

UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DE NUEVO LEÓN
FACULTAD DE CONTADURÍA PÚBLICA Y ADMINISTRACIÓN



TESIS

**ATRIBUTOS QUE CARACTERIZAN A LOS EMPRENDEDORES DE LAS
INCUBADORAS DE NUEVO LEÓN PARA CREAR EMPRESAS**

PRESENTADA POR

M.A. ROBERTO CARLOS ROCHA MORENO

**COMO REQUISITO PARA OBTENER EL GRADO ACADÉMICO DE
DOCTOR EN FILOSOFÍA CON ESPECIALIDAD EN ADMINISTRACIÓN**

MARZO, 2019

UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DE NUEVO LEÓN
FACULTAD DE CONTADURIA PÚBLICA Y ADMINISTRACIÓN
CENTRO DE DESARROLLO EMPRESARIAL Y POSGRADO



TESIS

**ATRIBUTOS QUE CARACTERIZAN A LOS EMPRENDEDORES DE LAS
INCUBADORAS DE NUEVO LEÓN PARA CREAR EMPRESAS**

PRESENTADA POR

M.A. ROBERTO CARLOS ROCHA MORENO

**COMO REQUISITO PARA OBTENER EL GRADO ACADÉMICO DE DOCTOR
EN FILOSOFÍA CON ESPECIALIDAD EN ADMINISTRACIÓN**

DIRECTOR DE TESIS

DR. MANUEL ALEXIS VÁZQUEZ ZACARÍAS

SINODALES

DR. MARIO CÉSAR DÁVILA AGUIRRE

DR. ALFONSO LOPEZ LIRA ARJONA

MARZO, 2019

Declaración de autenticidad

Declaro solemnemente que el documento que en seguida presento es fruto de mi propio trabajo, y hasta donde estoy enterado no contiene material previamente publicado o escrito por otra persona, excepto aquellos materiales o ideas que por ser de otras personas les he dado el debido reconocimiento y los he citado debidamente en la bibliografía o referencias.

Declaro además que tampoco contiene material que haya sido aceptado para el otorgamiento de cualquier otro grado o diploma de alguna universidad o institución.

Nombre: Roberto Carlos Rocha Moreno

Firma: _____

Fecha: Febrero 20, 2019

Resumen

Teniendo de base una buena cantidad de literatura referente a la tesis, se puede declarar que existe una importante aportación de las incubadoras para la creación de empresas, donde se encuentra que muchos autores tienen distintas ideas de la creación de empresas y cada uno propone distintas variables que se necesitan para que un buen emprendedor tenga la capacidad para crear empresas.

Después de recabar suficiente información, se llega a la conclusión que se trabajara con cinco variables para encontrar si los atributos que se darán a conocer se encuentran totalmente en las incubadoras y con esto se pueda llegar a tener la capacidad de la creación de una empresa.

Se estudiara de una manera psicológica al emprendedor de las incubadoras de Estado de Nuevo León de la zona metropolitana del estado.

Contenido

Declaración de autenticidad	2
Resumen.....	3
Contenido.....	4
Capitulo 1	10
Naturaleza y dimensión del estudio.....	10
1.2. Antecedentes del problema a estudiar.....	10
1.2. Planteamiento del problema de investigación.....	17
1.3. Pregunta central de Investigación.....	27
1.4. Objetivo General de la Investigación.....	28
1.5. Hipótesis de la Investigación	29
1.6. Metodología	29
1.7. Delimitación y Limitación	30
1.8. Justificación y aportaciones de estudio.....	31
CAPITULO II	33
MARCO TEORICO.....	33
2.1.- Marco teórico (variable dependiente).....	43
2.2. Marco teórico variables independientes.....	46
2.3. Hipótesis Específicas y/o Operativas	59
2.3.1. Modelo grafico de las Hipótesis	61
2.3.2. Modelo de Relaciones teóricas con las hipótesis.....	62
CAPITULO III	63
ESTRATEGIA METODOLÓGICA.....	63
3.1 Tipo y diseño de la Investigacion	63
3.2. Método de investigación	67
3.3. Elaboración del Instrumento	69
3.4. Población, muestra y recolección de datos cuantitativo.....	71
3.5. Tamaño de la Muestra Cualitativa	76
3.6. Métodos de Análisis	79
3.7. Matriz de Congruencia	80
CAPITULO IV.	81
ANALISIS DE RESULTADOS.....	81

4.1 Prueba piloto cuantitativo	81
4.2. Resultados Finales	87
4.3. Comprobación de Hipótesis cuantitativa.....	108
CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.....	111
ANEXOS	114
Anexo 1. Encuesta aplicada a la unidad de análisis (Creadores de empresas y personas de incubadoras)	114
Anexo 2. Entrevista aplicada para análisis de Creadores de empresas y no creadores de empresas que estuvieron en las incubadoras de Nuevo León.	118
13. Bibliografía	120

