que finalmente recibe el mismo, dichas características son: Necesidad de Logro y Minimizar aversión al riesgo.

a) Necesidad de logro

Se constituye en una característica principal del perfil emprendedor la necesidad de logro o motivación de logro (Calderón, 1999), debido al comportamiento que desarrollan los individuos que tienen dichos rasgos en sus actividades, dado al interés que estos demuestran

durante el proceso de emprendimiento, con el fin de conocer sus falencias y encaminar sus actos hacia unos objetivos claros que permitan alcanzar grandes logros en su trabajo profesional (Varela, 2001; McClelland, 1961; Veciana, 2005).

Los emprendedores se identifican por poseer alta orientación al logro que les impulsa a estar mejorando constantemente, esta motivación al logro está dada por la necesidad de obtener resultados satisfactorios toda vez que ejecuten su papel como emprendedor. Esta característica va de la mano con la confianza en sí mismo, con una actitud de competencia, por esto, para Morris y Maisto (2005) los individuos con alta orientación al logro tienen mayor esperanza de alcanzar el éxito que incurrir en el fracaso, pero de antemano son personas que se esfuerzan por ser persistentes cuando se presentan situaciones difíciles.

En tal sentido, los criterios expuestos por Padrón y Sánchez (2010) hacen referencia a que los individuos con alto impulso de logro desean realizar algo mucho mejor y de una manera más eficiente que como lo habían realizado anteriormente, les gusta alcanzar el éxito con esfuerzo más no por casualidad, anteponen el reto de trabajar con un dificultado problema y se someten a la responsabilidad personal del éxito o el fracaso.

b) Minimizar el riesgo

Según los resultados de su investigación Calderón (1999) sintetiza elementos fundamentales a considerar:

Sin duda que el emprendedor debe asumir riesgos, lo cual no significa aventurarse (aunque el 56% de los encuestados dicen hacerlo); es ante todo un comportamiento racional de búsqueda de información y consulta de expertos para reducir la incertidumbre, aunque un porcentaje significativo (83%) afirma guiarse por la intuición y la experiencia. Es importante mencionar que un 33% de los creadores de empresa reconoce que no evalúa la posibilidad de fracaso...

Otro aspecto importante a tener en cuenta en el campo del emprendimiento es la ecuación del éxito: riesgo contra recompensa, que condiciona el proceso de la persona que está llevando a cabo la actividad emprendedora debido a los factores de ambigüedad e incertidumbre que siempre estarán presentes en dicho proceso pues naturalmente generan riesgo, convirtiéndose la creatividad en la herramienta primordial en este tipo de escenarios (Varela,2001).

Dando una mirada a los estudios realizados en América Latina sobre emprendimiento se podría concluir que muchas personas sin la vocación ni el talento empresarial inician empresas de subsistencia sin viabilidad de mediano o largo plazo o terminan en el autoempleo de subsistencia y de baja de calidad, esto debido a la situación social que se vive en la mayoría de países ubicados en Centroamérica y Suramérica (Kantis, Angelelli y Moori, 2004), por otra parte existe la otra cara de la moneda al percibir individuos con el perfil y el talento emprendedor que no alcanzan a materializar su idea de emprendimiento por falta de motivación y de entornos facilitadores del proceso, esto hace parte de perfil psicológico de una persona emprendedora.

El miedo al fracaso no hace parte de las cualidades del emprendedor, porque ve las dificultades como aprendizaje, enseñanza con orientación al éxito (Mohd y Mohammad, 2009; Palich y Bagby, 1995), con el fin de alcanzar un equilibrio personal y profesional, lo que permitirá mantener al emprendedor en pie.

Simultáneamente, Rodríguez (2009), manifiesta que de acuerdo con el nivel de incertidumbre y el riesgo, el individuo que desempeña su actividad en el campo del emprendimiento pretende tomar las decisiones más acertadas con el fin de aprovechar las oportunidades que se puedan presentar, apoyado en su pensamiento creativo e innovador para la elaboración, el mejoramiento y la transformación de bienes y servicios, con el fin de exponerlos al mercado, decidiendo sobre sus características y especificaciones. En este contexto, las decisiones son producto de las representaciones o mentalidades sobre la forma de percibir las oportunidades de innovación, de creación y de negocio.

Dados los planeamientos anteriormente mencionados, se concluye que las personas con cierta frecuencia generan un cuestionamiento en particular ¿el emprendedor nace o se hace? Pues bien, los teóricos consideran que es una mezcla de ambos aspectos. Ya que poseer atributos inherentes de la personalidad de los individuos emprendedores generan un impacto en su entorno, en la economía y en la región en la que se desenvuelven. Pero algo si queda claro de todo esto, la mezcla de factores exógenos tales como los culturales, familiares y laborales permiten potencializar dichas habilidades (Marulanda, Correa y Mejía, 2009).

4.2.2 CARACTERÍSTICAS SOCIO DEMOGRÁFICAS DE LOS EMPRENDEDORES

Existen factores demográficos y económicos que inciden sobre la decisión personal de ser emprendedor como el género, la edad y el nivel educativo (Arenius y Minniti, 2005).

a) Emprendedores según el género

El informe GEM (2010) determina que el emprendimiento depende del género, considerando en mayor cantidad la actividad masculina, pues si bien es cierto la inclusión de la mujer en el mundo laboral fue tardía y este hecho se manifiesta en los empresarios de hoy; se indica entonces, que la tasa de actividad empresarial en los hombres es convincentemente mayor a la de las mujeres debido al comienzo anticipado que los hombres tuvieron en el campo profesional / laboral. Del mismo modo, Moriano y otros (2006) encontraron que el género está directamente relacionado con la intención o espíritu emprendedor.

Bajo este enfoque, Daza, Mosquera y Arias (2010) resaltan la facilidad que tienen los hombres para detectar e identificar oportunidades de negocio en comparación con las mujeres, pues los autores encontraron que las mujeres temen más al fracaso y aquellas que

empresarios lo hacen más por necesidad.

Desde otra perspectiva, Arenius y Minniti (2005) establecen que las mujeres que tienen un nivel de educación de secundaria, cuentan con mayor probabilidad de iniciar su emprendimiento a comparación con los hombres que cuentan con el mismo nivel de educación.

b) Emprendedores según la edad

Una de las características demográficas que forman la base del perfil del emprendedor es la edad, evidenciándose mayor participación en los jóvenes, pues son ambiciosos y poseen menos aversión al riesgo (Cuervo, Ribeiro y Roig, 2006), se podría decir que esta situación se debe impulsar mediante programas que estimulen el espíritu empresarial para este segmento de la población facilitando de esta forma el proceso de creación de empresa.

Otro punto de vista se fundamenta al entender que el emprendedor tiende a tener más edad que el empleado, esto se debe a la necesidad de adquirir experiencia previa y obtener algunos recursos antes de tomar la decisión de crear empresa (Arenius y Minniti, 2005).

c) Estrato socioeconómico y emprendimiento

La relación existente entre el emprendimiento y el estrato socioeconómico específicamente en la clase media, se convierte en una fuente o alternativa principal para el desarrollo económico personal y como consecuencia de lo anterior se genera movilidad en la economía de los países que impulsan este tipo de prácticas.

La Universidad General Sarmiento en Argentina, a través de su Programa de Desarrollo Emprendedor (Prodem), pone de manifiesto en su estudio “*La Clase Media Emprende: una Visión Regional y una Comparación Internacional*” que gran parte de los empresarios de clase media presenta un buen nivel educacional. Más de dos tercios (67%) son graduados

universitarios o tienen posgrado o educación superior. Pero esta proporción es menor que en la clase más acomodada, en la cual 78% tiene un título universitario o una mejor calidad de enseñanza. A diferencia de los empresarios de la clase social más baja, los cuales presentan un menor nivel educativo (45%).

Más de la mitad de los emprendedores (57%) de clase media, han trabajado antes como empleados, principalmente en pequeñas y medianas empresas (Pymes). En tanto, es más común entre los empresarios de la clase más acomodada, (44%) tener experiencias previas en emprendimientos. En América Latina, las familias de los emprendedores de clase media tienen menor notoriedad en el mundo empresarial que la de los más ricos (Mundo Alma, 2014).

Según Garazi (2011), los factores del entorno familiar influyen directamente en la intención de generar procesos de emprendimientos, impulsado por un hecho que ellos denominan “exposición previa”, relacionada con la posibilidad que tiene un sujeto de ver el espíritu de emprendimiento materializado en sus padres o en algún familiar, y este a su vez está relacionado con el estrato socioeconómico al cual pertenece. En esta misma perspectiva, (Krueger, 1993) en Garazi (2011), considera que, en una familia de nivel socioeconómico medio, cuyos padres han sido emprendedores, se tiende a tener hijos con una percepción más atractiva frente al emprendimiento como una alternativa de vida y profesional.

Por otra parte, Ordeñana y Arteaga (2012) resaltan la relación dada entre los emprendedores de clase media y características o habilidades personales tales como: el logro de objetivos, creatividad y toma de decisiones, en comparación con los emprendedores de clase alta ya que son valorados especialmente por su capacidad de tomar decisiones, resolución de problemas y el pensamiento creativo. Se podría complementar lo anterior al resaltar que el logro de las metas y habilidades de comunicación se presentan con mayor frecuencia en emprendedores de clase media.

Lo anterior, evidencia que son diversos los factores que intervienen en la formación del perfil emprendedor, y más aún en la materialización de ideas emprendedoras, ya que este

hecho no depende solo de las habilidades y actitudes que el sujeto desarrolle dentro de su formación profesional, sino, además, una serie de características sociodemográficas que orientan, impulsan o limitan las intenciones de emprender.

4.3 EMPRENDIMIENTO EN MÉXICO

En México, el emprendimiento productivo es una extraordinaria alternativa de política pública para reducir los elevados niveles de desempleo y subempleo juvenil. Incorporar el emprendimiento no sólo implica el hecho de fomentar la creación de empresas, sino en procurar que éstas se constituyan adaptándose a un esquema que se vincule e interactúe abiertamente con su entorno social y económico, a los cambios y buscando recursos adicionales de financiamiento para sus actividades de investigación y enseñanza.

En este marco se inserta el presente análisis de la política pública de promoción de los emprendimientos productivos como alternativa de incorporación al trabajo de los jóvenes en México. Cabe señalar que detrás de este planteamiento no se pretende una exaltación ideológica al “espíritu empresarial” ni tampoco sustentar el otorgamiento masivo de subsidios públicos a proyectos juveniles con objetivos asistencialistas y coyunturales, sino destacar las ventajas y limitaciones del emprendimiento como opción para el aprovechamiento del potencial productivo de los jóvenes con el perfil adecuado en proyectos individuales o colectivos, tanto en sectores de la economía de mercado como de la economía social.

Como parte de una política activa de mercado de trabajo y en el marco de la apertura de la economía mexicana, desde la segunda mitad de los años ochenta se han venido fortaleciendo programas orientados a elevar la empleabilidad de la población desocupada y subocupada, los cuales han contado durante los últimos 25 años con financiamientos del Banco Mundial (BM) y del Banco Interamericano de Desarrollo (BID), así como la asistencia técnica del Programa de Naciones Unidas para el Desarrollo (PNUD) y de la propia OIT. Como parte de estos programas, se han incluido modalidades de apoyo a los jóvenes sin experiencia

laboral, especialmente a través de la formación para el trabajo. Asimismo, desde hace varios años existen diversas alternativas de formación para el trabajo en el sector educativo y acciones de fomento a iniciativas productivas en los sectores agrario y marginal urbano (Pieck, 2004).

En la Administración Federal 2007 – 2012 se dio especial énfasis a incentivar la contratación de jóvenes sin experiencia laboral mediante la devolución de cuotas de seguridad social a las empresas o, a partir de una iniciativa impulsada desde el Legislativo, por medio de exenciones fiscales integradas a la Ley del Impuesto sobre la Renta con vigencia a partir de enero de 2011. Asimismo, se operaron algunos programas de apoyo a emprendedores, a micro y pequeñas empresas de nueva creación y en operación, así como a empresas integradoras; sin embargo, los esfuerzos en este sentido aparecen un tanto dispersos y desarticulados.

Como punto de partida para la elaboración de una Política sobre emprendimiento juvenil, es fundamental definir algunos conceptos básicos relacionados con el proceso emprendedor:

- Joven Emprendedor: Aquella persona de los dieciocho hasta los treinta años de edad, que tiene la motivación y la capacidad de detectar oportunidades o identificar necesidades, organizar recursos para su aprovechamiento y ejecutar acciones de forma tal que obtiene un beneficio económico o social por ello;
- Joven Empresario: Es toda aquella persona de los dieciocho hasta los treinta años de edad, que ejercita y desarrolla una actividad empresarial; en nombre propio, con habitualidad, adquiriendo la titularidad de las obligaciones y derecho que se derivan de tal actividad, siendo esta una actividad organizada en función de una producción o un intercambio de bienes y servicios en el mercado;
- Incubadora: Institución encargada de proporcionar asistencia técnica, capacitación y asesoría a los emprendedores para la elaboración de proyectos productivos, instalación e inicio de operaciones de nuevas empresas de manera exitosa.

- Las propuestas básicas para la implementación de la incubadora de negocios se enumeran a continuación:
- Incorporar un proceso práctico para dar viabilidad comercial a patentes tecnológicas.
- Fortalecer la vinculación entre los sectores público, privado y académico.
- Crear programas de asesoría en etapas tempranas de las empresas.
- Estructurar programas educativos con necesidades de emprendedores.
- Por medio de la Ley de Fomento a los Jóvenes Emprendedores, plasmar el compromiso entre el Gobierno del Estado (por medio de sus distintas dependencias) en fomentar y apoyar al emprendimiento en nuestra región.

El objetivo de las incubadoras empresariales es potenciar el desarrollo económico a través de la creación de negocios que ofrezcan empleo, generando así, el crecimiento y desarrollo del entorno; lo cual será logrado al promover el desarrollo empresarial a través de una apropiada transferencia tecnológica.

Ante la reducción creciente del trabajo asalariado masivo surge una gran problemática: cada vez son más los jóvenes que a pesar de contar con estudios de nivel superior, no logran incorporarse a la vida económica. En muchas ocasiones el futuro para el cual la escuela prepara al joven es tan incierto que los jóvenes acaban por interesarse más en las opciones cotidianas del presente. De acuerdo a la Encuesta Nacional de Juventud 2005 (ENJ, 2005), para el 71% de los jóvenes mexicanos, el segundo problema que enfrentaban después de las drogas y el alcohol, era la falta de trabajo y la desconfianza respecto al futuro, acentuándose en los hogares con menos ingresos y más bajos niveles educativos. La incapacidad para encontrar un empleo genera en los jóvenes una sensación de inutilidad que puede conllevar a problemas de salud mental, conductas violentas, alcoholismo, drogadicción y captación por parte de grupos delincuenciales. Asimismo, la falta de ingresos de los jóvenes afecta al

patrimonio familiar y hace necesarios mayores subvenciones públicas para atender los problemas colaterales, como son la falta de seguridad social y el incremento en los índices de criminalidad; aunado a lo anterior, está el reclutamiento voluntario o forzoso de muchos jóvenes por parte de grupos delincuenciales, lo cual incide en los índices de violencia, riesgo y muertes juveniles.

IMJUVE realizó en 2008 la “Encuesta y análisis de los factores que inciden en el espíritu emprendedor de los jóvenes mexicanos”, la Encuesta se aplicó en una muestra representativa a nivel nacional de 5000 jóvenes entre los 16 y 29 años, en 25 ciudades. De acuerdo con la Encuesta, los principales factores que impulsan a los jóvenes para ser emprendedores están el mejorar su nivel de vida y generar su propio empleo, así como la falta de oportunidades de empleo (IMJUVE, 2008).

Como principales factores que inhiben el espíritu emprendedor se identificaron los excesivos tramites gubernamentales, la dificultad para acceder al crédito, así como razones personales, tales como continuar con estudios y temor a la inseguridad. Se destaca el hecho de que del total de jóvenes que declararon contar con su propio emprendimiento, solo el 38% lo explicó por su vocación empresarial y 62% por la necesidad de ocuparse en algo. Estas cifras son coincidentes con un análisis del Banco Interamericano del Desarrollo (Desarrollo,2006).

Apenas una quinta parte de los jóvenes que iniciaron un emprendimiento, señaló haber recibido algún tipo de apoyo gubernamental, destacando los programas de las Secretarías de Economía y Desarrollo Social, así como del propio IMJUVE. Los apoyos gubernamentales más requeridos por los jóvenes son el financiamiento (48%), la simplificación de trámites (26%), la capacitación y asistencia técnica (18%). Lo anterior en concordancia al hecho de que los recursos propios son la principal fuente de financiamiento para dos terceras partes de los jóvenes empresarios, lo cual refuerza la importancia y necesidad de los programas (IMJUVE, 2008).

Para poner en práctica esta iniciativa para fomentar el emprendimiento juvenil en Michoacán, se tienen que considerar y aplicar los siguientes principios fundamentales:

- Formación integral en aspectos y valores como desarrollo del ser humano y su comunidad, autoestima, autonomía, sentido de pertenencia a la comunidad, trabajo en equipo, solidaridad, subsidiariedad, asociatividad, bien común, y desarrollo del interés por la innovación, creatividad, competitividad y estímulo a la investigación y aprendizaje permanente;
- Fortalecimiento de procesos de trabajo asociativo y en equipo en torno a proyectos productivos con responsabilidad social; reconocimiento de la conciencia, el derecho y la responsabilidad del desarrollo de las personas como individuos y como integrantes de una comunidad;
- Responsabilidad por el entorno, protección y cuidado del medio ambiente, la naturaleza, sus recursos y su comunidad;
- Apoyo a procesos de emprendimiento sostenibles desde la perspectiva social, cultural, ambiental y regional, y
- Difusión de los procedimientos, normas, reglas, programas, apoyos e incentivos en los diferentes niveles de gobierno.

Para poner en práctica estos principios a través de las actividades que más adelante se mencionan, se hará por medio del Poder Ejecutivo del Estado por conducto de las siguientes dependencias en el ámbito de sus respectivas competencias:

- Secretaría de Desarrollo Económico;
- Secretaría de Educación;
- Secretaría del Trabajo y Previsión Social.

Cada una de éstas tendrá sus propias responsabilidades y área de funciones que a continuación se enumeran:

A la Secretaría de Desarrollo Económico le corresponden las siguientes atribuciones:

- Promover y direccionar el desarrollo económico del Estado, impulsando la actividad productiva a través de procesos de creación de empresas competitivas, creativas e innovadoras, articuladas con las cadenas y gremios productivos reales relevantes para las distintas regiones de la entidad y con un alto nivel de planeación y visión a largo plazo;
- Fortalecer los procesos empresariales que contribuyan al desarrollo local, regional y estatal;
- Coadyuvar con las diferentes instituciones gubernamentales, empresariales y asociaciones de la sociedad civil, con la finalidad de desarrollar estrategias orientadas a vincular y financiar los proyectos innovadores, creativos y competitivos;
- Establecer mecanismos para el desarrollo de la cultura emprendedora y empresarial en la población joven de Michoacán a través del establecimiento de programas de simplificación administrativa, compensación y estímulo al capital joven, identificado por su administración, operación y destino entre otros mecanismos institucionales que apoyen la viabilidad y continuidad de la iniciativa empresarial juvenil;
- Coordinar con las instancias correspondientes el acceso a los apoyos para el Emprendimiento, Fortalecimiento e Incentivo a los Jóvenes Emprendedores del Estado;
- Establecer un programa estatal de acuerdo a la disponibilidad presupuestal, de asesoramiento y tutoría a las iniciativas de los jóvenes emprendedores mediante la creación y consolidación de incubadoras.
- Gestionará ante las instancias correspondientes los siguientes incentivos fiscales a los jóvenes emprendedores en la creación de empresas por medio de la condonación y/o reducción de impuestos y contribuciones estatales, así como la reducción en los pagos por adquisiciones de servicios públicos estatales; por otro lado, la Secretaría del Trabajo y Previsión Social, en coordinación con la Secretaría de Desarrollo Económico, deberá fomentar, promover y desarrollar programas de capacitación para el manejo de las relaciones obrero-patronales y cultura

laboral, impositiva, y jurídico administrativa mediante enlaces con organizaciones, cámaras y/o dependencias afines.

- A la Secretaría de Educación le corresponderán las siguientes atribuciones:
- Fomentar un vínculo entre el sistema educativo y el desarrollo económico, mediante enlaces y/o prácticas laborales, sociales y empresariales a través de una materia de cultura emprendedora a fin de generar jóvenes agentes de desarrollo económico;
- Fomentar y promover la cultura y formación emprendedora mediante el impulso de sus temas y sus contenidos en los planes y programas de estudio de la educación media y superior, en las diferentes modalidades que se imparten en el Estado, y
- Fomentar y fortalecer el acercamiento de las instituciones educativas a instituciones que impulsan y desarrollan programas educativos profesionales que acercan al estudiante a entender el sistema de economía de mercado con contenido social.

Así mismo, deberán impulsarse los siguientes ejes en conjunto las distintas Secretarías de Gobierno Estatal con la sociedad civil y el sector empresarial:

Incorporar un proceso práctico para dar viabilidad comercial a patentes tecnológicas: La actividad tecnológica influye determinadamente en el progreso social y económico. Por su parte una patente puede definirse como el conjunto de derechos exclusivos concedidos por un Estado al inventor de un nuevo producto o tecnología susceptibles de ser explotados comercialmente por un período limitado de tiempo, a cambio de la divulgación de la invención. Es de vital importancia incorporar un mecanismo viable que permita a todos los emprendedores y visionarios de negocios crear patentes de sus proyectos productivos de una manera accesible, el objetivo de la patente es evitar que terceros hagan uso de la tecnología patentada.

Actualmente, para tramitar una patente se requiere seguir numerosos pasos y reunir distintos requisitos, así mismo, el trámite para obtener la patente tarda entre 3 a 5 años. Es por ello

que propongo activar un canal entre el emprendedor y las instituciones competentes por medio del cual se lleve a cabo un taller de asesoría el cual promueva sistematizar el proceso antes descrito acortando además el tiempo de espera.

Fortalecer la vinculación entre los sectores público, privado y académico: Otro de los puntos medulares de la presente propuesta centra su atención en fortalecer las relaciones entre el sector público, privado y académico. Es misión del sector público velar por los intereses de los ciudadanos y dentro del tema de nuestro interés propiciar los medios adecuados para fomentar la incubación de negocios y el emprendimiento.

El papel del gobierno en el desarrollo del sector empresarial es fundamental, ya que él es quien debe establecer los lineamientos bajo los cuales las empresas operan. Estos lineamientos deben asegurar la existencia de mercados competitivos y ofrecer un marco jurídico y normativo adecuado.

Respecto al área académica, es de vital importancia que las instituciones educativas implementen programas para ubicar a aquellos estudiantes con el perfil y las habilidades necesarias para desenvolverse dentro del área empresarial y de negocios, lo anterior con el objetivo de potencializar dichas habilidades por medio de la capacitación y asesoría constantes, aunado al otorgamiento de apoyos económicos para aquellos jóvenes que cuenten con ideas productivas o inventivas para concretar y ejecutar dichos proyectos.

Crear programas de asesoría en etapas tempranas de las empresas: Continuamente sucede que algún joven cuenta con una idea creativa e innovadora para emprender un negocio, pero no tiene el conocimiento para llevarla a cabo y materializarla.

En México, solo 2 de cada 10 negocios subsisten después de los dos primeros años de operación (PREJAL, 2010). Afortunadamente, existen opciones de consultoría especializada que ayudan a los emprendedores a "incubar" o "acelerar" las empresas, según sus necesidades específicas. Son los programas de incubadoras y aceleradoras de negocios que han florecido en los años recientes en México, desde las filas de la academia y el sector privado. "La incubación es un proceso que transforma una idea de negocio en una empresa,

mientras que la aceleración es un proceso que se ofrece a una empresa que ya es una realidad para que pueda consolidarse y potenciar su crecimiento", dice Jorge León, director del Centro de Innovación Empresarial y Financiera (CIEF), del Instituto Tecnológico de Estudios Superiores de Monterrey (ITESM), Campus Ciudad de México. Mediante las aceleradoras de negocios se les ofrece a las empresas la aceleración para que puedan potenciar su crecimiento, para que se consoliden y para que puedan crear más empleos, para esto es de vital importancia que todos los emprendedores sin importar el sector que deseen desarrollar sean respaldados por medio de la consultoría y que este respaldo esté a su alcance gracias a programas fomentados por el sector público.

Estructurar programas educativos con necesidades de emprendedores: Otro punto medular de la presente propuesta centra sus bases en la estructuración de programas educativos a nivel Universitario que informen y asesoren técnicamente a los estudiantes, analizando la viabilidad de sus proyectos productivos, así como las posibilidades que puedan tener en el mercado, ayudando además a la estructuración de un plan de negocios. Creación de un esquema de trabajo por medio de la tutoría en donde acompañen al pequeño empresario en todo el proceso, no solo en la creación sino también en el desarrollo, el apoyo en el funcionamiento y en la búsqueda de inversionistas y de alianzas estratégicas con diversos empresarios que sumen fuerzas para reforzar su posicionamiento en el mercado y finalmente fomentando en su caso a potenciar la empresa y consolidarla.

Ecosistema Emprendedor

El término ecosistema ha cobrado auge en los últimos años. Cuando nos referimos a ellos, en cualquier estudio social realizado alrededor de la cultura del emprendimiento, el desarrollo local y la competitividad, se busca comprender el lugar que cada uno ocupa como individuo, como miembro de una organización y como asociación.

En un sentido amplio, el término Ecosistema Emprendedor se entiende en el BID/FOMIN

(2011) como una comunidad de negocios, apoyada por un contexto público de leyes y prácticas de negocios formada por una base de organizaciones e individuos interactuantes que producen, asocian ideas de negocios, habilidades, recursos financieros y no financieros que resultan en empresas dinámicas.

Lo anterior supone un llamado a promover la coordinación de actores, con el objetivo de desarrollar una cultura de emprendimiento en un país o región. Llamado en ocasiones, ignorado, a pesar de los problemas en sus estructuras sociales y evidentes necesidades de desarrollo económico. En este sentido, cobra vigencia interesarse por la actividad empresarial, desde la dinámica de construcción de redes para el apoyo del ejercicio emprendedor en sus etapas: creación de la idea, formación, incubación, servicios al emprendedor, financiamiento y consolidación en mercados nacionales e internacionales.

Al respecto, Isenberg (2010) director del *Babson Entrepreneurship Ecosystem Project* (BEEP), presenta unos componentes y factores a considerar en todo ecosistema empresarial relacionados con la función del liderazgo, la figura del gobierno, del sistema educativo, el sector productivo, los recursos financieros, tecnológicos, las personas, entre otros. Este planteamiento preliminar de Isenberg, difiere de la primera referencia al término ecosistema expuesto por Moore (1993) donde enfatiza la visión de predadores y presas, para representar el ecosistema de los negocios como un espacio de interconexión, dependencia mutua entre actores económicos, siendo importante el término de cooperación para el éxito de las organizaciones.

Desde un punto de vista más conciso, alrededor de los factores que componen un ecosistema de emprendimiento, Isenberg (2010) plantea la revisión del estado de un ecosistema, mediante la evaluación general de seis dominios: políticas, cultura, finanzas, capital humano, servicios y mercados.

4.3 ECOSISTEMAS NACIONALES DE EMPRENDIMIENTO

Los ecosistemas nacionales de emprendimiento constituyen un constructo de presencia incipiente en la literatura académica, si bien encuentra sus raíces en análisis enfocados en condiciones del entorno para emprender o en nociones como la de sistemas o marco institucional. Uno de los autores que ha abordado el tema del entorno para emprender en diversos trabajos es Spilling, quien en su obra de 1996 resume sus trabajos previos y los de otros autores, destacando siempre la relevancia de los factores del entorno para abordar el análisis de la dinámica emprendedora. Spilling (1996) refiere entonces, entre los elementos del entorno más estudiados en función de la creación de empresas, a los siguientes: disponibilidad de capital de riesgo, presencia de emprendedores experimentados, fuerza de trabajo calificada, accesibilidad de proveedores, accesibilidad de clientes o nuevos mercados, políticas gubernamentales favorables, proximidad de las universidades, disponibilidad de tierras y servicios básicos, y condiciones de vida atractivas. El autor agrega que las empresas nacen en el marco de estructuras económicas y socioculturales que implican una base de conocimiento, competencia y modelos de roles que determinan el comportamiento emprendedor. Termina Spilling (1996) por introducir el término sistema emprendedor para referirse a ese marco de condiciones del entorno, integrado por todos los actores económicos y los factores ambientales que existen en un área geográfica determinada, y menciona que la calidad y la capacidad de un sistema emprendedor vienen dadas por el número de actores con experiencia y potencial emprendedor. Otra sugerencia para sistematizar a las condiciones del entorno en un sistema emprendedor es la de Neck, Meyer, Cohen y Corbett (2004).

Estos autores refieren expresamente a los siguientes componentes del sistema emprendedor de un país, basándose en la experiencia observada de un condado, al tiempo que advierten que existen espacios de interacción entre los mismos: (1) Las incubadoras o instituciones cuyo objetivo sea facilitar la constitución de nuevas empresas; (2) las redes de relaciones formales e informales entre personas y organizaciones que puedan vincularse por amistad,

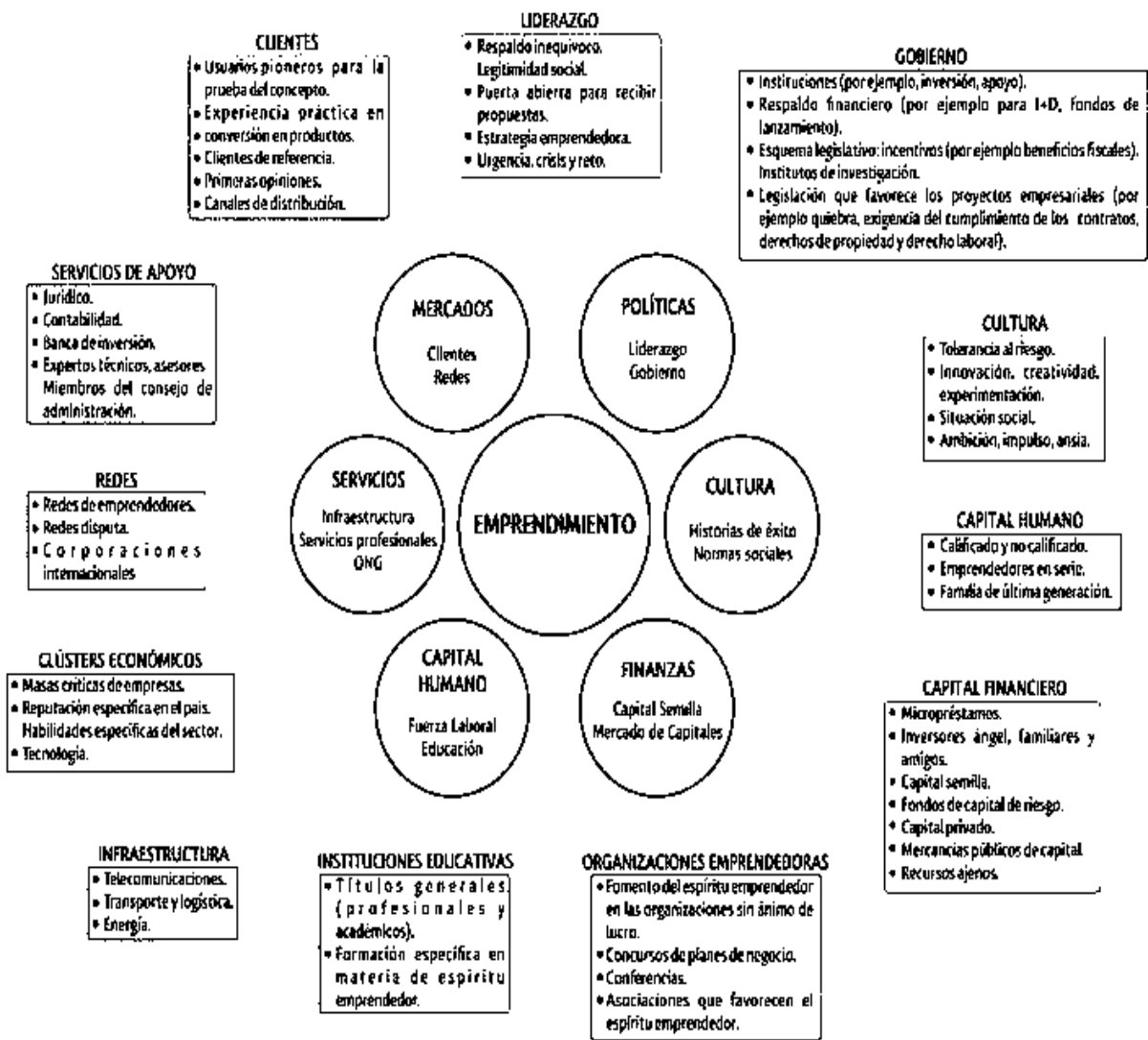
transferencias de fondos u otros mecanismos de relación, (3) la infraestructura física tangible del país, incluyendo carreteras, condiciones del tráfico, espacios de oficina, vivienda y mercado inmobiliario, y (4) la cultura, elemento que refiere al capital intelectual, capacidades de manejo y desarrollo de alta tecnología, y espíritu pionero según la definición del autor en referencia. Un trabajo adicional que apunta a esta línea de investigación es el de Cohen (2006).

El autor se basa en la definición de Spilling (1996) para introducir el término ecosistema emprendedor, haciendo referencia a un menú de diversos actores interdependientes que están ubicados en una misma región geográfica y que influyen la formación y eventual trayectoria de un grupo de actores y potencialmente de la economía como un todo en ese espacio geográfico determinado. Menciona que el ecosistema emprendedor se integra por los siguientes componentes que interactúan entre sí: (1) redes informales; (2) redes formales; (3) universidades; (4) gobierno; (5) servicios profesionales y de apoyo; (6) servicios de capital, y (7) talento disponible. Hasta ahora, las diferentes propuestas de configuración de ecosistemas nacionales de emprendimiento (o términos equivalentes) han partido de enfoques teóricos, aunque eventualmente descritos con apoyo en evidencia descriptiva de casos específicos, cuya medición a través de métodos cuantitativos no se ha reportado. En efecto, las variables identificadas en los trabajos previamente citados resultan difíciles de medir, pues no cuentan con bases de datos derivadas del seguimiento de tales factores en diferentes contextos o países que permitan una comparación o la identificación de relaciones entre variables. Una propuesta derivada de la experiencia de su equipo de consultoría en el trabajo con diferentes gobiernos, es la que expone Isenberg (2011), y resulta coincidente con muchos de los aspectos medidos por el GEM y otras instituciones de generación de indicadores sobre factores del entorno que impactan la actividad empresarial, como el Foro Económico Mundial y el Banco Mundial.

A continuación, se resume la categorización de elementos sugerida por el mencionado autor. Isenberg (2011) sostiene que el elemento fundamental del desarrollo de una estrategia de ecosistema nacional de emprendimiento es la visión de cada uno de sus componentes y su

evolución. Los elementos observados en los diferentes ecosistemas nacionales de emprendimiento por este equipo han sido categorizados en seis dominios (políticas, finanzas, cultura, servicios de apoyo, capital humano y mercados), los cuales se muestran en la figura 1, indicando sus elementos integrantes. No obstante, el autor advierte que estos dominios pueden llegar a ser difusos, en la medida en que interactúan de maneras muy complejas, variadas y únicas en cada entorno.

Imagen 2. Dominios del ecosistema de emprendimiento.



Fuente: Isenberg (2011).

Con la intención de abonar la caracterización de cada uno de los dominios de un ecosistema nacional de emprendimiento, a continuación, se exploran las relaciones estudiadas en la literatura sobre cada uno de estos dominios y la actividad emprendedora, así como sus posibles relaciones entre sí.

a) Políticas

El dominio de las políticas es definido por Isenberg (2011) en términos del apoyo, la legitimidad, la apertura y el sentido de urgencia que le brinde el liderazgo político del país a la actividad emprendedora, así como el desempeño de las instituciones públicas que influyen sobre la creación y el desarrollo de la actividad empresarial (instituciones financieras, institutos de investigación y desarrollo y otras instituciones de apoyo), el grado de adecuación del marco regulatorio relevante, concerniente a temas de creación y cierre de empresas, cumplimiento de contratos, derechos de propiedad y aspectos laborales.

Esta amplia visión del tema de las políticas, que incorpora a las instituciones y regulaciones concernientes a los otros dominios del ecosistema, llama la atención sobre la potencial influencia que este primer dominio puede ejercer sobre los demás, en particular los de finanzas, puesto que Isenberg (2011) incluye a las instituciones y regulaciones financieras entre las áreas de acción de políticas; servicios de apoyo, en tanto las incubadoras, instituciones de investigación y desarrollo, entre otras, son mencionadas como parte del área de acción de políticas; capital humano, pues las regulaciones laborales también forman parte del área de acción de las políticas, y mercados, pues las regulaciones de entrada y salida tienen que ver con su configuración.

Ahora bien, con respecto a la influencia directa que el dominio de las políticas puede ejercer sobre la actividad emprendedora, estudios como el de Ardagna y Lusardi (2010), han aportado información relevante en este sentido. Estos autores prestan especial atención a aspectos regulatorios, y revisan la relación entre las regulaciones para la entrada de nuevas

empresas y para el cumplimiento de contratos, con respecto a la decisión de emprender y el nivel de empleo creado por las nuevas iniciativas empresariales. Encuentran que los emprendedores tienden menos a crear iniciativas de gran escala en países donde existe una mayor regulación de entrada de nuevos negocios y de cumplimiento de contratos.

En añadidura, un análisis de Larroulet y Couyoumdjian (2009) se enfoca en los aspectos de las instituciones públicas para resaltar que el funcionamiento pobre de las mismas, así como la inestabilidad política, resulta en actividades emprendedoras de baja productividad. De allí se deriva que la fortaleza institucional y la estabilidad política pueden contribuir con la generación de iniciativas de alto potencial, o lo que hemos denominado para los efectos del presente estudio como emprendimientos gacela. Estos autores agregan que la promoción del emprendimiento productivo y competitivo debe pasar por la remoción de obstáculos para emprender, una visión de la cual se deriva la recomendación de simplificar trámites administrativos para potenciar el crecimiento económico.

De esta manera, la literatura apunta a que un mejor desempeño del dominio de las políticas estará vinculado con un mejor desempeño de las finanzas, los servicios de soporte, el capital humano y los mercados, así como directamente sobre la actividad emprendedora.

b) Finanzas

Isenberg (2011) ubica dentro del dominio de las finanzas a la disponibilidad de capital financiero través de diferentes instrumentos como los microcréditos, inversionistas ángeles, capital semilla, fondos de capital de riesgo, inversión privada, mercados de capital público y créditos en general.

El acceso a capital financiero es uno de los temas más abordados en la literatura sobre emprendimiento. En el trabajo de Chowdhury y Nurul (2011) se realiza un recorrido por los diferentes estudios previos sobre este tema, destacando el hecho de que el acceso a fuentes

de financiamiento es un obstáculo común para el establecimiento de nuevas empresas y la innovación en las ya existentes. De allí se infiere que el mejor desempeño de los servicios financieros pueda impactar positivamente la creación de empresas.

c) Cultura

El dominio de la cultura del modelo de Isenberg (2011) incluye temas vinculados con la visibilidad de las historias de éxito emprendedor, la valoración de la carrera emprendedora, así como de temas afines con la actividad emprendedora, como la propensión al riesgo, la innovación y la creación de riqueza.

De acuerdo con lo planteado por Neck, Meyer Cohen y Cobett (2004), la cultura puede ser el elemento más importante de un sistema de desarrollo y también el más difícil de replicar o alterar. A esto se puede agregar el hallazgo de Hechavarría y Reynolds (2009), quienes analizaron la influencia de los valores, medidos a través de la encuesta global de valores (WVS, por sus siglas en inglés), sobre la actividad emprendedora ejercida a partir de la identificación de oportunidades. Encontraron que la relación es positiva, lo cual hace suponer que existe igualmente una relación similar entre la configuración cultural favorable a los valores del emprendimiento y la constitución de empresas en un país.

d) Servicios de apoyo

La referencia que realiza Isenberg (2011) a los servicios de apoyo como dominio de un ecosistema nacional de emprendimiento se refiere a la infraestructura física y los servicios profesionales sobre temas legales, contables de inversión y sobre aspectos técnicos vinculados con la naturaleza área específica del emprendimiento. Asimismo, incluye a las instituciones no gubernamentales que ejercen diferentes actividades de promoción y apoyo a la actividad emprendedora, como concursos de planes de negocio, conferencias y redes de

emprendedores.

Con respecto a la importancia de los servicios de apoyo, Evans y Volery (2001) mencionan que el proceso de crear una empresa implica crear valor y el uso de diferentes tipos de recursos, entendidos como bienes tangibles e intangibles, que pueden ser utilizados productivamente. Dentro de esos bienes intangibles se encuentra la información, la cual puede apuntar a temas sobre el manejo financiero, habilidades gerenciales en general (que pueden ser provistas por el sistema educativo) o puede tratarse de información práctica, como los proveedores del área, las necesidades del cliente o cifras del mercado en general. Este tipo de información relevante para la actividad emprendedora puede encontrarse en diferentes instituciones de apoyo. Igualmente, los emprendedores demandan asesorías sobre regulaciones respecto a derechos de propiedad, impuestos, entre otros temas.

Estos autores llaman la atención sobre la necesidad de que los organismos de apoyo al emprendedor desarrollen servicios flexibles, adecuados y basados en tecnología, de modo de lograr satisfacer la creciente demanda por parte de emprendedores, particularmente en las etapas tempranas de su actividad, a los fines de favorecer el potencial de las empresas creadas para crecer y relacionarse favorablemente con nuevos mercados.

e) Capital humano

El capital humano como dominio de un ecosistema nacional de emprendimiento abarca, de acuerdo con lo planteado por Isenberg (2011), el desempeño de las instituciones educativas tanto en grados generales otorgados como en programas específicos de entrenamiento en competencias emprendedoras. De igual manera, el grado de calificación disponible, la presencia de emprendedores seriales y de familias emprendedoras como configuradores de la fuerza de trabajo, forman parte de esta esfera de análisis.

De acuerdo con Coduras, Urbano, Rojas y Martínez (2008), la educación y el entrenamiento son considerados como unos de los factores más importantes para potenciar el emprendimiento, en la medida en que propician la presencia de emprendedores más formados, capaces de crear iniciativas más desarrolladas y racionales, con mayores probabilidades de sobrevivir y crecer. Reseñan además la presencia del conocimiento como un factor de producción en recientes teorías sobre el crecimiento económico. Estos autores apuntan además que en la medida en que los negocios tomen en consideración el conocimiento, serán más propensos a crear productos y servicios realizados a través de procesos más eficientes e inteligentes.

En esta línea de ideas, una configuración favorable de competencias en el capital humano podrá impactar positivamente la presencia de empresas en un país.

f) Mercados

Isenberg (2011) ubica dentro del dominio de mercados a elementos relacionados con la apertura del mercado, en términos de las redes de emprendedores, la vinculación con la diáspora emprendedora en otras latitudes, la presencia de corporaciones multinacionales, así como la activa participación de clientes en las decisiones y estrategias de la empresa en temas como por ejemplo el diseño de productos, la adopción temprana de los mismos, entre otros elementos.

Sobre el tema de las vinculaciones entre la actividad emprendedora y el mercado, Webb, Kistruck, Ireland y Ketchen (2010) apuntan que el proceso emprendedor tiene lugar cuando una empresa logra capturar el valor percibido en oportunidades para ofrecer productos o servicios de manera más eficiente que los que existen en el mercado. La percepción de oportunidades en el mercado es más factible en la medida en que los clientes son más participativos y los emprendedores tienen más facilidades para acceder a sus preferencias, o bien a los recursos necesarios para proveerles soluciones ajustadas a sus requerimientos.

4.4 EMPRENDIMIENTO Y EDUCACIÓN

Para poder analizar la relación existente entre los conceptos de educación y de emprendimiento, es necesario definirlos. Como el término emprendimiento ya ha sido definido, sólo resta hacer lo propio con el término educación.

Resulta interesante la definición expresada por las Naciones Unidas (1968), según la cual el concepto de educación incluye toda una gama de medios complementarios por los cuales se transmiten el conocimiento, los valores y las especializaciones, y se modifican los patrones de comportamiento.

Comprender la relación entre estos conceptos ayuda a esclarecer una pregunta frecuente que surge al estudiar el tema de emprendimiento, y que tiene que ver con si los emprendedores nacen o se forman. Se considera apropiado para responderla transcribir las palabras que la empresaria y académica, Silvia Sioli de Torres Carbonel, expresó en el V Encuentro de Empresarios organizado por Asociación Cristiana de Dirigentes de Empresas, y realizado en Buenos Aires, en Abril de 2002: *“Si la educación es el medio por el cual logro modificar actitudes y comportamientos, casi diría que hay una relación absoluta entre educación y entrepreneurship; vale la pena, entonces, pensar en educar a los emprendedores. Puede ser que haya muchos emprendedores que nazcan, pero seguro que todos necesitan hacerse y capacitarse como tales”*.

Lo expresado en el párrafo anterior es coincidente con las, ya expuestas, ideas de Drucker y Marshall, debido a que ambos, en diferentes momentos históricos, han reconocido que los individuos son capaces de adquirir nuevas actitudes y aprender a ser emprendedores.

Howard Rasheed (2000) expresa que la educación en *entrepreneurship* puede afectar los

atributos que tengan los individuos y puede forjar actitudes emprendedoras en ellos. Puede promover cualidades psicológicas favorables para la actividad emprendedora, tales como la auto confianza, la autoestima, la autoeficacia y la necesidad de logro. Inclusive, la educación en *entrepreneurship* para los jóvenes, puede colaborar en evitar la generación de actitudes socialmente no deseables, como la vagancia o la delincuencia

A su vez, Stevenson (2000) afirma que el entorno es importante y que es más factible que un individuo pueda comenzar a tener actitudes emprendedoras si actúa en un contexto en el que se facilita el reconocimiento de la oportunidad y su persecución.

Lo expresado párrafos atrás puede comprenderse aún más, si se analiza el proceso de socialización que atraviesan los individuos. Por otro lado, al considerar que la educación puede influir en la conducta emprendedora, cabe estudiar el rol que le compete al estado en ese sentido. Estos dos puntos se desarrollan a continuación.

a) La socialización y el espíritu emprendedor

Los individuos se socializan de dos maneras. Por una parte, existe la socialización primaria. Esta es la que el individuo experimenta en sus primeros años de vida y de aquellas personas que tienen contacto con él, que generalmente pertenecen a su familia. Los niños reciben una imagen recortada de la realidad y creen que así es “la realidad”. También adquieren actitudes que sus mayores le transmiten, formas de comportamiento familiares que a ellos se les impregnan y ven como la única manera de hacer las cosas. Esto forma parte de la historia que cada individuo tiene consigo (Berger y Luckman, 1984).

Por otra parte, aparece luego la socialización secundaria. Ésta tiene lugar cuando el niño entra en contacto con otras personas y comienza a involucrarse en instituciones sociales. Es decir, cuando comienza a ir al jardín, al colegio, a un club, etc.

Allí se encuentra con otra porción de la realidad y se da cuenta que el mundo de su casa no es el mundo y empieza a ampliar su visión. En la sociedad encuentra modos nuevos de comportamiento y reglas de convivencia, que comienza a conocerlas por medio del juego para luego aplicarlas en su vida (Berger y Luckman, 1984). En ese sentido, puede observarse que las cualidades de los individuos se van formando a lo largo de su vida y que las características que el individuo posee en forma innata se van potenciando, atrofiando, o complementando, a medida que el individuo se va socializando. Podría pensarse que el ser humano logrará desarrollar un espíritu emprendedor en la medida que su proceso de socialización lo acompañe en ese camino.

De esta manera cobra vital importancia la educación. No será igual el comportamiento emprendedor de un individuo que en su proceso de socialización no ha recibido ningún ejemplo de espíritu emprendedor, al de aquel que si ha podido observar y aprender actitudes propias de un emprendedor. Tales como la búsqueda de caminos alternativos, la toma de riesgos, el aprovechamiento de las oportunidades, el pensar ideas innovadoras, el ser perceptivo y tener motivación, entre otras tantas que ya han sido mencionadas a lo largo de este trabajo.

Cabe aclarar que en dicho proceso de socialización están incluidas todas las interacciones que la persona realice con otras personas o instituciones de la sociedad. Por ello, no son solamente importantes la familia y la escuela, sino que también lo son las otras instituciones con las que se relacione el individuo, como un club, una iglesia o una empresa, entre otras.

Peter Druker (1985) dijo que el *entrepreneurship* es una práctica. Es un comportamiento, es decir una conducta y una actitud. Por eso, y retomando la idea de los párrafos anteriores que expresa cómo por medio de la educación se modifican comportamientos, puede concluirse que existe una estrecha relación entre espíritu emprendedor y educación.

Por ello resulta importante la inclusión del tema emprendedorismo en la currícula escolar. Sin embargo, todavía se está lejos de eso. El Centro de Investigación Tecnológica de Chile (INTEC) realizó un estudio empírico en 4 países latinoamericanos (Argentina, Chile, Colombia y México) y obtuvo como resultado que los centros de formación para emprendedores se hallan generalmente dentro de las universidades, no en las instituciones de educación primaria o media (Dehter, 2002). Por otro lado, luego de analizar la influencia que tiene la educación en la actitud emprendedora, resulta interesante estudiar el rol de las universidades. Mario Dehter (2001) planteó en su trabajo “Responsabilidad Social de las Universidades Hispanoamericanas para la Animación de la Cultura Emprendedora Regional”, que las universidades hispanoamericanas no han logrado dar respuesta a las necesidades sociales relacionadas con el desarrollo empresarial y la generación de empleo. Este autor cuestiona si las mismas no se han concentrado demasiado en la formación del conocimiento, y han dejado de lado transferirlo adecuadamente en función de los intereses y necesidades específicas de las regiones. A su vez, este autor cita a Alan Gibb, cuando éste critica a las metodologías tradicionales de enseñanza por no favorecer actitudes emprendedoras.

Dehter (2001) expresa que las universidades se han concentrado en la enseñanza de habilidades, entonces el alumno logra acercarse al conocimiento, pero principalmente en un contexto teórico y generalmente actúa en forma pasiva. Agrega que el alumno necesita complementar lo que recibe con su intuición o con otras herramientas como para salvar las diferencias entre los conocimientos adquiridos y la realidad. Y este autor concluye que, es necesario incluir en la formación de los profesionales, además de los conocimientos teóricos, aquellos que les permitan tener características emprendedoras, que no hay por qué considerar que ser científico y ser un empresario exitoso es incompatible

Ante esta problemática, se observa que algunas universidades argentinas han comenzado a

prestar mayor importancia al tema del *entrepreneurship*. Sin embargo, es necesario que ésta crezca aún más, para lograr que los profesionales que egresan de estas universidades, tengan las cualidades necesarias como para generar su propio empleo y no depender de conseguir que alguna empresa o el estado los emplee. Pero principalmente para poder convertirse en agentes de cambio que promuevan la mejora en la calidad de vida de su comunidad.

3.4.3 ESTADO Y EDUCACIÓN EN EMPRENDEDURISMO

Puede decirse que, así como la educación genera externalidades positivas en una sociedad (Robert, L., 1988), la educación en emprendedurismo también las generará. Por lo tanto, si se deja a la educación en emprendedurismo únicamente en manos privadas, la cantidad de educación de estas características que existirá en la sociedad, será inferior a la óptima. Por ello resulta importante destacar la necesidad de la intervención del Estado en este punto.

Ante la falta de percepción de los agentes privados acerca de los beneficios sociales que brinda la educación en emprendedurismo, se presenta la necesidad de que un ente supraindividual intervenga en este mercado para poder captar las externalidades positivas que de lo contrario se perderían, ya que la producción y consumo de equilibrio del bien “educación en emprendedurismo” estarían en niveles por debajo de la cantidad óptima, es decir la que maximiza la utilidad de la sociedad y logra captar los beneficios sociales que emanan de dicha educación.

Esto no significa que la educación en emprendimiento no pueda ser un bien suministrado en forma privada, de hecho, en la mayoría de los países coexisten la educación pública y privada referida a esta temática; sino que quiere decir que dicha provisión no será suficiente para producir los beneficios individuales y comunitarios que permitan poder alcanzar el óptimo social.

4.5 EMPRENDIMIENTO Y DESEMPLEO

Audretsch (2002) afirma que la relación entre desempleo y emprendimiento es ambigua. Por una parte, al existir desempleo disminuye el costo de oportunidad de encarar un emprendimiento. En este caso el aumento del desempleo guía el inicio de actividades independientes porque ha bajado el costo de oportunidad de estar empleado en una empresa.

Por otra parte, dado que el desempleado tiende a poseer bajas dotaciones de capital humano y poco del talento requerido para empezar y sostener una nueva firma, en este aspecto el alto desempleo se asocia con un bajo grado de inicio de actividades.

A su vez, un bajo porcentaje de emprendedurismo puede ser consecuencia de bajos niveles de crecimiento económico. Lo cual refleja también altos niveles de desempleo.

En este punto, también estaría asociado el alto desempleo con bajos niveles de emprendedurismo.

Por otro lado, también hay que considerar que, si aumenta el número de emprendimientos, tiende a disminuir el número de desempleados. Porque el emprendedor ya no está desempleado y porque de su emprendimiento pueden surgir nuevos puestos de trabajo.

Sin embargo, un bajo porcentaje de supervivencia de empresas combinado con el limitado crecimiento de la mayoría de las pequeñas empresas insinúa que la contribución al empleo es limitada, lo cual no es acorde con plantear la segura disminución del desempleo.

Por otra parte, destaca que las oportunidades de emprender no se asocian únicamente con la existencia de desempleo o de amenaza de desempleo. También existen los efectos producidos por la prosperidad económica, y por las actividades emprendedoras del pasado,

entre otros.

En suma, este autor resalta que no existe una relación clara entre desempleo y emprendimiento, y se basa en evidencia empírica en relación a los países de la OCDE, estudiados en un período reciente. Sin embargo, expresa la importancia que puede tener el rol del emprendimiento para disminuir el desempleo. Y expresa la necesidad de estudiar estas relaciones en los países en vías de desarrollo.

Esta idea de la importancia del emprendimiento en la generación de empleo es coincidente con lo planteado por Alicia Chelen (1999). Ella expresa que por medio del aumento en las cualidades emprendedoras se crearían nuevas empresas pequeñas y medianas lo cual generaría aumentos en el empleo.

Cabe destacar que por medio del emprendimiento no sólo puede disminuir el desempleo, sino que también existen efectos positivos que se generan en los individuos debido a que pasan de la baja autoestima de estar desempleados a la autovaloración de su tarea y en consecuencia de sí mismos (Duran y Lukez, 2003).

A su vez, ayudar a la gente joven a adquirir un espíritu emprendedor fomenta el desarrollo empresarial y propicia que los individuos busquen ser empleadores y no empleados. Y esto, además de colaborar con la disminución de la pobreza y el desempleo, representa uno de los motores más importantes del crecimiento de una región (Roy Thomasson, 2003).

4.6 MODELO DE LA TRIPLE HÉLICE

El conocimiento puede ser generado por una variedad de organizaciones, como las universidades, organismos empresariales y gubernamentales (Casas, 1997). Tres son los elementos que principalmente estructuran el campo de generación y diseminación de

conocimiento: el sector político, económico y educativo, como lo comenta Maldonado (2008), para explicar las relaciones entre los distintos participantes se han planteado distintos modelos teóricos (Tabla 6) tendientes a explicar la integración y vinculación de las universidades con el gobierno y las empresas privadas.

Tabla 7. Evolución y antecedentes de la triple hélice.

Autor	Modelo	Descripción del modelo
Gibbons, et al., 1994.	Modelo lineal o modo 1	Las formas de organización son regidas por las normas de la ciencia, no es responsable socialmente y se transmite en forma de publicación académica además de ser validado y evaluado por la comunidad de especialistas.
Rosenberg (1976), Kline y Rosenberg (1986)	Modelo interactivo o modo 2	Las aportaciones más importantes de este modelo son: Se hace énfasis en el papel central de la empresa, en el origen de los procesos de innovación, las retroalimentaciones entre las fases del modelo y las interacciones que relacionan las fuentes de conocimiento científico y tecnológico con cada una de las etapas del proceso de innovación. Se tiene en cuenta la interacción entre ciencia y tecnología en todas las partes del modelo y no solo al principio, como el modelo lineal. Cuando no se encuentra soluciones se deben realizar nuevas investigaciones. La empresa consigue el conocimiento que necesita de diversas fuentes (universidades, otras empresas, ferias, patentes, bibliografías, etc.).

<p>Sábato y Botana (1968)</p>	<p>Triángulo de Sábato</p>	<p>El modelo establece una política que permite a los países latinoamericanos desarrollar una capacidad técnico y científica, se basa en identificar los actores que harán posible la inserción de la ciencia y tecnología en el desarrollo, esto es resultado de la coordinación del gobierno, la estructura productiva y la infraestructura científicotecnológica</p>
<p>Freeman (1987); Lundvall (1985) citados en Lundvall (1997)</p>	<p>Sistemas de innovación</p>	<p>Esta propuesta plantea la integración de diferentes agentes de la innovación, en estructuras transdisciplinarios e interactivas complejas, donde los agentes y organizaciones se comunican, cooperan y establecen relaciones de largo plazo y condiciones económicas, jurídicas y tecnológicas para el fortalecimiento de la innovación y la productividad de una región o localidad. Los sistemas de innovación se han planteado a escala nacional, regional, local, sectorial.</p>
<p>Etzkowitz y Leydesdorff (2000)</p>	<p>Triple hélice</p>	<p>Este modelo se planteó como resultado de la revisión de diferentes hipótesis acerca de los vínculos entre la universidad, empresa y estado, basándose en la teoría general de la innovación, durante su evolución ha transitado por tres versiones.</p> <p>La triple hélice I</p>

		<p>La primera versión del modelo afirma que bajo la administración general del Gobierno, se dirigen las relaciones entre la academia y la industria; esta versión tiene similitudes con el triángulo de Sábato. Algunos ejemplos de esta versión se encuentran en los países donde existe un esquema político socialista, como algunos países de Europa Oriental y en algunos países de América Latina, donde el Estado ejerce un importante papel en el sector industrial.</p> <p>La triple hélice II</p> <p>La segunda versión separa las esferas institucionales, afirmando su autonomía. Esta versión se limita por las fuertes barreras entre una y otra esfera, además de las relaciones preestablecidas.</p> <p>La triple hélice III</p> <p>Esta versión establece una infraestructura para la generación de nuevo conocimiento, en la cual se superponen las esferas institucionales de manera que cada una toma el rol de la otra. En estos espacios de interfaz emergen organizaciones híbridas o interfaces, y un área ideal llamada Red Trilateral y de Organizaciones Híbridas</p>
--	--	---

Fuente: elaborado a partir de autores.

En este contexto, el tema de las relaciones entre la Universidad y su entorno ha sido objeto de una serie de estudios (Etzkowitz y Leydesdorff, 2000; Castellanos et al., 2003) que han evidenciado una relación entre las vinculaciones de la Universidad con su entorno y la intensidad con que se realizan actividades de I+D+i.

De acuerdo con Villaveces (2006), las primeras vinculaciones entre la academia y su entorno se dieron bajo un esquema llamado modelo lineal o modo 1, caracterizado por desarrollarse desde el ámbito académico hacia el ámbito industrial, bajo un carácter disciplinar, homogéneo y jerárquico, realizado solo en universidades y centros de investigación para satisfacer intereses académicos y disciplinarios.

Este modelo comprende una secuencia lineal de etapas, el modelo comienza con un descubrimiento científico en un laboratorio que se encuentra trabajando con recursos de investigación pública. Gibbons et al. (1994), comentan que en este modelo las formas de organización son regidas por las normas de la ciencia, no es responsable socialmente y el conocimiento se transmite en forma de publicación académica además de ser validado y evaluado por la comunidad de especialistas.

Posteriormente, el modo 2 o dinámico como también se le conoce, se caracterizó por plantear una transferencia de conocimiento más transdisciplinaria y heterogénea, donde predomina la aplicabilidad y la utilidad social de la investigación realizada alrededor de un problema (Villaveces, 2006; Jiménez y Ramos, 2009). Esta teoría es fruto de un análisis del modelo lineal y del desarrollo de un estudio cualitativo, para lo cual Siegel et al. (2004), proponen una reformulación del modelo basado en 10 propuestas relacionadas estrechamente con la universidad. Kline y Rosenberg (1986) comentan que el modelo hace énfasis en el papel central de la empresa, en el origen de los procesos de innovación, las retroalimentaciones entre las fases del modelo y las interacciones que relacionan las fuentes de conocimiento científico y tecnológico con cada una de las etapas del proceso de innovación; así mismo se

toma en cuenta la interacción entre ciencia y tecnología.

El planteamiento de este modo 2, dio paso a modelos más concretos (Tabla 1) de relación entre universidades, empresas y Estado, como lo es el modelo del triángulo de Sábato y Botana (1986), el de sistemas de innovación (Lundvall, 1985; Freeman, 1987; citados en Lundvall, 1997) y el de la triple hélice (Etzkowitz y Leydesdorff, 1995).

Respecto al triángulo de Sábato, tuvo su origen al describir el rol interactivo de la universidad con su entorno y se basa en el planteamiento de una política para el desarrollo de la capacidad técnico y científica de América Latina, muy apegada a la realidad del medio que la vio nacer.

El modelo se centró en ofrecer estrategias para regular el funcionamiento del Gobierno en su relación con otros agentes públicos, y plantear soluciones para el denominado círculo vicioso de dependencia que estaba ocurriendo en la región, caracterizado por la falta de innovación y el sentimiento de incapacidad (Sábato y Botana, 1986), ello sumado a la falta de personal calificado en pequeñas y medianas empresas sí como la baja inversión en investigación y desarrollo.

Posteriormente surge el modelo de los sistemas de innovación (Lundvall, 1985; Freeman, 1987, citados en Lundvall, 1997), en él se plantea la integración de diferentes agentes de la innovación, en estructuras transdisciplinarias e interactivas muy complejas, donde los agentes y organizaciones se comunican, cooperan, establecen relaciones de largo plazo, condiciones económicas, jurídicas y tecnológicas para el fortalecimiento de la Innovación y la productividad de una región o localidad.

El estudio entre Estado, Universidad y Empresa es analizado como un modelo propuesto por Etzkowitz y Leydesdorff (1997). Este modelo pretende que el accionar de la Universidad sea un creador de conocimiento, que juega un papel primordial entre la relación empresa y gobierno; y como éstos se desarrollan para crear innovación en las organizaciones como fuente de creación del conocimiento. Este modelo es un proceso intelectual orientado a visualizar la evolución de las relaciones entre universidad-sociedad, y por otro lado caracterizado por la intervención de la universidad en los procesos económicos y sociales.

Este modelo permite una vinculación entre disciplinas y conocimientos, donde la universidad tiene un papel estratégico y es la base para generar las relaciones con la empresa. Los desarrollos de estas relaciones se han discutido ampliamente en diferentes tipos de investigaciones que pretenden tratar de desarrollar las acciones correspondientes entre gobierno, empresa, universidad.

El modelo propuesto por Etzkowitz y Leydesdorff (2000), propone una gradual disminución de las diferencias entre disciplinas y entre distintos tipos de conocimientos, así como entre las diferentes instancias relacionadas con la vinculación entre la universidad, la empresa y el gobierno, que permite el análisis desde la óptica particular de cada caso, por pares o bien en una forma integral. Uno de los objetivos de la Triple Hélice es la búsqueda de un modelo que refleje la complejidad del concepto de vinculación, tomando en cuenta el entorno en el cual se fundamentan las relaciones entre los agentes de la vinculación.

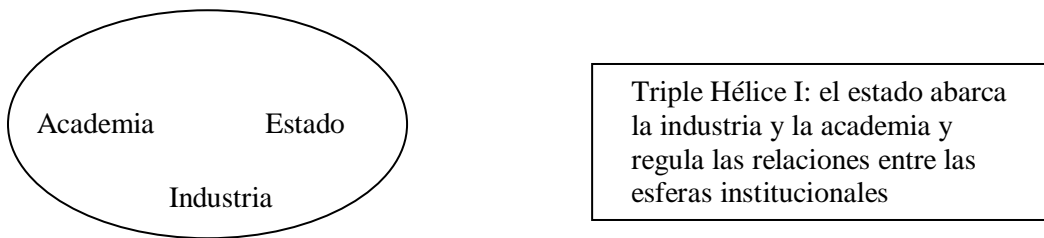
Etzkowitz y Leydesdorff (2000), proponen tres diferentes aspectos de la Triple Hélice.

- El estado-nación abarca el mundo académico y la empresa dirige las relaciones entre ellos.
- El segundo modelo separa la esfera institucional con una fuerte división de fronteras.

- Un tercer modelo donde el mundo académico, el gobierno y la industria en conjunto, son la generación de una infraestructura de conocimientos en términos de la superposición de las esferas institucionales, en cada uno de ellos el papel de los otros y con organizaciones híbridas emergentes.

El modelo planteado por Etzkowitz, establece la evolución de los sistemas de innovación, y el conflicto actual sobre qué camino deben tomar en las relaciones universidad-empresa, se refleja en los arreglos institucionales distintos de la universidad-empresa-gobierno. En primer lugar, se puede distinguir entre una situación histórica concreta que se puede desear la etiqueta “Triple Hélice I”. En esta configuración, el Estado-nación abarca el mundo académico y la empresa dirige las relaciones entre ellas (Imagen 3). La versión fuerte de este modelo se puede encontrar en la antigua Unión Soviética y en países de Europa bajo el “socialismo existente”. Versiones más débiles fueron formuladas en las políticas de muchos países de América Latina y en cierta medida en los países europeos.

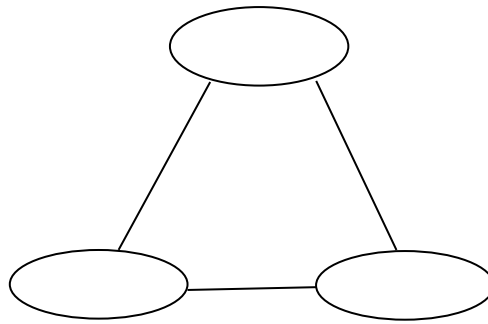
Imagen 3. Modelo de Universidad, Empresa, y Relaciones gubernamentales



Fuente: Elaboración propia con base en Etzkowitz, H. & Leydesforff, L. (2000)

Imagen 4. Modelo “laissez-faire” de la Universidad, Empresa y Gobierno.

Triple Hélice II: separación de las esferas institucionales, y circunscripción de las relaciones entre ellas



Fuente: Elaboración propia con base en Etzkowitz, H. & Leydesforff, L. (2000)

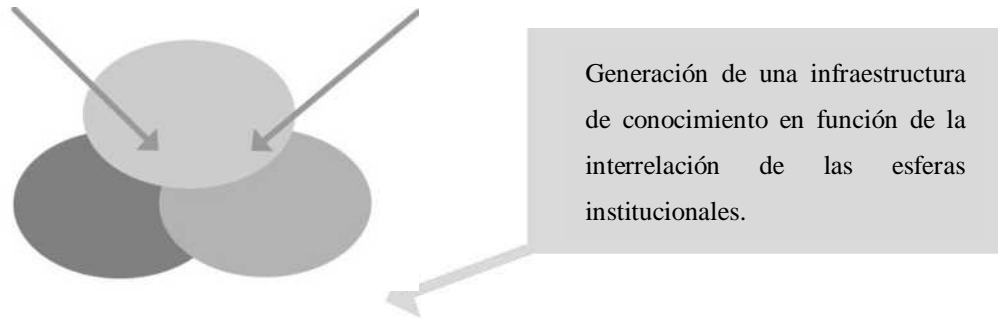
Un segundo modelo de política (Imagen 4) consta de distintos ámbitos institucionales con fronteras fuertes, divididas y claramente delimitadas las relaciones entre las esferas.

La frase “*laissez faire, laissez passer*” es una expresión francesa que significa “dejar hacer, dejar pasar”, refiriéndose a una completa libertad en la economía; libre mercado, libre manufactura, bajos o nulos impuestos, libre mercado laboral, y mínima intervención de los gobiernos. Fue usada por primera vez por Jean-Claude Marie Vincent de Gournay, fisiócrata del siglo XVIII, contra el intervencionismo del gobierno en la economía.

Por último, Triple Hélice III está generando una infraestructura de conocimiento en términos de superposición de las esferas institucionales, donde cada uno toma el papel de los otros y con organizaciones híbridas emergentes en las interfaces (Imagen 5).

Imagen 5. Modelo de la Triple Hélice entre Universidad, Empresa y Gobierno.

REDES TRI-LATERALES Y ORGANIZACIONES HÍBRIDAS



Fuente: Elaboración propia con base en Etzkowitz, H. & Leydesforff, L. (2000)

La visión integradora del modelo, es la que desarrolla el problema de la vinculación, Etzkowitz Leydesforff (2000) proponen un proceso conceptual como una consecuencia evolutiva del proceso de innovación, que es puesta en marcha en un accionar integrador entre la universidad, empresa y la participación del gobierno. Un triángulo que se desarrolla con acciones a favor o en contra de cada uno de sus componentes integradores. Es así, que la universidad se involucra en acciones propias de la innovación y los factores que determinan una vinculación entre las dos hélices restantes.

Las diferencias entre las dos últimas versiones de los acuerdos de Triple Hélice en la actualidad generan interés normativo. La Triple Hélice I es vista como un modelo de desarrollo que ha fracasado. Con muy poco espacio de “abajo hacia arriba” en iniciativas, la innovación fue desalentada en lugar de fomentarse. De Triple Hélice II implica una política de laissez-faire, hoy en día también recomendado como terapia de choque para reducir el papel del Estado en la Triple Hélice I.

De esta forma el modelo de la Triple Hélice se ha recomendado como un método útil para

fomentar el espíritu y el crecimiento empresarial. El modelo identifica tres hélices, tal como se ha mencionado anteriormente (gobierno, universidad, y empresa). Etkowitz y Leydesforff (2000), afirma que las relaciones de la Triple Hélice son un componente clave en la estrategia de la in-novación tanto a nivel nacional como multinacional.

En el estudio de la relación entre universidad-empresa-gobierno, es importante mencionar la transición a una sociedad del conocimiento ya que es la premisa básica del modelo de la Triple Hélice. Por un lado, la universidad es una institución de origen medieval que ha jugado un papel de apoyo feudal y se mueve la sociedad industrial en el centro del escenario; mientras que la industria y el gobierno constituyen el marco de referencia de la era post industrial de las sociedades basadas en conocimiento (Etkowitz & Klofsten, 2005).

Para Etkowitz y Klofsten (2005), el modelo de la Triple Hélice consta de tres elementos básicos.

Supone una mayor importancia en el papel de la universidad en la innovación, a la par con la industria y el gobierno basado en la sociedad del conocimiento.

En segundo lugar, hay un movimiento hacia las relaciones de colaboración entre los ámbitos institucionales en lo que la política de innovación es cada vez más un resultado de la interacción y no de una receta de gobierno.

En tercer lugar, además de cumplir con sus funciones tradicionales, cada ámbito institucional también toma el papel de los roles de otros, que operan en un eje de su nuevo papel, y en otro de su función tradicional. Una universidad empresarial, que toma los papeles tradicionales de la industria y el gobierno, que es la institución central para innovar en las regiones.

De una forma u otra, la mayoría de los países y regiones están actualmente tratando de lograr alguna forma de Triple Hélice III. El objetivo del gobierno es lograr un entorno innovador que consiste en la Universidad de las empresas spin off, que son iniciativas para el desarrollo económico basado en el conocimiento y las alianzas estratégicas entre las empresas (grandes y pequeñas, que operan en diferentes áreas, y con diferentes niveles de tecnología), y grupos de investigación académica.

Por su parte Chang (2010), sostiene que la Triple Hélice surge como respuesta a la creciente necesidad de relacionar estrechamente las actividades científicas, tecnológicas, y productivas con el objetivo de hacer frente a la demanda del mercado; González (2009) refiere que este modelo se centra en el análisis de las relaciones e interacciones mutuas entre las universidades y los entornos científicos como primera hélice, las empresas e industrias como segunda hélice y las administraciones o gobiernos como tercera hélice.

En este sentido, López, Mejía y Schmal (2006), mencionan que el modelo de la Triple Hélice ha transitado por tres diferentes etapas, en la etapa I, el estado abarca la industria y la academia; además regula las relaciones entre las esferas institucionales, en la versión II, existe una separación de las esferas institucionales y se circunscriben las relaciones entre ellas, y por último la versión III, refleja la generación de una infraestructura de conocimiento en función de la interrelación de las esferas institucionales (Etzkowitz y Leydesdorff, 2000).

Se observa en la última versión (III), que en la evolución del modelo aparece un actor que se identifica como un ente híbrido, que se conceptualiza como agencias pequeñas e intermedias que no se sitúan dentro de la clasificación de gobierno, empresas y universidad, pero que cumplen más de una de las funciones específicas de los agentes de esta triada (Etzkowitz y Leydesdorff, 2000).

Respecto a estos entes híbridos, Koster (2004) y la OECD (2013) las categorizan en tres tipos, atendiendo a la forma en que son creadas y se desarrollan; así como características que las distinguen entre sí (Tabla 7). Esta tipología se explica de manera general en seguida.

Para Koster (2004) las entidades híbridas como las *spin offs*, *spin outs* y *start ups* son empresas de emprendimiento que se diferencian por la forma en la cual son creadas y se desarrollan; Etzkowitz (2000), menciona que poseen autonomía para proponer y desarrollar políticas, programas y proyectos de vinculación, como producto del trabajo entre hélices. También pueden generar ambientes para la formación de empresas e iniciativas para el desarrollo a partir del conocimiento, diseñan y realizan alianzas estratégicas, además pueden crear grupos multidisciplinarios de investigación académica, organizan empresas universitarias, crean oficinas de patentes y de transferencia de tecnología bajo las interrelaciones de las tres esferas del modelo.

Tabla 8. Clasificación de entes híbridos en el modelo de la Triple Hélice.

Clasificación	Conceptualización
Start ups	Se conforman con recursos que generalmente provienen de emprendedores, son individuos que no pertenecen al sector laboral y no cuentan con una experiencia empresarial ni técnica específica.
Spin outs	Son emprendimientos que conciben en su negocio una generación de tecnología y requieren de personal calificado para su empresa, también se catalogan aquí a los emprendimientos propios que salen del

	<p>contexto laboral y llevan su know how a la apertura de nuevos negocios propios, bajo la premisa de ofrecer sus productos a empresas que requieran su tecnología y operan cuando una división de la organización se convierte en un negocio independiente.</p>
<p>Spin offs</p>	<p>Son desarrolladas en el sector empresarial, universitario o gubernamental, con apoyo de un grupo de expertos investigadores que buscan la innovación de productos y que en el momento de tener los resultados apropiados para ofrecerlos al mercado, se consolidan con recursos de empresas madre en donde han creado todo su potencial.</p>

Fuente: Elaborado a partir de Koster (2004) y OECD (2013).

Adicionalmente estas entidades híbridas pueden conformarse como centros e institutos de investigación que colaboran con los sectores productivos. Al respecto Magro y Navarro (2012), contemplan la figura de los Centros de Investigación Cooperativa (CIC), como entes híbridos conformados con la finalidad de fomentar y gestionar la cooperación de la universidad, academia y la industria (empresa), mediante actividades de investigación colaborativas y de formación multidisciplinar.

De acuerdo con esta definición, estas organizaciones cumplen de forma general con una serie de características comunes (Arnold et al., 2004), entre las cuales se pueden mencionar que son centros que podrán ser financiados por tres tipos de instituciones (el gobierno, la industria o la universidad), incluyen actividades de I+D financiadas a largo plazo, realizan investigación multidisciplinar, requieren estructuras más flexibles, se localizan cercanamente a las universidades, fomentan la transformación de la docencia e investigación tradicionales, cooperan en actividades con el sector empresarial e industrial, además de que la misma industria puede formar parte de los órganos de decisión y marcar las líneas de investigación.

Estos centros híbridos han surgido como necesidad de los problemas de la sociedad e instituciones gubernamentales; así como de las universidades, ya que cada uno de ellos cumple una función específica, considerándoseles como esferas institucionales del desarrollo, es por ello que Leydesdorff (2010) menciona que los objetivos de los actores de la Triple Hélice son la riqueza económica, la producción de conocimiento y el control normativo y regulatorio.

Al respecto cada actor de la triple hélice mantiene roles específicos (Etzkowitz y Leydesdorff, 2000), por ejemplo, a las universidades se les otorga un rol estratégico en sus relaciones con la industria y elimina las diferencias entre disciplinas y conocimiento. Las empresas buscan mejorar sus niveles de innovación para desarrollar nuevos productos, tecnologías, diversificarse y obtener nuevos conocimientos, esto mediante la generación de alianzas con otras hélices, con centros de investigación, parques tecnológicos y organizaciones híbridas, cámaras y entes de representación empresarial y universitarias, entre otros.

En apoyo a lo anterior Almario (2009) señala que las Universidades deben contribuir a tres funciones: la producción de conocimiento, la transmisión y transferencia del mismo, además de contar con funciones sustantivas o misionales como la formación, la investigación y la

extensión (Revelo, 2004; Gutiérrez, 2007; Moncada, 2008; Castro et al., 2009).

De acuerdo con Luengo y Obeso (2013) la universidad tiene un rol importante en la contribución de la innovación empresarial, ellos mencionan que el 20% de las innovaciones del sector privado se basa en las investigaciones desarrolladas en las universidades públicas; sin embargo, en tiempos recientes se ha reducido la cooperación en materia de innovación entre estos dos actores, debido fundamentalmente a las barreras que perciben los directivos para colaborar con investigadores.

Moreno y Ruíz (2009) han analizado la contribución de las universidades públicas en el desarrollo económico de América Latina, y dentro de sus conclusiones identificaron que las instituciones de educación superior e investigación deben tener el apoyo coordinado del Estado y el sector privado, pues sin el fracasarán en su intento de modernizarse y fortalecer sus capacidades de enseñanza e investigación. Este respaldo debe versar en el compromiso de aprovechar y absorber las capacidades de las universidades mediante un intercambio de conocimiento por recursos que le permita a la academia seguir operando.

En el mismo sentido, Pineda, Morales y Ortiz (2011), indican que es necesario fomentar una cultura empresarial en las universidades, de tal manera que se amplíe la intención de la creación de empresas entre los estudiantes y no solamente la idea de emplearse, manifestando el apoyo del estado y sus opciones de financiamiento.

Así mismo, Pineda, *et al*, (2011), señalan que las relaciones entre las universidades y su entorno pueden tener un enfoque social, cultural o empresarial; así como sus necesidades de relacionarse con el entorno debe responder a las capacidades y necesidades internas de interacción entre las universidades y las necesidades últimas de la sociedad, que no necesariamente son económicas, y que pueden ser de diferente índole, con ello se acompaña

una innovación y generación de valor para las universidades, las empresas y el Estado. Lo anterior sin forzar la interacción únicamente hacia enfoques empresariales de transferencia de conocimiento y destacando la importancia de la vinculación de las instituciones de educación superior con el sector productivo (Celaya y Barajas, 2012).

En este contexto, la universidad requiere una permanente revisión de las necesidades de su entorno, la creación de redes académicas, sociales sólidas y la creación de asociaciones intermedias; así como la adopción de un papel emprendedor que es el último paso en la evolución de una institución medieval donde su propósito original ha sido la conservación de conocimiento (Odza, 1999).

En este sentido, Martínez y Corrales (2011) comentan que *"se ha iniciado un gran crecimiento de las relaciones de la universidad con la empresa en un proceso general de cambio, donde la ciencia se conceptualiza como una fuente de oportunidad estratégica"*. De ahí que la universidad está viviendo una revolución académica (Jacob, 2000; Etzkowitz, 2004), lo que conduce a la aparición de un tercer papel, más allá de la enseñanza y la investigación: el papel empresarial (Etzkowitz y Leydesdorff, 2000), donde la universidad emprendedora es un "instrumento clave de la innovación tecnológica" (Degroof y Roberts, 2004).

El tema de la universidad emprendedora ha tomado gran importancia en la última década (Clark, 1998; Ropke, 1998; Maskell y Robinson, 2002; Etzkowitz, 2004; Gibb, 2005), dentro de las principales características de este tipo de instituciones están el no temer maximizar el potencial de comercialización de sus ideas y el conocimiento generado (Clark, 2004).

En función de ello la universidad reconoce la necesidad de una financiación diversificada que conlleve la obtención de un alto porcentaje de sus ingresos a través de fuentes ajenas al sector público (Gibb, 2005).

Etzkowitz (2004) describe la universidad emprendedora como una universidad que cuenta con una postura proactiva en la puesta en uso del conocimiento y en la aplicación del resultado como un input para la creación de conocimientos académicos.

De esta manera la universidad emprendedora busca apoyar en las necesidades del sector público y privado mediante la aplicación de la ciencia. Recíprocamente el sector público respalda el trabajo de la academia, Cortés (2006), menciona que el estado funge como regulador y apoya en el financiamiento de la investigación, promueve la interdisciplinariedad, la diversidad de tipos de conocimiento y la desaparición de fronteras institucionales, además de ser un generador de políticas, estrategias de vinculación entre hélices y redes tecnológicas (Etzkowitz y Leydesdorff, 2000).

En este contexto el sector empresarial juega un rol muy importante en el desarrollo de una economía, puesto que es el generador de riqueza, empleo e inversión. La iniciativa privada exige al gobierno que genere las condiciones de un ambiente de negocios amigable, propicio a la inversión, generación de empleos, al incremento de la productividad, no obstante, no se debe olvidar que también tiene un compromiso con la sociedad y con el desarrollo económico del país donde reside. Sin embargo, este modelo no solo representa la relación que debe existir entre la universidad, el gobierno y las empresas, además plantea una transformación interna de estos tres entes, de tal forma que la relación entre ellos sea más eficiente y aporte resultados tangibles (Etzkowitz y Leydesdorff 2000).

En este sentido la teoría de la Triple Hélice ha sido retomada por investigadores contemporáneos que la consideran insuficiente y hacen mención de la necesidad de dos integrantes adicionales como la sociedad y los inversionistas ángeles. Al respecto, Canto y Bojórquez (2013), consideran la presencia de otros protagonistas en el modelo, como los medios de comunicación, los patrocinadores o donadores, las instituciones financieras, las

organizaciones de la sociedad civil y los ciudadanos, así mismo proponen a la sociedad como un cuarto actor conformando de esta manera la denominada Tetra Hélice.

En relación a los inversionistas ángeles estos son vistos como apoyo a los emprendedores, que manejan sus recursos como capital de riesgo y se encuentran estrechamente relacionados con las denominadas Start up. Estas personas no solo invierten en compañías que no son suyas, ni de sus amigos, familiares o conocidos, algunos dan acompañamiento y asesoría para asegurar el triunfo de las empresas que están apadrinando (Arboleda *et al.*, 2009). Cabe hacer mención que la vinculación que realiza la Triple Hélice entre el estado, empresa y universidad (Etzkowitz y Leydesdorff, 2000), se constituye como un paso para motivar y mejorar el dinamismo de los actores de la mencionada triple hélice, con la finalidad de gestionar un desarrollo en ciencia, tecnología y economía regional con un beneficio para las partes y para la sociedad en general.

4.7 INCUBADORA DE EMPRESA

Los primeros conceptos de incubadora de empresa nacen a mediados de los años 1950, en Batavia, Nueva York, desde ahí diferentes investigadores han dado aportes significativos que han ido evolucionando según el grado de madurez que han ido obteniendo las incubadoras de empresa al pasar de los años.

La primera incubadora de empresas de la que existen registros es la de Batavia, Nueva York, Estados Unidos, creada en 1959, por el Alcalde Frank Mancuso Watertown. Es entonces en los Estados Unidos donde esta herramienta de desarrollo económico se origina y fortalece. A finales de década del setenta la *Economic Development Administration* y la *National Science Foundation* (NSF) establecen los primeros programas de incubación (Tijssen, 2006). La NSF, por ejemplo, funda la primera incubadora con base tecnológica. Posteriormente, en la década de 1980, otras organizaciones gubernamentales comienzan

también a promover y a crear incubadoras. Tal es el caso de *the U.S. Small Business Administration*, *the U.S. Department of Housing and Urban Development* y *the Appalachian Regional Commission*.

Para 1984 solamente había 24 incubadoras de los Estados Unidos. En ese país se crea el mismo año la *Small Business Administration*, y el “*Small Business Innovation Research*”, (SBIR) que comienzan a promover incubadoras de empresas (NBIA, 2006).

En 1895 se crea la *National Business Incubation Association* (NBIA), organización privada de incubadoras de empresas (en 1999 llegó a 800 miembros). Revelamientos de hechos de sus programas indican que, después de 5 años, el 45% de los proyectos apoyados se tornaron comerciales, el 42% se encontraban buscando viabilidad del emprendimiento. Este es el periodo de mayor auge, en el que comienza un interés inusitado por este tipo de mecanismos; según la NBIA “...las comunidades empiezan a fundar incubadoras de empresas como herramienta específica para alcanzar sus metas de desarrollo” (NBIA, 2006).

Las primeras incubadoras fueron de uso mixto, incubaban toda clase de negocio, luego comenzaron a surgir industrias incubadoras específicas como las de *empowerment*, manufactura pesada, procesamiento de alimentos, biomedicina, tecnologías de la información y programas computacionales (Vedovello & Godinho, 2003).

En enero de 1990, más de 385 incubadoras de empresas se encontraban en los Estados Unidos, número que ascendió a 530 en 1996 según la *National Business Incubation Association* (NBIA, 2006). La industria ha estado creciendo a una tasa constante desde inicios de los ochenta. Por ejemplo, en los Estados Unidos de enero a agosto de 1999 el número de incubadoras por mes ascendió a seis, y de septiembre a diciembre de 2000, pasó a ser de 25 (Sherman, 1999). Si junto estos índices, se tiene el número de incubadoras en otros países (80 en la antigua Unión Soviética, 600 en el Occidente de Europa, 210 en el Oriente, 50 en

Australia, 200 en China y 100 en la India), no es de dudarse que a finales de la década del 2010 los programas de incubación de negocios rebasen los 8000.