INDICE DE FIGURAS

Figura 1: Etapas de incubación.....	16
Figura 2: Mapa conceptual del planteamiento del problema.....	27
Figura 3: Modelo grafico de las hipótesis general de la investigación.....	61
Figura 4. Modelo del instrumento en el programa Smartpls.....	90

INDICE DE TABLAS

Tabla 1.- Base de datos del SIEM en Octubre del 2015.....	20
Tabla 2.- Base de datos del SIEM en Octubre del 2012.....	21
Tabla 4. Espectro de Hibrido	40
Figura 3: Modelo grafico de las hipótesis general de la investigación.....	61
Tabla 6. Variables de investigación e indicadores de medición.	70
Tabla 7. Distribución de Z normal.....	73
Tabla 8. Las varianzas típicas según el número de puntos en una escala de Likert	75
Tabla 9. Incubadoras en el Estado de Nuevo Leon.....	77
Tabla 10. Datos de las Alphas de Cronbach de las variables.....	83
Tabla 11. Datos de las Alphas de Cronbach corregidas.....	84
Tabla 12. Resultados de Alpha de Cronbach de la segunda prueba piloto	85
Tabla 13. Resultados corregidos de la Alpha de Cronbach de la segunda prueba piloto ..	86
Tabla 14. Resultados finales del Alpha, del AVE.....	91
Tabla 15. Modelos del instrumento.....	92
Tabla 16. Datos del modelo de la investigación	92
Tabla 17. Datos obtenido por ANOVA.	93
Tabla 18. Datos obtenidos de la significancia de las variables positivas	93
Tabla 19. Resultados de significancia de todas las variables.	94
Tabla 20. Diagnósticos de colinealidad	94
Tabla 21. Estadísticos sobre los residuos	95
Tabla 22. Resultados de las variables	108

INDICE DE GRAFICAS

Grafica 1. Datos de las Alphas de Cronbach como las AVE, del instrumento final	86
Grafica 2. Población encuestada y género.....	88
Grafica 3. Si la empresa es familiar o no.....	88
Grafica 4. Cantidades de trabajadores por empresa.....	89
Grafica 5. Características importantes para un emprendedor para a creación de empresas.....	96
Grafica 6. Trámites necesarios para los emprendedores que crearon empresas.....	97
Grafica 7. Trámites necesarios para los emprendedores que no crearon empresas.....	98
Grafica 8. Importancia de brincarse pasos según los emprendedores que crearon empresa.....	99
Grafica 9. Importancia de las 5 variables, líder audaz, creatividad innovadora, menor aversión al riesgo, autoestima y autoconfianza para los emprendedores que crearon empresa.....	100
Grafica 10. Importancia de las 5 variables, líder audaz, creatividad innovadora, menor aversión al riesgo, autoestima y autoconfianza para los emprendedores que no crearon empresa.....	101
Grafica 11. Cuál es la importancia de las 5 variables, líder audaz, creatividad innovadora, menor aversión al riesgo, autoestima y autoconfianza para los emprendedores que crearon empresa.	102
Grafica 12. Cuál es la importancia de las 5 variables, líder audaz, creatividad innovadora, menor aversión al riesgo, autoestima y autoconfianza para los emprendedores que no crearon empresa	103
Grafica 13. Importancia de las 5 variables, líder audaz, creatividad innovadora, menor aversión al riesgo, autoestima y autoconfianza para los emprendedores que crearon y no crearon empresa.....	110

Abreviaturas y términos técnicos

OCDE = Organización para la cooperación y el Desarrollo Económico.

INEGI = Instituto Nacional de Estadística y Geografía.

Em. Ex. = emprendedor exitoso

SE = Secretaría de Economía

Capítulo 1

Naturaleza y dimensión del estudio

El presente capítulo tiene como propósito describir los antecedentes del problema a estudiar; el planteamiento del mismo; la pregunta principal del estudio; los objetivos generales, los objetivos específicos; las hipótesis; los principales aspectos de una metodología; así como la delimitación y justificación del estudio.

1.2. Antecedentes del problema a estudiar

Las pequeñas y medianas empresas (PyMES) en México generan alrededor del 72% de los empleos formales de la economía, lo que las convierte en el mayor empleador del país, SIEM (2015). Así mismo son la plataforma ideal para generar innovaciones propias, con una serie de ventajas como flexibilidad y creatividad para llevar a cabo nuevos productos y servicios (Flores, 2013).