En la actualidad el movimiento de incubadoras de empresas a nivel mundial llega a más de 5000 incubadoras de diversos tipos, por lo que se considera que este movimiento está alcanzando madurez (Tornatzky, Sherman, & Adkins, 2003). Es importante recalcar que, de las 5000 incubadoras, aproximadamente 1400 incubadoras se encuentran solo en Norteamérica, 191 en México, y 120 en Canadá y han tenido un incremento sostenido al 160% a lo largo de 5 años. Cerca del 90% de las incubadoras de empresa norteamericanas, son organizaciones no lucrativas centradas en el desarrollo económico del país. Y el 10% restante son para beneficio de las entidades que las promueven. El 37% de ellas están clasificadas como incubadoras de empresas TI, el 25% de estas patrocinadas por universidades o instituciones académicas según reporte publicados por la NBIA en el año de 2006 (NBIA, 2006).

En Latinoamérica, el movimiento de incubadoras ha ganado velocidad a partir de la década del noventa, con participación directa en toda la región, especialmente en Brasil, donde hay una centena de incubadoras de empresas, en su mayoría dedicadas a empresas intensivas en conocimiento. Estas incubadoras tienen 800 empresas residentes y han graduado otras 250, de las cuales cerca de la mitad actúa en el ámbito de las Tecnologías de la Información y Telecomunicaciones (PERUINCUBA, 2006).

Haciendo un acercamiento hacia el concepto de Incubadora de Empresas o *Business Incubator*, es posible utilizar diferentes apreciaciones de diferentes enfoques sobre esta tipología organizativa, como se muestra a continuación:

- Una incubadora de empresas o *Business Incubator*, como se conoce en el idioma anglosajón, es una entidad que provee de espacio físico, y asistencia para la “aceleración”, del desarrollo exitoso de una aventura empresarial (ANPROTEC, 2016).

- Son organizaciones que aceleran el proceso de creación, crecimiento y consolidación de empresas con productos y servicios innovadores. Su principal labor consiste en transferir a los emprendedores los conocimientos necesarios para crear una empresa sólida, buscando minimizar el riesgo y la incertidumbre de las iniciativas empresariales que se están gestando, permitiendo su sostenibilidad en el mercado. La incubación de negocios es un proceso dinámico del desarrollo de la empresa. Las incubadoras consolidan las firmas jóvenes ayudándoles a sobrevivir y a crecer durante el periodo del *start-up* en que son las más vulnerables. Las incubadoras proporcionan ayuda gerencial, tienen acceso al financiamiento y a la exposición orquestada al “*Critical Business*” o a los servicios de ayuda técnicos. También ofrecen servicios compartidos de oficina, acceso a equipos, arriendos flexibles y espacio extensible –todos bajo un solo techo- (NBIA, 2006).
- Es un organismo de interlocutores públicos y privados, que ponen en marcha y ofrecen, en un territorio que presenta un potencial empresarial suficiente, un sistema completo e integrado de actividades y servicios de excelencia para la pequeña y mediana empresa, con el objetivo de crear y desarrollar actividades innovadoras e independientes (Tornatzky *et al*,1996).
- Es un edificio o grupo de edificios cercanos a una instalación académica o de investigación, en los que se habilitan los espacios para que los individuos o grupo de individuos emprendan actividades de investigación y desarrollo de prototipos, persiguiendo que un emprendedor transforme su idea en producto comercial; transcurrido un plazo deben abandonar las instalaciones (Springer, 1988).
- Son políticas de desarrollo industrial promovidas por agentes gubernamentales o por el sector privado, que consisten básicamente en espacios acondicionados para albergar actividades empresariales o industriales en etapa de diseño, prototipos e inicio formal de producción o servicios, el cual se agrega la asistencia técnica y el acompañamiento necesario para llegar a constituirse en empresa (Sherman, 1999).
- Un lugar donde las firmas nuevamente creadas se concentran en un espacio limitado. Su

objetivo es mejorar el crecimiento y el índice de supervivencia de estas, proveyendo un edificio modular con las instalaciones comunes (de telefax, de instalaciones, etc.) así como ayuda y servicios de asistencia gerencial. El énfasis principal está en el desarrollo y la creación de empleos locales (Allesch, 1987).

- Las Incubadoras de Empresas son instituciones que aceleran el proceso de creación, crecimiento y consolidación de empresas innovadoras a partir de las capacidades emprendedoras de los ciudadanos. Estas instalaciones pueden compararse con laboratorios de empresarismo de la época, cuyos insumos son ideas y equipos de conocimiento y los productos son empresas rentables. Su principal labor consiste en transferir a los emprendedores una forma de pensar en “El pensamiento Empresarial” (CEIN, 2014).

Existen definiciones, que permiten establecer de manera global el alcance de las incubadoras de empresas en el contexto regional. Para efecto de este estudio, se ha considerado pertinente darles relevancia a las siguientes definiciones por su capacidad, haciendo explícito el desarrollo de redes como competencia fundamental de las incubadoras:

- Una Incubadora de Empresas es una entidad que provee espacio físico y asistencia para la ‘aceleración’ del desarrollo exitoso de una aventura empresarial. Su principal meta es “producir” empresas exitosas que sean independientes y financieramente viables. Su rol va más allá de funcionar como inquilina o entidad asesora. Posibilita la obtención de una red de contactos para la creación de nuevas empresas garantizando, en cierta medida, un flujo continuado y permanente de clientes y proveedores, arma estratégica de la nueva década. Además, las empresas graduadas salen de la incubadora con una gran potencia para crear empleos, revitalizar la economía local, comercializar nuevas tecnologías y fortalecer la economía regional y nacional (NBIA, 2006).
- Las incubadoras funcionan como empresas de prestación de servicios que por medio de patrocinadores y esfuerzos compartidos brindan conocimientos, instalaciones, servicios e infraestructura administrativa y operativa a las empresas acogidas por ellas, dotándolas así

de mayores capacidades técnicas y gerenciales. Ya que se trata de un acuerdo interinstitucional que busca lograr el fortalecimiento de las empresas albergadas, sus interconexiones y su articulación con entidades de enseñanza y de capacitación, municipios, agencias de entidades, entidades financieras y diversos entes de apoyo (SEBRAE,2009).

- Finalmente, una incubadora de empresas es una organización que tiene como propósito generar ambientes y escenarios que promuevan y faciliten la formación de empresas exitosas, inteligentes, sostenibles y con altos niveles de cooperación y trabajo en red, capaces de genera empleo y desarrollo en su entorno. La incubadora consume, genera y desarrolla conceptos, mecanismos y estrategias de vanguardia pensando en las necesidades de los clientes para convertir a los emprendedores en gerentes y a las ideas en empresas. La combinación de estos elementos genera un efecto sinérgico que desencadena en resultados favorables para la vida de la nueva empresa (Tornatzky, 1996).

Para logro de su función, las incubadoras cuentan con una red de apoyo a la gestión en donde se integran elementos del sector público, privado y educativo lo que permite construir planes de negocio fortalecidos desde diferentes ámbitos, principalmente porque su rol va más allá de funcionar como inquilina o asesora (Hackett & Dilts, 2004). Posibilita la obtención de una red de contactos para la creación de nuevas empresas garantizando, en cierta medida, un flujo continuado y permanente de clientes y proveedores, arma estratégica de la década. Le estructura de una incubadora se basa en un acuerdo interinstitucional para lograr el fortalecimiento de las empresas albergadas, sus interconexiones y su articulación con entidades de enseñanza y capacitación entre otras (Coit, 2006).

La principal meta de una incubadora por lo tanto es ‘producir’ empresas exitosas que dejen el programa cuando sean independientes y financieramente viables, es el momento en que se “gradúan”. Las empresas graduadas salen de la incubadora con un gran potencial para crear empleos, revitalizar la economía local, comercializar nuevas tecnologías y fortalecer la economía regional y nacional. (Coit, 2006).

4.7.1 CLASIFICACIÓN DE INCUBADORAS DE EMPRESA

Existe un sin número de acercamientos e investigaciones utilizadas para clasificar los diversos tipos de incubadoras de empresa. Las clasificaciones tempranas estaban por origen o patrocinador de la institución en donde residen (ejemplo: Público, Privado, Universidad). Otras clasificaciones han estado de la mano de la tecnología, el modelo del negocio (nivel de desarrollo, capital utilizado), y finalmente, la configuración (espacio físico y virtual) (Vedovelho & Godinho, 2003).

Como vemos desde sus inicios tempranos, las incubadoras de empresas han desempeñado un papel fundamental en el desarrollo de pequeñas empresas. Sobre todo, para las compañías que tenían una inversión limitada y necesidad de una flexibilidad que les permitiera crecer a corto tiempo. Algunas incubadoras de empresa se han establecido como parques industriales en donde cada incubadora tiene un papel específico.

Las características básicas de las incubadoras de empresa se han desarrollado entre los años ochenta. Las primeras incubadoras eran de público general en donde se ofrecían sus instalaciones, servicios personalizados, y personal calificado con costos reducidos.

Las tendencias comerciales, de aceleración de negocio, tecnologías de la información y de brindar más servicios a los clientes, se incrementan en los años noventa. Es así como las incubadoras de empresa basadas en tecnologías emergen, centradas firmemente áreas de las tecnologías de la información y telecomunicaciones. Las incubadoras de negocio de tecnologías tienden a ser virtuales y patrocinadas a menudo por capital empresarial y por compañías multinacionales de ciencia y tecnologías (NBIA, 2006).

La mayoría de incubadoras de empresa tienen fuertes acoplamientos de ayuda financiera en los gobiernos locales, regionales y universidades. Esto debido a las ventajas públicas percibidas en las incubadoras de empresas. La mayoría de pequeñas empresas que recién

están ingresando al mercado ponen sus esfuerzos en formar un par de incubadoras de empresas para empezar sus operaciones y así evitar errores que las conduzcan al fracaso. Es por esto, que los gobiernos locales y regionales son a menudo patrocinadores de las incubadoras.

En realidad, los mayores beneficios tangibles se deben a la base comercial, y proveen una alta dirección de personal altamente especializado en el sector privado. Otro grupo de incubadoras es patrocinado por negocios como fuente de las oportunidades de negocio futuro. Los patrocinadores principales son instituciones que utilizan la incubadora como los medios de atraer a nuevas compañías a los parques industriales. Aquí las incubadoras son vistas como los medios de asistencia al desarrollo de productos y servicios que son complementarios a los que proveen los patrocinadores.

Los grupos del capital de empresa componen el tercer grupo principal de patrocinadores comerciales. Los capitalistas de empresa ven a las incubadoras como fuente de oportunidades de inversión. Estos modelos de negocio incorporan características altamente deseables, su beneficio a la sociedad no es tangible ya que las incubadoras usando este recurso de este capital significativo tienen que generar de nuevo el capital invertido para devolverlo con intereses a los patrocinadores comerciales.

Una incubadora de empresas se puede clasificar de acuerdo a su ámbito específico y a su propiedad (ANPROTEC, 2006). La más usual es la correspondiente al ámbito específico: de base tecnológica, uso múltiple y tipo microempresas. En países desarrollados pueden encontrarse incubadoras sectoriales (Ejemplo: servicios, manufacturera y comercial). Según su propiedad (e inclusive su administración) las incubadoras pueden ser: públicas privadas (con fines o sin fines de lucro), mixtas y académicas. Aunque estos diferentes tipos de incubadoras tienen actividades y servicios comunes, sus metas pueden ser diferentes. Por ejemplo, mientras el propósito de las incubadoras tecnológicas (públicas o privadas) es

desarrollar y comercializar nuevas tecnologías, una incubadora tipo microempresa de rehabilitación – casi siempre pública- podría concentrarse en “construir” compañías que prosperen en una comunidad con gran rezago industrial (Carsud, Svenson, & Gilbert, 2000).

- Incubadora de base tradicional. Apoya la creación de empresas de productos y servicios de sectores tradicionales cuyos requerimientos de infraestructura física y tecnológica, así como mecanismos de operación son básicos.
- Incubadora de Tecnología Intermedia. Apoya la constitución de empresas cuyos requerimientos de infraestructura física y tecnológica, así como mecanismos de operación son semi-especializados e involucran procesos o procedimientos semi-desarrollados, es decir, incorporan elementos de innovación.
- Incubadora de base tecnológica o llamada también de Alta Tecnología (IBT). Este tipo de incubadora involucra la promoción de empresas de alta tecnología tales como software, biotecnologías, robótica e instrumentación. En general, van desde su investigación y desarrollo hasta su comercialización (Sherman, 1999). El propósito es crear nuevas empresas con alto valor agregado, basadas en la innovación y el desarrollo tecnológico. Su principal objetivo es la promoción del desarrollo de Empresas de Base Tecnológica – EBT-, ofreciendo servicios de apoyo en su proceso de formación. Los criterios de selección de las empresas a incubar varían según el tipo de empresa, si están en desarrollo como nuevas o como start-up. En la mayoría de los casos se localizan en las Universidades, Agencias de Transferencia de tecnología, Centros de Investigación y Desarrollo Tecnológicos, Laboratorios Nacionales y personal especializado en Investigación y Desarrollo (I+D). Estas incubadoras están orientadas a sectores de grupos tecnológicos o Clusters en áreas tales como Biotecnología, Software y Tecnologías de la Información y la Comunicación –TIC-. Uno de los objetivos de la IBT es facilitar el empresarismo entre investigadores y centros académicos (Vedovelho & Godinho, 2003).
- Incubadora de uso múltiple general o mixta. Se caracteriza porque impulsan la generación de empresas que estén dedicadas a diferentes clases de negocios. No se enfocan en la

creación de empresas en nichos específicos, sino que promocionan la creación de nuevas empresas en un ámbito bastante amplio. Pueden promocionar empresas de servicios, comerciales, de manufactura e inclusive de base tecnológica, así como también empresas de servicios tecnológicos y pequeñas empresas de la industria ligera. El principal objetivo de estas incubadoras es promover el continuo crecimiento económico e industrial de las regiones por medio del desarrollo general de nuevos negocios. El enfoque se da principalmente en apoyo a recursos técnicos, gerenciales, de mercadeo y financieros (Ropert, 1999).

- Incubadora tipo microempresas. Promueven la creación de empresas en áreas con grandes desafíos económicos, pero con pocas posibilidades de desarrollo en el mediano y largo plazo. Estas áreas son regiones con grandes problemas de desempleo y de subsistencia, en donde el sector privado difícilmente llegaría. Frecuentemente estas incubadoras son una mezcla de diferentes tipos de negocios y generalmente se canalizan hacia los grupos vulnerables (cooperativas, mujeres, agroindustria, grupos raciales). Son inversiones asumidas normalmente por el Estado. Este tipo de incubadoras busca ante todo estimular objetivos económicos específicos tales como la creación de empleo y reestructuración industrial. Estas incubadoras en la mayoría de los casos son de iniciativa de los gobiernos locales, ya que buscan la creación de nuevas empresas y la maduración de las ya existentes con potencial para crear nuevos empleos. En algunos países se dirigen a grupos específicos tales como programas para jóvenes, desempleados, mujeres o grupos minoritarios (Rice y Matthews, 1995).
- Incubadoras virtuales. Ofrecen sus servicios a través de un Portal Web 2.0 o 3.0, a empresas o emprendedores que se encuentran localizadas fuera de su espacio físico a través de una atención a distancia o también denominada virtual. Una incubadora virtual ofrece la mayor parte de los servicios asociados a una incubadora de empresa (seguimiento a sus procesos de recepción, clasificación, evaluación, pre incubación, e incubación y permite que personal del centro de incubación, administre y guíe a los emprendedores en las diferentes etapas de los procesos a través de una interface de administración del sistema, entre otros) con

excepción de espacio de la oficina y servicios asociados que requieran participación física del emprendedor. Cada vez más las incubadoras de empresas se asemejan a un negocio cercano al mercado. En algunas ciudades, la comodidad comercial del bajo costo es fácilmente disponible, para las empresas que recién emergen. En el caso de empresas emergentes basados en tecnología, los costos de inversión son altos y buscan a las incubadoras de empresa como solución a sus problemas (SEBRAE, 2009). El crecimiento en los números de incubadoras virtuales y asociadas a universidades fenómeno que se consolidó en el año 2000 y era estimado para representar el 18% de las incubadoras de todo el mundo (NBIA, 2006). Cabe recalcar que los registros de las primeas incubadoras virtuales datan a mediados de los años ochenta y sus números son ampliados en los años noventa debido a su éxito en el ámbito de las incubadoras de empresas como herramientas de globalización del movimiento mundial.

Tabla 9. Tipos de incubadoras.

CRITERIO	TAXONOMÍA DE INCUBADORAS DE EMPRESAS
Según los promotores	Públicas
	Privadas
Según localización	Urbanas
	Rurales
Según la orientación Sectorial	Tradicionales
	Base Tecnológicas
	Microempresas
	Sector Especifico
Según la estructura de negocio	Con fines de lucro

	Sin fines de lucro
Según la ubicación	Físicas
	Virtuales
	Mixtas
Según Servicios integrados en el complejo	Parques industriales
	Centros Tecnológicos
	Centros de Empresas
	Universidades

Fuente: Elaboración propia con base en (Vedovelho & Godinho, 2003).

4.7.2 EL MODELO DE INCUBACIÓN ADOPTADO POR MÉXICO

En México, las políticas de promoción a la incubación de empresas pueden diferenciarse en dos fases. La primera, en la década de los noventa con una iniciativa creada a partir de las universidades con un fuerte financiamiento público, destinado a la creación de incubadoras, es decir, a la etapa de diseño e implementación de incubadoras a nivel nacional. Esta política estuvo influenciada por los cambios y problemas estructurales de la economía mexicana que crearon las condiciones necesarias para fomentar políticas de desarrollo con un impacto económico-social.

Esta etapa culmina en la década del 2001 con el cierre de gran parte de las incubadoras creadas hasta entonces. El principal motivo de cierre estuvo estrechamente vinculado con la imposibilidad de lograr sustentabilidad en el mercado, la baja inversión o aversión al riesgo y el personal poco capacitado de las incubadoras. “En 1990, en Ensenada (Baja California), se creó la primera incubadora formal de Empresas de Base Tecnológica (con la participación NAFINSA y CONACYT), y el Centro de Investigación Científica y de Educación Superior en Ensenada (CISESE).

Posteriormente surgió el Centro de Empresas de Innovación (CEMIT, creado en 1990 en Morelos, bajo el patrocinio del Gobierno Estatal, la Asociación Local de Industrias, CONACYT, NAFINSA y el Instituto de Investigaciones Eléctricas de la UNAM); y el Sistema de Incubación de Empresas Científicas y Tecnológicas de la UNAM (auspiciada por la UNAM CONACYT y NAFINSA)” (Pérez Hernández y Estrada, 2006).

En 1992, el Consejo Nacional de Ciencia y Tecnología de México (CONACYT) creó el Programa de Incubadoras de Empresas de Base Tecnológica que fue cancelado en 1997, lo que provocó la culminación de esta primera etapa. *“El principal objetivo de estas incubadoras, que en la mayoría de los casos fueron cofinanciadas por otras instituciones como NAFIN, gobiernos estatales, asociaciones industriales e instituciones de investigación, era ayuda ... en la elaboración de estudios de factibilidad técnica y comercial”* (OCDE, 2012).

En 2001, comienza la segunda etapa y se produce un giro de la inversión pública hacia la consolidación de un financiamiento sistémico dirigido al Sistema Nacional de Incubadoras de Empresas (SNIE) que busca impulsar, a partir de una Red Nacional de Incubadoras, el fortalecimiento de empresas de base tecnológica con un alto potencial de crecimiento. El eje central de la política en esta década es crear empresas competitivas con alta preparación surgidas de las incubadoras. El principal insumo para competir en una economía mundial del conocimiento se basa en la creación de capacidades y preparación de recursos humanos concentrándose en la innovación como clave del éxito.

En el caso mexicano, el gobierno, a través del SNIE, concentra la potestad de los datos obtenidos de las incubadoras y busca “impulsar sinergias y retroalimentación para el desarrollo de las incubadoras y de las empresas egresadas de las mismas y es donde confluyen los apoyos obtenidos del gobierno federal, gobiernos estatales y locales, organismos empresariales y sociales” (IPN, 2006).

A partir de la creación del SNIE, la política pública realiza un giro radical al centrarse en un enfoque sistémico de sinergias y no en el desarrollo de industrias específicas (IPN, 2006). Se debían “crear las condiciones que le permitan a las empresas egresadas insertarse en el mercado (nacional o internacional) y mantenerse y crecer en él” (Pérez Hernández y Estrada, 2006).

Algunas de las principales reglamentaciones que promovieron el desarrollo de empresas e incubadoras de empresas son:

- El Programa de Desarrollo Empresarial (2001).
- La Ley para el Desarrollo de la Competitividad de la Micro, Pequeña y Mediana Empresa (2002).
- El Fondo de Innovación Tecnológica: creado en 2002, financiado por la Secretaría de Economía y Administrado por CONACYT. El mismo busca promover la innovación en las pymes mexicanas.
- El Fondo de Apoyo para la Micro, Pequeña y Mediana Empresa (Fondo PyME): creado en 2005, financiado y administrado por la Secretaría de Economía. Apoya principalmente a una aceleradora mexicana que ha demostrado capacidad para el desarrollo de empresas de ciencia y tecnología y además proporciona recursos para mejorar la infraestructura de las incubadoras registradas y reconocidas por el sistema. Este es el principal fondo del que dependen las incubadoras de empresas dentro de las políticas de fomento a las pymes. De acuerdo a la evaluación de impacto de este fondo, para el componente referido a incubación (componente de fortalecimiento empresarial) los resultados fueron positivos, tanto a nivel cualitativo, ya que en la encuesta los beneficiarios últimos, es decir, empresas incubadas, mostraron en relación a una serie de variables tales como percepción en el aumento de ventas, fortalecimiento del nombre de la empresa etc., conformidad respecto a la evaluación

de impacto entre beneficiarios y no beneficiarios. “Para el año 2007 Fondo PyME contempló ocho grandes categorías de apoyo. Estas categorías se subdividieron en 24 estratos de apoyo a fin de valorar el impacto en población objetivo y en programas como Capital Semilla, Mi Tortilla, y en apoyos dirigidos a la creación de proveedores. Los resultados muestran que, de los 24 estratos generados, en 20 se experimentó un incremento en la productividad mientras que en 4 de ellos no. De los 20 estratos en 10 se observa una productividad igual o mayor a 10%” (Fuentes Castro, 2009).

- El Fondo Emprendedores de CONACYT/NAFIN: creado en 2006, proporciona capital ángel o de riesgo complementario (hasta 20%) para financiar el desarrollo de proyectos innovadores, una vez que ya se cuenta con el capital privado comprometido (OCDE, 2012).
- El Fondo de Garantía operado por NAFIN: creado en 2006 y destinado a respaldar la petición de préstamos de empresas innovadoras para solventar recursos humanos y equipos (OCDE, 2012).

El sistema considera el apoyo de 4 componentes clave: (i) emprendedores, (ii) innovación y desarrollo tecnológico, (iii) incubadoras de empresas, (iv) aceleradoras de empresas. La imagen a continuación muestra la evolución de las políticas nacionales de incubación.

No obstante, los esfuerzos a nivel nacional de apoyar la innovación empresarial ya sea a partir de subsidios directos o a partir del apoyo a proyectos de asociación público/privados, aún existen algunos vacíos respecto al desarrollo de capacidades en empresas establecidas y creación de incubadoras de base tecnológica. Las principales condiciones que limitan las iniciativas son: (i) mercados financieros poco desarrollados (poco capital semilla para la creación de los prototipos en empresas de alta tecnología en las etapas iniciales del proyecto y la necesidad a mediano plazo de asociarse a empresas monopólicas por la incapacidad de generar sustentabilidad financiera), y (ii) pobre desarrollo y poca valoración de los activos intangibles (referido al problema de la valoración de los derechos de propiedad intelectual y

el vacío normativo respecto al patentamiento de las ideas, especialmente en los convenios con empresas) (OCDE,2012).

4.8 INNOVACIÓN Y EMPRENDIMIENTO

La innovación es un concepto cuya definición no presenta un consenso unánime; cada autor incluye en su proposición elementos diferenciadores y aspectos en común con otros. Para el caso de este trabajo de investigación, por innovación se entenderá *“la función específica del emprendimiento, ya sea en una compañía existente, en una institución de servicio público o en una nueva empresa iniciada por un solo individuo en el medio familiar. Es el medio por el cual el empresario crea nuevos recursos generadores de riqueza o incrementa los recursos existentes con un potencial mejorado para producir riqueza”* (Drucker, 2008).

No obstante, existe aceptación acerca de los cinco diferentes enfoques que puede tener la innovación: *“el lanzamiento de nuevos productos, nuevas fuentes o métodos para la consecución de materias primas, el desarrollo de nuevos métodos de producción, la apertura de nuevos mercados y los cambios en la estructura actual de la organización.”* (Montoya, 2004)

El primero hace referencia a introducir en los mercados bienes con los que los consumidores no se encuentran familiarizados. Se trata, pues, de artículos que satisfacen necesidades anteriormente insatisfechas o que satisfacen grupos de necesidades anterior mente satisfechos sólo parcialmente. El segundo tiene que ver con mejorar las materias primas, bien sea en cuanto a calidad, origen, condiciones de entrega, etc. En tercer lugar, relacionado con el anterior, se trata de mejorar de alguna manera la forma como se elaboran propiamente los bienes que vende la empresa. La apertura de nuevos mercados implica, por lo general, la venta de productos actuales, adaptados o no, en mercados en los que la empresa no había incursionado anteriormente, pero que tienen gran potencial de generar beneficios.

Finalmente, los cambios en la estructura de la organización, permiten innovar porque facilitan el mejoramiento en cuanto a eficiencia, productividad, dirección, etc.

En cualquier caso, una innovación mejora la posición relativa de la empresa frente a las demás, por lo que Porter (2009) afirma que es la mejor manera de incrementar la competitividad. Independientemente del tipo de innovación que se maneje, tangible o no, ésta favorece la aceptación de los productos de la empresa en el mercado, por lo que un sistema de mejoramiento continuo enfocado en ese sentido puede ser adoptado por la gerencia.

De esta manera, ya que la innovación implica la aceptación del producto por parte de los consumidores del mercado objetivo, se habla de ésta como una herramienta para mejorar los resultados de las empresas. Específicamente, la gestión de la innovación como estrategia empresarial pone el énfasis en este concepto para que a su alrededor se articulen los esfuerzos de la empresa para conseguir mejoras en todos los ámbitos.

En ese sentido, Peter Drucker (2008) ha propuesto la “*disciplina de la innovación*”. Allí, el autor demuestra la importancia del emprendimiento, y destaca la innovación como una función específica del mismo. Pero más importante aún, habla de la innovación como un elemento central y permanente de la filosofía organizacional, hacia el que debe haber un compromiso profundo y a largo plazo, pues, afirma, al igual que Porter, que trae grandes beneficios para las empresas.

También en “*disciplina de la innovación*”, Drucker aterriza el concepto aún más y establece cuatro fuentes internas a raíz de las cuales surge la innovación dentro de una empresa, y tres externas. A propósito, Ricardo Villafaña (2008) afirma que la mayoría de las innovaciones, especialmente las exitosas, resultan de una búsqueda deliberada y consciente de oportunidades de innovación.

Según Drucker, acerca de las cuatro fuentes de innovación al interior de una compañía, la primera de ellas, y una de las más simples, son los éxitos o fracasos inesperados porque, por lo general, las empresas no los tienen en cuenta y los descartan convirtiéndose en una oportunidad innovadora para quienes sí los reconocen. En segundo lugar, las incongruencias dentro de la lógica de un proceso, entre las expectativas y los resultados o entre las suposiciones de una industria y sus realidades, también pueden convertirse en una posibilidad de innovación porque resultan ser etapas de un proceso que brindan más productividad que las inicialmente planeadas.

En tercer lugar, se encuentran las necesidades del proceso como fuente de innovación en la medida en que se hacen adaptaciones a los procesos según se perciben los requerimientos para la mejora de todo el conjunto. Por último, se encuentran los cambios en la industria y el mercado, que brindan la oportunidad de innovación cuando hay modificación en la tecnología manejada por una industria, en los equipos o en el crecimiento de un sector, permitiendo a los innovadores atender a los segmentos de mercado que tienen un crecimiento más rápido y representan una mayor rentabilidad.

También, el autor considera que existen tres fuentes adicionales de oportunidad fuera de la organización, que hacen referencia, en primer lugar, a los cambios demográficos, los cuales permiten actuar con previsión y tener ventaja sobre los demás para establecer objetivos menos riesgosos. Por otro lado, están los cambios en la percepción que, aunque no alteran los hechos, sí cambian su significado y representan una circunstancia para satisfacer esa nueva visión de la demanda. Por último, se encuentra el nuevo conocimiento científico, técnico o social, que se da generalmente gracias a los emprendedores con grandes capacidades para hacer propuestas y obtener un producto viable y exitoso.

Peter Drucker exponía en una entrevista realizada por Javier Huertas (2003) que la organización actual debe ser capaz de liderar el cambio, más no la innovación, haciendo referencia al uso de la creatividad como un proceso de acercamiento sistemático a los cambios del mercado para poder sacar provecho de lo impredecible que éste puede llegar a ser.

El proceso de innovación, puede ser abordado en diversas formas, por ejemplo, puede concebirse como la actividad racional dirigida hacia una meta, o, por otro lado, como un proceso de ensayo y error, resultado de la suma acumulativa de ciertas modificaciones del proceso de producción, pequeñas y en gran medida accidentales (Elster, 1990). La concepción del proceso de innovación, varía de una u otra forma en las diferentes escuelas de pensamiento económico, las cuales han abordado el concepto desde diferentes perspectivas.

La teoría neoclásica establece a los procesos de innovación como una tarea exclusiva de los centros de investigación exógenos a las empresas, y por lo tanto exógeno también al proceso de producción y a los esfuerzos de maximización de los beneficios.

La teoría neoclásica, en su intento por establecer modelos con una gran capacidad predictiva, establece la información como un bien público al cual todo mundo puede acceder de manera libre y gratuita y por lo tanto, los costos de las transferencias tecnológicas y del aprendizaje son mínimos para la sociedad. La teoría ortodoxa se construye sobre el supuesto metodológico de que los actores toman decisiones “como...si” su objetivo exclusivo fuera el maximizar el beneficio o la utilidad (Friedman, 1986).

A diferencia de la teoría neoclásica, la teoría evolutiva viene a sustituir al agente neoclásico descrito anteriormente por un agente con capacidades limitadas el cual busca “satisfacer” necesidades de adaptación y supervivencia. La teoría evolutiva tiene su origen en los trabajos

de Joseph Schumpeter y una de las tesis centrales de esta teoría sostiene que, para captar la naturaleza de la conducta de los agentes, es necesario poner en el centro del problema la adaptación y la práctica que ella trae aparejada (Lara, 2007). Uno de los principales problemas que se plantea esta teoría no es como el modo de producción capitalista administra las estructuras existentes sino como las crea y las destruye (origen del concepto “*destrucción creadora*”), por lo que los agentes se enfrentan al reto de la supervivencia. A diferencia también de la teoría neoclásica, la teoría evolutiva concibe a la información como un bien privado el cual se genera y se enfrenta a un proceso de apropiación, por lo que el desarrollo tecnológico se da de manera distinta entre los diversos agentes. La teoría evolutiva viene a constituir las bases fundamentales que han generado el desarrollo de nuevos enfoques y ha proporcionado las herramientas analíticas para la explicación de nuevos fenómenos para los cuales la teoría ortodoxa presenta modelos ineficientes.

Tendemos a pensar que la innovación está necesariamente ligada a un descubrimiento o invento genial, a la creatividad de un científico sabio (al estilo de Galileo) y cuyo resultado supone una novedad mundial. Si bien es cierto que estos elementos son esenciales, no son los únicos que caracterizan un proceso cuyo alcance es mucho más amplio y en el cual podemos distinguir a su vez diferentes subprocesos que se irán desgranando a lo largo de los próximos capítulos. Sirva como adelanto en este punto la afirmación de uno de los académicos más prestigiosos, el profesor Peter Drucker (1994): “... *la innovación es trabajo duro, más que una genialidad*”. El gran reto es no sólo de tener ideas, sino que éstas sean buenas y además ser capaces de generarlas de manera continua, ya que el mercado es cambiante y los competidores no se detienen. Estas buenas ideas deben ser susceptibles de ser aplicadas a la creación de ventajas competitivas para la empresa, ya sea en forma de nuevos productos y servicios, nuevos modelos de negocio, nuevos o más eficientes procesos de negocio y nuevas estructuras organizativas.

El que es reconocido como el padre de las primeras teorías acerca de la innovación, Joseph

Schumpeter decía en el año 1911 que la innovación es la acción de dotar a un recurso de la capacidad de crear riqueza. Se trata sin duda de una definición impecable salvo que nos preguntemos cómo se consigue dicha acción, en cuyo caso nos parecería demasiado amplia y echaríamos de menos un poco más de concreción que nos permita alcanzar el fin último perseguido.

La Real Academia en su Diccionario de la Lengua Española, define la innovación como “*la acción y efecto de innovar*”, siendo innovar “*mudar o alterar algo, introduciendo novedades*”. Para los efectos que nos ocupan, y tal y como ya se ha anunciado anteriormente, nos alinearemos en este aspecto también con el Manual de Oslo, Tercera Edición (OCDE, 2005) y nos quedaremos con la siguiente definición recogida en el mismo:

Una innovación es la introducción de un nuevo, o significativamente mejorado, producto (bien o servicio), de un proceso, de un nuevo método de comercialización o de un nuevo método organizativo, en las prácticas internas de la empresa, la organización del lugar de trabajo o las relaciones exteriores.

El austriaco Schumpeter es una referencia clara, al ser uno de los pioneros en dedicarse a analizar y resaltar la importancia de la creación de nuevas empresas y el espíritu emprendedor para el bienestar y la calidad de vida de una sociedad, su papel para estimular la inversión y la innovación y su influencia clave en la prosperidad. (Antes otros autores como Weber habían tratado también estos temas desde otros puntos de vista).

Schumpeter popularizó, entre otros, el concepto de destrucción creativa para describir el proceso de transformación que acompaña a las innovaciones.

La relación entre la innovación y Schumpeter se basa en los aportes de Schumpeter a la teoría del desarrollo económico basándose en los procesos de innovación y desarrollo

tecnológico y su contribución en el proceso socio cultural.

Schumpeter partió de teorías ya existentes de Adam Smith, David Ricardo, Marx y Warlas de donde acogió que la economía es un proceso orgánico y que los cambios en cada sistema se generan dentro del mismo sistema a este aporte agregó que el empresario ya no era una parte pasiva en el proceso, sino que es un agente activo del progreso económico es decir que todo inicia por él, este es quien se encarga de planear y llevar a cabo procesos con ayuda de la tecnología.

Desarrollo dos conceptos de gran importancia a la teoría de desarrollo económico que planteaba: la innovación como causa del desarrollo y el empresario como motor de los procesos de innovación.

Schumpeter cree que los procesos de producción son una combinación de fuerzas productivas, compuesta por los factores originales de la producción, la mano de obra, la tierra y el capital así también de los factores intangibles, el conocimiento.

Por lo tanto, el sistema de producción de Schumpeter es: $PIB = F(K, RN, W, T, ASC)$.

Donde PIB: Producto Interno Bruto.

K: Factor denominado por Schumpeter “medios de producción producidos” (Maquinaria, equipo, materias primas e insumos, infraestructura física, infraestructura de transporte y comunicaciones), que es distinto al concepto de capital que éste tenía.

RN: Recursos naturales (la tierra y su fertilidad, los recursos naturales vírgenes).

W: Trabajo (fuerza física y conocimientos rutinarios).

T: Tecnología e innovación. ASC: Aspectos Socio- culturales.

En la función Schumpeter plantea que todos los elementos son importantes pero cada uno se desempeña de forma diferente por ejemplo los factores de producción generan cambios lentos por lo tanto son factores de crecimiento mientras que los factores intangibles como el conocimiento que va ligado al desarrollo tecnológico son más rápidos y dinámicos y son llamados factores de evolución económica.

Schumpeter da gran importancia a la parte tecnológica porque es la fuerza fundamental que mueve la producción ya que no es un proceso estático sino un proceso de continua transformación, invención y mejora, lo que nos lleva a que la tecnología debe ir de la mano de la continua innovación tecnológica y más allá al concepto de innovación es decir a la introducción de bienes al mercado, nuevos métodos de producción, apertura de nuevos mercados, cambio en la organización y generación de nuevas materias primas.

“La destrucción creativa” concepto popularizado por Schumpeter en su libro *Capitalismo, socialismo y democracia* (1950). Con él describe el proceso de innovación que tiene lugar en una economía de mercado en el que los nuevos productos destruyen viejas empresas y modelos de negocio. Para Schumpeter, las innovaciones de los emprendedores son la fuerza que hay detrás de un crecimiento económico sostenido a largo plazo, pese a que puedan destruir en el camino el valor de compañías bien establecidas.

"El proceso de Destrucción Creadora", escribe Schumpeter con mayúsculas, "es el hecho esencial del capitalismo", siendo su protagonista central el emprendedor innovador" (Schumpeter, 1950).

La destrucción creativa es un proceso que se da y debe darse de manera necesaria en un país porque esto permite que de cierta manera la situación de presión de que nuevos productos destruyan empresas ya establecidas y modelos de negocio de una u otra forma obliga a que el empresario se convierta en ese empresario innovador que Schumpeter plantea llevando a

que su empresa adopte la innovación en cada uno de sus procesos y productos.

Para Schumpeter, la innovación es el uso fructífero de un invento, que aquello que se mejoró realmente genere un valor agregado a su usuario final. El considera que hay cinco caminos para innovar y son:

- a) introducción de nuevos bienes o de bienes de nueva calidad.
- b) introducción de un nuevo método productivo, ya existente en un sector, que no deriva de algún descubrimiento científico.
- c) apertura de un nuevo mercado.
- d) conquista de nuevas fuentes de oferta de materias primas.
- e) establecimiento de una nueva organización en una determinada industria.

Schumpeter no ve la innovación quizás como todos la vemos de hecho el empleaba el termino de innovación empresarial mostrando el punto de partida para el desarrollo de un país.

Con el hecho de que Schumpeter incluyera en su teoría del desarrollo económico el tema de lo innovación hizo que lo reconocieran como el creador de la teoría de la innovación la cual se originó en la función de producción donde las cantidades de productos varían a medida que los factores de producción también cambian. Entonces afirmo que la innovación es el planteamiento de una nueva función de producción, la innovación son variaciones importantes en el desarrollo.

Esas variaciones se podían detallar en métodos de producción, formas de distribución, estructura organizacional o nuevos productos entre otros.

4.8.1 FACTORES QUE PERMITEN EL EMPRENDIMIENTO

De acuerdo a la didáctica causa efecto, las empresas deben fomentar el comportamiento innovador de los individuos que actúan en ella a partir de un sistema efectivo de incentivos que se base en los resultados alcanzados y relacionado con el desempeño de sus empleados. Tal sistema debe ser claro y sólido y debe detallar con exactitud los objetivos que se han de alcanzar, los mecanismos de retroalimentación, las responsabilidades que se deben asumir y los resultados por obtener.

Los sistemas de fomento del emprendimiento deben ser asumidos por la alta gerencia de la firma y esta debe promulgar la innovación como elemento imbricado en el rol de todos los empleados (Christensen, 2005).

Así pues, corresponde a la alta gerencia implementar sistemas de incentivos para que sus empleados sean estimulados y se sirvan de su creatividad y capacidad innovadora para producir senderos novedosos. Aunque esta tarea puede ser un poco dificultosa para las organizaciones, pues los sistemas de valores e incentivos cambian de acuerdo con las culturas y los intereses particulares de los individuos, es la vía para desarrollar el potencial emprendedor de los actores que participan y se relacionan con la organización. Los empleados de una firma pueden considerar más favorables u oportunos algunos tipos de incentivos específicos, según los intereses y valores de cada quien, dependiendo de sus aspiraciones pueden optar por incentivos pecuniarios, promocionales, motivacionales, retroalimentadores, etc. No obstante, Christensen (2005), ha estudiado a fondo los factores que permiten el emprendimiento y encontró cinco factores comunes:

1. Los sistemas de incentivos
2. El soporte de la gerencia

3. El acceso a recursos
4. La estructura organizacional
5. El proceso de toma de riesgos

Pero estos factores no suelen ser convencionales, pues dependiendo del tipo de organización, el campo en el que actúa y otros componentes, estos factores generalmente, se relativizan y naturalmente surgen otros que se revisten de una mayor importancia.

4.9 TECNOLOGÍA Y EMPRENDIMIENTO

A partir de las concepciones de cambio tecnológico de Schumpeter (1947), las TIC son consideradas como una herramienta necesaria para intensificar la productividad multifactorial (es decir, aquella productividad no añadida por los factores capital y trabajo). Siguiendo esta línea, la teoría económica parte de los planteamientos de la tradición neoclásica, donde el progreso técnico se asocia a la productividad total de los factores (PTF) o productividad multifactorial y su relación con el crecimiento económico (Solow, 1956; Swan, 1956; Harrod, 1949) y simultáneamente a los trabajos de la denominada teoría endógena del cambio técnico (Romer, 1986 y 1990; Mankiw, Romer, y Weil, 1992; Grosman y Helpman, 1991). A partir estos planteamientos, trabajos como los de Tebaldi y Elmslie (2007), Acemoglu y otros (2001) y (2004), Easterly y Levin (2003), formalizan modelos de crecimiento económico donde se evalúa la influencia de las instituciones en el desempeño económico, constatando los efectos de éstas en la inversión en tecnologías TIC y el crecimiento económico.

Sin embargo, uno de las variables que dinamiza el crecimiento económico de los países es el nivel de emprendimiento empresarial como lo han demostrado los trabajos de Morris (2001); Carrée y Thurik (2003); Stel (2005). Por lo tanto, es clave analizar las relaciones derivadas entre las TIC y el nivel de emprendimiento de un país, porque es desde allí que se

derivan las relaciones en el largo plazo entre crecimiento económico y TIC. Además, frente a las crecientes preocupaciones sobre el crecimiento económico y la competitividad en los mercados mundiales, los gobiernos han respondido a esta nueva evidencia estimulando las políticas de emprendimiento (Audretsch y Thurik, 2001, OCDE, 1998).

De esta forma, literatura reciente sobre los determinantes del emprendimiento a nivel de los países, se ha centrado en analizar las variables económicas que influyen en el nivel de emprendimiento, bajo esta línea se resaltan los trabajos de Carree and Thurik (2003); Geroski and Jacquemin (1985); OECD (1998).

Las TICs, como otras tantas herramientas, son indispensables para ser competitivos, habilitar las estrategias del negocio y facilitar la evaluación del desempeño de cualquier organización, sin importar su tamaño y giro. Este enfoque competitivo implica que las empresas lo requieran de manera prioritaria para estar al menos en igualdad de condiciones que sus competidores. Por eso, las áreas de TICs están siendo obligadas cada día más a transformarse, de tal manera que los servicios que brindan aporten valor al negocio, en lugar de ser vistas simplemente como un *comodity*, ofreciendo servicios de calidad y a un bajo costo (Cano, 2007).

La adopción de las tecnologías de información por las pequeñas y medianas empresas ha sido ampliamente discutida, bajo diversas perspectivas, incluyendo la concepción de una brecha entre grandes y pequeñas empresas, resultante de la capacidad (económica y técnica) de acceso a las tecnologías de información (Ordanini, 2006). Algunos autores por su parte se han convertido en detractores de la importancia que tienen las MiPyMEs para efectos económicos y por ende de la necesidad de promover su incorporación tecnológica. Entre ambas perspectivas la experiencia muestra que el sector de las MiPyMEs es de vital importancia para la economía del país, pero desafortunadamente su competitividad queda atrás en muchos sentidos y requiere de procesos de modernización a efecto de integrarse a

una nueva era de crecimiento e impacto en la economía, donde la proporción no sólo sea importante por el número de empresas, sino también por el apoyo al ingreso del país, el número de empleados y la capacidad de integrarse a un mundo global altamente tecnificado.

3.7.1 Importancia de las TIC's para las MiPyMEs

Las Tecnologías de la Información y de la Comunicación (TIC'S) han revolucionado las relaciones de la empresa con su entorno. El mundo, tal y como lo conocíamos, ya no existe y las empresas no están ajenas a estos cambios (Conessa, 2007). Sin lugar a dudas las TIC's representan hoy en día una forma diferente de ver y hacer negocios, no sólo porque cambian las estructuras industriales tradicionales, sino porque complementan a los negocios de muchas formas diferentes.

Reconocer que las empresas se incorporan día con día al internet, y que este es el medio que está generando nuevos canales de comunicación y distribución es una premisa real en estos días, no se trata de pretender que Internet es la nueva panacea, se trata de reconocer que está presente de una forma u otra en los negocios hoy en día. Como Conessa (2007) establece: "Son muchas las MiPyMEs que se están atreviendo a entrar en las revueltas aguas de Internet y al uso de estas tecnologías. Ya sea por obligación, por devoción o por ambos motivos, lo cierto es que cada vez hay más empresas que asoman la cabeza en este complicado mundo que a veces, a quien carece de cualquier conocimiento sobre la materia, le puede parecer más árido de lo que en realidad es".

El Internet no representa una solución universal para todas las empresas y cada una debe estudiar la situación en función de sus propios objetivos y buscar la mejor solución o herramienta que le permita llevar a cabo con éxito su plan de negocio.

Porter y Millar (1985) establecen que la revolución de la información está afectando la competencia desde tres perspectivas:

- Cambia la estructura de la industria, y altera las reglas de competición.
- Crea ventajas competitivas otorgando a las empresas nuevas formas de vencer a sus rivales.
- Crea nuevos negocios dentro de los existentes, frecuentemente dentro de las propias operaciones de la compañía.

Esta perspectiva ofrece, sin lugar a dudas, una imagen de la importancia de las TICs en las organizaciones. Las tecnologías no solo afectan la manera como son ejecutadas las actividades individuales, sino también mediante nuevos flujos de información ha mejorado significativamente la habilidad de explotación de los enlaces entre las actividades dentro y fuera de la organización (Porter y Millar, 1985):

“Las tecnologías de la información y las telecomunicaciones están provocando un profundo impacto en todos los sectores de la actividad humana, desde la producción hasta la educación y los servicios para la salud. La convergencia de tres áreas tecnológicas anteriormente diferenciadas como la informática (las computadoras), las telecomunicaciones, y la transferencia y procesamiento de datos e imágenes, ha llevado a profundos cambios en la producción de bienes y servicios en las sociedades contemporáneas. Con base en todo ello, emergen las llamadas sociedades de la información y la terciarización de la economía”.

La importancia de la Tecnología de Información en las empresas no está en tela de juicio, se puede considerar que hoy en día representa un aspecto básico de competitividad, quizás la cuestión a revisar sería si realmente las empresas y especialmente las MiPyMEs están contando con la capacidad suficiente para hacer uso y acceder a dichas tecnologías, y la realidad es que aún queda mucho camino por recorrer.

3.7.1.1 Adopción de TIC's en las MiPyMEs mexicanas

Actualmente es conocida la importancia que tienen las Tecnologías de Información y Comunicación (TIC's) y el uso que se hace de ellas en todas las organizaciones, independientemente de que sean estas micro y pequeñas empresas. La importancia trasciende en la medida en que las organizaciones, por su tamaño, giro y sector, son capaces de incorporar a su estrategia competitiva.

Dentro de las limitaciones más comunes que se presentan para la adopción de las TIC's, por las MiPyMEs mexicanas, se encuentra la cultura prevaleciente, siendo una actitud empresarial que no visualiza su impacto y sus beneficios. Existe la opinión, que la adopción de las TIC's representa fuertes montos de inversión y los beneficios no se captan en el corto plazo y medio plazo.

De ahí la importancia de generar información sobre la adopción de las TIC's por las MiPyMEs mexicanas, al identificar los factores de mayor relevancia que favorecen o limitan su adopción, con el propósito de dar a conocer los beneficios resultantes de incorporar estratégicamente las tecnologías para facilitar su expansión, diversificación y fortalecer su posicionamiento en el mercado global.

Al identificar las razones que motivan la adopción de las TIC's se proporcionará información de gran utilidad para determinar en qué medida se incorporan estas tecnologías como parte medular de la visión estratégica del negocio, a fin de promover cambios en la cultura organizacional que prevalece en los gerentes o dueños de las MiPyMEs. Además, permitirá identificar los beneficios que están dejando de captar por no adoptar de manera estratégica las TIC's como dos herramientas que crean valor para el cliente, aumentan la productividad

y fortalecen su presencia ante la competencia, lo cual debe traducirse en mejores resultados empresariales para las MiPyMEs (Casalet y González, 2004).

A priori, se puede establecer que existe una correlación inversa entre el tamaño de las empresas y el nivel de adopción de la tecnología de información. Esta aseveración no puede comprobarse fácilmente dado la falta de estudios a profundidad sobre el tema, y la dificultad para realizar los mismos.

En este sentido por ejemplo Brizuela (2008) establece que *“En análisis de modelos de madurez empresarial en México, que incluye micro, medianas, pequeñas y grandes empresas, en una escala de 1 a 10, el promedio de adopción de nuevos modelos es de 3.7, es decir el 23 por ciento de las empresas, usan eficientemente la tecnología y tienen grandes resultados. Son evidencias del impacto de la tecnología en la productividad”*.

Según Tello (2008) las microempresas están realmente rezagadas en el uso de este recurso, puesto que sólo el 24 por ciento de ellas tienen acceso a computadoras y una proporción aún más baja, el 14 por ciento, tiene acceso a Internet.

Estas cifras resultan especialmente dramáticas cuando son segmentadas por el tipo de empresas, de esta forma de acuerdo con este reporte las empresas grandes y medianas tienen un comportamiento similar en cuanto al uso de equipo computacional (76% y 77% respectivamente) lo cual podría indicar que uno de cada cuatro empleados de oficina no requiere o cuenta con equipo de cómputo para realizar su trabajo de manera cotidiana lo que parece razonable. Sin embargo, las cifras cambian radicalmente cuando se habla de internet ya que tan solo el 43% de los empleados de oficina de las grandes empresas y el 41% en el caso de las medianas tiene acceso a Internet (no hay que perder de vista que el indicador habla de número de empleados de oficina por computadoras conectadas a internet). Cuando se habla de pequeñas y micro empresas los indicadores caen significativamente a 38%

empleados de oficina por computadoras, y de tan solo el 21% de los empleados de oficina por computadoras conectadas a internet (Select, 2003).

Este dato contrasta con algunos estudios gubernamentales como el de la Secretaría de Turismo donde se evalúa el Impacto de las Tecnologías de Información en las pequeñas y medianas empresas turísticas (SECTUR, 2009), que establece “el Internet está presente en el 73% de las empresas y el correo electrónico (72%) es empleado esencialmente para mantener comunicación con clientes y proveedores”. Esta conclusión implica que importante es el nivel de adopción, el cual debería ser establecido como de subutilización. Este mismo estudio establece que el 13% de las empresas no cuenta con equipo computacional y que el nivel de adopción debe ser considerado como básico.

Una ratificación en este sentido es establecida por un informe en Costa Rica sobre la sociedad de la información (Prosic, 2009) que establece que: *“En el caso de México el uso que se le da al Internet se limita prácticamente a lo que es el correo electrónico y la búsqueda de información, pues en las demás áreas su aprovechamiento es más bien bajo”*.

La cuestión prevaeciente es como pueden las MiPyMEs acceder a la tecnología, obviamente la respuesta pasa por diversos aspectos como el económico, educativo y el de fomento. Tal vez una parte importante consiste en que la industria se acerque a la MiPyMEs para ofrecerles soluciones acordes a sus condiciones, pero sobre todo que le representen una forma de rentabilidad en el futuro. Por ello de acuerdo con algunos expertos algunas de las acciones que debe seguir la industria son (Select, 2003):

- Difundir mensajes orientados a brindar respuestas a necesidades críticas de las empresas.
- Demostrar que con la inversión tecnológica se puede aportar un valor a la automatización de los procesos de negocio.
- Posicionar a la tecnología como el medio y no como el fin.

- Sumar los esfuerzos de diferentes agentes del sector público, privado, educativo, de los grandes compradores y vendedores que tienen influencia en las empresas.
- Explorar alianzas entre el sector distribución y el de servicios profesionales pues en términos de ventas son los más importantes.
- Dar verdaderas respuestas a los problemas del empresario con beneficios tangibles en su negocio.
- Promover la existencia de esquemas de financiamiento flexibles, no sólo los bancarios.
- Continuar con la promoción de alianzas con el gobierno y con los nudos de las cadenas productivas.
- Asegurar la calidad de la cobertura del canal de distribución y cubrir los requerimientos del cliente.
- Que el canal adopte el rol de consultor de negocios y no tanto de capacitador tecnológico.
- Evaluar constantemente el aprovechamiento tecnológico.

CAPÍTULO 5 METODOLOGÍA Y DISEÑO DEL INSTRUMENTO DE MEDICIÓN

El objetivo de este capítulo es describir el diseño de la investigación. En esta fase deben precisarse los medios y herramientas que el investigador utilizará para contestar la pregunta de investigación. Describiendo puntualmente el tipo de investigación, los instrumentos, los sujetos de la investigación y el horizonte temporal y espacial. Es decir, este apartado explicará la metodología elegida, así como los instrumentos utilizados en la investigación para la obtención de datos, enfocada en el método cuantitativo.

El problema de la investigación y la hipótesis son los elementos que determinan el tipo de investigación que debe realizarse. Por lo tanto, el diseño de la investigación es un sistema estructurado de pautas o actividades para asistir y generar resultados de investigación válidos y confiables (Méndez, 2001).

A lo largo de la historia de la ciencia han surgido diversas corrientes de pensamiento tales como el empirismo, el materialismo dialectico, el positivismo, la fenomenología y el estructuralismo, las cuales han originado diferentes rutas en la búsqueda del conocimiento. Sin embargo, y debido a las diferentes premisas que las sustentan, desde la segunda mitad del siglo XX tales corrientes se han polarizado en dos enfoques principales, el enfoque cuantitativo y el enfoque cualitativo de la investigación (Hernández, F., 2003).

Los métodos cuantitativos y cualitativos son dos tipos de investigación. De tal manera que los eruditos han sostenido que combinar varios métodos de investigación puede aumentar la rigurosidad de un estudio, y además estos diversos métodos pueden compararse y realzar las fuerzas de uno y del otro (Kaplan y Duchon, 1988). De esta forma hay una necesidad de combinar ambos métodos de investigación.

La investigación cuantitativa “*es caracterizada generalmente por una metodología de formular las hipótesis que se comprueban con el experimento controlado o el análisis estadístico*” (Kaplan y Duchon, 1988). Los ejemplos de métodos cuantitativos incluyen, experimentos de laboratorio, los métodos formales (econometría) y los métodos numéricos, por ejemplo, modelos matemáticos.

El enfoque cualitativo utiliza la recolección y el análisis de datos para contestar preguntas de investigación y probar hipótesis establecidas previamente, y confía en la medición numérica, el conteo y frecuentemente en el uso de la estadística para establecer con exactitud patrones de comportamiento en una población (Hernández, 2003).

Por una parte, la investigación “*implica el uso de datos cualitativos para entender y explicar fenómenos sociales*” (Hernández, 2003). Algunos ejemplos del método cualitativo incluyen a la investigación en acción, la investigación del estudio de caso y etnografía. Los métodos de colección de datos cualitativos más comunes incluyen el análisis documental, las observaciones, las entrevistas y los cuestionarios, y las impresiones y las reacciones del investigador (Myers, 1997).

5.1 EL MÉTODO

Se entiende por método al modo de decir o hacer con orden una cosa, regla o norma. En un sentido general, la palabra método puede significar la ruta o camino que se sigue para alcanzar cierto fin que se haya propuesto de antemano (Eyssautier, 2002).

Existe una relación entre método, ciencia e investigación. De esta manera, el método científico es el procesamiento planeado que sigue en la investigación para descubrir las formas de existencia de los procesos objetivos, para desentrañar sus conexiones internas y externas, para generalizar y profundizar los conocimientos así adquiridos, para comprobar en el experimento

y con las técnicas de su aplicación (Maxim, 2002).

Mario Bunge define el método científico como la estrategia de la investigación científica que afecta el ciclo completo de la investigación y es independiente del tema de estudio y del estado de nuestro conocimiento respecto de dicho tema (Eyssautier, 2002).

Es un conjunto de pasos que se siguen en la generación de conocimiento objetivo, avalado por una serie de reglas rigurosas que no den lugar a dudas, que ese conocimiento se pueda justificar, teórica y empíricamente, es decir, que el conocimiento es verdadero (Eyssautier, 2002).

El método científico es único porque es un procedimiento que casi cualquier persona puede aprender; basta su evaluación de la validez de las proposiciones en la observación, además está abierto al escrutinio público y lo más importante, cuando se emplea de forma apropiada permite refutar incluso nuestras creencias más arraigadas (Maxim, 2002).

Pérez Tamayo (2007) entiende por método científico, la suma de los principios teóricos, de las reglas de conducta y de las operaciones mentales y manuales que usaron en el pasado y hoy siguen usando los hombres de ciencia para generar nuevos conocimientos científicos.

En la presente investigación es necesario observar para explicar el fenómeno que se estudia, para ello se empleara el método de observación.

Observar es advertir los hechos como se presentan, de una manera espontánea, y consignarlos por escrito. La observación como procedimiento de investigación puede entenderse como *“el proceso mediante el cual se perciben deliberadamente ciertos rasgos existentes en la realidad por medio de un esquema conceptual previo y con base a ciertos propósitos definidos generalmente por una conjetura que se quiere investigar”* (Méndez, 2001).

La presente investigación será de alcance descriptivo ya que se pretende reseñar y describir las características, de un fenómeno existente en Michoacán como es el Diseño y Gestión de modelos de incubadoras de empresas en las Instituciones educativas de nivel universitario.

Será correlacional ya que se encuentran indicios de la relación que puede existir entre la variable dependiente y la independiente, es decir, la relación que existe entre la variable dependiente Emprendimiento dentro de las universidades y la variable independiente Diseño y gestión de modelos de incubadoras de empresas, cada una de ellas presente en el instrumento que se utiliza en el trabajo de campo. Será de tipo exploratorio porque se investiga un tema poco conocido y se explorará el problema en un momento específico.

Para la siguiente investigación se utilizarán dos metodologías y cuestionario, y un análisis factorial por correspondencias.

Por lo tanto, esta investigación es cualitativa-cuantitativa porque se plantean preguntas a través de cuestionarios para determinar causas del diseño y gestión de modelos de incubadoras de empresas como Política Pública de empleo para los emprendedores universitarios del estado de Michoacán de Ocampo.

Y se establecen escalas numéricas para responderlas, el empleo combinado en una investigación puede contribuir a controlar y corregir los sesgos propios del método (Rivas, 2004).

5.2 INSTRUMENTOS DE INVESTIGACIÓN

Son aquellas herramientas que se utilizan para comprobar las hipótesis, es así como en cualquier tipo de investigación, se deben seleccionar las técnicas o herramientas. Es decir, que clase de datos se necesitan recoger y con qué instrumentos o técnica debe recogerlos. Se eligen

los elementos materiales tales como cuestionarios, entrevistas, test, etcétera.

La encuesta social, uno de los tipos más utilizados de la investigación cuantitativa, es un método de obtención de información mediante preguntas orales y escritas, planteadas aun universo o muestra de personas que tienen las características requeridas por el problema de investigación (Briones, 2008).

La información que se puede obtener mediante la encuesta es muy variada; ello explica su gran utilización en investigaciones teóricas y aplicadas a la sociología, la psicología social, la ciencia política, la demografía, la educación, el estudio de mercados y de costos de vida, etc.; esta información puede clasificarse en las siguientes categorías (Briones, 2008):

- Demográfica: edad, sexo, estado civil, residencia, etcétera.
- Socioeconómica: ocupación, salario, ingresos, escolaridad, movilidad social, etcétera.
- Conductas: participación social, actividades culturales, innovación, hábitos políticos, etcétera.
- Información como la señalada se recoge mediante diversos procedimientos, en un cuestionario preparado según los objetivos del estudio:
 1. Entrevistas directas con las personas seleccionadas.
 2. Entrega del cuestionario a las personas, para que cada una de ellas lo responda sin la intervención de un administrador (cuestionario auto administrado).
 3. Mediante entrevista telefónica.

En la presente investigación se recoge a través de un cuestionario que tiene implícita las variables objeto de nuestro estudio, de las cuales cada pregunta podrá ser seleccionada por cada persona ya que se cuenta con la posibilidad de elegir una respuesta de cinco escalas diferentes.

En relación con los objetivos de conocimiento que tiene en general la investigación científica, se distinguen dos tipos principales: la encuesta descriptiva y la encuesta explicativa (Briones, 2008).

La encuesta descriptiva tiene como objetivos principales:

1. Describir la distribución de una o más variables en el total colectivo objeto de estudio, o en una muestra del mismo.
2. Realizar la misma operación en subgrupos significativos de ese colectivo o en su muestra.
3. Calcular medidas de tendencia central y dispersión (porcentajes, medias aritméticas, correlaciones, etc.) de esas variables en el colectivo total o en la muestra utilizada, en los subgrupos.

La encuesta explicativa, busca la explicación de un fenómeno (o variable dependiente) mediante el análisis de su relación con una o más “causas” de ese fenómeno (variable independiente) (Briones, 2008).

El cuestionario es el componente principal de una encuesta; sin embargo, no existe una “teoría” que nos diga cómo debe prepararse. Por el contrario, su construcción es más bien la expresión de la experiencia y el sentido común del investigador (Briones, 2008).

El cuestionario permite el examen de un mayor número de casos en corto tiempo en relación con la entrevista, lo cual implica un costo menor, sobre todo si se tienen a mano grupos enteros de personas. El cuestionario es de gran utilidad en la investigación científica ya que, permite al investigador fije su atención en ciertos aspectos y se sujete a ciertas condiciones. El cuestionario contiene los aspectos del fenómeno que se consideran esenciales; permite,

además, aislar ciertos problemas que interesan; reduce la realidad a cierto número de datos esenciales y precisa el objeto de estudio (Tamayo, 2007). El cuestionario es el listado de preguntas que deberán contestar los sujetos de la muestra seleccionada. El tipo de preguntas que contiene el instrumento permitirá la verificación de la hipótesis.

Tipos de cuestionarios

Fundamentalmente son dos los medios posibles de recabar respuesta. En el primero, conocido como de respuesta abierta, el investigador plantea la cuestión, sin embargo, no impone restricción alguna en la forma de la respuesta; en el segundo, denominado elección forzosa, el investigador indica de antemano las posibles respuestas y pide a sus entrevistados que elija solamente una de entre las señaladas por aquél (Arias, 2007).

Cuestionario de respuestas abiertas: en este tipo de cédula no existe mayor limitación que la capacidad de expresión y la personalidad del respondiente, así como su disposición para contestar (Hernández, 2010).

Cuestionario de elección forzosa: bajo este encabezado tiene cabida un conjunto numeroso de métodos cuya idea principal es ofrecer dos o más alternativas al interlocutor, quien debe escoger solamente entre ellas, aquella igual o más semejante a su propia forma e respuesta (Arias, 2007).

Para la presente investigación se seleccionó el cuestionario de elección forzosa, ya que, debido al cúmulo e importancia de la información, se invitó al encuestado a responder el cuestionario por variable y se le orientó a la elección de las posibles respuestas en el cuestionario. El vaciado de datos en este caso involucra mayor facilidad y delimitación para las respuestas esperadas.

Limitaciones de los cuestionarios

Según Arias (2007), este instrumento de la investigación puede rendir óptimos frutos cuando se maneja con cautela y el sistema necesario. El investigador debe estar alerta para no olvidar varias dificultades prácticas y teóricas que limitan su empleo.

A continuación, se mencionan las limitaciones de los cuestionarios:

Falta de profundidad. Mientras en la entrevista el investigador puede detenerse en un punto digno de exploración más detallada, en el uso del cuestionario se pierde esta oportunidad. La diferencia puede subsanarse, al menos en parte, si en cada cuestionario se incluye un espacio en blanco para que los respondedores puedan anotar libremente cualquier aclaración o adición a sus respuestas.

Problema de baja escolaridad. Cuando la escolaridad de la población que desea estudiarse es baja, no se recomienda el empleo de cuestionarios, pues encontrarán múltiples dificultades para la interpretación de las preguntas y las instrucciones. En todo caso, éstas deben ser muy claras y precisas; aun cuando se presuma un nivel adecuado de escolaridad, la longitud del cuestionario debe ser siempre, la mínima posible.

No siempre es posible conseguir una muestra que reúna las características teóricas para obtener inferencias válidas.

Carencia de anonimato. En algunos casos, los respondedores prefieren dar una “buena” imagen de sí mismos porque piensan que las respuestas pueden beneficiarles o perjudicarles directamente en alguna forma.

Validez de los cuestionarios. No siempre se puede estar seguro de que la información proporcionada por los sujetos se ajusta a la realidad. Está posible falta de validez es más dramática en algunos aspectos que en otros.

Confianza en los datos. No pueden establecerse una generalización sobre la confianza en los datos. Al igual que la validez, depende, hasta cierto punto, de la información que se va a recabar. Mientras algunos temas generalmente pueden resultar bastante confiables, otros no los son.

5.2.1 ELABORACIÓN DEL CUESTIONARIO

Las preguntas del cuestionario deben derivarse de los objetivos del estudio y, por tanto, del problema de investigación planteado. Los objetivos de la encuesta son de dos tipos: generales y específicos.

En la presente investigación se utiliza la encuesta social, ya que se obtendrá la información que se necesita conocer mediante preguntas escritas a una muestra de personas a las que les afecta directamente el problema, para ello primeramente se plantean preguntas demográficas, socioeconómicas y educacionales. La información recabada se obtendrá de los cuestionarios que se entreguen a las personas que forman parte de las incubadoras de negocios dentro de las instituciones educativas (alumnos y profesores), que en relación con los objetivos del conocimiento es necesario aplicar una encuesta descriptiva para conocer y calcular medidas de tendencia central y dispersión para explicar el fenómeno mediante al análisis de su relación con uno o más causas que afecten al problema identificado. Las preguntas se formularon de tal manera, que solo exige elegir una respuesta entre las cinco posibilidades o alternativas para cada una de las 13 preguntas que contienen implícitas las variables innovación, tecnología y Políticas Públicas, esto en el cuestionario que se aplicara a los estudiantes que son usuarios de la incubadora; por parte de los profesores que forman parte de la incubadora se formuló un cuestionario de 20 preguntas que contienen implícitas las variables organización, infraestructura, Recursos Humanos e incubadora, que nos ayudaran a determinar de qué manera inciden el diseño y la gestión de modelos de incubadoras de empresas al empleo de los emprendedores universitarios.

El primer objetivo es el de buscar relaciones entre las variables factuales indicadas y las actitudes generales. El segundo, se puede cumplir aplicando uno u otro coeficiente de relación o de correlación (Briones, 2008).

Prueba de cuestionario

La prueba de cuestionario es una pequeña muestra o grupo de personas con características similares a las de la muestra total del universo elegido para cumplir los objetivos del estudio, cumple algunas o todas de estas funciones (Briones, 2008):

- Comprobar la comprensión de las preguntas por parte del entrevistado.
- Ubicar preguntas que suscitan rechazo o inhibición.
- Examinar las respuestas o preguntas abiertas que puedan llegar a reemplazarlas por preguntas cerradas.
- Considerar la eliminación de preguntas con respuestas obvias.
- Eliminar o reemplazar preguntas que producen respuestas ambiguas.
- No emplear preguntas que induzcan respuestas en una cierta dirección.
- No emplear términos técnicos que las personas del estudio puedan desconocer.

5.2.1.1 Precodificación y codificación del cuestionario

Cuando la información final recogida en una encuesta va a ser procesada con un programa de computadora, cada cuestionario debe llevar un número y debe asignársele tantas columnas como dígitos tenga el número mayor (Arias, 2007).

En toda investigación debe aplicarse un instrumento para medir las variables que se encuentran contenidas en la hipótesis. La medición podrá ser efectiva cuando el instrumento que ha de utilizarse para recolectar los datos sobre las variables que tiene en mente el

investigador (Likert, 1965).

Un instrumento de medición (Canales, Alvado y Pibeda, 1994; Stake, 1998; Kerlinger, 2002; Hernández Sampieri, Fernández y Baptista, 2006; Torres y Navarro, 2007) es aquel recurso que utiliza el investigador para registrar información o datos sobre las variables que tiene en mente.

La investigación dispone de varios tipos de instrumentos que miden a las variables que interesan medir, dicho sea de paso, existiendo casos donde llegan a combinarse algunas técnicas de recolección de datos.

Entre los instrumentos de los cuales el investigador puede valerse se encuentra la encuesta, el cuestionario, las entrevistas, los análisis del contenido, la observación, pruebas e inventarios estandarizados, sesiones en profundidad, las escalas de medición y otras formas de recolección de datos más.

Para recopilar los datos necesarios para el estudio del tema y sus variables se recurrió a la revisión de registros y datos estadísticos de las fuentes secundarias con los que se construyeron tablas, gráficas y cuadros comparativos que nos permitieron ver el comportamiento de las variables en el periodo seleccionado. Para el trabajo de campo se utilizaron encuestas de percepción usando ítems en escala tipo Likert.

5.2.1.2 Escalas

El científico debe inscribir apropiadamente y sin ambigüedades lo que observa y comunicarlo explícitamente (Hays, 1967). Una manera de lograrlo es empleando medidas. La medición puede ser considerada como un método refinado de la objetividad (Young y Veldman, 1965). Al medir, un fenómeno o un individuo son colocados en alguna categoría o en algún punto a

lo largo de un continuo; es decir, dentro de una escala cuyas diferencias se encuentran en el nivel de información apropiado (Arias, 2007).

Algunos autores (por ejemplo, Hand, 1996) argumenta que muchos fenómenos psicológicos, sociales, etc., se presentan de una manera muy cercana a una distribución normal y que, por ende, pueden suponerse, de hecho, dentro de una escala de razón o proporción (Hernández, 2010).

5.2.1.2.1 Tipos de escalas

- 1) **Escalas nominales:** En este caso, los números sencillamente sustituyen a los nombres. Se emplean porque pueden ser asignados *ad infinitum* y porque facilitan la manipulación y el procesamiento si se emplean sistemas manuales, mecánicos o electrónicos de registro. En las escalas nominales pueden aplicarse la operación de conteo. Al hacerlo, se consideran, inmediatamente, dos o más categorías. En vagas o impresiones generales. No importa la operación en sí misma, sino cuanto pueda servir para confirmar una hipótesis en grupos bien definidos. Para la prueba de hipótesis se emplea la estadística no paramétrica (Arias, 2007).
- 2) **Escalas ordinales:** Se emplea este tipo de escala cuando se fija una regla mediante la cual un objeto o un fenómeno determinado precede a otro y éste a un tercero y así sucesivamente (Fréchet, 1958).

En las escalas ordinales no pueden utilizarse las cuatro operaciones fundamentales (suma, resta, división y multiplicación) en cuanto a la magnitud del fenómeno. Para la prueba de hipótesis en esta escala se utiliza la estadística no paramétrica (Arias, 2007).

- 3) **Escalas de intervalos:** También se denominan en algunas ocasiones, escalas de intervalos iguales, para hacer resaltar su característica primordial, consistente en la conjugación entre los números y los puntos que le son asignados en un continuo. Esto permite efectuar las cuatro operaciones (suma, resta, división y multiplicación) sin afectar las distancias relativas entre

los puntos. Si se cuenta con escalas de este tipo deben emplearse métodos paramétricos para la prueba de hipótesis (Arias, 2007).

4) Escalas de proporción: Estas escalas mantienen las características de las anteriores con la ventaja adicional de poseer un cero absoluto, localizado donde no existe el atributo en estudio. De esta manera, si pueden establecerse proporciones entre los diversos puntos de escala. Por tanto, pueden efectuarse las cuatro operaciones fundamentales, encontrando un paralelismo completo entre los valores de la escala y los valores del objeto o fenómeno. Estas escalas comprenden las características de todas las demás. La prueba de hipótesis con esta escala requiere el empleo de métodos paramétricos (Eyssautier,2002).

5) Escala de Thurstone

Thurstone fue un psicómetra famoso que creó la escala de Thurstone, un método para medir actitudes. Él razonó que si era posible averiguar qué valor asignaban los expertos a un conjunto de afirmaciones, éstas podrían ajustarse a una escala. Las respuestas de personas a dichas afirmaciones indicarían su actitud hacia el reactivo en cuestión. Estos son los pasos a seguir para crear una escala semejante (Slakind,1999):

1. Se escribe el mayor número posible de afirmaciones con reactivos en potencia.
2. Jueces, que saben acerca del área de interés, colocan las afirmaciones en 11 pilas (físicamente distintas) que van desde la afirmación menos favorable hasta la más favorable. La pila 6 (que esta junto a la mitad representa una afirmación neutral).
3. Las afirmaciones calificadas de manera más consistente (con baja variabilidad) por los jueces reciben la calificación promedio según su colocación. Por ejemplo, si el reactivo A se calificará como 9 o 10 (muy favorable), recibiría un valor de escala de 9.5.
4. Se selecciona un grupo de afirmaciones que cubra toda la gama, desde desfavorable hasta favorable. Esa es la escala de actitud.

Una de las ventajas de las escalas tipo Thurstone es que se acercan lo más posible al nivel de

medición de intervalo, ya que los jueces que calificaron los reactivos los colocaron en pilas que están a distancias iguales entre puntos que reflejan diferencias psicológicas. Es por esta razón que esta escala también se le conoce como intervalos aparentes iguales (Salkind,1999).

6) Escala tipo Likert

Rensis Likert fue un psicólogo social norteamericano que diseñó un tipo de escala para la medición de actitudes, y la cual es muy popular actualmente, conocida precisamente con el nombre deLikert.

Likert (1932), supone que las actitudes son distribuidas normalmente, por lo tanto, desarrolló un método de medición de actitudes utilizando unidades de sigma el cual tiene ventajas como eliminar el uso de evaluadores o jueces y los errores derivados de los mismos; el construir una escala de actitudes por este método es menos difícil, y proporciona la misma confiabilidad con menos elementos.

La escala consiste en una declaración cuya naturaleza consiste en que las personas con diferentes puntos de vista respecto de una actitud en particular, responde a ella formas diferenciada (Likert, 1932).

Es esencial resaltar que todas las declaraciones son expresiones de conducta y no de hechos. Dos personas con diferentes actitudes, podrían estar de acuerdo en declaraciones de hechos, por lo que su reacción ante tal declaración de hecho no es indicadora de sus actitudes.

Para la construcción de esta escala es necesario preparar y seleccionar las declaraciones o ítems que se darán de un grupo o parte de un grupo y cuyas actitudes desean ser medidas. La muestra debe ser lo suficientemente grande para fines estadísticos, ya que para efectos de tabulación se debe asignar un valor numérico a cada una de las alternativas posibles (Likert, 1932).

De tal forma que la obtención de las puntuaciones de esta escala es, sumando los valores alcanzados en cada pregunta apoyados de un escalograma para analizar los resultados. Por lo

que el puntaje final de la persona puede ser interpretado como su posición en la escala con respecto al objeto de estudio.

La ventaja de utilizar la escala Likert se refleja en la variabilidad de las puntuaciones que resulten de la escala. Cualquier dimensión incluida en el cuestionario la permite al encuestado a expresar su nivel de opinión respecto a lo cuestionado, además, todo parece indicar que la confiabilidad se equilibra después de cinco rangos de la escala, lo que significa que hay una utilidad progresiva mínima cuando se usan más de cinco puntos de escala.

Pasos a seguir para crear una escala Likert (Salkind, 1999).

1. Se escriben afirmaciones que expresan una opinión o un sentimiento acerca de un suceso, objeto o persona.
2. Se seleccionan reactivos que tienen valores positivos y negativos claros (a juicio de quien está creando la escala).
3. Se alistan las afirmaciones, a la derecha de cada una se deja un espacio para que el encuestado indique el grado en que está de acuerdo o en desacuerdo.
4. Dentro de los aspectos constitutivos de la escala tipo Likert, es importante resaltar las alternativas o puntos, que corresponden a las opciones de respuesta de acuerdo al instrumento seleccionado. A continuación, las alternativas y valores más usados:

Alternativa A	Alternativa B	Alternativa C	Alternativa D
5 Muy de acuerdo	5 Totalmente de acuerdo	5 Definitivamente si	5 Completamente de acuerdo
4 De acuerdo	4 De acuerdo	4 Probablemente si	4 Verdadero
3 Ni de acuerdo ni en desacuerdo	3 Neutral	3 Indeciso	3 Ni falso ni verdadero
2 En desacuerdo	2 En desacuerdo	2 Probablemente no	2 Falso
1 Muy en desacuerdo	1 Totalmente en desacuerdo	1 Definitivamente no	1 Completamente falso

Las consideraciones que se tomarán en cuenta para la disposición de la escala tipo Likert, iniciarán con una formulación de ítems que se relacionan con las variables de esta investigación, es decir, innovación, tecnología y Políticas Públicas, que expresarán las actitudes o juicios favorables o desfavorables con respecto a las mismas.

Para la clasificación de los ítems favorables o desfavorables a las variables analizadas se efectuará una ponderación definitiva en las alternativas de respuesta, con el propósito de establecer los valores de escala y con las mismas posiciones de rango. Con base en esto, los puntajes de la escala de medición se integrarán con los siguientes valores determinados: 5, 4, 3, 2, 1 para cada ítem, tal y como se muestra en esta tabla de equivalencias:

Tabla de equivalencias del instrumento tipo Likert				
5) Totalmente de acuerdo	4) De acuerdo	3) Indiferente	2) En desacuerdo	1) Totalmente en desacuerdo

Puntaje:

Los puntajes son los valores que se le asignan a los indicadores constitutivos como opciones de respuesta. Para obtener las puntuaciones en la escala de Likert, se suman los valores obtenidos respecto de cada fase. El puntaje mínimo resulta de la multiplicación del número de ítems por 1.

Por lo anterior, la presente investigación utiliza la escala tipo Likert ya que la elaboración de los cuestionarios consta de cinco puntos a escala y cada punto se le asigna un valor numérico lo cual determinará el porcentaje de respuestas positivas y negativas por lo que se infiere que será una escala de intervalos. Es decir, en respuestas a las cuales se le asigna un valor, representando en la escala una escala totalmente negativa y que el mejor escenario que se podría presentar es que los estudiantes universitarios usuarios de las incubadoras de negocios, así como los profesores tutores elijan la escala cinco que representa una respuesta favorable que indicaría que las incubadoras de negocios dentro de los Centros de Educación Superior contribuyen en los emprendimientos universitarios del estado de Michoacán de Ocampo.

4.2.1 1 Construcción del instrumento Likert para los alumnos y profesores de las incubadoras de negocios

La construcción del instrumento tipo Likert para los alumnos que forman parte de las incubadoras de negocios, así como para los tutores de proyectos se realizó con la ayuda de la operacionalización de la variable dependiente y la variable independiente la cual se presenta en el siguiente cuadro:

Tabla 10. Operacionalización de la variable Diseño y gestión de modelos de incubadoras de empresas para alumnos

Variables independientes	Definición conceptual	Dimensiones	Indicador	Ítems
Innovación	La introducción de nuevos bienes y servicios en el mercado, el surgimiento de nuevos métodos de producción y transporte, la consecución de la apertura de un nuevo mercado, la generación de una nueva fuente de oferta de materias primas y el cambio en la organización en su proceso de gestión (Schumpeter, 1942).	Económica	Financiamiento	6
		Estratégica	Indicador de capacidad	2
		Organizativa	Asesoría	10
		Comunicativa	Capacidad de atención	1
Tecnología	La totalidad de los métodos a los que se ha llegado racionalmente y que tienen una eficacia absoluta (para una fase de desarrollo dada) en todos los campos de la actividad humana (Ellul, 1960).		Promoción	3
		Organizativa	Asesoría	4, 7, 9
		Espacio físico	Número de salas y dimensiones	8
		Económica	Financiamiento	5
	Cursos de acción tendentes a la solución de problemas públicos, definidos a partir de la interacción de	Programas gubernamentales	Apoyo a proyectos de incubadoras universitarias	11

Políticas Públicas	diversos sujetos sociales, en medio de una situación de complejidad social y de relaciones de poder, que pretenden utilizar de manera más eficiente los recursos públicos y tomar decisiones a través de mecanismos democráticos, con la participación de la sociedad (Canto & Castro, 2002).	Planes y programas conjuntos con la universidad	Participación activa	12
		Políticas Públicas	Existencia de PP para incubadoras	13

Fuente: Elaboración propia con base en Koonts (2009) y Sampieri (2003)

La construcción del instrumento tipo Likert para los alumnos que cuentan con algún proyecto dentro de las incubadoras de negocios se realizó con la ayuda de la operacionalización de las variables dependientes y la variable independiente la cual se presenta en el siguiente cuadro.

Tabla 11. Operacionalización de la variable gestión de modelos de incubadoras de empresa para profesores

Variable	Definición conceptual	Dimensiones	Indicador	Ítem
Organización	Identificación, clasificación de actividades requeridas, conjunto de actividades necesarias para alcanzar objetivo, asignación a un grupo de actividades a un administrador con poder de autoridad, delegación, coordinación y estructura organizacional (Koontz, 1999).	Operaciones	Características de la Operación	1, 2
		Objetivos	Tipos de operación	3
		Sostenibilidad económica	Tipos de ingresos Económicos	4, 5
		Gestión de desempeño	Tipos de indicadores	15
	Infraestructura es el conjunto de elementos o servicios que están	Espacio físico independiente	Número de salas y	8

Infraestructura	considerados como necesarios para que una organización pueda funcionar o bien para que una actividad se desarrolle efectivamente (Hernández Sampieri, 2003).		dimensiones	
		Equipamiento tecnológico	Número de computadoras disponibles	9
Recursos Humanos	Es una función y / o departamento del área de 'Gestión y administración de empresas' que organiza y maximiza el desempeño de los funcionarios, o capital humano, en una empresa u organización con el fin de aumentar su productividad	Dirección	Años de experiencia del director	10
		Áreas funcionales	Número de áreas funcionales en la incubadora	8
		Profesionales	Número de profesionales laborando	11
		Mentores	Número de mentores de Apoyo	12
Incubación	Es un espacio de trabajo para ofrecer a emprendimientos y nuevas asociaciones acceso a recursos que necesiten, todo bajo un mismo techo. Además de ofrecer un escritorio u oficina, las incubadora a menudo ofrecen consejeros expertos, mentores, soporte administrativo, equipo de oficina, entrenamiento y/o inversionistas potenciales.	Búsqueda y selección	Número de criterios de búsqueda y selección	16, 17,18
		Acompañamiento	Preparación para los emprendedores	14
		Graduación y falla temprana	Número de criterios de búsqueda y selección	20, 21
		Enfoque de los emprendimientos	Tipos de emprendimientos desarrollados	19
		Financiamiento	Tipos de financiamiento para emprendedores	6, 7

Fuente: Elaboración propia con base en Koonts (2009) y Sampieri (2003).

5.2.2 ANÁLISIS FACTORIAL DE CORRESPONDENCIAS

El Análisis Factorial de Correspondencias, ideado por el estadístico francés Benzecri en 1973, fusiona el análisis de proximidades con el Análisis de Componentes Principales logrando un análisis de similitud (Callealta, 2005).

El Análisis Factorial es una técnica estadística multivariante cuyo objetivo principal es la definición de una estructura subyacente en una matriz de datos. El análisis factorial permite resolver el problema del análisis de la estructura de las interrelaciones (correlaciones) existentes en un número elevado de variables y casos, definiendo un número de dimensiones comunes subyacentes, denominadas componentes.

El análisis factorial ha cobrado importancia debido a diversas bondades como lo es la reducción de datos, puesto que permite explicar una estructura subyacente que no puede ser observada a primera instancia de un conjunto de variables observables al encontrar un número reducido de factores subyacentes comunes (K factores) que linealmente reconstruyen las p variables originales (Guillermo et al, 2010):

$$x_{ij} = \lambda_{1j} f_{i1} + \lambda_{2j} f_{i2} + \dots + \lambda_{kj} f_{ik} + u_{ij} \quad (1)$$

Donde:

x_{ij} = Es el valor de la i-ésima observación de la j-ésima variable.

λ_{kj} = Es el conjunto de coeficientes lineales llamados cargas factoriales.

f_{ik} = Es la i-ésima observación del k-ésimo factor común (variable latente) con media 0 y varianza 1. u_{ij} = Es un término de error aleatorio conocido como el factor único o factor específico asociado a la j-ésima variable. Explica la variabilidad en x_j (incluyendo la varianza

ocasionada por errores asociados a la poca fiabilidad en la recolección de datos) que no es compartida con otras variables de la matriz de variables observadas.

Adicionalmente los factores únicos o específicos tienen media cero y no están correlacionados: $E(u_{ij}) = 0$; $Cov(f_{ik}, u_{ij}) = 0, \forall s \neq t$; además, son los factores comunes y específicos independientes:

$$Cov (f_{ik}, u_{ij}) = 0, \forall k = 1,2, \dots, K; j = 1,2, \dots, p. \quad (2)$$

Las variables observadas son únicamente las x_j y todos los demás elementos del lado derecho de la ecuación (2) deberán ser estimados partiendo de la matriz de correlaciones entre las variables observadas (Guillermo et al., 2010).

La varianza total de x_j está dada entonces por:

$$Var (x_j) = \lambda_1^2 j^2 + \lambda_2^2 j^2 + \dots + \lambda_k^2 j^2 + \psi_j^2 \quad (3)$$

Donde:

$\sum_{k=1}^K \lambda_k^2 j^2$ Es conocida como la varianza común, es decir, aquella que la variable x_j comparte con todas las otras variables en el análisis y ψ_j^2 es la varianza única o asociada solamente con la variable x_j .

En notación matricial se tiene:

$$X = \Lambda F + U \quad (4)$$

La ecuación (4) representa la llamada identidad fundamental del análisis factorial, donde Σ es la matriz varianza-covarianza teórica de las variables observadas, y Ψ representa la matriz de

varianza de los factores únicos o específicos.

Dentro de la variedad de métodos de extracción de factores que existen destaca el de máxima verosimilitud, utilizado generalmente cuando los datos tienen el comportamiento de una distribución normal; otro método es el de factores principales, el cual es una modalidad del de factores de componentes principales; uno más es el de factores principales iterados. El método de factores principales asume que las varianzas comunes son iguales a uno y por tanto las varianzas únicas son cero; el de factores iterados comienza con un procedimiento similar al de factores principales y se repite hasta que todas las cargas factoriales convergen.

No obstante, las bondades de los diferentes métodos de extracción de factores o estimación de cargas factoriales, se ha seleccionado el de componentes principales, puesto que se busca explicar la varianza total y no solamente la varianza común de la matriz de las variables originales, ya que se consideran tanto la varianza total y se estima los factores que contienen proporciones bajas de la varianza única y, en algunos casos, la varianza del error.