Sin embargo, los resultados que se tienen sobre la permanencia de las PyMES, indican que 82.5% de ellas inician y desaparecen antes de los 2 años de vida (INEGI, 2015), lo que significa que la mayoría no son rentables. Aunque es natural que cierto número de empresas estén destinadas a desaparecer, el análisis de las cifras del 2015 indican que, en el caso de México, la mortalidad es particularmente alta.

Las empresas se cierran porque no logran la estabilidad, (no perduran más de 37 meses), por falta de financiamiento, insuficiente capacitación, elementos indispensables para poder subsistir y competir en la sociedad.

Las Universidades de México hoy en día desarrollan programas de estudio para poder impulsar el liderazgo en el estudiante y pueda ser parte del desarrollo de México en la creación de generación de empleos, y se desarrollan programas tales como las incubadoras, tanto de universidades como de empresas y del estado. Con esto se crean cada vez más estudiantes emprendedores que puedan aportar

algo a la sociedad, ya que esto permite que se puedan generar mayor cantidad de empleos según los negocios que se desarrollen.

Aparte de los programas de las Universidades, existen programas del gobierno del estado que van desde acceso a financiamiento, incubadoras de negocios, capacitación en mejores prácticas y procesos gerenciales, así como adopción de tecnologías de la información.

Para evitar esta situación, el gobierno es pieza fundamental en el planteamiento de estrategias, y apoya en la creación de incubadoras, para poder transmitir el conocimiento y las herramientas necesarias para la creación de empresas.

Actualmente las incubadoras son una respuesta de apoyo que ejerce el gobierno y las universidades a la creación de empresas, por lo que además de los programas de las universidades, existen programas del gobierno del estado en apoyo, que van desde acceso a financiamiento, incubadoras de negocios, capacitación en mejores prácticas y procesos gerenciales, así como adopción de tecnologías de la información. Estas incubadoras se convierten por lo general en PyMES a su inicio, ya que son empresas en crecimiento.

1.1.1 Surgimiento de las Incubadoras en el Mundo

Las incubadoras de empresas surgen inicialmente en Europa y los Estados Unidos durante la década de los años 50, (Valda, 2014). Las incubadoras han sido una manera más fácil y más segura de poder generar negocios en distintas partes del mundo, por lo que rápidamente se han ido posicionando más en todo el mundo. En el año 2014 se estimó que existen en el mundo alrededor de 1.000 incubadoras de empresas, tres veces más que en 1990; la mitad se encuentra en los Estados Unidos, con más de 9.000 empresas incubadas. A partir de 1986, cada semana surge una nueva incubadora en Estados Unidos, con un tiempo promedio de incubación de 2.3 años, (Valda, 2017). Esto ha hecho que la creación de incubadoras se expanda por el beneficio que implica para la creación de empresas que subsisten.

Según la National Small Business Administration de los Estados Unidos (NBIA), al cabo de tres años, la tasa de éxito para negocios incubados oscila entre el 75 y el 80%, frente al 20 o 25% que reportan los nuevos negocios no incubados.

El aumento de los negocios se ha logrado gracias a las incubadoras. Los datos de la Comisión Europea indican que el 80% de las empresas innovadoras europeas cierran antes de completar un año, mientras que este número desciende a 20% cuando se trata de empresas instaladas en incubadoras. Esto se ha demostrado después de que en cinco años, la tasa de supervivencia promedio de los emprendimientos que nacieron y se desarrollaron en los Centros de empresas e innovación es de alrededor de 89%, valor muy superior a la media europea que no alcanza el 50% para las empresas que se crearon sin ningún tipo de asistencia; luego de diez años, la tasa de éxito sigue superando el 80%. (Juan Carlos, 2010)

Tomando en cuenta que en el mundo la tendencia de crecimiento de las empresas empezó a surgir por medio de incubadoras, en México se vio hasta el año del 2013 que se realizó la apertura de un programa del gobierno Federal para establecer las incubadoras, INADEM (2013).

1.1.2. Caracterización de las Incubadoras en México

En México la clasificación de una incubadora depende de la situación que presente el emprendedor. En México se creó el Instituto Nacional del Emprendedor (INADEM), el cual fue fundado el 14 de enero del 2013, que establece que la incubadora es un organismo público desconcentrado de la - Secretaría de Economía, la cual representa un apoyo a los emprendedores, de las micro, pequeñas y medianas empresas.

La misión del Instituto es implementar estrategias y líneas de acción de vanguardia para impulsar la política nacional en materia de apoyo a los emprendedores, así como a las micro, pequeñas y medianas empresas, propiciando su formación, innovación, competitividad, productividad, crecimiento, consolidación y su proyección en los mercados nacional e internacional, para

contribuir al desarrollo económico y bienestar social. El INADEM hace una subclasificación en las incubadoras, debido a que no todos los emprendedores se encuentran en la misma necesidad, identificando que algunos de ellos tienen negocios o ideas avanzadas por lo que necesitan diversos tipos de apoyo para emprender sus negocios.