5.3 SUJETOS DE LA INVESTIGACIÓN

Se entiende por sujetos de la investigación, la caracterización del objeto de estudio, identificando con ello las fuentes de información para el investigador. Por lo tanto, personas seleccionadas dentro de las incubadoras de negocios que forman parte de los Centros de Educación Superior en el estado de Michoacán., a las cuales se les aplicaran los cuestionarios con el propósito de obtener información objetiva y trascendente para esta investigación.

Dentro de la investigación científica es de vital importancia el planteamiento de una metodología adecuada o como Rojas (1981) denomina trabajo de campo para garantizar las relaciones establecidas y los resultados o nuevos conocimientos obtenidos a partir de un máximo grado de exactitud y confiabilidad.

Científicamente la metodología es un procedimiento general para logra de manera precisa el

objetivo de la investigación, por lo cual nos presenta los métodos y técnicas para la realización de la investigación (Tamayo y Tamayo, 2004).

Un diseño metodológico, muestral y estadístico es primordial en la investigación, puesto que constituye la estructura sistemática (Tamayo y Tamayo, 2004) para analizar la información, que dentro del marco metodológico conduce a la interpretación de los resultados en función del problema investigado, así como los planteamientos teóricos de ese mismo diseño.

Por otro lado, en el proceso de investigación se hace referencia a dos temas que se tratan siempre juntos, pero que no existe semejanza entre uno y otro.

Cuando para un estudio se toma la totalidad de la población y por ello, no es necesario realizar un muestro para el estudio o investigación que se proyecta. Cuando esto ocurre se dice que se ha investigado en universo. No todas las investigaciones se pueden hacer a partir de un universo; además tampoco es necesario (Tamayo y Tamayo, 2004).

Por otro lado, Dietrich (1996) define al universo de un estudio como un conjunto o colectivo de personas que tienen, al menos, una característica (propiedad) en común, que interesa al investigador. Conociendo las características de estas personas componentes del universo a partir de tres formas: con la realización de un estudio piloto o censo o una encuesta (Stake, 1998).

Algunos autores utilizan el término población (Tecla y Garza, 1992; Salkind, 1998; Baena, 2002; Parnidas, 2002) puntualizando el concepto como un grupo de posibles participantes al cual el investigador desea generalizar los resultados del estudio. O como señala Padua (1979) “universo” o “población” son palabras utilizadas técnicamente para referirse al conjunto total de elementos que constituyen un área de interés analítico, es decir, lo que compone la población total está delimitado por la problemática de tipo teórico.

Por su parte, Hernández Sampieri (2006) señala que una población es un conjunto de todos los casos que concuerdan con una serie de especificaciones y las unidades de análisis son los sujetos, objetos, sucesos o comunidades de un estudio de las cuales se recolectará la

información.

Para que los resultados de un universo de estudio puedan ser atendidos y comprendidos en una investigación científica, la población tiene que ser específica, señalando sus características tales como la homogeneidad, la heterogeneidad, si es finita o infinita, localizada o dispersa, la ubicación y el tamaño de las personas por las que está compuesta.

De acuerdo con lo que se expresó anteriormente y para los efectos de esta investigación se consideraran u universo de estudio, el cual está conformado por los profesores que forman parte de las incubadoras de negocios como tutores de proyectos, así como los estudiantes que forman parte de las incubadoras de negocios con algún proyecto de negocios dentro de los centros de estudios superiores del estado de Michoacán.

Se entiende por sujetos de la investigación, la caracterización del objeto de estudio, identificando con ello las fuentes de información para el investigador. Por lo tanto, en esta investigación científica los sujetos de investigación son el número de estudiantes que son usuarios de las incubadoras dentro de sus instituciones educativas, así como los tutores que forman parte de las mismas; a los cuales se les aplicarán los cuestionarios con el propósito de obtener información objetiva y trascendente para esta investigación.

Por los limitantes de la investigación como son el tiempo, se tomarán solo las instituciones educativas las cuales cuentan con una incubadora de empresas en pleno funcionamiento.

5.4 HORIZONTE TEMPORAL Y ESPACIAL

Se refiere al tiempo que durará la investigación y el lugar o lugares donde se llevará a cabo la investigación.

El horizonte espacial de esta investigación corresponde a los centros de educación superior dentro del estado de Michoacán las cuales cuentan con una incubadora de negocios en funcionamiento. El horizonte temporal será el año 2018, el cual es el año en que se evaluará el número de estudiantes que actualmente están haciendo uso de la incubadora de negocios de

su institución educativa a través de un proyecto empresarial.

5.5 MUESTRA

De acuerdo con Hernández, *et.al.* (2010) la muestra es un subgrupo que la población, con la intención de que dicho grupo es un reflejo fiel del conjunto de la población. Por tanto, una vez que se obtiene el universo de estudio y que se ha definido claramente la población, se elige una cantidad de alumnos que forman parte de las incubadoras de negocios, así como de los profesores que fungen como tutores dentro de las mismas incubadoras que forman parte de las Centros de Educación Superior en el Estado de Michoacán.

a) ¿De qué depende el tamaño muestral?

El tamaño muestral dependerá de decisiones estadísticas y no estadísticas, pueden incluir por ejemplo la disponibilidad de los recursos, el presupuesto o el equipo que estará en campo.

Antes de calcular el tamaño de la muestra necesitamos determinar varias cosas:

1. Tamaño de la población. Una población es una colección bien definida de objetos o individuos que tienen características similares. Hablamos de dos tipos: población objetivo, que suele tener diversas características y también es conocida como la población teórica. La población accesible es la población sobre la que los investigadores aplicaran sus conclusiones.
2. Margen de error (intervalo de confianza). El margen de error es una estadística que expresa la cantidad de error de muestreo aleatorio en los resultados de una encuesta, es decir, es la medida estadística del número de veces de cada 100 que se espera que los resultados se encuentren dentro de un rango específico.
3. Nivel de confianza. Son intervalos aleatorios que se usan para acotar un valor con una determinada probabilidad alta. Por ejemplo, un intervalo de confianza de 95% significa que los resultados de una acción probablemente cubrirán las expectativas el 95% de las veces.

4. La desviación estándar. Es un índice numérico de la dispersión de un conjunto de datos (o población). Mientras mayor es la desviación estándar, mayor es la dispersión de la población.

Cálculo del tamaño de la muestra desconociendo el tamaño de la población

La fórmula para calcular el tamaño de muestra cuando se desconoce el tamaño de la población es la siguiente:

$$n = \frac{Z_a^2 \times p \times q}{d^2}$$

En donde:

Z = nivel de confianza,

P = probabilidad de éxito, o proporción esperada Q = probabilidad de fracaso

D = precisión (error máximo admisible en términos de proporción)

Cálculo del tamaño de la muestra conociendo el tamaño de la población

La fórmula para calcular el tamaño de muestra cuando se conoce el tamaño de la población es la siguiente:

$$n = \frac{N \times Z_a^2 \times p \times q}{d^2 \times (N - 1) + Z_a^2 \times p \times q}$$

En donde:

N = tamaño de la población Z = nivel de confianza

P = probabilidad de éxito, o proporción esperada Q = probabilidad de fracaso

D = precisión (Error máximo admisible en términos de proporción).

b) Tipos de muestreo

El muestreo es una herramienta para determinar qué parte de una población debemos analizar cuando no es posible realizar un censo. Depende de los objetivos del estudio el elegir una muestra probabilística o no probabilística.

c) Muestreo probabilístico

Se basa en el principio de equiprobabilidad, esto quiere decir que todos los individuos de la muestra seleccionada, tendrán las mismas probabilidades de ser elegidos. Lo anterior nos asegura que la muestra extraída contará con representatividad.

Al azar simple

- Sistemática
- Estratificada
- Conglomerados

Características:

- No hay discreción del investigador.
- Los elementos se seleccionan por reglas mecánicas.
- Hay error muestral.
- Se conoce la probabilidad de inclusión.

d) Muestreo no probabilístico

No sirven para hacer generalizaciones, pero sí para estudios exploratorios. En este tipo de muestras, se eligen a los individuos utilizando diferentes criterios relacionadas con las características de la investigación, no tienen la misma probabilidad de ser seleccionados ya que el investigador suele determinar la población objetivo.

- Por juicio u opinión.
- Por cuotas.
- De bola de nieve.
- De conveniencia.

Características:

- La muestra es discrecional
- Los elementos se seleccionan por facilidad conveniencia y no por reglas fijas
- No hay error muestral o no se puede calcular
- No se conoce la posibilidad de inclusión

e) Censo

Se denomina censo, en estadística descriptiva, al recuento de individuos que conforman una población estadística, definida como un conjunto de elementos de referencia sobre el que se realizan las observaciones. El censo de una población estadística consiste básicamente en obtener mediciones del número total de individuos mediante diversas técnicas de recuento; además este se realiza cada determinado período.

f) Censo y encuesta

El censo se lleva a cabo a través de la aplicación de un instrumento estandarizado o encuesta a toda la población objetivo; en esto, se proceden a medir todos los elementos de dicha población (Vivanco, 2005), luego, esta información sirve de marco para realizar futuros muestreos cuando no es posible realizar un censo, ya sean estos estadísticamente representativos (probabilísticos) o no (Naciones Unidas, 2010).

Así, si la población objetivo son los habitantes de una ciudad o país, para que el reelevamiento sea censal, todas las personas que habitan en la ciudad o país deben ser entrevistadas. Sin embargo, la pertinencia o no de realizar un procedimiento muestral o censal dependerá específicamente de las poblaciones y los tamaños de error existentes. Mientras que en el primer caso se observa la presencia de un error muestral, en la segunda se aprecia un error ajeno al muestreo (Vivanco, 2005).

En esta investigación se encontró que los Centros de Educación Superior que cuentan con incubadoras de negocios en el estado de Michoacán son 23, por lo que se consideró pertinente que no se utilizará muestra, y en su lugar se realizará un censo, es decir, aplicar los instrumentos de medición a toda la población.

Tabla 12. Incubadoras universitarias consideradas en la investigación.

Universidad
Instituto Tecnológico de Estudios Superiores de Monterrey (ITESM).
Instituto Tecnológico de Estudios Superiores de Zamora.
Instituto Tecnológico de Jiquilpan.
Instituto Tecnológico de La Piedad.
Instituto Tecnológico de Lázaro Cárdenas.
Instituto Tecnológico Superior de Pátzcuaro.
Instituto Tecnológico de Zitácuaro.
Instituto Tecnológico Superior de Apatzingán.

Instituto Tecnológico Superior de Coahuila.
Instituto Tecnológico Superior de Los Reyes.
Instituto Tecnológico de Morelia.
Instituto Tecnológico Superior de Tacámbaro.
Instituto Tecnológico Superior de Ciudad Hidalgo.
Instituto Tecnológico Superior de Uruapan.
Instituto Tecnológico Superior Purépecha.
Universidad de Morelia (UNIDEM)
Universidad del Valle de Atemajac (Plantel La Piedad).
Universidad del Valle de Atemajac (Plantel Zamora).
Universidad La Salle de Morelia.
Universidad Latina de América (UNLA).
Universidad Michoacana de San Nicolás de Hidalgo (UMSNH).
Universidad Tecnológica de Morelia (UTM).

Fuente: Elaboración propia con base en investigación de campo

5.6 RECOLECCIÓN Y PROCESAMIENTO DE DATOS

Una vez que se selecciona el diseño de investigación apropiada y la muestra adecuada, de acuerdo con el enfoque elegido (cualitativo, cuantitativo o mixto), problema de estudio e hipótesis, la siguiente etapa consiste en recolectar los datos pertinentes sobre variables, sucesos, contextos, categorías, comunidades u objetos involucrados en la investigación (Hernández, 2003).

Recolectar los datos implica tres actividades estrechamente vinculadas entre sí (Hernández, 2003).

1. Seleccionar un instrumento o método de recolección de los datos entre los disponibles en el área de estudio en el cual se inserte la investigación o desarrollar uno. Este instrumento debe ser válido y confiable, de lo contrario no se puede basar en sus resultados.
2. Aplicar este instrumento o método para recolectar datos. Es decir, obtener observaciones, registros o mediciones de variables, sucesos, contextos, categorías u objetos que son de interés para nuestro estudio.
3. Preparar observaciones, registros y mediciones obtenidas para que se analicen correctamente.

5.7 DISEÑO DEL INSTRUMENTO DE MEDICIÓN

La herramienta que se diseñó, son dos cuestionarios los cuales se componen por una serie de preguntas que encajan dentro de los perfiles de la variable independiente la cual evalúa a la variable dependiente. De acuerdo al marco teórico la variable a considerar dentro del instrumento de investigación es: diseño y gestión de modelos de incubadoras de empresas. Por lo que el cuestionario está enfocado en que cada pregunta sea respondida de acuerdo a la frecuencia de los conceptos dentro de las incubadoras aplicadas.

De esta manera se podrá identificar las fallas en la implementación de los programas dirigidos al apoyo emprendedor, y de manera más específica la falta de eficiencia en la utilización de los recursos y la efectividad para cumplir sus objetivos.

5.8 PRUEBA PILOTO

Es un ensayo inicial para verificar el funcionamiento de todos los elementos anteriores y corregir algunas fallas (Arias, 2007).

La tarea que debe realizar el investigador antes de iniciar la obtención de datos del estudio

definitivo, es la realización de una prueba piloto del cuestionario o cuestionarios, utilizando el o los instrumentos diseñados para la investigación. Esta tarea ayuda a corregir el plan de obtención de evidencia, tanto respecto a su contenido, como a los procedimientos que se seguirán. La prueba piloto es una prueba del funcionamiento del instrumento desarrollado y no una fase previa a dicha prueba. Las señales que proporciona la prueba piloto permiten hacer una revisión de las preguntas formuladas, facilitando que la investigación se mantenga de manera correcta en el desarrollo del trabajo de campo.

En esta investigación se aplicarán dos cuestionarios dentro de las incubadoras de negocios de los centros de educación superior, el primero será aplicado a los alumnos que forman parte de las incubadoras con un proyecto de negocios y este constará de 13 reactivos; mientras que el segundo cuestionario será aplicado a los profesores que forman parte de las incubadoras como tutores y este constará de 21 reactivos.

Para la prueba piloto se aplicaron 15 cuestionarios a estudiantes y 5 a profesores.

5.9 CONFIABILIDAD Y VALIDEZ

La confiabilidad y la validez son cualidades esenciales que deben estar presentes en todos los instrumentos de carácter científico para la recogida de datos. En palabras de Pérez (1998), si el instrumento o instrumentos reúnen estos requisitos habrá cierta garantía de los resultados obtenidos en un determinado estudio y, por lo tanto, las conclusiones pueden ser creíbles y merecedoras de una mayor confianza.

Uno de los mayores problemas que se debe evitar, es que la información obtenida no le permita responder a los objetivos de la investigación. Si los instrumentos no son validados, podrá encontrar una variada información, pero sin ninguna articulación con los propósitos y compromisos asumidos en la investigación.

Expertos (Fendel, Kurt, Taylormir, Winthther) aseguran que la información insuficiente obtenida en las investigaciones está vinculada a la elaboración incoherente e inconsistente de

los instrumentos de recopilación de datos. Muy probablemente, no fueron diseñados con agudeza y pensando en todo momento en los objetivos y propósitos de la investigación.

5.9.1 CONFIABILIDAD

La confiabilidad se refiere a la confianza que se tiene a los datos recolectados, debido a que hay una repetición constante, estable de la medida.

De acuerdo con Hernández *et.al.* (2010) todo instrumento de medición o recolección de datos debe contar con tres características indispensables que son confiabilidad, la validez y la objetividad.

Para la presente investigación se ha elegido el procedimiento del coeficiente alfa de Cronbach, utilizado por diversos investigadores para evaluar la consistencia interna de un instrumento de medición constituido por una escala Likert (Quero, 2010), además requiere de una sola aplicación del instrumento, produciendo valores que van de cero (0) a uno (1), en el que uno (1) significa máximo de confiabilidad y cero (0) nula confiabilidad, por lo que, mientras más cerca este de cero, significa que existirá mayor error en la medición (Aguilar, 2013) y (Hernández, *et.al.*,2010).

Esta técnica supone que los ítems están correlacionados positivamente unos con otros pues miden en cierto grado una entidad en común. De no ser así, no hay razón para creer que puedan estar correlacionados con otros ítems que pudiesen ser seleccionados, por lo que no podría haber una relación entre la prueba y otra similar.

La fórmula para calcular el alfa de Cronbach es la siguiente:

$$\alpha = \frac{K}{K-1} \left[1 - \frac{\sum S_i^2}{S_T^2} \right]$$

Donde:

α : Coeficiente de Alfa de Cronbach

S_i^2 : Sumatoria de Varianzas de los Ítems

K: El número de ítems

S_t^2 : Varianza de la suma de los Ítems

Luego de la aplicación de los cuestionarios, se prosiguió a verificar la confiabilidad de los instrumentos de medición, con el objeto de conocer si los datos arrojados por los mismos serian confiables.

Por tanto, se obtuvo que los alphas de Cronbach de los cuestionarios para recolectar información sobre los tutores y los alumnos dentro de las incubadoras de negocios de los IES en el estado de Michoacán, fueron de 0.752 para los tutores y de 0.937 para los alumnos, lo que indica que son instrumentos confiables.

Tabla 13 Estadísticos de confiabilidad del cuestionario aplicado a los profesores de la incubadora de negocios

Estadísticas de fiabilidad

Alfa de Cronbach	N de elementos
0.752	21

Fuente: Elaboración propia con base en investigación de campo

Tabla 14 Estadísticos de confiabilidad del cuestionario aplicado a los alumnos de las Incubadoras de negocios

Estadísticas de fiabilidad

Alfa de Cronbach	N de elementos
0.937	13

Fuente: Elaboración propia con base en investigación de campo

5.9.2 VALIDEZ

La validez se refiere si el instrumento para la recolección de datos mide lo que realmente debe de medir. Un instrumento de recolección es válido cuando mide de alguna manera demostrable aquello que trata de medir, libre de distorsiones sistemáticas.

De acuerdo con Hernández *et.al.* (2010), se puede decir de manera general, que la validez es el grado en que el instrumento realmente mide la variable que pretende medir. Además, existen diferentes tipos de validez:

La validez del contenido es el grado en que el instrumento refleja un dominio específico de contenido de lo que se mide, esto es, el grado en que la medición representa a la variable medida (Hernández, *et.al.*, 2010). En ésta investigación se incluye la variable independiente Diseño y gestión de modelos de incubadoras de empresas; como la variable dependiente Emprendimiento dentro de las universidades.

La validez de criterio es validar el instrumento de medición mediante la comparación con algún criterio externo que busque medir lo mismo. En ésta investigación, la validez de criterio se obtuvo al comparar el instrumento con otras investigaciones similares.

La validez de constructo se realiza comparando la información obtenida con la teoría, para determinar la relación con los conceptos utilizados (Agustín, 2011). No se puede realizar una validación de constructo si no existe un marco teórico que sustente a la variable, en relación con otras variables (Hernández, *et.al.*, 2010). En cuanto a esta investigación, el marco teórico soporta a las variables relacionadas a los conceptos medidos. Cabe mencionar que el instrumento de medición puede ser confiable, pero ello no implica que sea válido. Por esta razón se requiere que el instrumento sea tanto confiable como válido.

CAPÍTULO 6 RESULTADOS Y ANÁLISIS DE LOS DATOS

Para la medición de la percepción del diseño y gestión de modelos de incubación de empresas universitarias, se tomaron como base las variables propuestas por el Monitor Global de Emprendimiento (GEM), de las cuales, y de acuerdo con la revisión bibliográfica, se seleccionaron 7 variables independientes que fueron consideradas como las más relacionadas con el diseño y gestión de modelos de incubación de empresas. Las variables en cuestión fueron sometidas a escrutinio según la percepción de estudiantes que pertenecen a las incubadoras universitarias, así como los profesores que cumplen la función de asesores dentro de la misma, basados en su experiencia, pudieron aportar una opinión diseño y gestión de modelos de incubación de empresas universitarias en Michoacán.

Los resultados de la validación de los instrumentos de recolección de datos (cuestionarios) y del trabajo de campo efectuado con la ayuda de dicho instrumento se presentan enseguida con el fin de darles la mejor interpretación para poder llegar a las conclusiones finales.

6.1 RESULTADOS OBTENIDOS

Al realizar un estudio sobre cualquier temática y particularmente en el área de las ciencias sociales el investigador generalmente busca una combinación de variables cuantitativas y cualitativas, cosa que puede hacer el estudio más complejo, pero a su vez más rico lo que permite que los resultados e interpretaciones sean certeras, debido a esto se han desarrollado técnicas de análisis multivariado como lo son los métodos factoriales y de clasificación (Pérez, 2006). En este capítulo se analiza y detalla la metodología del Análisis Factorial de Correspondencias, así como las variables a utilizar para medir el diseño y gestión de modelos de incubación.

La información que se recolectó con los instrumentos de medición y fue procesada con el programa SPSS (Statistical Package for the Social Sciences) versión 22 para Windows, la metodología utilizada para el análisis de los resultados fue el análisis factorial de correspondencias, el cual es una técnica multivariante que nos permite analizar la varianza común a todas las variables de estudio partiendo de una matriz de correlaciones con el fin de llegar a una simplificación de la información obtenida, es decir, que para este tipo de análisis

se va a operar con dichas correlaciones elevadas al cuadrado ya que de esta manera expresan la proporción de varianza común entre las variables (Morales, 2013).

En la práctica los dos métodos más comunes en el análisis factorial son el de componentes principales y el de factores o ejes principales. Para entender un poco mejor las diferencias entre ambos cabe señalar que la varianza total, componente esencial para cualquiera de los métodos, a su vez se compone de tres elementos principales:

1) La varianza común también conocida como comunalidad y que consiste en la proporción de varianza de las variables que es explicada por los factores comunes. 2) La varianza específica que consiste en el tanto por ciento de varianza particular de cada variable. 3) La varianza de error que comprende el porcentaje no explicado de la varianza y que se puede deber al error de medición.

El método que explica una mayor proporción de la varianza es el de componentes principales dado que analiza tanto la varianza específica como la varianza de error a diferencia del método de factores principales que solo analiza la varianza común, por lo que el primero es conocido por ser el más común para el análisis factorial (Pérez et al, 2010).

Una vez que se ha hecho el levantamiento de datos y cuando se ha trabajado con una cantidad considerable de variables, es importante reducir la tabla de datos tanto como sea posible para poder quedarse con menos variables mismas que van a ser en una combinación de las variables iniciales y que permitan sintetizar la mayor parte de la información, a estas últimas variables se les llama componentes principales y cuentan con la característica de poder explicar en un alto grado porcentaje la variabilidad de las variables iniciales (Pérez, 2004).

El análisis factorial indica cuál es la tendencia de los ítems o variables a agruparse al analizar cuál es el contenido conceptual los ítems que pertenecen a un mismo factor, de esta manera se puede llegar a explicar qué factores subyacentes (también llamados constructos) explican el grado de correlación entre ítems. Este tipo de análisis aplicado a un instrumento de medición es útil para establecer cuál es la validez de constructo de aquello que se está midiendo ya que analiza su estructura e indica hasta qué punto se puede interpretar ese constructo como unidimensional, aunque la interpretación no siempre resulta del todo clara y en ocasiones hay

que tomar los resultados del análisis más desde el punto de vista descriptivo que desde un enfoque explicativo (Morales, 2013).

Cabe recordar que las encuestas se aplicaron tanto a los alumnos como a los tutores que forman parte de las incubadoras dentro de las Instituciones de Educación Superior (IES) del estado, se obtuvieron los siguientes resultados.

Con la primera sección del cuestionario aplicado a los estudiantes, se obtuvieron datos de carácter general del encuestado, encontrando que de los 376 encuestados el 79.8% son hombres y el 20.2% mujeres; la edad de las personas encuestadas varía de 18 años o más joven a 35 años o más mayor.

A continuación, se presentan los resultados por variable.

6.2 RESULTADOS DE LOS CUESTIONARIOS APLICADOS

En esta sección se llevará a cabo la presentación de los resultados obtenidos para cada una de las variables, así como la interpretación de los resultados por variable utilizadas para realizar los ítems tanto para el cuestionario aplicado a los estudiantes que se encuentran dentro de la incubadora de su centro de estudios a través de algún proyecto emprendedor, los cuales tuvieron la oportunidad de compartir su opinión acerca de las necesidades y requerimientos en cuanto a innovación, tecnología y Políticas Públicas para el mejor diseño de una incubadora con base en su experiencia dentro de la misma; del mismo modo los tutores que los apoyan dentro del centro de incubación tuvieron la oportunidad de darnos a conocer cuáles podrían ser las mejores opciones al momento de gestionar los recursos los cuales se dividieron en organización, recursos humanos, infraestructura e incubadora.

El Análisis Factorial de Correspondencias consta las pruebas de confiabilidad, el cálculo de la matriz que exprese la variabilidad conjunta de las variables, la extracción del número óptimo de factores y la rotación de soluciones para facilitar su interpretación.

A continuación, se detallan las fases mencionadas.

Se utilizó para ver la parte del diseño de modelos de incubadoras, y para esto, se trabajó con las variables independientes Innovación, tecnología y Políticas Públicas, siendo la variable dependiente Diseño de modelos de incubadoras de empresas. En el segundo cuestionario, el cual fue aplicado a profesores que se desempeñan dentro de las incubadoras negocios de los IES, se utilizó para observar la parte de la Gestión de modelos de incubación de empresas; para lo cual se utilizaron las variables independientes organización, incubación, recursos humanos e infraestructura, y la dependiente Gestión de modelos de incubadoras de empresas. Se hizo la limpieza y reducción de datos para después crear las variables sintéticas con los ítems que tuvieron los mejores coeficientes en el análisis factorial.

A continuación, se muestran los resultados arrojados por el SPSS:

6.2.1 RESULTADOS DEL CUESTIONARIO APLICADO A ALUMNOS EN EL DISEÑO DE MODELOS DE INCUBADORAS DE NEGOCIOS UNIVERSITARIAS

6.2.1.1 ESTADÍSTICOS DESCRIPTIVOS

En este apartado se muestran los resultados por variable del cuestionario aplicado a los alumnos a modo de gráficas para conocer sus opiniones:

a) Variable Políticas Públicas

Políticas Públicas

Respecto a la importancia en la existencia de programas gubernamentales que apoyen los proyectos de incubadoras universitarias los alumnos se pronunciaron indiferentes en un 3.72% mientras que el 14.36% dijo estar de acuerdo y finalmente el 81.91% comentó estar totalmente de acuerdo.

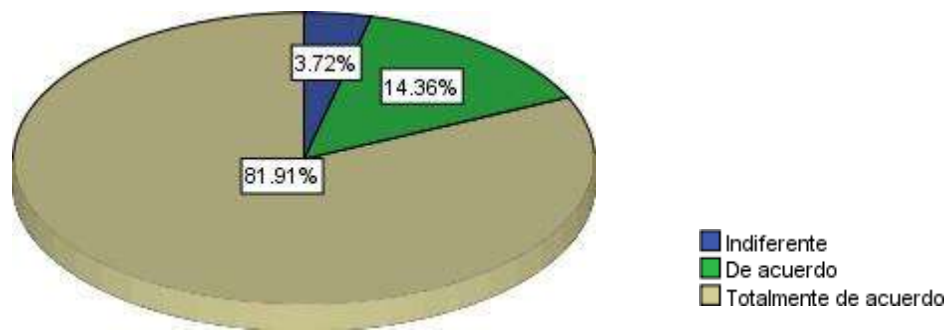


Fig. 1 Políticas Públicas - existencia de programas gubernamentales de apoyo a proyectos de incubadoras universitarias.

En relación a la participación activa de planes y programas de gobierno en conjunto con la Universidad para llevar a cabo los emprendimientos, los alumnos se pronunciaron indiferentes en un 2.66%, de acuerdo en un 23.40% y totalmente de acuerdo con un 73.84%.

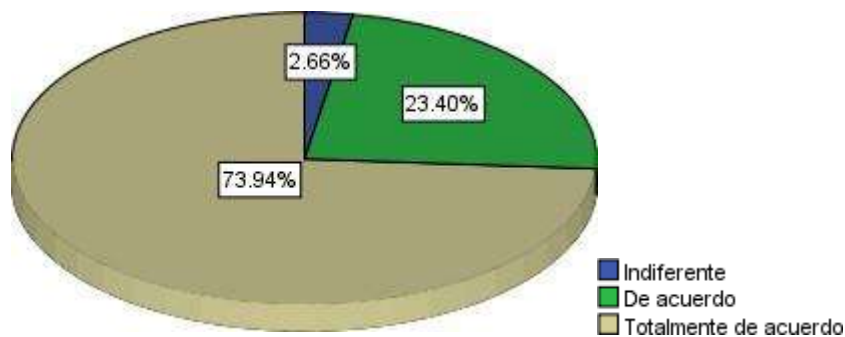
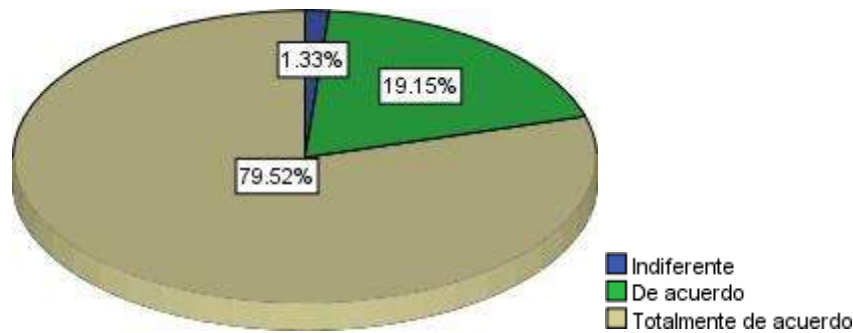


Fig. 2 Políticas Públicas - participación activa de planes y programas de gobierno en conjunto con la Universidad.

Finalmente, el 1.33% opinaron sentirse indiferentes acerca de la importancia en referencia a la existencia de políticas públicas que apoyen directamente a los emprendedores universitarios mientras que el 19.15% dijo estar de acuerdo y el 79.52% se pronunció totalmente de acuerdo con esta acción.

Fig. 3 Políticas Públicas - existencia de políticas públicas que apoyen directamente a los emprendedores universitarios.



b) *Variable Tecnología*

En cuanto a la variable tecnología, el 0.80% de los alumnos se mostró en desacuerdo, el 0.53% indiferente, 41.22% de acuerdo y finalmente, el 57.45% respecto a si los productos de proyectos universitarios actuales y tesis que proponen nuevas tecnologías se deberían promocionar en concursos, congresos, entre otros.

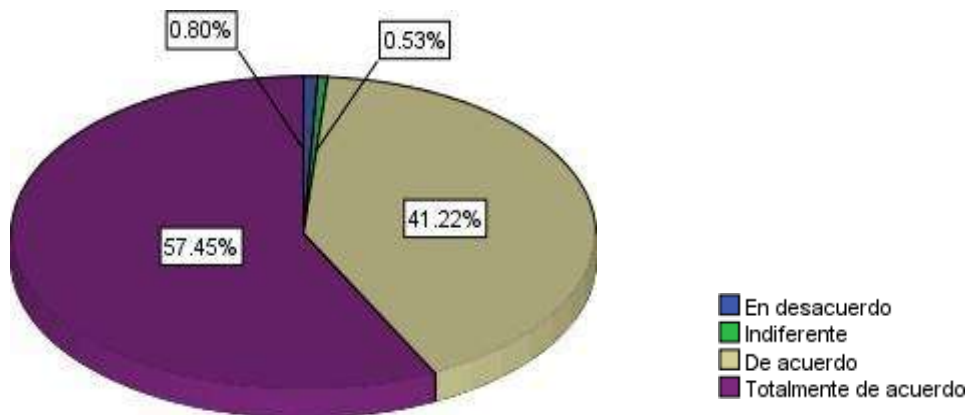


Fig. 4 Tecnología – promoción de proyectos universitarios actuales y tesis que proponen nuevas tecnologías.

El 0.80 de los estudiantes están en desacuerdo en que sea importante que los proyectos curriculares o tesis de investigación cuenten con una asesoría necesaria para convertir el producto final en un producto viable en el mercado, mientras que 1.33% se mostró indiferente, 19.15% de acuerdo y por último 78.72% se mostraron totalmente de acuerdo.

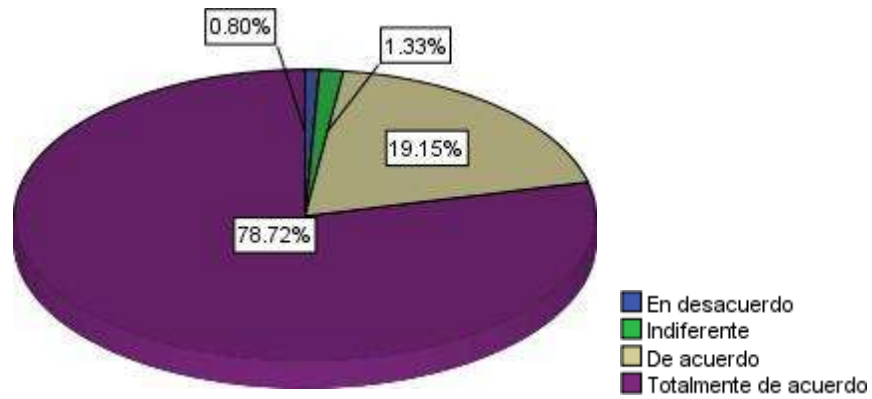


Fig. 5 Tecnología – asesoría necesaria para convertir el producto final en un producto viable en el mercado.

En cuanto a si se debe brindar el personal suficiente tanto para el inicio, como para la consolidación de operaciones en los proyectos universitarios, se tiene que, 6.38% se mostró indiferente, 38.30% de acuerdo y 55.32% totalmente de acuerdo.

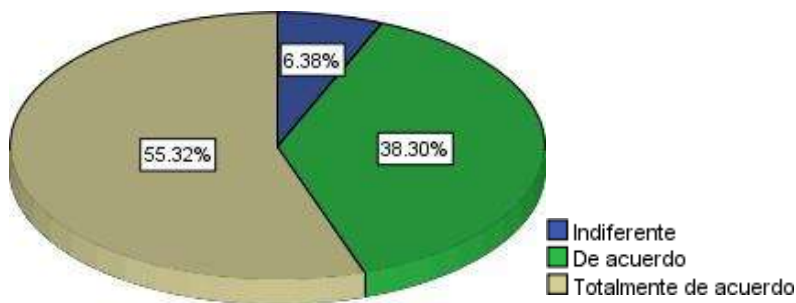


Fig. 6 Tecnología – personal suficiente tanto para el inicio, como para la consolidación de operaciones en los proyectos.

En referencia a la importancia de asesorías especializadas, para el inicio, como para la consolidación de operaciones, el 31.91% estuvo de acuerdo, mientras el 68.09% se mostró totalmente de acuerdo.

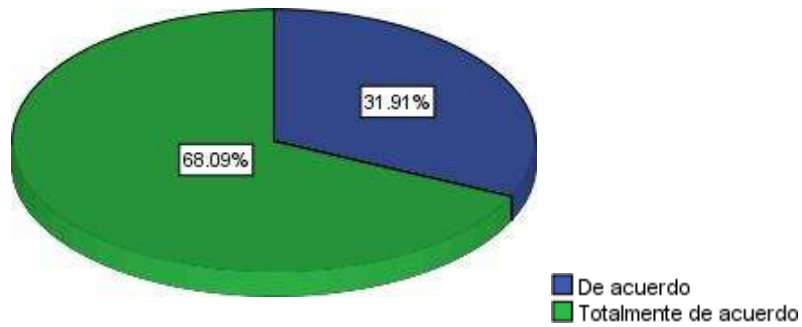


Fig. 7 Tecnología – asesorías especializadas, para el inicio, como para la consolidación de operaciones.

Al referirnos a la importancia de la infraestructura física y tecnológica, tanto para el inicio, como para la consolidación de operaciones solo el 1.86% de los estudiantes se manifestaron indiferentes, mientras que el 31.38 % y el 66.76% se mostraron de acuerdo y totalmente de acuerdo respectivamente.

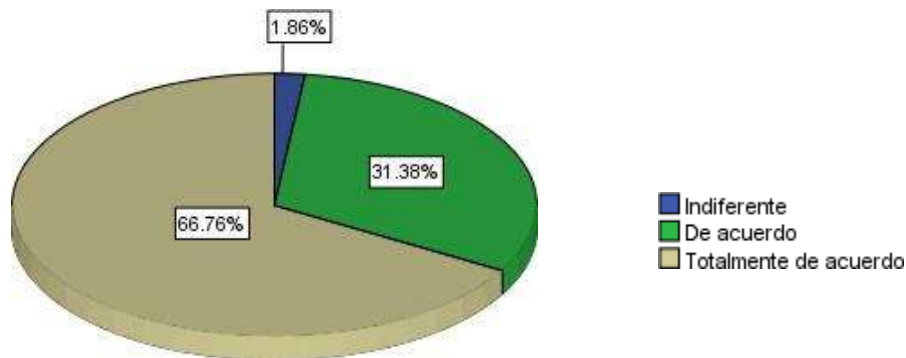


Fig. 8 Tecnología – infraestructura física y tecnológica, para el inicio, como para la consolidación de operaciones.

La importancia que le dieron los estudiantes a la implementación de una Incubadora de Empresa asociada a la universidad como planes de emprendimiento universitarios fue la siguiente: el 1.60% se dijo indiferente, el 31.38% consideró importante en contar con una incubadora y finalmente el 67.02% se consideraron totalmente de acuerdo.

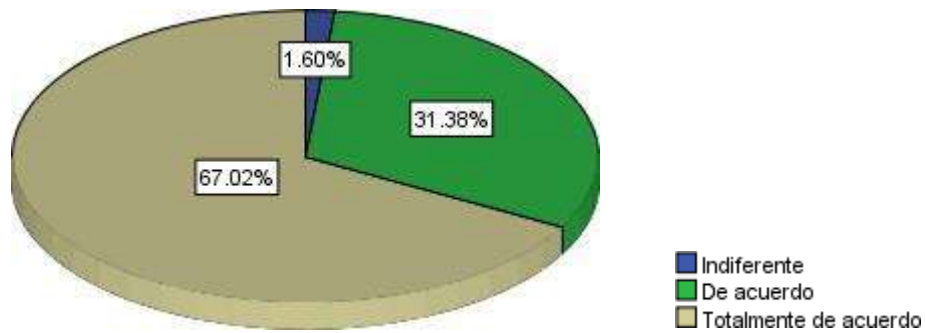


Fig. 9 Tecnología - implementación de una Incubadora de Empresa asociada a la universidad.

c) *Variable Innovación*

En lo que respecta a la variable Innovación, en los resultados obtenidos se aprecia que de los alumnos encuestados el 0.80% consideran indiferente, el 22.87% de acuerdo y el 76.33% totalmente de acuerdo en que los proyectos universitarios de innovación tecnológica actuales deben contar con el apoyo necesario para su despliegue en el mercado.

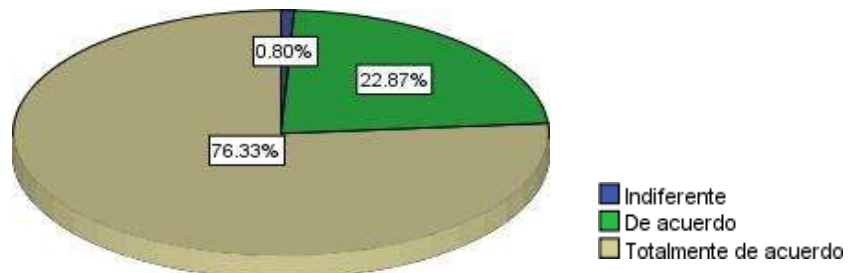


Fig. 10 Innovación - apoyo necesario para su despliegue en el mercado

De la misma manera 0.80 % de los encuestados se consideraron en desacuerdo, 2.13 % indiferentes, 38.83% de acuerdo y 58.24% totalmente de acuerdo en cuanto a si los proyectos universitarios actuales poseen la capacidad para que sean considerados como productos que pueden ser utilizados para emprender una actividad independiente y creación de una empresa propia.

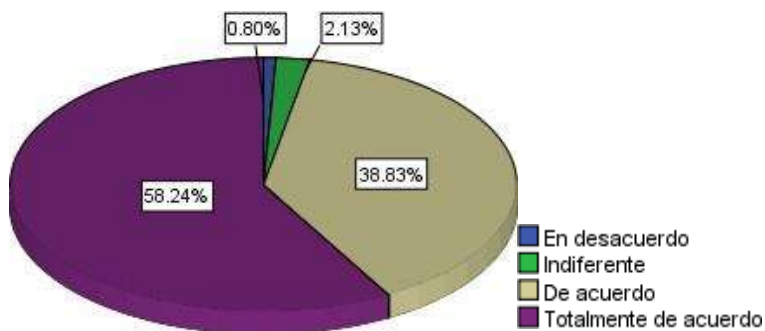


Fig. 11 Innovación - capacidad para que sean considerados productos para emprender una actividad independiente.

En cuanto a los mecanismos de financiamiento o capital necesario, el 29.52% está de acuerdo, mientras que el 70.48% están totalmente de acuerdo en cuanto a que son necesarios para formar nuevos emprendimientos.

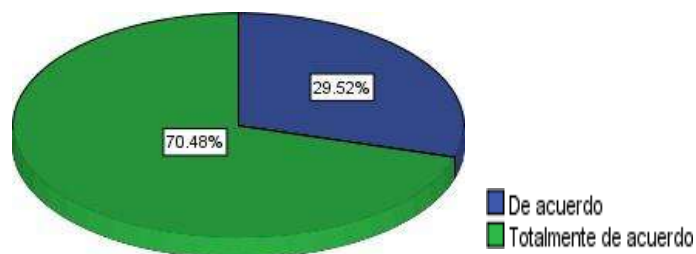


Fig. 12 Innovación – mecanismos de financiamiento o capital necesario para la formación de emprendimientos.

En lo referente a la participación de personal docentes, principales autoridades y profesores para la implementación de los proyectos, el 11.70% se mostró indiferente, el 31.38% dijo estar de acuerdo y finalmente, el 56.91% estuvo totalmente de acuerdo.

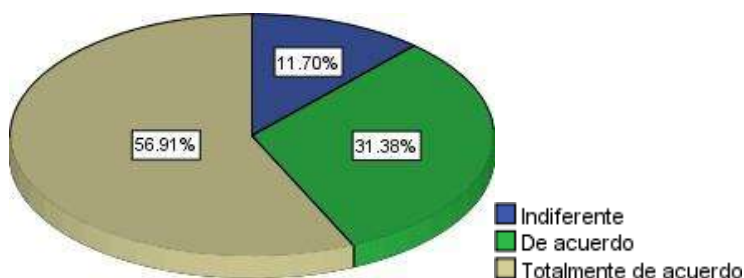


Fig. 13 Innovación – participación de personal docente, principales autoridades y profesores en los proyectos.

6.2.1.2 ANÁLISIS FACTORIAL POR CORRESPONDENCIAS

A continuación, se presentan los resultados del análisis factorial basado en las percepciones recogidas de los alumnos mediante el trabajo de campo.

La metodología del análisis consiste en primer lugar hacer un análisis factorial de correspondencias de la variable completa para determinar si todos los ítems que la componen son útiles, es decir, si son pertinentes con la variable asignada de no ser así se eliminan para reducir datos; a partir de ahí se crea una variable sintética compuesta por las medias de los datos que tiene cada ítem que conforme la variable, con una ponderación dada por el propio sistema a través del método estadístico de componentes principales y expresado en las tablas de comunalidades de cada variable. Por lo que cada una de estas nuevas variables tendrán tienen un peso igual a las demás.

Para el análisis de los datos obtenidos de los alumnos se incluye la Matriz de componentes resultante de cada variable propuesta, las variables fueron sometidas al análisis de componentes principales para determinar de cuántos componentes se integraría la variable y así poder saber qué ítems eran los representativos y cuáles podían ser demasiado ambiguos para ser considerados determinantes de la variable dependiente.

Algunas de las variables con más de un ítem resultaron tener dos componentes principales por lo que ya fue necesario realizar una rotación de componentes en esos casos.

a) *Variable Políticas Públicas*

Pruebas de confiabilidad

Análisis factorial Políticas Públicas

Matriz de componentes variable Políticas Públicas ^a

	Componente 1
Imp. de programas gubernamentales de apoyo a incubadoras universitarias	0.861
PP que apoyen a los emprendedores universitarios	0.842
Participación activa del gobierno	0.807

Fuente: Elaboración propia con base en el análisis factorial.

En la variable políticas públicas los ítems relacionados se ubicaron en un solo componente con un grado de correlación distinto, aunque muy próximos, lo que significa, en este caso, que la variable importancia de programas gubernamentales de apoyo a incubadoras universitarias explica mejor la variable Políticas Públicas.

b) *Variable Tecnología*

Pruebas de confiabilidad

Análisis factorial Tecnología

Matriz de componente rotado ^a

	1	2
Implementación de incubadoras en las universidades	0.907	
Infraestructura física y tecnológica	0.862	
Asesorías especializadas	0.795	
Promoción de productos y tesis		0.877
Personal suficiente		0.876

Fuente: Elaboración propia con base en el análisis factorial.

En la variable tecnología los ítems relacionados se ubicaron en dos componentes con diferentes niveles de correlación teniendo como al más cercano al ítem Implementación de incubadoras en las universidades.

c) *Variable Innovación*

Pruebas de confiabilidad

Análisis factorial Innovación

Matriz de componente rotado ^a

	Componente	
	1	2
Promoción de productos y tesis	0.94094	
Mecanismos de financiamiento	0.819	
Participación de personal docente y directivos		0.925
Apoyo para despliegue en el mercado		0.783

Fuente: Elaboración propia con base en el análisis factorial.

En la variable innovación los ítems relacionados se ubicaron en dos componentes con diferentes niveles de correlación teniendo como al más cercano al ítem Promoción de productos y tesis.

6.2.1.3 ANÁLISIS FACTORIAL DE LA VARIABLE DISEÑO DE MODELOS DE INCUBACIÓN

A continuación, se presentan las comunalidades de la variable diseño del modelo de incubación, la cual, en la columna de extracción, muestra que la representación es significativa para todos los indicadores, de igual forma, se puede observar que los indicadores tecnología y políticas públicas son los más significativos con .990 y .915 respectivamente.

Comunalidades

		Extracción
Innovación	1	0.907
Tecnología	1	0.99
Políticas Públicas	1	0.915

Fuente: Elaboración propia con base en el análisis factorial.

Varianza total explicada

Autovalores iniciales

	Total	% de varianza	% acumulado
1	1.802	60.053	60.053
2	1.01	33.674	93.727
3	0.188	6.273	100

Fuente: Elaboración propia con base en el análisis factorial.

Prueba de KMO y Bartlett

Medida Kaiser-Meyer-Olkin de adecuación de muestreo		0.864
Prueba de esfericidad de Bartlett	Aprox. Chi- cuadrado	26.305
	GI	6
	Sig.	0

Fuente: Elaboración propia con base en el análisis factorial.

6.2.2 RESULTADO DEL CUESTIONARIO APLICADO A PROFESORES EN LA GESTIÓN DE MODELOS DE INCUBADORAS DE NEGOCIOS UNIVERSITARIAS

6.2.2.1 ESTADÍSTICOS DESCRIPTIVOS

En este apartado se muestran los resultados del cuestionario aplicado a los profesores a modo de gráficas para conocer sus opiniones:

a) *Variable Organización*

En lo referente a contar con un plan estratégico dentro de la incubadora, el 14.85% de los profesores que forman parte de las incubadoras dijeron estar de acuerdo, mientras que el 85.15% se pronunciaron totalmente de acuerdo.

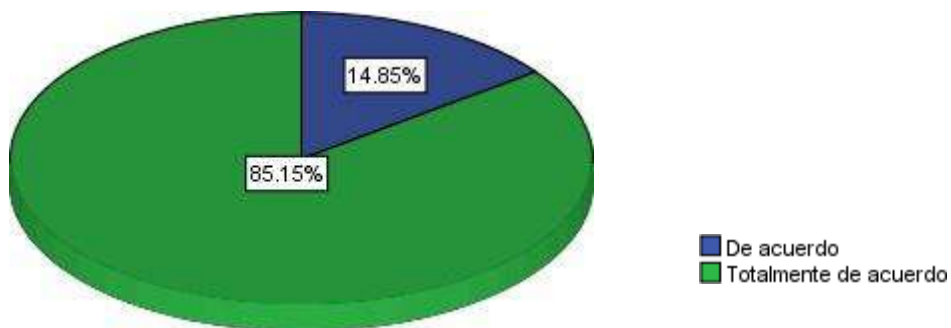


Fig. 14 Organización - existencia de un plan estratégico dentro de la incubadora de negocios.

En relación a contar con un sistema de indicadores que les permita monitorear el avance de la organización, los tutores dividieron su opinión, siendo un 30.69% quienes opinaron estar de acuerdo, y el 69.31% totalmente de acuerdo.

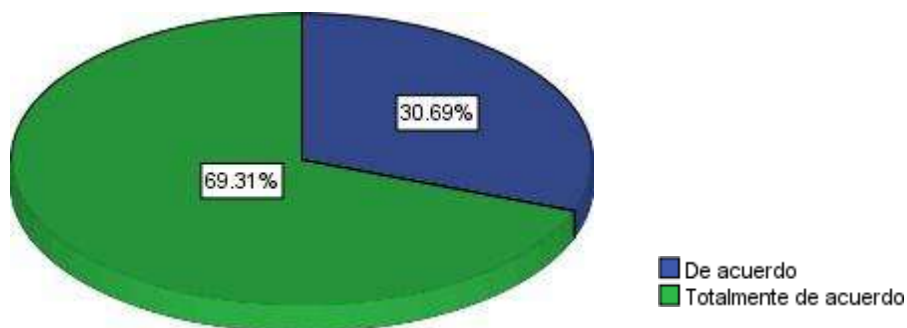


Fig. 15 Organización - sistema de indicadores que les permita monitorear el avance de la organización

El 38.61% dijo estar de acuerdo con documentar sus lecciones aprendidas y lograr implementarlas como mejoras en sus procesos, mientras que el 61.39% afirma estar

totalmente de acuerdo con llevar a cabo este proceso.

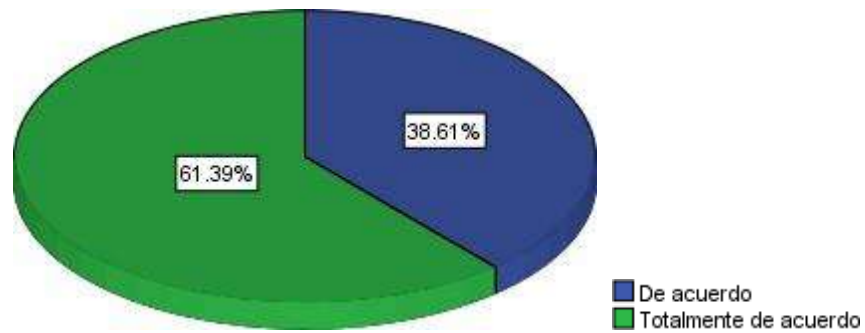


Fig. 16 Organización – documentación de lecciones aprendidas e implementación.

Los tutores de las incubadoras de negocios consideran estar de acuerdo en un 21.78% con relación a si las incubadoras deberían obtener algún tipo de ingreso por los servicios prestados a los emprendedores, mientras que el 78.22% dijo estar totalmente de acuerdo.

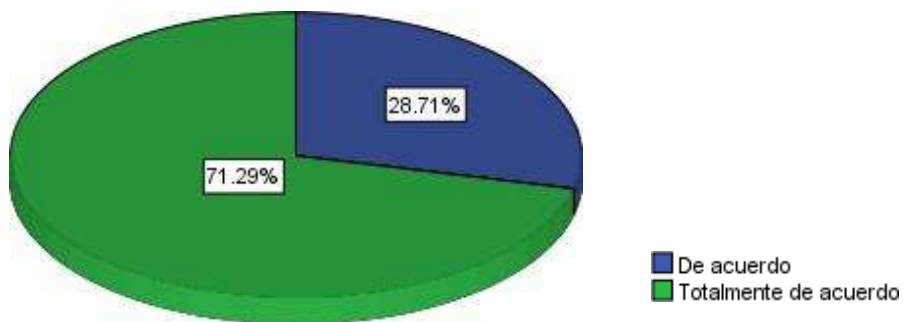


Fig. 17 Organización – obtención de algún tipo de ingreso por los servicios prestados a los emprendedores.

Con relación al ítem anterior, a los tutores se les cuestionó si consideraban que las incubadoras podrían ser económicamente sostenibles con los ingresos por los servicios prestados a los emprendedores, a lo cual respondieron estar de acuerdo en un 28.71% y totalmente de acuerdo el 71.29%.

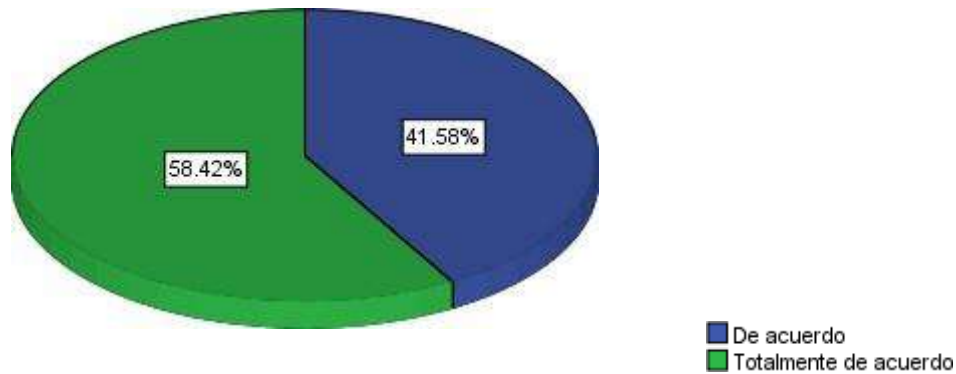


Fig. 18 Organización – incubadoras económicamente sostenibles con los ingresos por los servicios prestados.

En referencia a si la incubadora debe contar con una estrategia y plan de búsqueda de emprendimientos consistente, los tutores comentaron estar de acuerdo en un 41.58%, mientras que el 58.42% se pronunciaron totalmente de acuerdo con esta estrategia.

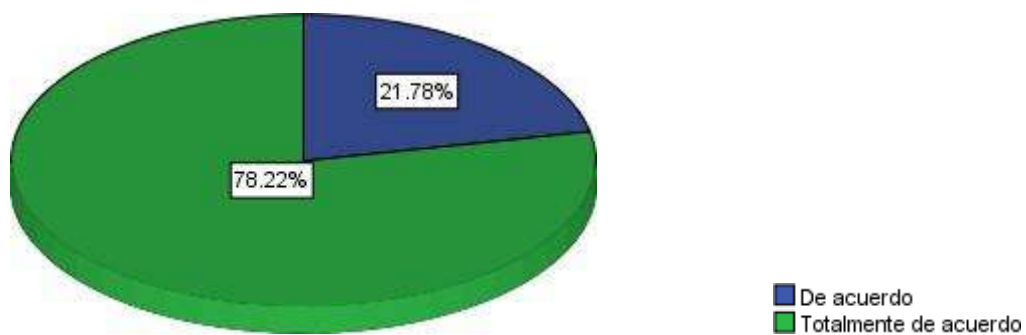


Fig. 19 Organización- estrategia y plan de búsqueda de emprendimientos

b) *Variable Infraestructura*

En relación a la infraestructura de la incubadora de negocios, el 20.79% dijo estar de acuerdo en que el espacio de la incubadora es el adecuado, mientras que el 79.21% considera estar totalmente de acuerdo con el espacio con el que cuentan.

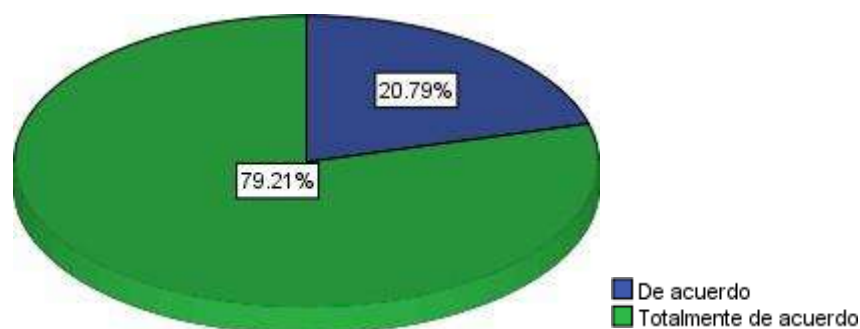


Fig. 20 Infraestructura - espacio de trabajo de la incubadora adecuado.

En referencia a la importancia de contar con el equipo de cómputo adecuado dentro de las incubadoras los tutores se movieron entre tres respuestas distintas, mostrándose indiferentes en un 1.98%, de acuerdo en un 13.86% y 84.15% estando totalmente de acuerdo.

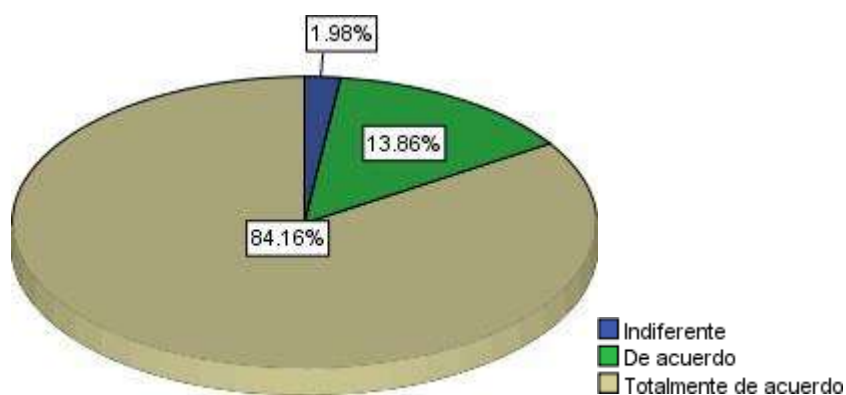


Fig. 21 Infraestructura - equipo de cómputo adecuado dentro de las incubadoras.

En relación a la importancia de renovación del equipo de cómputo dentro de las incubadoras los tutores se movieron entre dos respuestas distintas, mostrándose de acuerdo en un 41.58% y 58.42% estando totalmente de acuerdo.

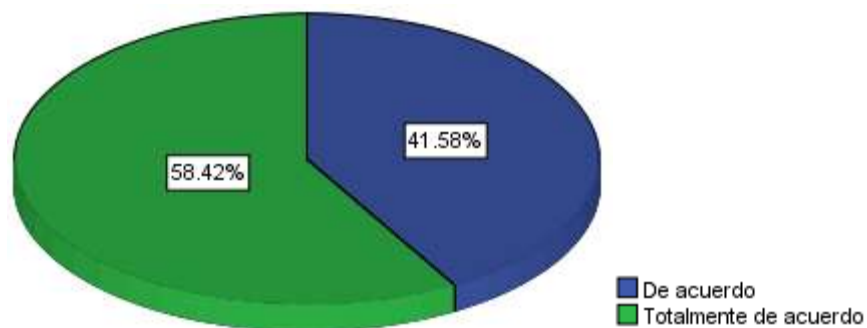


Fig. 22 Infraestructura – renovación de equipo de cómputo en las incubadoras.

c) *Variable Recursos Humanos*

En cuanto a la parte de los recursos humanos, se les cuestionó a los tutores cuanto era el tiempo que llevaba a cargo el director de la incubadora dentro de actividades de apoyo al emprendimiento, ya que entre más tiempo esto se verá reflejado en los conocimientos acerca de los diferentes programas a los que pueden acercarse para poder desarrollar el proyecto una vez que este haya pasado la etapa de pre incubación.

En este sentido el 42.57% de los encuestados comentó que el director tenía al frente de la incubadora 5 años, mientras que el 57.43% dijo tener más de 5 años en el puesto.

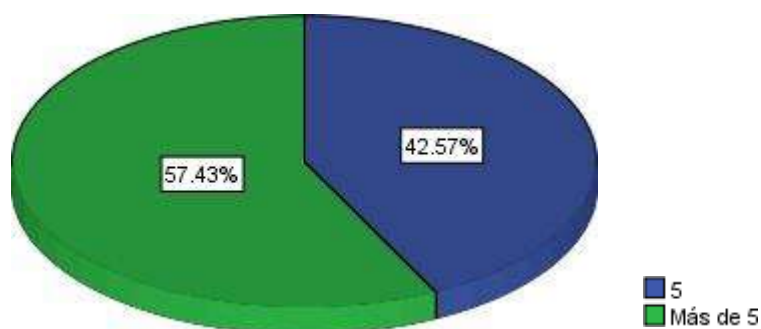


Fig. 23 Recursos Humanos– tiempo del director de la incubadora en actividades de apoyo al emprendimiento.

Acerca de la opinión de si el director de la incubadora debe permanecer en el puesto como mínimo tres años, el 18.82% dijeron estar de acuerdo mientras que el 82.18% se pronunciaron totalmente de acuerdo.

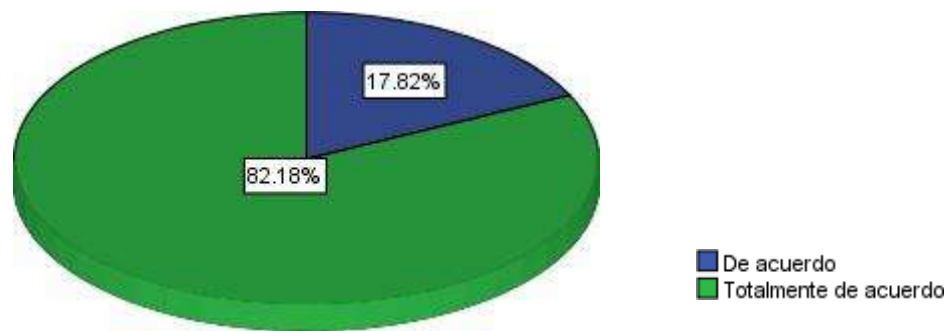


Fig. 24 Recursos Humanos – permanencia del director de la incubadora en el puesto de por lo menos tres años.

Se les cuestionó a los tutores acerca de la cantidad de mentores activos con la que cuenta la incubadora (en la selección y acompañamiento) a lo que el 13.86% comentó que cuenta de 5 a 6 tutores y el 86.14% con 7 o más.

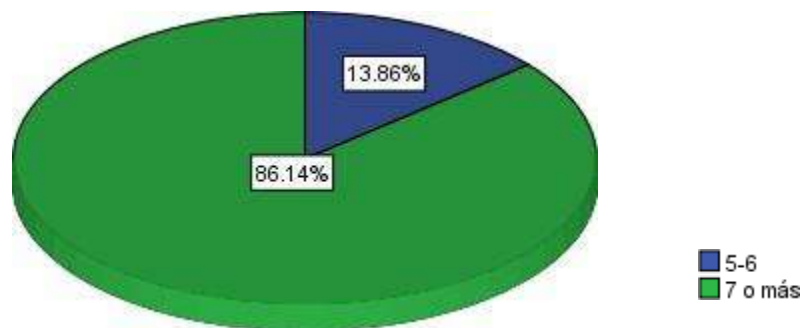


Fig. 25 Recursos Humanos – cantidad de mentores activos con la que cuenta la incubadora.

Para poder darnos una idea acerca de la experiencia de los tutores dentro de la incubadora se les cuestionó acerca de la proporción del total del personal que tiene una antigüedad de por lo menos 1 año dentro de la misma, a lo que se tuvo como respuesta que el 26.73% del personal cuenta con una antigüedad de por lo menos un año, mientras que el 73.27% cuenta con experiencia de más de un año dentro de la incubadora de empresas.

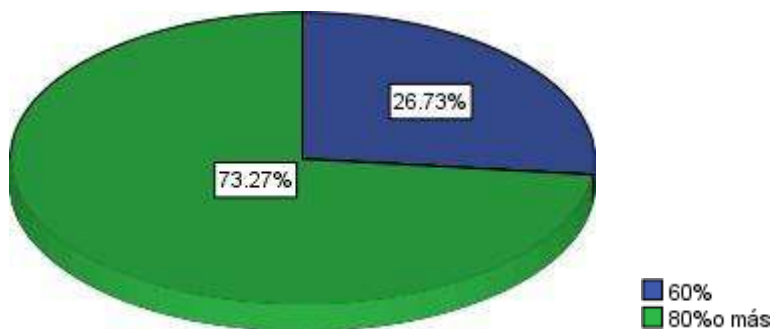


Fig. 26 Recursos Humanos– experiencia de mentores dentro de la incubadora.

d) *Variable Incubación*

Finalmente se tomó la tarea de encuestar a los tutores en relación a la incubadora de negocios a la que pertenecen, todo esto para darnos una idea más clara acerca de las necesidades de las mismas.

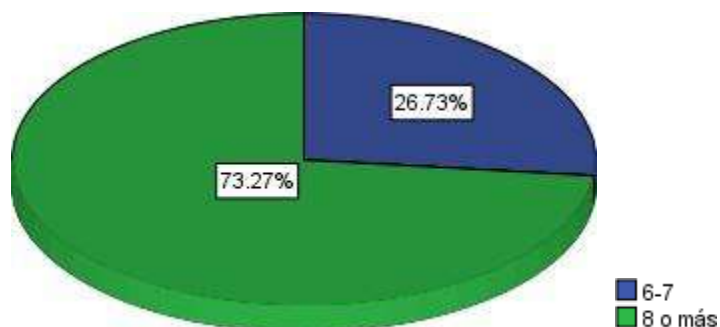


Fig. 27 Incubadora – proyectos atendidos en el año.

Acerca de la proporción de aumento en la cantidad de proyectos atendidos respecto al año anterior el 26.73% de las incubadoras dijo haberlos aumentando en un 60%, mientras que el 73.27% comentó haber tenido un aumento de más de 80% con relación al año anterior.

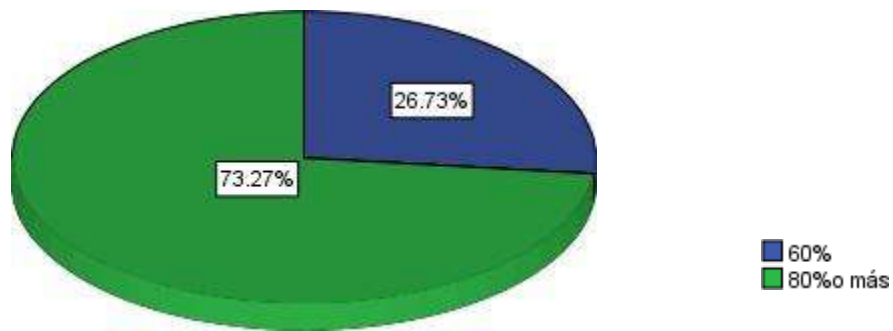


Fig. 28 Incubadora – aumento en la cantidad de proyectos atendidos en proporción al año anterior.

Respecto a contar con un manual de procedimientos estructurado y documentado en las incubadoras de negocios que forman parte de esta investigación, el 30.69% de los encuestados dijo estar de acuerdo, mientras el 69.31% se manifestó totalmente de acuerdo en cuanto a la importancia de contar con dicho manual.

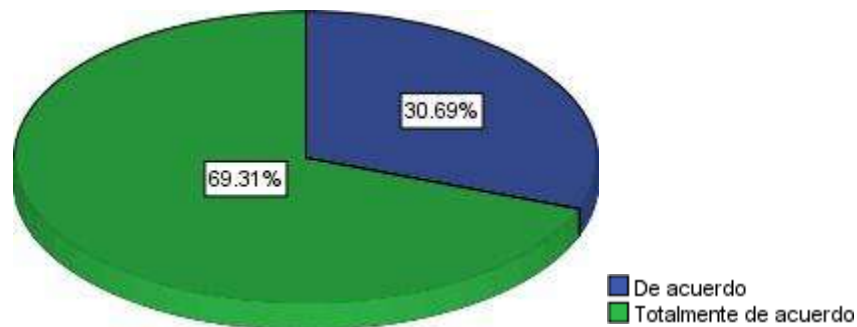


Fig. 29 Incubadora – manual de procedimientos estructurado y documentado.

Con relación a la proporción de proyectos apoyados que recibieron algún tipo de financiamiento de alguna entidad distinta a la incubadora en el año, el 30.69% de los profesores comentaron que dentro de sus incubadoras estos se incrementaron en un 60%, mientras que el 69.31% nos compartieron que más del 80% de sus proyectos se beneficiaron con financiamiento externo al de la incubadora.

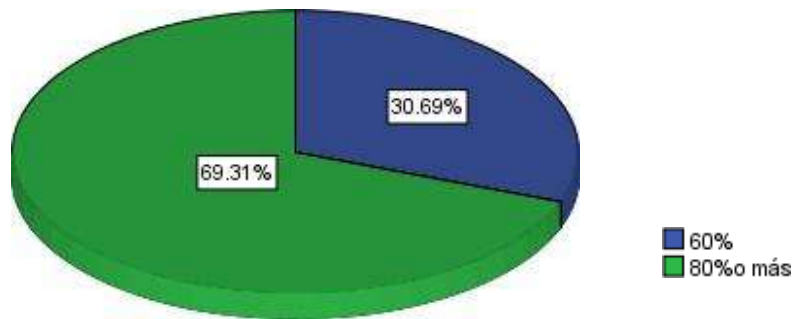


Fig. 30 Incubadora – proporción de proyectos apoyados con financiamiento de alguna entidad distinta a la incubadora.

Al cuestionar a los tutores referente al número de la cantidad de proyectos egresados en el año (terminación de incubación), el 43.56% de los encuestados dijeron haber finalizado entre cinco y seis proyectos; mientras que el 56.44% comentaron llevar a término siete o más proyectos.

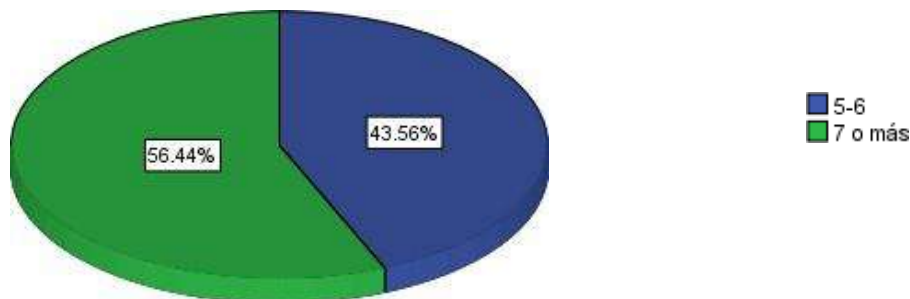


Fig. 31 Incubadora – proyectos egresados en el año

En contraparte al ítem anterior, se les cuestionó a los tutores si se debería contar con criterios de falla temprana para los proyectos dentro de las incubadoras de negocios, a lo que el 26.73% de los profesores se pronunciaron de acuerdo, mientras que el 73.27% comentaron estar totalmente de acuerdo en contar con este tipo de terminación para proyectos los cuales no progresan dentro de las incubadoras.

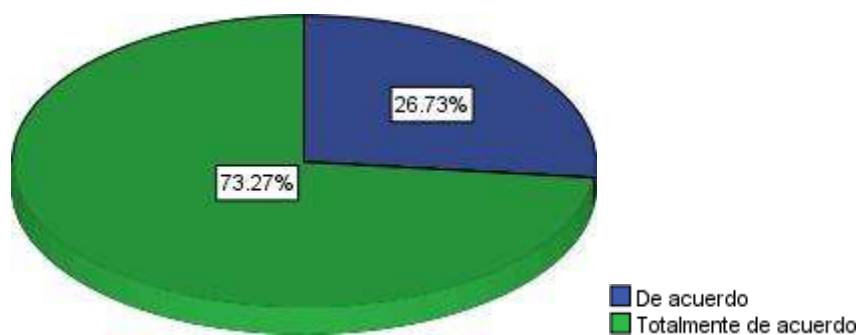


Fig. 32 Incubadora – criterios de falla temprana.

En relación a la participación activa del gobierno como apoyo a las incubadoras de negocios de las universidades, se les cuestionó a los tutores acerca de importancia de que la incubadora reciba financiamiento del gobierno para su fortalecimiento a lo cual el 2.97% dijo estar de acuerdo mientras que el 97.03% de los encuestados comentó estar totalmente de acuerdo.

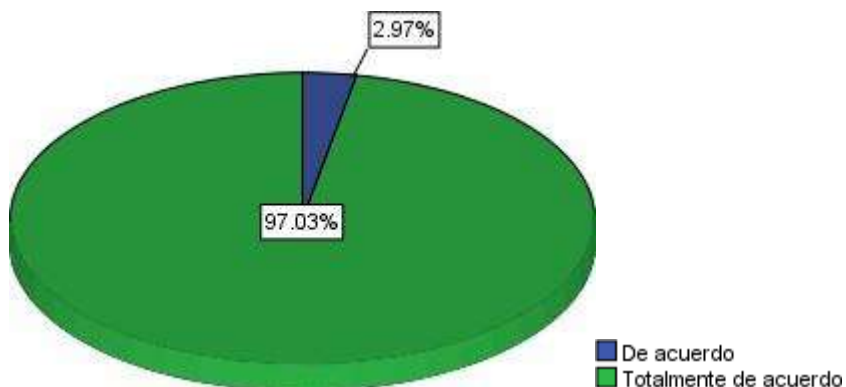


Fig. 33 Incubadora – participación activa del gobierno como apoyo a las incubadoras universitarias.

Finalmente, se les cuestionó a los tutores acerca de su opinión sobre la importancia de que las incubadoras universitarias sean apoyadas a través de programas gubernamentales a lo cual el 4.95% dijo estar de acuerdo, mientras el 95.05% comentó estar totalmente de acuerdo.

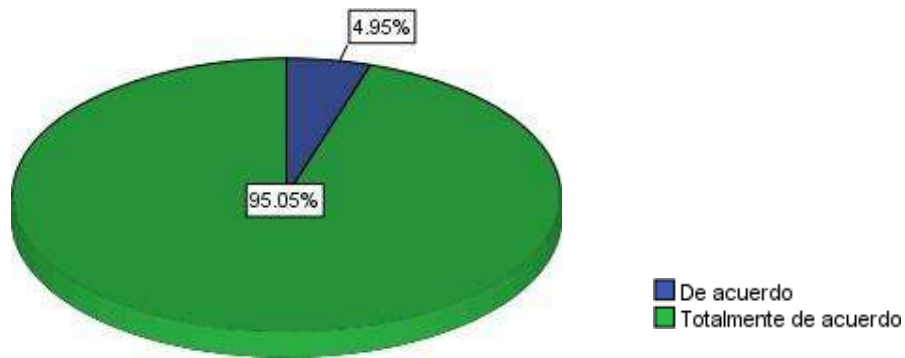


Fig. 34 Incubadora – apoyo a incubadoras universitarias a través de programas gubernamentales.

6.2.2.2 ANÁLISIS FACTORIAL POR CORRESPONDENCIAS

A continuación, se presentan los resultados del análisis factorial basado en las percepciones recogidas de los profesores mediante el trabajo de campo.

La metodología del análisis consiste en primer lugar hacer un análisis factorial de correspondencias de la variable completa para determinar si todos los ítems que la componen son útiles, es decir, si son pertinentes con la variable asignada de no ser así se eliminan para reducir datos; a partir de ahí se crea una variable sintética compuesta por las medias de los datos que tiene cada ítem que conforme la variable, con una ponderación dada por el propio sistema a través del método estadístico de componentes principales y expresado en las tablas de comunalidades de cada variable. Por lo que cada una de estas nuevas variables tendrán tienen un peso igual a las demás, y finalmente con las variables sintéticas se realiza una regresión múltiple para encontrar las de mayor significancia.

a) *Variable Organización*

Pruebas de confiabilidad

Análisis factorial Organización

	Componente		
	1	2	3
Contar con un sistema de indicadores	0.212	0.833	0.084
Existencia de un plan estratégico	0.146	-0.858	0.131
Documentación de lecciones aprendidas	0.954	-0.03	0.185
Obtención de ingresos por servicios prestados por la incubadora	-0.322	-0.221	0.868
Son económicamente sostenibles las incubadoras	0.929	0.082	-0.293
Estrategia y plan de búsqueda	0.501	0.252	0.759

Fuente: Elaboración propia con base en el análisis factorial.

En la variable innovación los ítems relacionados se ubicaron en tres componentes con diferentes niveles de correlación teniendo como ítem más cercano el de documentación de lecciones aprendidas. En esta variable se discriminaron varios ítems resultado de sus bajos valores.

b) *Variable Infraestructura*

Pruebas de confiabilidad

Análisis factorial Infraestructura

Matriz de componente rotado ^a

	Componente	
	1	2
Espacio adecuado dentro de la incubadora	0.85	0.361
Equipo de cómputo necesario	0.015	0.947
Renovación del equipo de cómputo	-0.818	0.42

Fuente: Elaboración propia con base en el análisis factorial.

En la variable infraestructura los ítems relacionados se ubicaron en dos componentes con diferentes niveles de correlación teniendo como al más cercano al ítem espacio adecuado dentro de la incubadora como el que mejor explica la variable en el primer componente. En esta variable se discriminará el ítem renovación del equipo de cómputo debido a su bajo valor.

c) *Variable Recursos humanos*

Pruebas de confiabilidad

Análisis factorial Recursos humanos

Matriz de componente rotado ^a

	Matriz de componente rotado ^a	
	Componente	
	1	2
Años de permanencia del director de la incubadora	0.919	0.257
Cantidad de mentores activos dentro de la incubadora	-0.891	0.08
Proporción de antigüedad de mínimo un año del personal	0.091	-0.846
Años de apoyo al emprendimiento por parte_ del director	0.272	0.868

Fuente: Elaboración propia con base en el análisis factorial.

En la variable Recursos humanos los ítems relacionados se ubicaron en dos componentes con diferentes niveles de correlación teniendo como al más cercano al ítem años de permanencia del director de la incubadora como el que mejor explica la variable. En esta variable no se discriminarán ningún ítem ya que los valores son altos.

d) Variable Incubación

Pruebas de confiabilidad

Análisis factorial Incubación

Matriz de componente rotado^a

	Componente		
	1	2	3
Número de proyectos atendidos al año	-0.393	-0.715	0.272
Proporción de aumento de proyectos respecto al año anterior	-0.651	-0.063	0.15
Manual de procedimientos	0.739	-0.013	0.56
Porcentaje de proyectos financiados externamente	-0.777	0.561	0.042
Cantidad de proyectos egresados	-0.351	0.894	-0.002
Criterios de falla temprana	0.843	-0.086	0.198
Apoyo de gobierno a través de Programas	0.06	-0.123	0.936
Estrategia y plan de búsqueda	0.838	-0.096	0.481

Fuente: Elaboración propia con base en el análisis factorial.

En la variable Incubadora los ítems relacionados se ubicaron en tres componentes con diferentes niveles de correlación teniendo como al más cercano al ítem Apoyo de gobierno a través de programas como el que mejor explica la variable en el tercer componente. En esta variable se discriminará el ítem Proporción de aumento de proyectos respecto del año anterior debido a sus bajos puntajes.

6.2.2.3 ANÁLISIS FACTORIAL DE LA VARIABLE GESTIÓN DE MODELOS DE INCUBACIÓN

A continuación, se presentan las comunalidades de la variable gestión de modelos de incubación, la cual, en la columna de extracción, muestra que la representación es

significativa para todos los indicadores, de igual forma, se puede observar que los indicadores RRHH e Incubadoras son los más significativos con .963 y .883 respectivamente.

Comunalidades

	Inicial	Extracción
Incubadoras	1	0.883
Infraestructura	1	0.253
Organización	1	0.751
RRHH	1	0.963

Fuente: Elaboración propia con base en el análisis factorial.

Varianza total explicada

Componente	Autovalores iniciales		
	Total	% de varianza	% acumulado
1	1.803	45.082	45.082
2	1.047	26.166	71.248
3	0.893	22.337	93.585
4	0.257	6.415	100

Fuente: elaboración propia con base en datos de la encuesta (2018).

Prueba de KMO y Bartlett

Medida Kaiser-Meyer-Olkin		0.886
de adecuación de muestreo		
Prueba de esfericidad	Aprox.	12.425
de Bartlett	Chi-cuadrado	
	gl	6
	Sig.	0.053

Fuente: Elaboración propia con base en el análisis factorial.

CAPÍTULO 7 PROPUESTA DE POLÍTICA PÚBLICA

Como resultado del estudio, y después de encontrar que variables que fueron determinantes en el diseño y gestión de modelos de incubación de empresas universitarias para los jóvenes universitarios en el estado de Michoacán, se pudo elaborar la propuesta de política pública de empleo.

La política propuesta es elaborada con la Metodología de Marco Lógico (MML), ya que esta herramienta facilita el proceso de conceptualización, diseño, ejecución y evaluación de proyectos, y cuyo énfasis está centrado en la orientación por objetivos, la orientación hacia grupos beneficiarios y el facilitar la participación y la comunicación entre las partes interesadas (Ortegón et al, 2005).

El Plan Nacional de Desarrollo se alinea de acuerdo a la Ley de Planeación y la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos (art. 26 y 134), a través del Presupuesto de Egresos de la Federación (Presupuesto basado en Resultados), estableciendo que los Programas sectoriales y Sociales tendrán una Matriz de Indicadores de Resultados (MIR), requisito de la planeación estratégica de largo plazo de la Administración Pública Federal y sus entidades federativas para el cumplimiento de los grandes objetivos nacionales, metas y estrategias gubernamentales; parte de la estrategia de la Nueva Gestión Pública y la Gestión para Resultados y el Sistema de Evaluación del Desempeño. La MIR está en función de la Matriz del Marco Lógico.

La propuesta de política pública educativa que se presenta a continuación se delinea en 10 pasos, con aspectos y elementos que nutren la matriz del marco lógico (MML). Describe el análisis de involucrados, proceso de ponderación de pesos específicos de los grupos involucrados, y sus riesgos o amenazas en la posible intervención de la política pública. La MIR, consecuencia de la metodología del Marco Lógico, establece los indicadores del programa presupuestal, para su cumplimiento.

7.1 ANÁLISIS DE LOS INVOLUCRADOS

El análisis de los actores (AA) o de los involucrados (o interesados) es un instrumento que permite identificar a aquellos grupos y organizaciones interesadas en el éxito de una política o proyecto, a quienes contribuyen o son afectados por sus objetivos, y a quienes tienen un poder de influencia sobre las decisiones a enfrentar. El AA tiene su origen en las ciencias políticas y en la teoría de la gerencia. Su principal contribución es generar conocimiento y ayudar a comprender el comportamiento de los actores y su influencia en el proceso de toma de decisiones. Igualmente, esta herramienta puede ser usada para desarrollar estrategias gerenciales para facilitar la implementación de una decisión específica y para comprender el contexto político y examinar la factibilidad de una determinada política.

Con esta herramienta los analistas (investigadores), decisores y gerentes reconocen que los actores tienen intereses y recursos de poder que influyen en las acciones y objetivos de las políticas y organizaciones

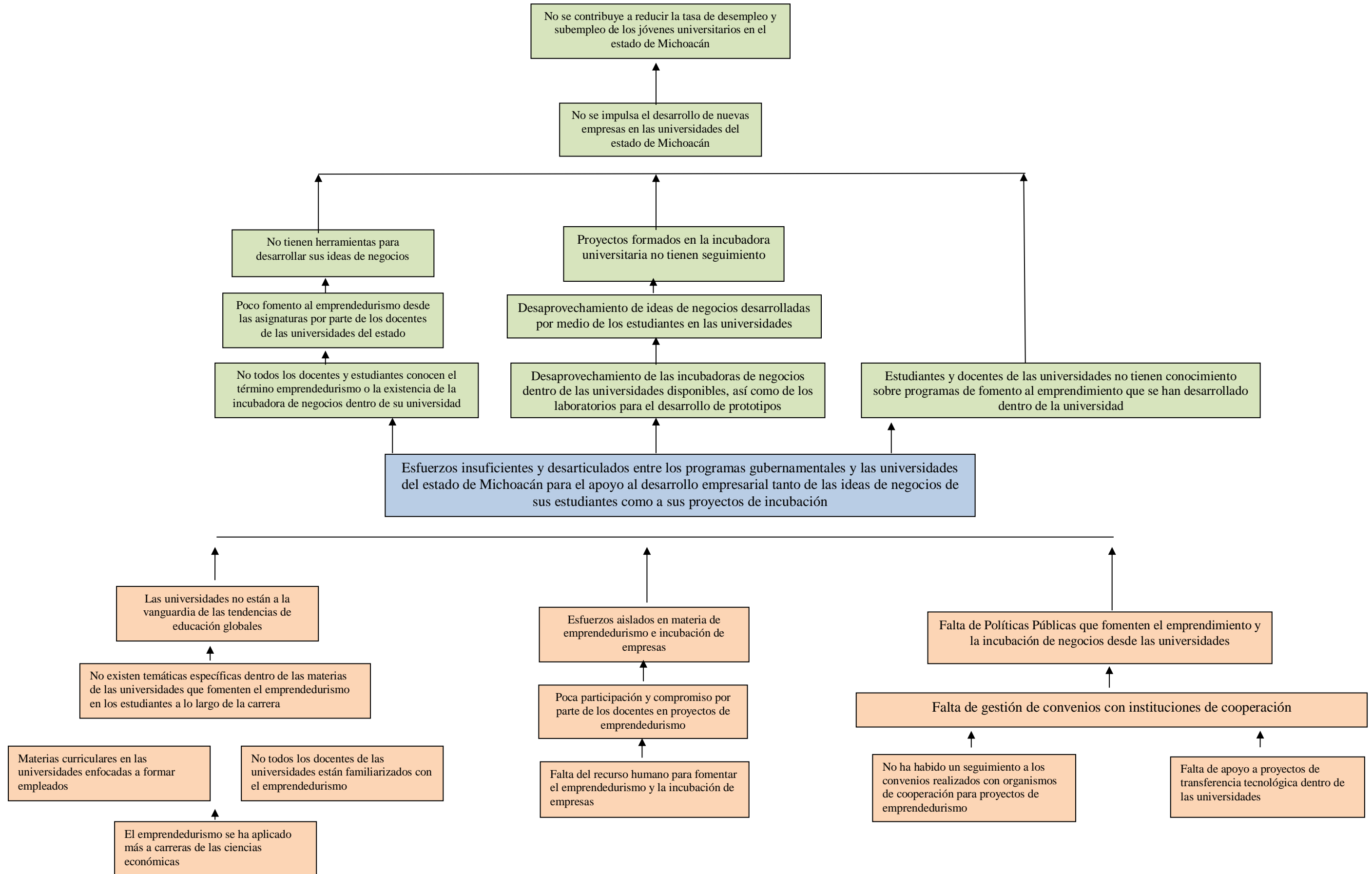
GRUPO	INTERESES	PROBLEMAS PERCIBIDOS	RECURSOS Y MANDATOS
Estudiantes	Recibir educación integral que vaya de la mano con las tendencias de educación globales. Obtener las herramientas necesarias para poder desarrollarse como empleado y/o empresario.	No se les dan las herramientas para desenvolverse como empresario	Ideas de negocio
Docentes	Recibir capacitación sobre nuevas temáticas que vayan acorde a las tendencias globales de educación.	Los docentes desconocen la temática	Experiencia

	Aportar sus conocimientos al desarrollo de los estudiantes y de la sociedad en general.		
IES del estado de Michoacán	Crear una estructura formal organizada y sistematizada para los esfuerzos de apoyo a MIPYMES y a jóvenes emprendedores.	Falta de sistematización de esfuerzos	Instalaciones y plantas de docentes
	Establecer vínculos con las diferentes facultades y con organismos externos a ella. Desarrollar en las facultades los fines de proyección social e investigación planteados por la Universidad.	Falta de recursos necesarios para desarrollar iniciativas emprendedoras	Laboratorios
Laboratorio de investigaciones	Mayor desarrollo de la función de investigación así como de la elaboración de prototipos.	Desaprovechamiento del equipo de laboratorio de investigación disponible	
Instituciones de apoyo a MIPYMES	Ayudar al desarrollo de micro, pequeñas y medianas empresas que puedan ser sostenibles en el tiempo.		Capacitaciones y asesorías
Centro de incubación de las universidades	Crear alianzas estratégicas que permitan complementar la iniciativa que ellos desarrollan.		Programas de emprendedurismo ya desarrollados
Entidades de Gobierno	Obtener desarrollo económico y sostenible del estado.		Políticas Públicas de apoyo a incubadoras
Universidades del estado de Michoacán	Tener las mejores iniciativas de desarrollo regional. Ser la primera opción para los organismos de cooperación.		Coordinadores de los centros de incubación de negocios

	Interacción entre los distintos centros de incubación de las universidades del estado.		
--	--	--	--

Fuente: Elaboración propia con base en la MML (ILPES, 2004).