El INADEM señala que cuando se realiza un plan de negocios no basta tener una idea; es necesario estructurarla y gestar un plan que proyecte el desarrollo y la ejecución del emprendimiento. Sin embargo, esta tarea es muy compleja, lo que ocasiona que muchos emprendedores novatos no sobrevivan al intento, pues es necesario tener un mejor conocimiento del programa.

Las incubadoras se encargan de evaluar la viabilidad técnica, financiera y de mercado de un plan, proporcionar servicios de asesoría legal, desarrollar los planes de mercadotecnia y ventas e incluso, aportar un espacio físico, equipo, logística y acceso a financiamiento y capital semilla.

1.1.2.1 Proceso a seguir para acceder a un plan de asistencia de una incubadora:

1. Concebir y plasmar en papel una idea de negocios.
 2. Acudir a una incubadora.
 3. Entrevistarse con el representante de la misma.
 4. Clarificar la idea conforme a la entrevista.
 5. Elaborar un resumen de objetivos y las características de la futura empresa.
 6. Proceso de retroalimentación entre el empresario y el asesor para delinear el plan de negocios (este proceso tarda de una a dos semanas).
 7. Evaluación ante un comité de selección de proyectos.
 8. Análisis del proyecto por el comité.
 9. Si el proyecto se aprueba, ingresa a un proceso de incubación. Si el proyecto se rechaza se sugieren adecuaciones y se regresa a la elaboración del resumen.
-

10. En el proceso de incubación se recibe asesoría en aspectos administrativos, legales, contables, financieros, de diseño e imagen, estrategias de mercado y comercialización. En caso de contemplar la exportación de productos, la incubadora también proporciona orientación en aspectos de comercio internacional.

11. Al concluir el plan de negocio, por lo general la empresa comienza operaciones y recibe asesoría por 12 meses más.

1.1.2.2 Tipos de Incubadoras y Etapas de incubación

Debido a que es programa muy completo para poder trabajar en una incubadora, el INADEM opto por clasificar el apoyo a las incubadoras dependiendo las ideas que los emprendedores ya traían en mente y poder dar mejores resultados, por lo que a clasificación que el INADEM ha colocado para poder apoyar las ideas de los emprendedores es la siguiente:

1.- Incubadoras Básicas.

2.- Incubadoras de Alto Impacto.

3.- Incubadoras aceleradoras.

1.- Incubadoras Básicas

Las incubadoras de negocios tradicionales o básicos centran sus esfuerzos en la creación de empresas cuyos requerimientos de infraestructura física, tecnológica y mecanismos de operación son básicos como los sectores de comercio, servicio de ventas o industria ligera. Esta opción sirve cuando se quiere trabajar en un negocio como un restaurante, papelería, lavandería, distribuidora, comercializadora, una tienda de abarrotes, entre otros. De acuerdo al Inadem, el tiempo promedio de incubación en estos negocios es de tres a seis meses. La incubadora servirá para que la idea de negocio que tiene el emprendedor pueda ser aterrizada y con un seguimiento pueda llegar a concluir su negocio y se establezca en el mercado.

2.-Incubadoras de Alto Impacto.

Este tipo de incubadoras apoyan el desarrollo de proyectos de emprendedores, donde sus ideas son más complejas para el desarrollo de una empresa, por lo que necesitan una asesoría diferente ya que el proyecto requerirá de un apoyo tecnológico para la realización de la idea.

Las incubadoras de negocios de alto impacto, son de organismos que apoyan la constitución de empresas cuyos requerimientos de infraestructura física y tecnológica, así como sus mecanismos de operación son especializados e incorporan elementos de innovación; son proyectos con alto potencial de crecimiento, y con altas posibilidades de internacionalización Castro, (2015).

Estos proyectos pueden tardar de uno a dos años de incubación debido a su alto potencial tecnológico y la dificultad que alcanzará. Este tipo de proyectos se encuentran en incubadoras de universidades que tienen un alto desarrollo tecnológico, o empresas que apuesta por emprendedores con nuevos negocios que ayuden a que las empresas puedan repuntar económicamente.

3.- Incubadoras aceleradoras

Las incubadoras aceleradoras son instituciones que tienen como objetivo hacer crecer a empresas ya existentes, que por lo general se les conoce como empresas Gacela, es decir, empresas que cumplen con los 3 años de operación y que presentan tasas de crecimiento elevadas en comparación a otras startups. (jcvalda.wordpress.com)

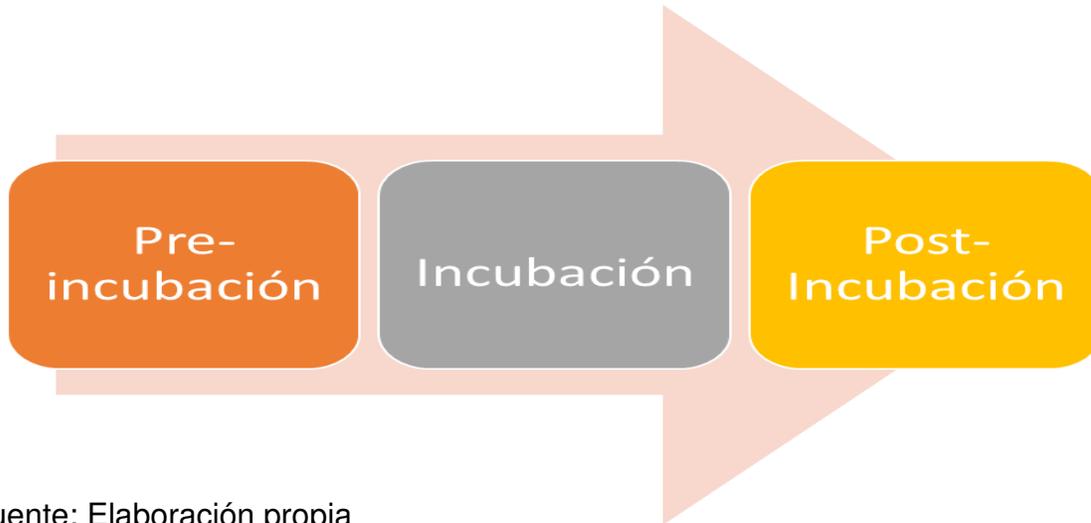
Aquí se encuentran solo los emprendedores que ya crearon su negocio y tuvieron un probado impulso, las cuales se apoyan mediante una aceleradora para continuar con ese nivel.

Muchos negocios de estos empiezan en las incubadoras básicas y después de años con experiencia y sustentabilidad en el negocio, empiezan a expandirse y son apoyadas por alguna organización que tenga una aceleradora de empresas.

Etapas de Incubación

Para esto se estableció un proceso que está integrado de tres etapas:

Figura 1: Etapas de incubación



Fuente: Elaboración propia

a) La etapa de Pre-incubación:

Esta etapa es la más sencilla ya que el emprendedor recibe capacitación básica empresarial para identificar, definir y evaluar una idea de negocio. Esta fase tiene una duración máxima de seis meses.

Al finalizar esta etapa, se espera que:

- La "Idea de negocio" esté estructurada y sea viable.
- Los emprendedores desarrollen habilidades básicas empresariales y conozcan conceptos básicos de negocios.

Sobre la base de la idea del negocio es cuando se empieza la incubación, para dar paso a la siguiente etapa.

b) Etapa de Incubación

El emprendedor recibe capacitación empresarial y guía para desarrollar un plan de negocios que abarca los distintos aspectos de la empresa: planeación estratégica, mercadotecnia, contabilidad y finanzas, producción u operación, aspectos legales,

recursos humanos; así como asesoría para el arranque y formalización de su microempresa. Esta fase tiene una duración máxima de doce meses.

Al finalizar esta etapa, se espera que:

- El "Modelo de negocios" esté estructurado y sea candidato para financiamiento.
- La empresa esté operando y sea dada de alta ante la Secretaría de Hacienda y Crédito Público.
 - El empresario cuente con habilidades para operar un negocio.
 - Se establezcan vínculos con instituciones que otorguen créditos.

Por último ya cuando la etapa de incubación fue todo un éxito, la siguiente etapa será fundamental para la consolidación del negocio.

c) Etapa de Post-incubación

Esta es la etapa de consolidación, en la que el emprendedor recibe capacitación empresarial específica para afianzar su desarrollo y propiciar el crecimiento de la empresa. Esta fase tiene una duración máxima de seis meses.

Al finalizar esta etapa, se espera que:

- La empresa esté consolidada.
- El empresario se haya profesionalizado.
- Se dé seguimiento a las empresas con base en sus resultados.

1.2. Planteamiento del problema de investigación

De acuerdo a Rositas, Alarcón, & Badii, (2006) existen varios tipos de declaración del problema. Estos dependen de la información que se tenga del tema para poder identificarlo de alguna manera, donde las alternativas pueden ser por falta de investigación, o falta de evidencia, por hallazgos recientes en conflicto o por alguna formulación teórica. En relación a esta investigación se han encontrado tres corrientes de análisis que evidencien la existencia de hallazgos en conflicto.