7.2 ÁRBOL DE PROBLEMAS



Descripción de la problemática

A continuación, se realiza una descripción de manera general de las grandes causas identificadas y que han sido utilizados para elaborar el árbol de problemas:

Tendencias Globales en Educación

Los estudiantes de las IES actualmente están siendo formados para desarrollarse como empleados, debido a que dentro de la curricula no se contemplan temáticas como el emprendedurismo, que incentivan a los estudiantes a desarrollar ideas de negocios que les permitan montar sus propias empresas; parte de esta problemática radica en el hecho de que no todos los docentes están capacitados en el tema.

Por otro lado, algunas universidades del País, e incluso del estado incluyen el emprendedurismo como parte del proceso de enseñanza de carreras orientadas en áreas económicas no así en áreas ingenieriles.

Esfuerzos aislados en materia de Emprendimiento

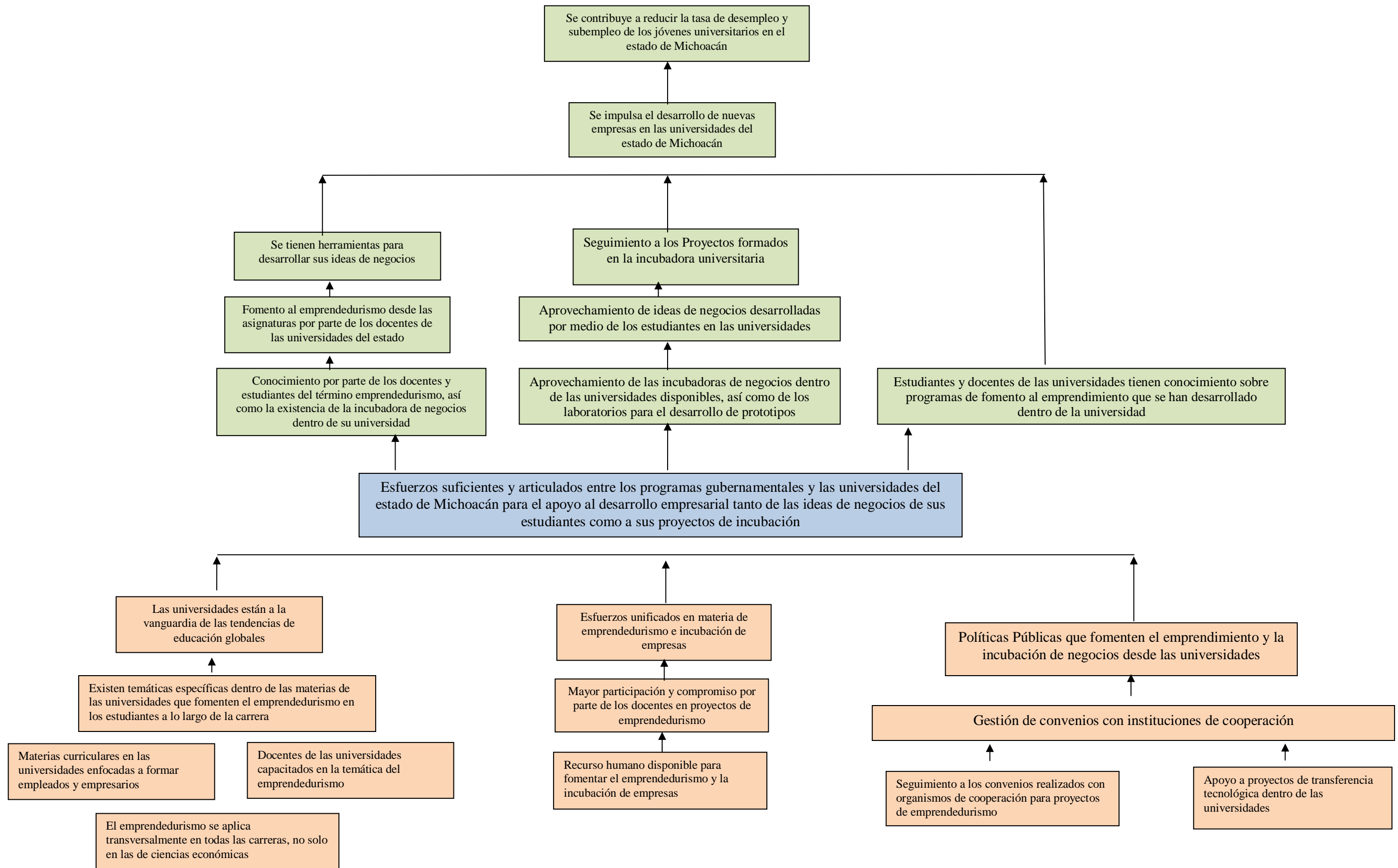
Debido al desconocimiento sobre el tema de emprendedurismo son pocos los docentes que participan en proyectos que fomenten dicha temática lo que conlleva a una limitación de recurso humano para realizar este tipo de proyectos; además en diversas asignaturas se desarrollan trabajos de investigación que motivan a los estudiantes a elaborar ideas de negocio las cuales al finalizar la asignatura quedan sin seguimiento, por lo que estas iniciativas se convierten en esfuerzos aislados que se podrían unificar.

Falta de Políticas Públicas que fomenten el emprendimiento y la incubación de negocios desde las universidades

A pesar de que en las universidades del estado se ha tenido apoyo de organismos para el

desarrollo de programas emprendedores no se ha realizado una gestión que permita prolongar el apoyo a dichos programas o gestionar fondos para el desarrollo de nuevos proyectos.

7.3 ÁRBOL DE OBJETIVOS



Descripción de los objetivos

El paso inicial para especificar la Situación Deseada es convertir los problemas que aparecen en el Árbol de Problemas en objetivos o soluciones a dichos problemas. Se debe partir del problema central planteado el cual quedo establecido de la siguiente manera:

“Esfuerzos insuficientes y desarticulados entre los programas gubernamentales y las universidades del estado de Michoacán para el apoyo al desarrollo empresarial tanto de las ideas de negocios de sus estudiantes como a sus proyectos de incubación”

Al convertir dicho problema en objetivo se obtiene:

“Esfuerzos suficientes y articulados entre los programas gubernamentales y las universidades del estado de Michoacán para el apoyo al desarrollo empresarial tanto de las ideas de negocios de sus estudiantes como a sus proyectos de incubación”

Posteriormente, se procede a reformular todas las condiciones negativas del Árbol de Problemas en condiciones positivas (objetivos) deseables y realistas; de esta manera se generarán estrategias que contribuyan al cumplimiento del objetivo central.

7.4 ALTERNATIVAS DE SOLUCIÓN

A continuación, se presentan una serie de estrategias elaboradas tomando como base lo planteado en el árbol de Objetivos y que, si son ejecutadas, podrían contribuir a promover el cambio de la situación actual a la situación deseada.

- Desarrollar charlas, seminarios y talleres que fomenten la generación de ideas de negocio en los estudiantes como medio para impulsar el Emprendedurismo en las universidades.
- Capacitar a los docentes en materia de emprendimiento.
- Crear una unidad de gestión que se encargue de obtener los recursos financieros

y técnicos que permitan la continuidad de las actividades de los centros de incubación.

- Aprovechamiento de los recursos actuales de las IES y los que puedan gestionar para garantizar el desarrollo empresarial, a través de los siguientes servicios:
- Laboratorios de investigación para que los estudiantes o MYPES con ideas innovadoras puedan desarrollar prototipos de acuerdo a la capacidad que posea el laboratorio.
- Servicios básicos (agua, energía eléctrica, espacio físico, internet, etc.) Servicios de consultoría, asesoría, tutoría a empresas constituidas.
- Coordinar la interacción entre las facultades de las universidades, los laboratorios, los estudiantes y el sector MIPYME para lograr un mejor aprovechamiento de los recursos de la universidad.
- Establecer una dependencia encargada de informar constantemente los resultados obtenidos en proyectos financiados por fuentes externas para que estas estén al tanto del avance del proyecto y esto a su vez permita mantener los lazos de cooperación para futuros proyectos.
- Desarrollar actividades de promoción que permitan difundir de manera efectiva los servicios a ofrecer en el centro de incubación de empresas para atraer los potenciales usuarios.

Para lograr la consecución de las estrategias mencionadas anteriormente, se plantea que el centro de incubación de empresas deberá contener los siguientes elementos:

- Gestión
- Formación y capacitación
- Promoción de actividades de los centros de incubación
- Control y retroalimentación

7.5 MATRIZ DE MARCO LÓGICO

Los pasos anteriores permiten constituir la Matriz del Marco Lógico

	Resumen narrativo	Indicadores	Medios de verificación	Supuestos
Objetivo fin	Contribuir a reducir la tasa de desempleo y subempleo en el país, a través del fomento de la creación de nuevas empresas que sean fuentes generadoras de empleos.	Número de Empleos generados directos e indirectos, en el Centro de Incubación de Empresas a través de la creación de nuevas empresas.	Registros del número de alumnos por empresa incubada en el CIE de las universidades.	Existe conciencia en los actores institucionales de la necesidad de fomentar el desarrollo de la MIPyME.
Propósito de impacto	Fortalecimiento del desarrollo empresarial, tanto de las ideas de negocios de estudiantes de las IES del Estado de Michoacán. Esfuerzos suficientes y articulados entre los programas gubernamentales y las universidades del estado de Michoacán para el apoyo al desarrollo empresarial tanto de las ideas de negocios de sus estudiantes como a sus proyectos de incubación	Número de generación de ideas de negocios innovadoras por parte de los centros de incubación de empresas de las IES del Estado de Michoacán Número de planes de negocios convertidos en MIPyMES del área empresas auto sostenibles en 18 meses.	Reporte de resultados obtenidos en la evaluación de perfiles de ideas en la fase de sensibilización. Incubación. Informe de los resultados obtenidos al finalizar la fase de Registro de las empresas graduadas de la fase de incubación IES del Estado de Michoacán.	Existe Compromiso de las autoridades de la Universidad con las actividades que realice el Centro de incubación de Empresas.
Componentes o servicios	Esfuerzos unificados en materia de emprendedurismo e incubación de empresas Políticas Públicas que fomenten el emprendimiento y la incubación de negocios desde las universidades Apoyo la formalización de nuevos emprendimientos.	Docentes de las IES del estado capacitados en el área de Emprendedurismo. Políticas Públicas que apoyen al emprendimiento universitario a través de las incubadoras de empresas universitarias 20 planes de negocios elaborados al finalizar el programa de pre incubación.	Cartas de entendimiento establecidas. Informe de la evaluación de las ideas de negocio. Resultados del control de grado de avance de planes de negocios finalizados. Reportes del control de avance	Apoyo del CIE por parte de las IES del estado de Michoacán. Los docentes asumen el compromiso de participar en el CIE. Apoyo de las autoridades de las IES para poner en marcha cursos de emprendedurismo.

	(Pre Incubación) Apoyo a la creación de empresas. (Incubación). Apoyo al desarrollo de empresas. (Seguimiento)	Al menos 10 empresas graduadas de la etapa de incubación en 18 meses. Al menos 10 empresas graduadas realizando la etapa de seguimiento en un año, con incremento del 30% en sus ventas.	de las empresas incubadas. Resultados obtenidos de la etapa de seguimiento.	Construcción de instalaciones necesarias para incubar empresas.
--	--	---	--	---

Actividades para logro de servicios

- Establecer vínculos con instituciones que apoyen el centro de incubación de empresas
- Promoción de capacitaciones a docentes
- Realización de capacitaciones a docentes en emprendedurismo.
- Promoción de cursos de sensibilización a estudiantes.
- Realización de cursos de sensibilización para estudiantes.
- Evaluación de ideas de negocios.
- Promoción de actividades de Pre Incubación
- Realización de cursos de pre incubación.
- Evaluación de planes de negocios
- Promoción de Actividades de Incubación.
- Capacitación a docentes en el área de consultoría empresarial.
- Evaluación de planes de negocios para el ingreso a la incubadora.
- Reunión informativa con las empresas que deseen ingresar a la fase de incubación.
- Inscripción a la fase de incubación
- Operación de la nueva empresa dentro de la incubadora
- Graduación de la empresa
- Promoción de Actividades de Seguimiento.
- Reunión informativa con las empresas que desean ingresar a la fase de seguimiento.
- Realizar pre diagnóstico a las empresas inscritas.
- Prestación de los servicios.

7.6 MATRIZ DE INDICADORES DE RESULTADOS (MIR)

La matriz de indicadores de resultados o seguimiento se alinea con los indicadores establecidos en la matriz de marco lógico (MML), desarrollando la segunda columna, de manera que, define los indicadores de cada nivel, su método y fórmula de cálculo.

La matriz MIR debe ser un solo cuadro, pero se presenta en 4 partes, para mejor visualización.

Parte 1, corresponde al objetivo o fin (nivel superior o nivel 1); después la parte 2, corresponde a propósito o impacto (nivel 2); subsecuentemente; y finalmente la parte 3, corresponde a los componentes (nivel 3). En cada cuadro se establece el indicador, su objetivo, su definición, su método de cálculo y su temporalidad de referencia, así como su unidad de medida. No se considera la tasa debido a que es un programa de nueva creación.

Parte 1, correspondiente al objetivo o fin de la matriz.

Matriz de Indicadores de Resultados o MIR (parte 1. Objetivos).

	Indicadores	Objetivo	Definición	Método de cálculo	Referencia
Objetivo fin	Porcentaje de número de creación de nuevas empresas generadoras de empleos directos e indirectos, en el Centro de Incubación de Empresas universitario.	Contribuir a la generación directa e indirecta de empleos en los centros de incubación de empresas a través de la creación de nuevas empresas.	Mide la proporción de estudiantes que se emplean a través de la creación de nuevas empresas por medio de la incubadora de negocios.	(Número de empleos generados en el año t / número de proyectos incubados en el CIE) x 100	Periodo: Sexenal Frecuencia: Anual Unidad de Medida: Porcentual

Fuente: elaboración propia con base en la MML (ILPES, 2004, CONEVAL 2018).

Matriz de Indicadores de Resultados o MIR (parte 2. Propósitos).

	Indicadores	Objetivo	Definición	Método de cálculo	Referencia
Propósitos de impacto	Número de generación de ideas de negocios innovadoras por parte de los centros de incubación de empresas de las IES del Estado de Michoacán.	Contribuir a la generación de ideas de negocios por parte de los estudiantes de las IES del estado de Michoacán a través de los centros de incubación universitarios.	Mide el número de la generación de ideas de negocios por parte de los estudiantes de las IES del estado de Michoacán a través de los centros de incubación universitarios.	(Número de generación de ideas de negocios innovadoras / Número de ideas presentadas al CIE mediante proyectos) x 100	Periodo: Sexenal Frecuencia : Anual Unidad de Medida: Porcentaje
	Porcentaje de planes de negocios convertidos en MIPyMES auto sostenibles en 18 meses.	Contribuir al incremento de planes de negocios convertidos en MIPyMES del área empresas auto sostenibles.	Mide la proporción de planes de negocios convertidos en MIPyMES autos sostenibles en 18 meses.	(Número de planes de negocios convertidos en MIPyMES auto sostenibles en 18 meses / Número de planes de negocios en el CIE) x 100	Periodo: Sexenal Frecuencia : biannual Unidad de Medida: Porcentual

Fuente: elaboración propia con base en la MML (ILPES, 2004, CONEVAL 2018).

Matriz de Indicadores de Resultados o MIR (parte 3. Componentes).

	Indicadores	Objetivo	Definición	Método de cálculo	Referencia
Componentes o servicios	Porcentaje de docentes de las IES del estado capacitados en el área de Emprendedurismo.	Capacitación de docentes de las IES del estado en el área de Emprendedurismo para aumentar su participación en los proyectos emprendedores.	Mide el porcentaje de docentes capacitados en el área de Emprendedurismo.	Número de docentes capacitados en los IES/ número total de docentes de los IES) x 100	Periodo: Sexenal Frecuencia: Semestral Unidad de Medida: Porcentual
	Porcentaje de mejora de Políticas Públicas que apoyen al emprendimiento universitario a través de las incubadoras de empresas universitarias	Los alumnos emprendedores que participan del CIE proyectos incubados presentan mejoras en sus indicadores respecto a la Política Pública que apoya al emprendimiento.	Mide el porcentaje Políticas Públicas que apoyen al emprendimiento universitario a través de las incubadoras de empresas universitarias	Alumnos emprendedores que participan del CIE proyectos incubados pasan de un “r” a un “r+i”/ en total de participantes en el ciclo t) x 100	Periodo: Sexenal Frecuencia : Anual Unidad de Medida: Porcentual

	Porcentaje de planes de negocios elaborados al finalizar el programa de pre incubación.	Contribuir a la creación de planes de negocios en el programa de pre incubación.	Mide el porcentaje de planes de negocios elaborados al finalizar el programa de pre incubación.	(Número de de planes de negocios elaborados al finalizar el programa de pre incubación en el periodo del programa / 100)	Periodo: Sexenal Frecuencia: Semestral Unidad de Medida: Porcentual
	Porcentaje de empresas graduadas de la etapa de incubación en 18 meses.	Contribuir a la creación de empresas durante la etapa de incubación de empresas.	Mide el porcentaje de empresas graduadas de la etapa de incubación en 18 meses.	(Número de Porcentaje de empresas graduadas de la etapa de incubación en 18 meses al finalizar el programa de incubación / total de empresas incubadas) x 100	Periodo: Sexenal Frecuencia: Bianual Unidad de Medida: Porcentual
	Porcentaje de empresas graduadas realizando la etapa de seguimiento en un año, con incremento del 30% en sus ventas.	Las empresas graduadas que están en la etapa de seguimiento incrementan sus ventas.	Mide el porcentaje de empresas graduadas realizando la etapa de seguimiento en un año, con incremento del 30% en sus ventas.	Número de empresas graduadas realizando la etapa de seguimiento en un año, con incremento del 30% en sus ventas / Número de empresas graduadas realizando la etapa de seguimiento en un año totales) x 100	Periodo: Sexenal Frecuencia : Anual Unidad de Medida: Porcentual

Fuente: elaboración propia con base en la MML (ILPES, 2004, CONEVAL 2018).

7.7 MEMORÁNDUM DE LA PROPUESTA DE POLÍTICA PÚBLICA DE EMPLEO

Programa piloto para el estado de Michoacán

“EMPREDIMIENTO E INCUBACIÓN UNIVERSITARIA”

Es una estrategia de inclusión, equidad y justicia social en materia de empleo, de carácter nacional, que en su primera etapa tendrá como objetivo focalizado la comunidad universitaria en Michoacán. Busca garantizar el acceso a empleos de calidad en términos del artículo 123 constitucional, permitiendo mejorar los resultados y alcanzar metas económicas, nivelando el nivel socioeconómico en el corto, mediano y largo plazo.

Para el logro de sus objetivos considera la coordinación entre las dependencias de la administración pública y organismos federales, estatales, directamente las IES, SE federal y la delegación en el estado de Michoacán y SEDECO, así como organismos, dependencias y programas transversales de posible contribución a la solución del problema multifactorial implícito en la tarea. De igual manera, establecer coordinación con las entidades y órganos de evaluación, transparencia y rendición de cuentas.

La institución responsable del programa será un órgano desconcentrado de la SE federalizado, y coordinando con las instituciones y organismos de la administración pública mediante el Programa Emprendedor y el Plan Nacional de Desarrollo.

Instituciones vinculadas

- Comisión intersectorial de planes y programas derivados del PND. Instancia de colaboración y fortalecimiento de las líneas de acción entre sectores y programas Empleo y Desarrollo Social, y los niveles de gobierno.
- La Secretaría de Economía, SE, en su ámbito federal y delegacional en el estado de Michoacán.
- La Secretaría de Desarrollo Económico, SEDECO, en su ámbito estatal.
- La Secretaría de Educación Pública, SEP, en su ámbito federal y descentralizado estatal en Michoacán.
- Las Instituciones de Educación Superior, IES, en el estado de Michoacán.
- La Secretaría de Hacienda y Crédito Público, SHCP, en su ámbito federal y estatal, para el diseño, programación y presupuesto.

- Consejo Nacional de Evaluación de la Política de Desarrollo Social, CONEVAL, en su ámbito autónomo nacional de contribución en el diseño, planeación y evaluación de programas sociales.

Objetivos generales

Generar condiciones de empleo a los estudiantes universitarios en el estado de Michoacán partiendo de la incubación de empresas, así como a la preparación profesional docente, motor de desarrollo del conocimiento y saberes de los alumnos.

Objetivos específicos

1. Disminuir el desempleo del joven universitario en el estado de Michoacán.
2. Crear de empresas de base tecnológica dentro de las universidades.
3. Capacitar a los profesores universitarios en el área emprendedora para que sean herramientas de apoyo para los estudiantes.
4. Vinculación empresa – universidad para acercar a inversores hacia posibles proyectos que realicen los emprendedores universitarios.

Población objetivo

Las acciones buscarán atender a la comunidad estudiantil universitaria del estado de Michoacán

Marco normativo

PND en su meta II México con educación de calidad y IV México próspero, Art. 25 y 26, apartado A, segundo párrafo, de la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos, Art. 16, fracción III, 22 y 23 de la Ley de Planeación, Art. 34 de la Ley Orgánica de la Administración Pública Federal, Art. 43, 75, 77 y 78 de la Ley Federal de Presupuesto y Responsabilidad Hacendaria, Art. 2, 4, 6, 10, 11, 12 y 14 de la Ley para el Desarrollo de la Competitividad de la Micro, Pequeña y Mediana Empresa, Art. 14 del Reglamento de la Ley para el Desarrollo de la Competitividad de la Micro, Pequeña y Mediana Empresa, Art. 176, 177, 178 y 179 del Reglamento de la Ley Federal de Presupuesto y Responsabilidad Hacendaria, Art. 5 fracción XVII del Reglamento Interior de la Secretaría de Economía.

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

En el presente capítulo se exponen las conclusiones más relevantes obtenidas en el desarrollo de esta tesis doctoral. En primer lugar, se presentan los principales hallazgos recogidos de la revisión de la literatura que sustentan el estudio empírico. Posteriormente, se detallan las conclusiones más relevantes derivadas de la investigación realizada al objeto de diseñar y gestionar modelos de incubación de empresas como una propuesta de política pública laboral para los jóvenes universitarios del estado de Michoacán de Ocampo. En este sentido, plantean las principales implicaciones prácticas de los resultados obtenidos. Finalmente, se identifican las limitaciones de esta tesis doctoral y se sugieren futuras líneas de investigación.

Los resultados obtenidos en nuestra investigación ponen de manifiesto que las Políticas Públicas, así como la innovación y la tecnología son variables consideradas muy importantes para el buen diseño de las incubadoras de empresas dentro de los IES en el estado de Michoacán. De igual modo, los resultados en cuestión de la gestión para la puesta en marcha nos arrojaron que son la organización, los Recursos Humanos y la Incubación variables esenciales para lograr dicho propósito, no tanto así la variable infraestructura.

Estos resultados resultan de gran interés para enfocar las actuaciones dirigidas a fomentar o impulsar el emprendimiento en las etapas de formación previas a la incorporación de los individuos al mercado laboral. En primer lugar, el hecho de que la intención de crear una empresa propia esté relacionada con las ventajas e inconvenientes percibidos en el emprendimiento, implica la necesidad de desarrollar campañas de información y concienciación que refuercen las creencias positivas hacia la creación de un negocio propio y, sobre todo, reduzcan los inconvenientes asociados al emprendimiento. En este sentido, la etapa universitaria constituye un periodo fundamental para trasladar a los estudiantes las ventajas que tiene el autoempleo y reducir los frenos tradicionales fundamentalmente de carácter económico/financiero. Así mismo, los resultados de esta investigación plantean la necesidad de reforzar los mecanismos públicos y privados diseñados para facilitar la creación de nuevas empresas, en especial en lo que se refiere al acceso a recursos económicos.

La deseabilidad percibida ha sido incluida como determinante fundamental en los modelos que explican la intención y el comportamiento. Particularmente, en el ámbito del emprendimiento, la evidencia empírica disponible respalda el efecto de la deseabilidad sobre la intención de creación de una nueva empresa. Diversos autores han sostenido que esta variable puede proceder de diferentes colectivos (Shapero y Sokol, 1982; Krueger y Brazeal, 1994; Krueger, 2009). De esta forma, la deseabilidad percibida puede ser determinada por la deseabilidad personal, así como por la deseabilidad social de lazos fuertes y lazos débiles, es decir, por la percepción del individuo sobre el nivel en que las personas importantes para él, así como su entorno social, encuentran atractivo el comportamiento emprendedor.

La factibilidad percibida por los individuos es otro determinante esencial en los modelos basados en la intención, tales como el Modelo del Evento Emprendedor y el Modelo del Potencial Emprendedor, cuyo efecto ha sido respaldado por diversos trabajos en el ámbito emprendedor. Para efectos del análisis de esta variable, en la presente tesis doctoral se consideran como antecedentes de este constructo a la autoeficacia percibida o capacidad que el emprendedor considera poseer para realizar la acción emprendedora, y a las condiciones facilitadoras para llevarla a cabo.

Diferentes autores han señalado que el riesgo está implícito en el proceso emprendedor puesto que el crear una nueva empresa involucra un conjunto de resultados esperados que pueden no ser logrados. Sin embargo, son muy escasos los trabajos que han analizado esta variable sobre la intención de emprendimiento y la abordan desde una perspectiva unidimensional o global sin considerar que, el origen del riesgo asociado al emprendimiento puede ser muy diverso, dándole entonces un carácter multidimensional.

Por último, la valoración de los emprendedores sobre los servicios de incubadora durante la fase de pre-incubación representa un factor externo a los modelos de comportamiento que es analizada con el objeto de contribuir a la limitada evidencia empírica sobre su efecto en el proceso emprendedor. Ello pueda facilitar la toma de decisiones a diversos sectores públicos y privados que impulsan el establecimiento de incubadoras de empresas como promotoras de la creación de empresas.

Sin duda el emprendedurismo es uno de los temas relevantes e interesantes para muchas personas e instituciones y la mayoría vinculada al entorno universitario. El impulso emprendedor no siempre es el mismo a través del tiempo y del espacio. En algunos lugares y épocas se da con gran intensidad y en otros no ocurre. Para que este impulso florezca, las sociedades deben organizarse o reorganizarse, deben romper los viejos patrones de intereses pre-existentes a fin de que pueda surgir lo nuevo, y deben considerar el proceso emprendedor como múltiples procesos de aprendizaje social que llevan a la mejoría de la calidad de vida de la población. Tal vez no exista seguridad de ello, pero hay que correr el riesgo.

En tal sentido, en este trabajo se ha sistematizado información acerca de cómo en México, gobiernos, empresas e instituciones de educación superior, se han organizado -o reorganizado a partir de experiencias previas- para generar condiciones propicias y construir entornos que favorezcan el espíritu emprendedor en particular a través de las incubadoras de empresas. Se trata de propósitos renovados, programas, mecanismos y estructuras organizativas nuevos que recogen la experiencia anterior y reorientan los procesos que impulsan el espíritu emprendedor.

Es un fenómeno reciente, no se ha logrado todavía el esfuerzo sistémico y sistematizado dirigido a esos objetivos, menos aún se ha articulado con cambios en lo económico, social, educativo y cultural. Pero, hay avances sobre todo en cantidad antes que en calidad.

Las incubadoras de empresas se han convertido en una herramienta importante de los gobiernos para promover el desarrollo económico.

El número de incubadoras se ha disparado en todo el mundo en los últimos 20 años. Con carácter general, suele sostenerse que las incubadoras contribuyen a crear puestos de trabajo y al desarrollo económico de las regiones en las que están inmersas. Pero este tipo de afirmación debe estar respaldada por evidencia empírica que demuestre, de forma rigurosa, los efectos positivos derivados de la actuación de las incubadoras de empresas. Y ello requiere una mayor investigación en este ámbito, no sólo para medir el impacto de las incubadoras a nivel general sino, especialmente, para ayudar a discernir por qué razones los proyectos emprendedores desarrollados en determinados tipos de incubadoras pueden superar en términos de desempeño (supervivencia, creación de empleo, etc.) a los

desarrollados en otras.

En todo caso, una revisión detallada de la literatura permite concluir que la incubación de empresas parece ser, con carácter general, un instrumento útil como infraestructura de apoyo empresarial, especialmente cuando se ajusta a las necesidades específicas de los nuevos proyectos empresariales.

De todos modos, conviene tener presente la falta de comparabilidad entre los diferentes estudios que tratan de evaluar el efecto de las incubadoras. Y es que hay que tener presente que su impacto se puede extender más allá de los límites de la propia incubadora: por un lado, más allá del período de incubación y, por otro, en razón de su conexión con el entorno socioeconómico en el que el proceso de incubación se desenvuelve.

Asimismo, la incubación puede incidir en la creación de nuevas empresas no sólo facilitando y mejorando el proceso emprendedor sino también acelerando el desarrollo empresarial. En este sentido, las incubadoras pueden añadir valor a las nuevas empresas de las siguientes maneras:

- En primer lugar, aportando credibilidad a través de su pertenencia a la incubadora y mediante el acceso a instalaciones profesionales compartidas (y por lo tanto asequibles).
- En segundo lugar, prestando servicios de asesoramiento a las empresas y facilitando su conexión con recursos y redes adicionales (internos y externos).

En efecto, a medida que avanza el proceso de incubación, los objetivos de tales procesos se hacen más sofisticados y complejos. Si a mediados de los ochenta, el objetivo genérico de las incubadoras era aumentar las posibilidades de supervivencia (Allen y Rahman, 1985), más recientemente las finalidades del proceso de incubación incorporan la necesidad de aportar un valor añadido.

Insertarse en el mundo laboral de manera comprometida, plena y consciente para generar desarrollo económico en el país, supone un gran reto para las universidades. Existe una gran brecha entre la oferta de profesionales formados en la educación superior y el mercado laboral, situación que se refleja en la falta de congruencia entre las necesidades de personal

cualificado por parte de las empresas, la sociedad y la formación que se recibe en la educación superior. En las universidades las incubadoras de empresas pueden estimular el espíritu emprendedor de los universitarios y la población económicamente activa que desee iniciar un negocio. Esta opción puede fortalecer el proceso docente educativo, así como las actividades de investigación y extensión, en armonía con la demanda del sector productivo y la comunidad.

Del análisis realizado sobre las políticas de emprendimiento e innovación, se obtienen algunas conclusiones:

- i. En primer lugar, conviene que no todas las empresas, especialmente las de menor tamaño, sean tratadas como un grupo homogéneo.
- ii. En segundo lugar, parece más eficiente que los apoyos no se planteen tanto en términos de cantidad de ayuda, sino más bien en la forma en que esta asistencia se presta y en cómo afecta al comportamiento de los destinatarios de las acciones.
- iii. En tercer lugar, resulta ventajoso que las diferentes medidas y programas se planteen en forma de paquetes integrados de medidas, buscando sinergias en su impacto, ya que las acciones no vinculadas entre sí pierden eficiencia.

Con carácter general, existe el riesgo de que las empresas no capten una visión amplia de todo el espectro de medidas disponibles y/o no puedan hacer frente a la complejidad y al tiempo que requieren los procedimientos burocráticos que se exigen para acceder a tales apoyos.

Es necesario que se formulen más políticas públicas de apoyo a las incubadoras de negocios, especialmente las que se encuentran dentro de las IES para con esto potenciar los emprendimientos de base tecnológicas que se trabajan dentro de las universidades y con esto combatir el desempleo de los jóvenes universitarios.

Así mismo, de la revisión realizada de la literatura se desprende que el emprendimiento y la innovación están vinculados al crecimiento económico y la renovación industrial, pero no está claro cómo se produce esta interconexión.

Por esta razón se requieren enfoques holísticos de las políticas públicas de emprendimiento e innovación (Lundström y Stevenson, 2005), que integren los elementos e instrumentos de diferentes campos de política (desde la política de desarrollo regional a la de educación, pasando por PYMES, etc.). Como se ha señalado en el Capítulo 3, mientras que las políticas de emprendimiento suelen centrarse en los individuos y su capacidad emprendedora (gestión, formación y motivación), las de las PYME suelen dirigirse a empresas ya existentes.

En este sentido, un elemento de vinculación fundamental entre emprendimiento e innovación (en conexión con las incubadoras) podrían ser las universidades. A nivel regional, las universidades son responsables tanto de la generación y transferencia de conocimiento como de la educación de una gran parte de las personas potencialmente emprendedoras. De ahí que el perfil tecnológico y la capacidad de respuesta de las universidades puedan influir en la iniciativa empresarial innovadora.

La falta de consenso tanto sobre la forma de medir el desempeño de las empresas instaladas en las incubadoras como sobre la propia definición del proceso de incubación, hace especialmente complejas las evaluaciones de impacto del proceso de incubación.

Normalmente se suelen utilizar medidas de supervivencia, pero como ya se ha señalado la graduación de un proyecto empresarial y su salida de la incubadora no es, en sí misma, una prueba del éxito.

Por ello, en uno de los capítulos de esta tesis se ha analizado la relación existente entre la utilización de algunas de las más importantes infraestructuras de apoyo a la creación de empresas innovadoras (uso de incubadoras, utilización de Centros Tecnológicos y vinculación con universidades) y la creación de empleo por parte de determinadas empresas (*Young Innovative Companies*).

A través de este análisis empírico se llega a dos conclusiones:

(i) No existe un único patrón de relaciones entre incubadoras/universidades/centros tecnológicos que lleve a un crecimiento del empleo. En este sentido, parece claro que una acción eficiente por parte de los gobiernos exige, como ya se adelantaba antes, un *policy mix* que interconecte los diferentes instrumentos dirigidos a promover el emprendimiento y la innovación mediante paquetes integrados de medidas.

(ii) El análisis realizado reconoce que por sí solas, las incubadoras y el resto de instrumentos de apoyo a la innovación (Centros Tecnológicos), pueden encontrarse con dificultades para promover el crecimiento del empleo. Por el contrario, parece que los mejores resultados en términos de crecimiento del empleo se obtienen cuando varios de estos instrumentos (p. ej., incubadoras y centros tecnológicos) se combinan y actúan de forma conjunta.

Estas conclusiones permiten extraer algunas implicaciones de política (*policy implications*). Una recomendación sería la conveniencia de que las diferentes iniciativas emprendedoras se dirijan de forma global tanto a las incubadoras, como a los centros tecnológicos y las universidades, haciendo uso del amplio abanico de servicios que estos ofrecen para el apoyo al emprendimiento y la innovación.

Por otra parte, se ha observado que el grado de innovación influye en la creación de empleo en el caso de las empresas que utilizan los servicios de las incubadoras. De acuerdo con este resultado, los esfuerzos de los gobiernos regionales y nacionales para promover el emprendimiento podrían ganar en eficiencia si tales acciones estuvieran dotadas de mayor especificidad. Esto podría lograrse mediante la implementación de políticas selectivas y segmentadas con programas adaptados a las necesidades concretas de los proyectos en función de sus características específicas (p. ej., grado de innovación, edad, dimensión empresarial, etc.).

Además, de la revisión de la literatura y del análisis de la experiencia existente, se pueden derivar cuatro recomendaciones adicionales de interés. En primer lugar, algunas iniciativas como las puestas en marcha en Finlandia, tratan de acercarse de manera proactiva a potenciales empresas de alto crecimiento que podrían beneficiarse de las acciones de apoyo. En vez de adoptar una posición pasiva (esperar a que la empresa se acerque a ellos) el servicio explora activamente el entorno de potenciales emprendedores, con la idea de

adoptar paquetes específicos de acciones.

En segundo lugar, por lo que se refiere al diseño de las actuaciones y dada la naturaleza polifacética del proceso emprendedor, para abordar la promoción de las iniciativas empresariales se requiere un enfoque integral con una amplia colaboración entre los diferentes departamentos de la Administración Pública con competencias diversas y complementarias de car al proceso emprendedor.

En tercer lugar, cabría recomendar que los responsables políticos estén dispuestos a asumir y aceptar fracasos. En realidad, la presencia de unas altas tasas de supervivencia podría entenderse como insuficiente dinamismo y falta de riesgo, especialmente en empresas con alto potencial de crecimiento o empresas de base tecnológica. La política de promoción del emprendimiento no trata simplemente de corregir fallos del mercado, sino de contribuir a cambiar/mejorar el modelo productivo existente. Para finalizar, una recomendación de carácter general consistiría en enfatizar la toma en consideración de las buenas prácticas existentes, así como la evaluación comparativa de modelos de incubación, especialmente en el ámbito latinoamericano. Mediante esa valoración comparativa, se podrían diseñar y especificar modelos de incubación a partir de las mejores prácticas.

Las IES y centros de investigación son organismos que ofrecen áreas propicias para la creación de conocimiento y procesos tecnológicos, por lo que, debe potenciarse su vinculación con los sectores productivos a fin de que actúen como catalizadores de su competitividad.

LIMITACIONES Y FUTURAS LÍNEAS DE INVESTIGACIÓN

La investigación realizada en esta tesis como todas las investigaciones, no está exenta de limitaciones, que permiten apuntar a algunas futuras líneas de investigación. De estas limitaciones se derivan dos futuras líneas de investigación: la primera consistiría en ampliar la muestra utilizada y en realizar comparaciones interregionales. La segunda, siguiendo a algunos autores como Hackett y Dilts (2004) que abogan por el uso de datos longitudinales para explorar la incubación, consistiría en la utilización de información sobre la incubación en diversos momentos del tiempo.

Finalmente, y en concordancia con varias propuestas relacionadas al futuro de la investigación de la intención emprendedora sugeridas por Fayolle y Liñán (2014), las conclusiones aportadas en la presente tesis doctoral plantean una serie de futuras líneas de investigación en este campo de estudio.

Por un lado, con el objeto de profundizar en la comprensión del proceso de crear una empresa, resulta importante continuar el estudio del efecto de variables psicológicas a nivel del individuo sobre la intención emprendedora (Liñán y Fayolle, 2015). De este modo, sería conveniente profundizar en el análisis del efecto del riesgo percibido en el emprendimiento desde un enfoque multidimensional. Aun cuando diversos autores han estudiado el riesgo desde esa perspectiva en otros ámbitos del conocimiento (psicología, comportamiento del consumidor, salud), el análisis del mismo como un constructo multidimensional en el proceso de crear empresas aún es escaso. Además, resultaría de gran interés continuar el estudio del riesgo percibido en el emprendimiento desde un enfoque de oportunidad, puesto que los emprendedores tienden a percibirlo diferente a aquellos individuos que no emprenden.

Así mismo, desde la perspectiva de estudio del comportamiento emprendedor, sería interesante no sólo replicar la investigación en una muestra de emprendedores potenciales, sino incluso estudiar las posibles diferencias en el efecto de las dimensiones de riesgo entre emprendedores potenciales y emprendedores nacientes y, por otro lado, realizar estudios longitudinales que permitan examinar la conducta emprendedora efectiva de los sujetos.

Del mismo modo, es necesario continuar la investigación sobre cómo influye la percepción que tiene el emprendedor sobre el desempeño de la incubadora, particularmente en la etapa de pre incubación, con el fin de proveer a los gestores de estos organismos de información relevante que les permita conocer cuáles son y cómo deben ser proveídos los servicios que, desde la percepción de los emprendedores, fortalecen su deseabilidad, sus habilidades emprendedoras y el acceso de recursos necesarios para llevar a cabo exitosamente la creación de empresas.

BIBLIOGRAFÍA

- Acemoglu, D., Simon, J., & Robinson, J. (2001). *The Colonial Origins of Comparative Development: An Empirical Investigation*. American Economic Review, 1367-1401.
- Acs, Z. J. (2007). *How is Entrepreneurship Good for Economic Growth? Progress Foundation, the Beauty of Entrepreneurship*. 25th Economic Conference of Progress Foundation. Zurich.
- Acs, Z. J., & Plummer, L. (2005). "Penetrating the 'knowledge filter' in regional economies", *The Annals of Regional Science*.
- Aguilar, Medina, P. (2013). Factores que inciden en el clima organizacional de la administración pública. Caso específico: Secretaria de Turismo municipal de la ciudad de Morelia, Michoacán. Tesis de maestría. Universidad Michoacana de San Nicolás de Hidalgo.
- Aguilar, L. (1993). *Antologías de Política Pública*. México: Porrúa.
- Aguilar, L. (2005). *Las políticas públicas: su aporte, Democracia, desarrollo y políticas públicas*. Guadalajara: Centro Universitario de Ciencias Económico Administrativas
- Agustín Hernández, F. (2011). Factores administrativos que inciden en la supervivencia y desarrollo de pequeñas y medianas empresas industriales, departamento de Zacapa, Guatemala. Tesis de doctorado. Universidad estatal a distancia. Costa Rica.
- Alcaraz, R. (2011) *El emprendedor de éxito*. México, Ed: Mc Graw Hill. Albarrán
- Allesch, J. (1987). *Sciences Parks and Innovation Centers: Their Economic and Social Impact*. Amsterdam: Elsevier.
- Alonso, L. (2007). *La crisis de la ciudadanía laboral*. Barcelona.
- Amabile, T. (1998). *Cómo matar la creatividad*. Harvard Business Review Creatividad e Innovación, Págs. 1-32.
- ANPROTEC. (2006). Obtenido de Asociación Nacional de Entidades Promotoras de Emprendimientos Innovadores de Brasil: www.anprotec.gob.br
- Ardagna, S., & Lusardi, A. (2010). *Heterogeneity in the Effect of Regulation on Entrepreneurship and Entry Size*. Journal of the European Economic Association, págs. 594-605.
- Arenius, P., & Minniti, M. (2005). *Perceptual Variables and Nascent Entrepreneurship*. Small Business Economics.
- Arias, G. (2007, pág. 273) *Metodología de la investigación*. Séptima edición. Editorial Trillas. México.
- Association, N. B. (2008). *National Business Incubation Association*.
- Audretsch, D. B. (1995). *Innovation and Industry Evolution*. Cambridge: MIT press.