Al no tener una forma exacta de poder estudiar al emprendedor que se encuentra en una incubadora, esto afecta a que todas las personas del Estado de Nuevo Leon no tengan una forma precisa de poder crear una empresa después de haber

estado en una incubadora, esto permite hacer un estudio a profundidad y poder identificar cuales son los posibles atributos que deben de tener los emprendedores de las incubadoras del Estado de Nuevo Leon, contemplando todas las caracterisitcas de dicho estado y las necesidades de las personas para poder llegar a desarrollar empresas.

Debido a los diferentes criterios que son expresados por diferentes autores se observa que existen algunas corrientes de diferentes ideales con las que se trabajara para encontrar los atributos necesarios para que los emprendedores de incubadoras puedan todos llegar al éxito creando su negocio.

Una de las corrientes que se considera en el desarrollo de esta tesis es la relativa al hecho de que el emprendedor debe tener una menor aversión al riesgo para poder avanzar en su meta, por lo que los autores Martinez & Rodriguez, (2013), nos propone que debe de existir un líder para poder tener creatividad y poder acceder a obtención de recursos para poder implementar una Pyme.

Otra de las corrientes de estudio con la que se trabaja destaca la necesidad de tener un tipo de líder que pueda guiar adecuadamente la creación de una Pyme. A este respecto, los investigadores chilenos Liliana, Emilio, & Juan, Vol. XIV, N1, (2008), llevaron a cabo una investigación de estilos de liderazgo y gestión del conocimiento en las pequeñas empresas, donde se observa que el liderazgo transformacional (audaz) es el que muestra una mayor correlación con el conocimiento para la creación de las pequeñas y medianas empresas.

Una de las corrientes a trabajar en esta tesis, es que el emprendedor incubado debe de tener un alto autoestima para poder creer en su idea y esta la pueda echar a volar, por lo que los autores (Robbins, 1996), relacionan que para la iniciativa empresarial debe de existir una actitud emprendedora para poder llegar al objetivo requerido, así como los autores (Sagie),comentan que debe de existir una orientación emprendedora con una actitud positiva para el desafío de problemas lo que lleva a que la autoestima deberá tenerla 100% para poder cumplir con la necesidad de ese logro.

Otros investigadores, de esta segunda corriente como Sanchez & Gonsalvez, (2009) y Martinez & Rodriguez, (2013) consideran que debe de existir un líder, para tener creatividad y acceder a obtención de recursos para poder implementar una Pyme; que deben ser organizados para poder cumplir con los tiempos correctos de trabajo y que las decisiones deben tomarse sin miedo al error.

Una tercera corriente que existe para el estudio del emprendedor, es la que nos comparten los autores Navarro, A., Climent, V. (2010). Ellos comentan que elementos tales como la innovación y el liderazgo audaz debe darse a conocer a estudiantes de universidades, a fin de apoyar una cultura emprendedora en todos los ámbitos relativos a la creación de empresas.

Cada una de las 3 corrientes identificadas tienen diferentes perspectivas, por lo que en la presente investigación se ha propuesto un modelo que considera integrar diversas variables de los autores mencionados anteriormente para determinar cuáles son variables clave para el impulso a la creación de empresas, en particular en el caso del apoyo que ofrecen las incubadoras.

Situación de las PyMES y de las incubadoras en Nuevo León.

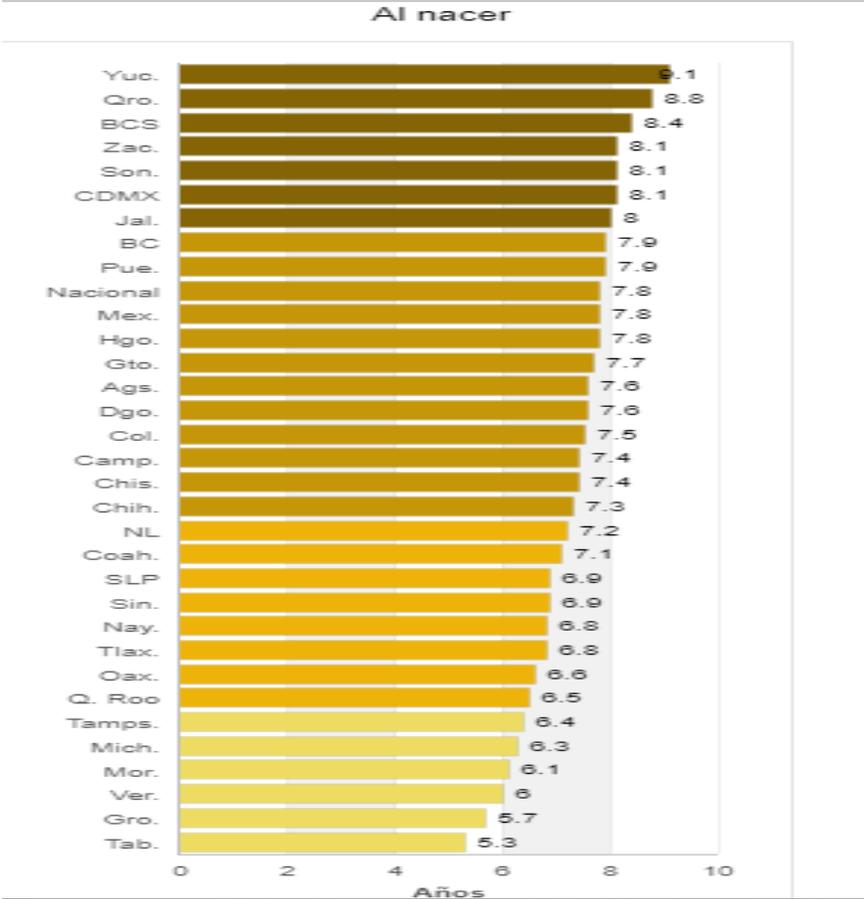
En la actualidad existen 27,812 empresas PyMES en la zona metropolitana del estado de Nuevo León según cifras al mes de noviembre de 2016 con datos obtenidos de la SIEM. Al respecto las PyMES representan 87% del total de las empresas en Nuevo León, y apoyan ampliamente al empleo en el estado.

El Instituto Nacional de Estadística y Geografía (INEGI) dio a conocer que en el 2013 el Estado de Nuevo León, en su análisis de la demografía de los establecimientos, los nacimientos y muertes en un periodo de 37 meses, de PyMES 26.3 % nacen pero a la vez 25.2% mueren, observándose un crecimiento de 1.1% .

Los datos del Instituto Nacional de Estadística y Geografía (INEGI), permiten señalar que la cantidad de empresas que sobreviven en el estado de Nuevo León

es muy poca. Al comparar el estado de Nuevo León con otros estados de la República, se constata en la siguiente tabla que Nuevo León presenta un promedio de durabilidad (meses de existencia) por debajo de la media nacional que es de 7.8 años, ya que Nuevo León solo tiene un promedio de 7.2 años (Tabla 1.), el cual es muy bajo para el caso de un estado tan desarrollado como Nuevo León.

Tabla 1.- Base de datos del SIEM en Octubre del 2015



Fuente: INEGI. Censos Económicos 1989, 1994, 1999, 2004, 2009 y 2014

Importancia de las Incubadoras en Nuevo León.

Como respuesta a lo anterior, el gobierno y las instituciones educativas apoyan el surgimiento de nuevas empresas que tengan mayor durabilidad a través de incubadoras.

A continuación se presenta una tabla que nos demuestra la cantidad de Incubadoras que existen en el País.

Tabla 2.- Base de datos del SIEM en Octubre del 2012

Estados	Cantidad de Incubadoras
Aguascalientes	6
Baja California	6
Baja California Sur	2
Campeche	2
Chiapas	5
Chihuahua	4
Coahuila	7
Colima	1
Distrito Federal	15
Durango	3
Estado de Mexico	13
Guanajuato	9
Guerrero	2
Hidalgo	5
Jalisco	9
Michoacán	2
Morelos	4

Estados	Cantidad de Incubadoras
Nayarit	2
Nuevo León	13
Oaxaca	3
Puebla	6
Querétaro	5
Quintana Roo	7
San Luis Potosí	3
Sinaloa	7
Sonora	7
Tabasco	1
Tamaulipas	5
Tlaxcala	2
Veracruz	16
Yucatán	2
Zacatecas	4
TOTALES	178

Fuente:Secretaría de Economía (2012)

La información contenida pertenece solo a las incubadoras registradas en la Secretaría de Economía y no a la totalidad con las que puede contar el país.

En el estado de Nuevo León han estado creciendo las empresas con el apoyo de las incubadoras que tiene el estado, el cual actualmente cuenta con una cantidad

de 16 incubadoras, las cuales dependen de las Universidades, de empresas, de municipios y de la Secretaría de Economía.

1.2.1. Antecedentes teóricos del fenómeno a estudiar

1.2.1.1 Creación efectiva de empresas. (Variable Dependiente).

Casson (2009) señala que el empresario es el rostro humano de la economía; en el mercado se establecen relaciones continuas, éstas fomentan la innovación, y esas relaciones se fundamentan en la figura del empresario. Sin la actividad del empresario, no se producirán innovaciones en el mercado y si no hay innovación, las ventas se estancarán o reducirán, por lo que las relaciones basadas en el emprendedor se hacen absolutamente necesarias.