Audretsch, D.B (2002). *Does Entrepreneurship reduce unemployment*. Tinbergen Intitute Discussion Paper. Disponible en <http://www.tinbergen.nl/discussionpapers/01074.pdf>

Banca de desarrollo, P. (2004). *pyme*. Obtenido de pyme: www.pyme.com.mx/creditos_pyme/banca_de_desarrollo.htm

Baena, (2002) *Metodología de la investigación*. Mexico. Editorial grupo patria cultural.

Bañón, R., & Casillo, E. (1997). “*El análisis de las políticas públicas*”, *La nueva administración pública*. Madrid: Alianza editorial.

Bardach, E. (2001). *Los ocho pasos para el análisis de políticas públicas*. México: CIDE.

Baumol, W. (2004). *Education for innovation: entrepreneurial breakthroughs vs. corporate incremental improvements*. National bureau of economic research. massachusetts

Berger, P y Luckman, T. (1984). *La construcción social de la realidad*. Amorrortu. Buenos Aires. Capítulo II. P. 164-185.

Bilbao, A., & Pachano, S. (2002). *Rasgos y Actitudes de los Emprendedores*. Venezuela: Corporación Andina de Fomento – CAF - Venezuela Competitiva.

Bohome, M. (2009). *La racionalidad en la toma de decisiones: Análisis de la Teoría de la decisión de Herbert A. Simon*. Netbiblo.

Brioenes, G. (2008) *Métodos y técnicas de investigación para las ciencias sociales*. Cuarta edición. Editorial Trillas. México.

Bueno, C. E. (2010) *La tercera misión de la universidad: El reto de la Transferencia del conocimiento*.2007.

Disponible en: <http://www.madrimasd.org/revista/revista41/tribuna/tribuna2.asp>. Acceso en: 20 mayo. 2018

Burnett, D. (2000). *The Supply of Entrepreneurship and Economic Development*. Founder Technopreneurial.com. Disponible en www.technopreneurial.com/articles/ed.asp.

Burnett, D. (30 de marzo de 2000). *The Supply of Entrepreneurship and Economic Development*. Obtenido de <http://www.technopreneurial.com/articles/ed.asp>.

Busenitz, L., West III, G., Shepherd, D., Nelson, T., Chandler, G., & Zacharakis, A. (2003). *Entrepreneurship Research in emergence: Past Trends and Future Directions*. Journal of Management.

Calderón, G. (1999). *Características del creador de pequeña empresa en Manizales*. Decisión Administrativa, Págs.62-68.

Campos, G., Guevara, R., Frickey, A., Ramos, T., & Rivera, A. (2006). *Manual de Instrumentos y Recomendaciones sobre el Seguimiento de Egresados*. México: Instituto Tecnológico y de Monterrey.

Cantillon, R. (1992) *Pioneer of Economic Theory*. Routledge. New York

Canto, M., & Castro, O. (2002). *Introducción a las políticas públicas*. México: MCD.

Cardona, M., Vera, L., & Tabares, J. (2008). *Las dimensiones del emprendimiento empresarial: la experiencia de los programas Cultura E y Fondo Emprender en Medellín*. Recuperado el 30 de Octubre de 2016, de

<http://bdigital.eafit.edu.co/Journal/HRU100/Cuaderno69.pdf>

Cardozo, M. (2006). *La evaluación de políticas y programas públicos. El caso de los programas de desarrollo social en México*. México: M. A. Porrúa.

Carsud, A. L., Svenson, E., & Gilbert, L. (06 de 2000). *Creating an International High Technology Incubator: The case of The UCLA Venture Development Program*, *Journal of Enterprising Culture*, 8(2), págs. 185-200.

Casson, M. (1982). *The Entrepreneur: An Economic Theory*. Oxford: Martin Robertson.

Castaño, J. C., Lanzas, A. M., & López, M. E. (2007). *Estrategia organizacional orientada al logro de resultados desde el trabajo en equipo*. *Scientia Et Technica*, Págs.369-373.

Castel, R. (2004). *Las Trampas de la Exclusión. Trabajo y utilidad social*. Buenos Aires.

Castillo, A. (1999). *Estado del arte en la enseñanza del emprendimiento. Programa Emprendedores como creadores de riqueza y desarrollo regional*. INTEC Chile.

CEIN. (13 de 09 de 2014). *CEIN*. Obtenido de Vivero de Empresas Innovadoras de Navarra: www.cein.es

Celaya, M.; Barajas, M. (2012). *La Academia y el sector productivo en Baja California. Los actores y su capacidad de vinculación para la producción, difusión y transferencia del conocimiento y la innovación*. *Revista Región y Sociedad*, Vol. 24, N° 55: 41-80.

Chang, H. (2010). *El Modelo de la Triple Hélice como un medio para la vinculación entre la Universidad y la Empresa*. *Revista Nacional de Administración*, Vol. 1N°10:85-94.

Chelen, F.D. (1999). *Emprendedores como creadores de riqueza y desarrollo regional Programa Emprendedores como creadores de riqueza y desarrollo regional*. INTEC Chile Disponible en http://www.intec.cl/documentos_linea/ARI2487-INV-PFDI.pdf

Chowdhury, M., y Nurul, M. (2011). *The Effects of Human, Social, and Financial Capital on the Woman Entrepreneurship Venturing in Bangladesh*. *International Journal of Business and Economics Perspectives*. 6(1), 138-149.

Coduras, A., Urbano, D., Rojas, A., & Martínez, S. (2008). *The Relationship between University Support to Entrepreneurship with Entrepreneurial Activity in Spain: A Gem Data Based Analysis*. *International Advances In Economic Research*, págs. 395-406.

Cohen, V. (1998). *Incubadoras e de Empresas una Verdadera Clase de Administración*. México: Mayo.

Coit, M. (2006). *Place To Hatch Startups: Helping Companies Take Shape-Former Agilent Campus In Rohnert Park Becomes incubator For Fledgling Entrepreneurs*.

Cortina, A. (2003). *Ética de la empresa. Claves para una nueva cultura empresarial*. Madrid: EditorialTrotta.

Cuervo, A., Ribeiro, D., & Roig, S. (2006). *Entrepreneurship: conceptos, teoría y perspectiva*. Madrid: Fundación Bancaja.

Daza, M. C., Mosquera, C. E., & Arias, A. (2010). *La creación de empresas en Colombia desde las percepciones femenina y masculina*. *Revista Economía, Gestión y Desarrollo*. Págs. 61-77.

De Bono, E. (1991). *Seis pares de zapatos para la acción*. Barcelona: Paidós Ibérica.

Dehter, M. (2001). *Cultura Emprendedora*. Programa Permanente de Capacitación para

Dirigentes.IDEB.

Déry, R., & Toulouse, J. (1996). *Social Structuration of the Field of Entrepreneurship: A case Study*. *Revue Canadienne des Sciences de l'Administration*. Paris.

Desarrollo, B. I. (2006). *Empresarialidad en economías emergentes: Creación y desarrollo de nuevas empresas en América Latina y el Este de Asia*.

Diario Oficial de la Federación (2016). Reglas de Operación del Fondo Nacional Emprendedor para el ejercicio fiscal 2017. Disponible en http://www.dof.gob.mx/nota_detalle.php?codigo=5468221&fecha=30/12/2016

Díaz, B. (2011). *El arte de tomar decisiones con contenidos éticos*. *Revista Venezolana de Gerencia*. Págs.323-325.

Diccionario español Larousse. (2009). *Diccionario español Larousse*. Larousse.

Dietrich, F. (1996) *Nueva guía para la investigación científica*. México. Editorial planeta mexicana.

Drucker, P. (1985). *La Innovación y el empresario innovador*. Ed. Edhasa. P. 25-26; 35-44.

Drucker, P. (2008). *Creatividad e innovación*. "La disciplina de la innovación". Barcelona: Ediciones Deusto.

Durán, J. F. (2006). *La construcción social del concepto moderno de trabajo. Nómadas*.

Duran, D. y Lukez, B. (2003). *Los Microemprendimientos Productivos: Del Desempleo a la Ocupación*. Disponible en <http://www.ecoportel.net/articulos/microemp.htm>

Easterly, W., & Levine, R. (2003). Tropics, Germs and Crops: How Endowments Influence Economic Development. *Journal of monetary Economics*, págs. 3-39.

Echarri, C. (2007). *En tránsito hacia la adultez: eventos en el curso de vida de los jóvenes en México*. México: Estudios demográfico y urbanos.

Elster, J. (1990). *El cambio tecnológico*. Barcelona: Gedisa.

Empresas, C. y. (2002). *Incubadora de empresas*. Obtenido de Incubadora de Empresas: www.imjuventud.gob.mx/comunicación/Boletines_2002/boletin_apec3.htm

ENJ. (2005). Encuesta Nacional de Juventud.

Estrada, S. (2006). *Modelo de Liderazgo en Organizaciones Cambiantes*. Scientia Et Technica, págs. 295-300.

Etzkowitz, H. ;Leydesdorff, L.(2000). *The dynamics of innovation from national systems and "mode 2" to a Triple Helix of University-Industry government relations*. *Research Policy*, N°29:109-123.

Etzkowitz, H., (2002). Networks of Innovation: Science, Technology and Development in the Triple Helix Era. *International Journal of Technology Management & Sustainable Development*; 2002, 1(1), pp. 7-31

Etzkowitz, H. & Klofsten, M. (2005). *The innovation region: toward a theory of knowledge-based regional development*. *R & D Management*; 35 (3), pp. 243-255.

Etzkowitz, H. & Leydesdorff, L. (2000). The dynamics of innovation: from National Systems and "Mode 2" to a Triple Helix of university-industry-government relations. *Research*

- Policy, 29(2), pp.109-123.
- Faulkner, W. & Senker, J. (1994) *Making Sense of Diversity-Public-Private Sector Research Linkage in 3 Technologies*. Research Policy, 23(6) pp.673-695.
- Eyssautier, M. (2002) *Metodología de la investigación- desarrollo de la inteligencia*. Cuarta edición. ECAFSA Thompson Learning editores. ECAFSA. México.
- Fascioli, A. (2008). *Autonomía y reconocimiento en Axel Honneth: un rescate de El Sistema de la Eticidad de Hegel en la filosofía contemporánea*. Revista ACTIO (10), 21-25.
- Flores, A., y Méndez. (2010). *La creatividad en la formación de individuos emprendedores desde el ámbito universitario*. Revista Educare. Págs...1- 92.
- FOMIN (2011). *Guía de Emprendimientos Dinámicos*. Documento en línea. Disponible en: <https://es.scribd.com/doc/36375389/MIF-FOMIN-Guia-de-Emprendimientos-Dinamicos> Consulta: 13/06/2017
- Formichella, M. (2004). *El concepto de Emprendimiento y su relación con la educación, el empleo y el desarrollo local*. Publicación del Instituto Nacional de Tecnología Agropecuaria. Obtenido de <http://biblioteca.municipios.unq.edu.ar/modules/mislibros/archivos/MonografiaVersionFinal.pdf>.
- Franco, C. A., & Velásquez, F. (2000). *Como Mejorar La Eficiencia Operativa Utilizando El Trabajo en Equipo*. Estudios Gerenciales, Págs. 27-35.
- Fréchet, M. (1958). *Matemáticas y lo concreto*. Universidad Nacional Autónoma de México. México.
- Friedman, M. (1986). *Ensayos de economía positiva*. Madrid: Gredos.
- Garazi A, M. (2011). *Ezagutzen, Ekintzaileak. La intención emprendedora en estudiantes universitarios El caso de la Universidad de Deusto*. Universidad de Deusto.
- García F. M. (2012) *Incubación. Entrepreneur*, v. 20, n. 3, p. 70.
- Gartner, W. (1989). "Who Is an Entrepreneur?" Is the Wrong Question. *Entrepreneurship Theory and Practice*, págs. 47-68
- Gibbons, M.; Limoges, C.; Nowotny, H.; Schwartzman, S.; Scott, P.; Trow, M. (1994). *The New Production of Knowledge. The dynamics of science and research in contemporary societies*, London, Sage Publications, Thousand Oaks, Nueva Delhi.
- Grosman, G., & Helpman, E. (1991). Quality ladders in the theory of growth. *Review of Economic Studies*, págs. 43-61.
- Guariglia, O. (1999). Identidad, autonomía y concepciones de la buena vida. *Isegoría*, págs. 19-29.
- Gunnin, J.P. (2000). *The idea of entrepreneur Role as Distinctly Human Action: A History*

of Progress. Disponible en

www.gunning.cafeprogressive.com/subjecti/workpape/role_ent.htm

Hackett, M., & Dilts, D. (2004). *Systematic Review of Business Incubation Research*. Netherlands: KlunverAcademic Publisher.

Harrod, R. (1949). *Toward a Dynamic Economics*. McMillan. Hays, W. (1967). *Statidstics*. Wadsworth Publishing Co Inc.

Hechavarria, D. M., & Reynolds, P. D. (2009). *Cultural Norms and Business Start-Ups: The Impact of National Values on Opportunity and Necessity Entrepreneurs*. International Entrepreneurship and Management Journal, págs. 417-437.

Hellrieger, D., Jackson, S., & Slocum, J. W. (2002). *Administración: Un Enfoque Basado en Competencias*. (9ª Edición ed.). Thomson Editores

Hernández Sampieri, F. (2003) *Metodología de la investigacion*. Tercera edición. Editorial Mc Graw Hill. México.

Hernández Sampieri, R., Fernández Collado, C. y Baptista Lucio, P., (2010). *Metodología de la investigación*. Mc Graw Hill 5ª edición.México.

Huaylupo A, J. (2007). *El liderazgo: un poder relativo*. Revista de Ciencias Sociales. Págs. 103-124.

Iglesias, S. (1981). *Principios del método de la investigación científica*. Mèxico: Tiempo y obra.

IMJUVE. (2008). *Encuesta y análisis de los factores que inciden en el espíritu emprendedor de los jóvenes mexicanos*.

Incubadora de empresas. (2000). *Incubadora de empersas*. Obtenido de Incubadora de empresas: www.incubarbolivar.org/incubadora.htm

INEGI. (2012). *Perspectiva estadística Michocan de Ocampo*.

Isenberg, D. (2010). *How to start an entrepreneurial revolution?* Harvard Business Review. Volumen 88, número 6, Págs. 1-12.

Isenberg, D. (2011). *The Entrepreneurship Ecosystem Strategy as a New Paradigm for Economic Policy: Principles for Cultivating Entrepreneurship*. Boston: The Babson Entrepreneurship Ecosystem Project - Babson Global.

Kantis, H., Angelelli, P., & Moori. (2004). *Desarrollo emprendedor. América Latina y la experiencia internacional*. Washington: Banco Interamericano de Desarrollo y Fundes Internacional.

Kantis, H. (2014) *Indice de condiciones sistémicas para el emprendimiento dinámico: una herramienta para la acción en América Latina*. 1.ed. Edición. Rafaela: Asociación Civil

Red Pymes Mercosur.

Kaplan, B. y Duchon, D. (1988). *Combining Qualitative & Quantitative Methods in information System Research: A Case Study MIS Quaterly*

Kerlinger, F. (1989). *Investigación y comportamiento. Técnicas y metodología*. . México: Interamericana.

Keynes, J. (1936). *Teoría general del empleo, el interés y el dinero*. Londres.

Kizner, I. (1998). *El empresario Lecturas de Economía Política, vol. I*. Unión Editorial, Madrid. Disponible en http://www.eumed.net/coursecon/textos/Kirzner_empresario.pdf

Kline, S., Rosemberg, N., (1986). *An Overview of Innovation*, en Landau, Rosenberg (Eds), Washington: National Academy Press

Konntz, H., & Wehrich, H. (1998). *Administración Una Perspectiva Global*. (11ª Edición ed.). México D.F: Mc Graw Hill.

Krueger, N. F., Reilly, M. D., & Carsrud, A. L. (2000). *Competing models of entrepreneurial intentions*. Journal of Business Venturing. Págs. 411-432.

Lahera, E. (2004). *"Introducción a las políticas públicas"*. Chile: FCE.

Laswell, H. (1993). *La concepción emergente de las ciencias de políticas*. México: Porrúa.

Larroulet, C., & Couyoumdjian, J. (2009). *Entrepreneurship and Growth: A Latin American Paradox?* Independent Review, págs. 81-100.

Ley Orgánica de la Administración Pública Federal (2002).

Lichtenstein, B. & Lumpkin, G.T. (2005). *The Role of Organizational Learning in the Opportunity-Recognition Process*. Entrepreneurship Theory and Practice.

Lindblom, C. (1979). *Usable knowledge: Social science and social problem solving*. Connecticut: Yale University Press.

Liñán, F. (2004). *Intention-based, models of entrepreneurship education*. Piccolla Impresa / Small Business, Págs.11-35.

Liton. (1971). *Investigacion educativa*.

Luengo, M.; Obeso, M. (2013). *El Efecto de la Triple Hélice en los Resultados de Innovación*. Revista de Administración de Empresas, Vol. 53, N°4: 388-399.

Lundvall,B.(1997). *National Systems and National Styles of Innovation*. Fourth International ASEAT Conference "Differences in 'styles'". Manchester. September 2-4.

Machinea, José Luis y Martín Hopenhayn (2005), *"La esquivia equidad en el desarrollo latinoamericano: una visión estructural, una aproximación multifacética"*, Santiago de Chile: CEPAL

Majone, G. (1989). *Evidencia, argumentación y persuasión en la formulación de políticas*. Méxicom D.F.: Colegio Nacional de Ciencias Políticas y Administración Pública, A. C. y Fondo de Cultura Económica.

Mankiw, G., Romer, D., & Weil, D. (1992). "A contribution to the empirics of economic growth". *The quaterky journal of Economics*, págs. 407-437.

Marshall, A. (1890). *Principios de economía*. Londres.

Martínez, R.; Rodríguez, D. (2013) *Emprendedurismo social en México: hacia un modelo de innovación para la inserción social y laboral en el ámbito rural*. Procuraduría Agraria, p. 103-120, 2013.

Marulanda M, J. A., Correa C, G., & Mejía M, L. F. (2009). *Emprendimiento: Visiones desde las teorías del comportamiento humano*. Revista Escuela de Administración de Negocios, Págs153-168. Universidad Michoacana de San Nicolás de Hidalgo

Malavé, J., & Piñango, R. (2012). *Líderes, gerentes y emprendedores: un estudio empírico de actitudes y significados*. Revista Venezolana de Gerencia, Págs. 676-694.

Maxim, P. (2002). *Métodos cuantitativos aplicados a las ciencias sociales*. Editorial Oxford. México.

Méndez, C. (2001). *METODOLOGÍA Diseño y desarrollo del proceso de investigación*. Tercera edición. Editorial Mc Graw Hill. Colombia.

Mény, & Thoenig. (1992). *Las políticas públicas*. Barcelona: Ariel.

Myers, M. (1997) *Qualitative research in information systems*. SAGE Publications. Estados Unidos.

Mohd, S. M., & Basir, M. S. (2009). *An Attitude Approach to the Prediction of Entrepreneurship on Students at Institution of Higher Learning in Malaysia*. International Journal of Business and Management. Págs. 129-135.

Montoya, O. (2004). *Schumpeter, innovación y determinismo*. Pereira: Scientia et Technica.

Moore, J. F. (1993). *Predators and prey: a new ecology of competition*. Harvard Business Review. Volumen 71, número 3, Págs. 1-16.

Moreno, J.; Ruiz,P.(2009). *La educación superior y el desarrollo económico en América Latina, CEPAL, Naciones Unidas, Serie Estudios y perspectivas*, México.

Moriano, J. A., Palací, F. J., & Morales, J. F. (2006). *El perfil psicosocial del emprendedor universitario*. Revista De Psicología Del Trabajo y De Las Organizaciones. Págs. 75-100.

Morris, C., & Maisto, A. (2005). *Introducción a la Psicología*. México: Pearson Prentice Hall.

Mundo Alma. (2014). *¿Cuál es el perfil del emprendedor de clase media en Latinoamérica?* Edición 08.

Naciones Unidas (1968). *Educación, recursos humanos y desarrollo en América Latina*. Ed. PNUD.

Naciones Unidas (2010). *Principios y recomendaciones para los censos de población y habitación: Revisión 2*. Nueva York: United Nations Publications

NBIA. (15 de 9 de 2006). *NBIA*. Obtenido de National business Incubation Association: www.nbia.org

Neck, H., Mayer, G., Cohen, B. y Corbett, A. (2004). *An Entrepreneurial System View of New Venture Creation*. Journal of Small Business Management, pags,190-208.

- OCDE. (1993). *Labor Market Policies for the 1990's*. Paris.
- OCDE. (2015). *Panorama de la educación 2014: Indicadores OCDE*. OCDE. OIT. (1993). *El papel de la OIT frente a los nuevos desafíos planetarios*.
- OIT. (2012). *Tendencias mundiales del empleo 2012. Prevenir una crisis mayor del empleo*.
- IT. (2015). *Tendencias mundiales del empleo juvenil 2015*. México: OIT.
- Ordeñana, X. y Arteaga, E. (2012). *Middle-Class Entrepreneurship and the Effect of Social Capital*. Inter-American Development Bank. Págs. 1-28.
- Orrego, C. (2008). *La dimensión humana del emprendimiento*. Revistas Ciencias Estratégicas, Págs.225-235.
- Padrón, G. A., & Sánchez de G, M. (2010). *Efecto de la motivación al logro y la inteligencia emocional en el Crecimiento Psicológico*. Revista Venezolana de Gerencia. Págs. 141-157.
- Padua, J. (1979) *Técnicas de investigación aplicadas a las ciencias sociales*. México. Fondo de Cultura Económica.
- Pais, J. M. (2007). *Chollos, Chapuzas, changas, jovenes, trabajo precario y futuro*. Barcelona: Anthoporos.
- Palich, L., & Bagby, D. (1995). *Using cognitive theory to explain entrepreneurial risk-taking: challenging conventional wisdom*. Journal of Business Venturing. Págs. 25-438.
- Palomo, M. T. (2007). *Liderazgo y Motivación de Equipos de Trabajo*. (4ª Edición ed.). Madrid: ESIC Editorial.
- Parnidas, F. (2002) *Metodología y técnicas de investigacion en ciencias sociales*. México. Fondo de Cultura Económica.
- Parsons, W. (2007). *Políticas públicas: Una introducción a la teoría y la práctica*. México: FLACSO.
- Pereira, F. (2007). *La Evolución del Espíritu Empresarial como campo del conocimiento. Hacia una visión sistémica y humanista*. . Cuadernos de Administración Universidad Javeriana.
- Pérez Tamayo, R. (2007) *¿Existe el método científico?* Fondo de Cultura Económica. México.
- PERUINCUBA. (2006). *peruincuba*. Obtenido de Asociación Peruana de Incubadoras de Emresas: www.peruincuba.net
- Peters, T. (1994). *Nuevas organizaciones en tiempos de caos*. Barcelona: Editorial Deusto.
- Peters, T., & Waterman|, R. (2002). *En Busca de la Excelencia*. Madrid: Ediciones Nowtilus.

- Pieck. (2004). *Los jóvenes y el trabajo. La educación frente a la exclusión social*. México.
- Pieck, E. (2001). *Los jóvenes y el trabajo. La educación frente a la exclusión social*. Mexico.
- Pinchot, G. (1987). *Innovation Through Intrapreneuring*. Research management volume XXX.
- Pineda, K.; Morales, M.; Ortiz, M. (2011). *Modelos y mecanismos de interacción universidad-empresa-Estado: retos para las universidades colombianas*. *Equidad y Desarrollo*, Vol. 19, N°15:41-67.
- Poncio, D. (2010). *Animarse a emprender*. Eduvim. Argentina.
- Portalbioceanico. (2016). *Las incubadoras de empresas un fenómeno mundial exitoso*. Obtenido de www.portalbiovesnico.com/proyparques_incubadoras_doc102.htm
- Porter, M. (2009). *Ser competitivo*. Barcelona: Ediciones Deusto.
- PREJAL. (2010). *Políticas Públicas para promover el empleo juvenil y el emprendedurismo en México*. México.
- Pressman, J. L. (1998). *Implementación. Cómo grandes expectativas concebidas en Washington se frustran en Oakland*. México: Colegio Nacional de Ciencias Políticas y Administración Pública, A. C. y Fondo de Cultura Económica.
- Programa Nacional de Juventud (2014).
- Puga V, J., & Martínez C, L. (2008). *Competencias directivas en escenarios globales*. *Estudios Gerenciales*, Págs. 87-103.
- Quero Virla, M. (2010). "Confiabilidad y coeficiente Alpha de Cronbach", *TELOS. Revista de estudios Interdisciplinarios en Ciencias Sociales*.
- Rachman, M. I. (1998). *Introducción a los negocios* (Octava ed.). México: MCGRAW HILL.
- Ramos Rodriguez, A., & Ruiz Navarro, J. (2008). *Base intelectual de la investigación en creación de empresas: un estudio bibliométrico*. *Revista Europea de Dirección y Economía de la Empresa*.
- Rasheed, H. (2000). *Developing Entrepreneurial Potencial in Youth of Entrepreneurial Education and Venture Creation*. Disponible en <http://www.usasbe.org/knowledge/proceedings/2001/063.pdf>
- Reglamento Interior de la Secretaria de Gobernación (2002).
- Ricardo, D. (1817). *Teoria del valor*. Londres.
- Rice, M. P., & Matthews, J. B. (1995). *Growing New Adventures, creating new jobs: priciples and practices of successful business incubation*. Center for Entrepneurial Leadership, Inc. Westport Connecticut: QuorumBooks.
- Rifkin, J. (2010). *El fin del trabajo. Nuevas tecnologías sobre puestos de trabajo: el nacimiento de una nueva era*. Barcelona: Paidós.

- Rodgers, G. (1995). *What is special about social exclusion approach*.
- Rodríguez, A. (2009). *Nuevas perspectivas para entender el emprendimiento empresarial*. Pensamiento & Gestión. Págs. 94-119.
- Romer, P. (1986). "Increasing returns and long run growth". *Journal of Political Economy*, págs. 1002-1037.
- Romer, P. (1989). *Endogenous technological change*. *Journal of Political Economy*, págs. 709-720.
- Roper, S. (1990). *Entrepreneurs, technology and innovation: repeatable success or costly failure?* *Regional Studies Cambridge University*, 33(2), 175-180.
- Roth, A. (2006). *Políticas Públicas: Formulación, Implementación y Evaluación*. Bogotá: Aurora.
- Sábato, J.; Botana, N. (1968). *La ciencia y la tecnología en el desarrollo futuro en América Latina*. Revista de la Integración, Vol. 1, N° 3:15-36
- Salinas, F.; Osorio, L. (2012) *Emprendimiento y economía social, oportunidades y efectos en una sociedad en transformación*. CIRIEC, Revista de Economía Pública, Social y Cooperativa, v. 75, p. 129-15.
- Salkind, N. (1998) *Métodos de investigación*. México. Prentice hall Hispanoamérica.
- Sampieri, F. &. (2006). *Metodología de la investigación*.
- Sánchez, L. (2003). *Perfil psicológico del autoempleado*. Tesis de doctorado publicada. Madrid, España: Universidad Complutense de Madrid.
- Sautet, F. (2005). *The Role of Institutions in Entrepreneurship: Implications for Development Policy*. *Mercatus Policy Series*. George Mason University.
- Say, Jean Baptiste (2001), *Tratado de Economía política*, FCE, México.
- Schemelkes, C. (2014). *Manual para la presentación de anteproyectos e informes de investigación*.
- Schumpeter, J. (1942). *Capitalismo, socialismo y democracia*. Ed. Folio. Pág. 118-124.
- Schumpeter, J. (1947). *The Creative Response in Economic History*. *Journal of Economic History*, págs. 149-159.
- Schumpeter, J. (1975). *Capitalism, Socialism and Democracy*. New York: Harper and Row publishers.
- Schumpeter, J. A. (1949). *Theory of Economic Development*. Cambridge, Massachusetts: Harvard University Press.
- Schumpeter, J. A. (1950). *Capitalismo, Socialismo y Democracia* (Vol. 1). Barcelona: Ediciones Aguilar.
- SEBRAE. (2009). *SEBRAE*. Obtenido de Servicio Brasileño de Apoyo a las Micro y Pequeñas Empresas: www.sebrae.com.br
- Selamé, T. (1999) *Informe final de estudio emprendimiento juvenil*. Santiago: INJUV. Serra, D. (2005). *La logística empresarial en el nuevo milenio*. Ed. Gestión 2000.
- Shane, S., & Venkataraman, S. (2000). 'The promise of Entrepreneurship as a Field of Research', *Academy of Management Review* (Vol. 1).

- Sherman, H. D. (1999). *Assesing the intervention effectiveness of incubation programs on new business start-ups*. *Journal of Enterprising Culture*, 2(1), págs. 313-322.
- Smith, A. (1776). *la riqueza de las naciones*. Londres.
- Sobel, R. S. (2008). *Entrepreneurship. The Concise Encyclopedia of Economics. Library of Economics and Liberty*. Liberty Fund, Inc. Recuperado el 21 de Octubre de 2016
- Solow, R. (1956). "A Contribution to the theory of Economic Growth. *Quarterly Journal of Economics*, 70(7), págs. 65-94.
- Solow, R. (1957). *Technical change and the aggregate production function*. *Review of economics*, págs.312-320.
- Spilling, O. R. (1996). *The Entrepreneurial System: On Entrepreneurship in the Context of a Mega-Event*. *Journal Of Business Research*, págs. 91-103.
- Springer, N. (1988). *The university and business incubation: Technology transfer through enterprenurial development*, The University of Texas. Austin: University of Texas.
- Stake, R. (1998) *investigación con estudios ed caso*. Madrid, España. Ediciones Morata.
- Stevenson, H. H. (2000). *Why the entrepreneurship has won!* Disponible en www.usasbe.org/pdf/cwp-2000-stevenson.pdf
- STPS (2003). *Reglamento Interior de la Secretaría del Trabajo y Previsión Social*
- Subirats, J. (1989). *Análisis de políticas públicas y eficacia de la administración*. Madrid: INAP.
- Swan, T. (1956). "Economic growth and Capital Accumulation",. *Economic Record*, 32(2), págs. 334-361.
- Tamayo y Tamayo, (2004) *El proceso de la investigación científica*. México. Editorial Limusa.
- Tebaldi, E., & Elmslie, B. (s.f). "Institutions, innovation and growth". New Hampshire.
- Tecla, A. y Garza, A. (1993) *Teoría, métodos, y técnicas en la investigación social*. Ediciones taller abierto. México.
- Thomasson, R. (2003) *Jóvenes empresarios: las estrellas más brillantes de las Américas y del Caribe*. Disponible en <http://www.ybiz.com/aybizweb/aboutyabt/brochurespdf.PDF>
- Thornton, P., & Ribeiro-Soriano, D. (2011). Socio-cultural factors and entrepreneurial activity: An overview. *International Small Business Journal*.
- Thornton, M. (1998). *The Origin of Economic Theory: A Portrait of Richard Cantillon (1680-1734)*. Disponible en www.mises.org/cantillon
- Thorton, P. H. (1999). *The sociology of entrepreneursh*. North Carolina: Duke University.
- Tijssen, R. (2006). *Universities and industrially relevant science: Towards measurement models and indicators of entrepenurialorientation*.
- Timmons, J. y Spinelli, S. (2007). *New Venture Creation. Entrepreneurship for the 21st Century (7th edition)*. Boston: McGraw-HillIrwin.
- Tornatzky, L. G., Batts, Y., McCrae, N. E., Lewis, M. S., & Quittman, L. M. (1996). *The*

Art and Craft of Technology Business Incubation, Southern Technology Council and The National Business Incubation Association (Vol.7).

Tornatzky, L., Sherman, H., & Adkins, D. (2003). *Incubating Technology Business: A National Benchmarking Study*. Estados Unidos: NBIA.

Van Rensburg, D. J. (2013). *Is Strategic Entrepreneurship a Pleonasm?*. *Journal of Management and Strategy*, Págs. 15-27.

Varela, R. (2001). *Innovación Empresarial. Arte y ciencia en la creación de empresas*. Bogotá, D. C: Prentice Hall.

Vedovelho, C., & Godinho, M. (2003). *Business Incubators as a technological infrastructure for supporting small innovate firms, activities, Int. J. Entrepreneurship and Innovation Management*. Estados Unidos.

Venkataraman, S. (1997). *The distinctive domain of entrepreneurship research: An editor's perspective*, *Advances in Entrepreneurship, Firm Emergence, and Growth* (Vol. 3). Greenwich: CT JAI Press.

Vilalta, M. J. (2000). *La tercera misión universitaria. Innovación y transferencia de conocimientos en las universidades españolas*. Cuadernos de trabajo, n. 3.

Villafaña, F. (2008). *La disciplina de la innovación*. Obtenido de <http://innedu.com/Innovacion/InnovacionDrucker.pdf>

Villaveces, J. (2006). *Nuevas políticas de ciencia y tecnología*, en: H. Vessuri. Universidad e investigación científica. Buenos Aires: Clacso. 193-205.

Vivanco, M. (2005). *Muestreo estadístico: Diseño y aplicaciones*. Santiago de Chile: Editorial Universitaria.

Vizán, M. (2011). *¿Cómo diseñar estrategias exitosas en nuevos sectores económicos?* *Estrategia*, 59-63.

Webb, J. W., Kistruck, G. M., Ireland, R., & Ketchen, J. J. (2010). *The Entrepreneurship Process in Base of the Pyramid Markets: The Case of Multinational Enterprise / Nongovernment Organization Alliances*. *Entrepreneurship: Theory & Practice*, págs. 555-581.

Weber, M. (1922). *Economía y sociedad. Esbozo de sociología comprensiva*.

Weller, J. (2007). *La inserción laboral de los jóvenes: características, tensiones y desafíos*. *Revista de la CEPAL*.

ANEXO 1. CUESTIONARIOS APLICADOS



UNIVERSIDAD MICHOACANA DE SAN NICOLÁS DE HIDALGO INSTITUTO DE INVESTIGACIONES ECONÓMICAS Y EMPRESARIALES

CUESTIONARIO SOBRE MODELOS DE INCUBADORA DE NEGOCIOS Y EMPREDIMIENTO UNIVERSITARIO.

Compañero estudiante universitario, me permito informarte que estoy realizando una investigación en la que busco conocer tu opinión en lo referido al **diseño y gestión de modelos de incubadora de negocios y emprendimiento universitario**. Por lo anterior solicito tu valiosa cooperación y apoyo para responder el presente cuestionario.

Las respuestas que se obtengan de este cuestionario, tendrán un uso meramente académico. Si estás interesado en conocer los resultados estarán a su disposición.

Perfil del entrevistado

a. Carrera o programa que estudias

--

b. Grado que cursas

Número del ciclo	Semestre	Año

c. Edad

Años cumplidos

d. Sexo

Femenino	Masculino

1. Los proyectos universitarios de innovación tecnológica actuales deben contar con el apoyo necesario para su despliegue en el mercado.				
5) Totalmente de acuerdo	4) De acuerdo	3) Indiferente	2) En desacuerdo	1) Totalmente en desacuerdo
2. Los proyectos universitarios actuales posean la capacidad para que sean considerados como productos que pueden ser utilizados para emprender una actividad independiente y creación de una empresa propia.				
5) Totalmente de acuerdo	4) De acuerdo	3) Indiferente	2) En desacuerdo	1) Totalmente en desacuerdo
3. Los productos de proyectos universitarios actuales y tesis que proponen nuevas tecnologías se deberían promocionar en concursos, congresos, entre otros.				
5) Totalmente de acuerdo	4) De acuerdo	3) Indiferente	2) En desacuerdo	1) Totalmente en desacuerdo

4. Es sumamente importante que los proyectos curriculares o tesis de investigación cuenten con una asesoría necesaria para convertir el producto final en un producto viable en el mercado.				
5) Totalmente de acuerdo	4) De acuerdo	3) Indiferente	2) En desacuerdo	1) Totalmente en desacuerdo
5. Es de vital importancia la implementación de una Incubadora de Empresa asociada a la universidad como planes de emprendimiento universitarios.				
5) Totalmente de acuerdo	4) De acuerdo	3) Indiferente	2) En desacuerdo	1) Totalmente en desacuerdo
6. Es sumamente importante poseer mecanismos de financiamiento o capital necesario para formar nuevos emprendimientos en porcentajes de apoyo.				
5) Totalmente de acuerdo	4) De acuerdo	3) Indiferente	2) En desacuerdo	1) Totalmente en desacuerdo
7. Se debe brindar el personal suficiente tanto para el inicio, como para la consolidación de operaciones en los proyectos universitarios.				
5) Totalmente de acuerdo	4) De acuerdo	3) Indiferente	2) En desacuerdo	1) Totalmente en desacuerdo
8. Es sumamente importante que se le brinde al estudiante la infraestructura física y tecnológica tanto para el inicio, como para la consolidación de operaciones.				
5) Totalmente de acuerdo	4) De acuerdo	3) Indiferente	2) En desacuerdo	1) Totalmente en desacuerdo
9. Es primordial que se le brinde asesorías especializadas, para el inicio, como para la consolidación de operaciones:				
5) Totalmente de acuerdo	4) De acuerdo	3) Indiferente	2) En desacuerdo	1) Totalmente en desacuerdo
10. Es fundamental en la implementación del proyecto, la participación de personal docentes, principales autoridades, profesores y alumnos.				
5) Totalmente de acuerdo	4) De acuerdo	3) Indiferente	2) En desacuerdo	1) Totalmente en desacuerdo
11. Es importante que existan programas gubernamentales que apoyen los proyectos de incubadoras universitarias.				
5) Totalmente de acuerdo	4) De acuerdo	3) Indiferente	2) En desacuerdo	1) Totalmente en desacuerdo
12. Es fundamental la participación activa de planes y programas de gobierno en conjunto con la Universidad para llevar a cabo los emprendimientos.				
5) Totalmente de acuerdo	4) De acuerdo	3) Indiferente	2) En desacuerdo	1) Totalmente en desacuerdo
13. Es primordial la existencia de políticas públicas que apoyen directamente a los emprendedores universitarios.				
5) Totalmente de acuerdo	4) De acuerdo	3) Indiferente	2) En desacuerdo	1) Totalmente en desacuerdo

¡GRACIAS!



UNIVERSIDAD MICHOACANA DE SAN NICOLAS DE HIDALGO

INSTITUTO DE INVESTIGACIONES ECONÓMICAS Y EMPRESARIALES

CUESTIONARIO SOBRE MODELOS DE INCUBADORA DE NEGOCIOS Y
EMPREDIMIENTO UNIVERSITARIO.

Compañero profesor universitario, me permito informarle que estoy realizando una investigación en la que busco conocer su opinión en lo referido al **diseño y gestión de modelos de incubadora de negocios y emprendimiento universitario**. Por lo anterior solicito su valiosa cooperación y apoyo para responder el presente cuestionario.

Las respuestas que se obtengan de este cuestionario, tendrán un uso meramente académico. Si está interesado en conocer los resultados estarán a su disposición.

Perfil del entrevistado				
	a. Perfil académico			
	b. Edad			
	c. Sexo	Femenino	Masculino	
Organización	1. ¿Es muy importante que la incubadora cuente con un plan estratégico?			
	5) Totalmente de acuerdo	4) De acuerdo	3) Indiferente	2) En desacuerdo
	1) Totalmente en desacuerdo			
	2. Es muy importante posea un sistema de indicadores que les permita monitorear el avance de la organización.			
	5) Totalmente de acuerdo	4) De acuerdo	3) Indiferente	2) En desacuerdo
	1) Totalmente en desacuerdo			
	3. La incubadora debe documentar sus lecciones aprendidas y lograr implementarlas como mejoras en sus procesos.			
	5) Totalmente de acuerdo	4) De acuerdo	3) Indiferente	2) En desacuerdo
	1) Totalmente en desacuerdo			
	4. La incubadora debe obtener algún tipo de ingreso por los servicios prestados a los emprendedores.			
	5) Totalmente de acuerdo	4) De acuerdo	3) Indiferente	2) En desacuerdo
	1) Totalmente en desacuerdo			
5. Las incubadoras son económicamente sostenibles con los ingresos por los servicios prestados a los emprendedores.				
5) Totalmente de acuerdo	4) De acuerdo	3) Indiferente	2) En desacuerdo	
1) Totalmente en desacuerdo				
6. Es importante que la incubadora reciba financiamiento del gobierno para su fortalecimiento.				
5) Totalmente de acuerdo	4) De acuerdo	3) Indiferente	2) En desacuerdo	
1) Totalmente en desacuerdo				

	7. Las incubadoras universitarias deberían ser apoyadas a través de programas gubernamentales.				
	5) Totalmente de acuerdo	4) De acuerdo	3) Indiferente	2) En desacuerdo	1) Totalmente en desacuerdo
Infraestructura	8. El espacio de trabajo de la incubadora es el adecuado				
	5) Totalmente de acuerdo	4) De acuerdo	3) Indiferente	2) En desacuerdo	1) Totalmente en desacuerdo
	9. El equipo de cómputo con el que cuentan las incubadoras es el adecuado.				
	5) Totalmente de acuerdo	4) De acuerdo	3) Indiferente	2) En desacuerdo	1) Totalmente en desacuerdo
	10. El equipo de cómputo con el que cuentan las incubadoras está en constante renovación.				
Recursos Humanos	11. ¿Cuántos años tiene el director de la incubadora en actividades de apoyo al emprendimiento?				
	1	2-3	4	5	+ 5
	12. El director de la incubadora debe permanecer en el puesto como mínimo tres años.				
	5) Totalmente de acuerdo	4) De acuerdo	3) Indiferente	2) En desacuerdo	1) Totalmente en desacuerdo
	13. ¿Cuál es la cantidad de mentores activos con la que cuenta la incubadora (en la selección y acompañamiento)?				
	0	1-2	3-4	5-6	7 o +
	14. ¿Cuál es la proporción del total del personal que tiene una antigüedad de por lo menos 1 año dentro de la incubadora?				
	0%	20%	40%	60%	80% o +
Incubadora	15. La incubadora debe contar con una estrategia y plan de búsqueda de emprendimientos consistente.				
	5) Totalmente de acuerdo	4) De acuerdo	3) Indiferente	2) En desacuerdo	1) Totalmente en desacuerdo
	16. ¿Qué cantidad de proyectos han sido atendidos por la incubadora en el año?				
	0	1-2	3-4	6-7	8 o +
	17. ¿En qué proporción ha aumentado la cantidad de proyectos atendidos respecto al año anterior?				
	0%	20%	40%	60%	80% o +
	18. La incubadora posee un manual de procedimientos estructurado y documentado.				
	5) Totalmente de acuerdo	4) De acuerdo	3) Indiferente	2) En desacuerdo	1) Totalmente en desacuerdo
	19. ¿Qué proporción de proyectos apoyados que recibieron algún tipo de financiamiento de alguna entidad distinta a la incubadora en el año?				
	0%	20%	40%	60%	80% o +
	20. ¿Cuál es la cantidad de proyectos egresados en el año (terminación de incubación)?				
0	1-2	3-4	6-7	8 o +	
21. La incubadora debe poseer criterios de falla temprana claramente establecidos					
5) Totalmente de acuerdo	4) De acuerdo	3) Indiferente	2) En desacuerdo	1) Totalmente en desacuerdo	

¡GRACIAS !