Al respecto es posible considerar que la creación eficaz de una empresa se realiza por un emprendedor que sea líder y capaz de innovar ideas nuevas y creativas, por lo que se pudiera implementar nuevas creaciones de empresas buscando siempre el crecimiento de dicha creación.

El proyecto de creación de una nueva empresa está estrechamente vinculado al concepto de emprendimiento, debido especialmente a que en el entorno global que actual, existe gran competencia y un entorno tecnológico que evoluciona a gran velocidad, lo que exige cada vez más una visión más "empresarial" que "empresarial" Birch, (1979), Casillas & Marti, (2004), García & Boria, (2005).

Los autores Garcia del Junco, Julio; Alvarez Martinez, Pedro y Reyna Zaballa, Rafael, (2007), realizaron un estudio de las características del emprendedor de éxito en la creación de PyMES españolas, donde se encuentra que influyen significativamente las características esenciales en el espíritu emprendedor y por las características que contribuyen a desarrollar el espíritu emprendedor.

En la presente investigación se entenderá por creación de empresa sostenible aquellas empresas emprendedoras que apoyadas por incubadoras pueden ser exitosas y permanecer en el mercado.

Los estudios antes señalados, relativos a la creación de empresas sostenibles, revelan la importancia de variables explicativas tales como: el liderazgo audaz, la creatividad innovadora, la menor aversión al riesgo, la autoestima y la autoconfianza.

1.2.1.2. Fenómeno a estudiar variables independientes

a) Liderazgo audaz (variable independiente)

El autor Blanco M. (2015), dice que líder audaz es una persona con muchas virtudes en lo que concierne a las habilidades comunicativas e intelectuales; una persona capaz de trazarse metas y desarrollarlas. Por otra parte Venkatamaram y Shane, (2000) comentan que el liderazgo es muy importante en la persona emprendedora, la cual explota correctamente las oportunidades empresariales lo cual tiene una relevancia para la creación de empresas sostenibles.

Sanchez & Gonsalvez, (2009) proponen que el emprendedurismo debe ser organizado para identificar oportunidades, y tiene que tener liderazgo lo cual tiene de relevancia en la psicología.

Para efectos de esta investigación se entenderá al líder audaz, como la persona que puede lograr que sus compañeros vayan de la mano trabajando juntos, todos hacia la misma meta y sean capaces de contar con todos los involucrados en el mismo proyecto trabajando por el éxito del mismo.

b) Creatividad innovadora (variable independiente)

El siguiente atributo que se considera es el relativo a la creatividad innovadora, el cual conjuga dos palabras para poder obtener un mejor resultado para el atributo del emprendedor. Krell, (2010), comenta que “la creatividad genera las ideas que la innovación realiza. No todas las ideas son innovadoras y no todas las innovaciones crean valor”, por lo que se observa que la creatividad tiene una conexión directa con la innovación.

Por su parte Galindo, Ribeiro, & Mendez, (2012), señalan que la innovación hace referencia a la implantación de aquellas ideas novedosas y originales desarrolladas a través de la creatividad.

El autor Pabon, (2009), señala que se debe de buscar siempre perspectivas de realizar las cosas, no tener un trabajo rutinario, si no buscar desarrollar nuevas actividades para generar nuevas perspectivas al abordar tareas diferentes siempre buscando una creatividad innovadora.

Para la presente investigación se entenderá por creatividad innovadora la capacidad de crear ideas novedosas y originales para desarrollarlas y plasmarlas en distintos proyectos.

c) Con menor aversión al riesgo (variable independiente)

Otro atributo que se considera en la presente investigación es la relativa a una menor aversión al riesgo, lo que significa una toma de decisiones sin miedo, lo cual hace referencia, a que lo importante es estar seguro de elegir lo que se quiere y se siente, siempre pensando positivamente, y tomando las decisiones adecuadas para la situación que se presenta.

(Martinez & Rodriguez, 2013), dicen que se deben tomar decisiones sin miedo al error tomando en cuenta el tiempo en que se propongan cosas. Los autores Espiritu y Sastre (2007, p. 98) señalan por su parte que “una persona que arriesga se puede definir como aquella que está orientada en aprovechar las oportunidades en contextos inciertos”.

Para efectos de la presente investigación se define como una menor aversión al riesgo, actuar y realizar actividades siempre mostrando que no se tiene miedo para cometer algún error y siempre buscando cumplir con la meta sin temor a equivocarse.

d). Autoestima (variable independiente)

Se incluya la variable autoestima la cual se vincula a la importancia, a nuestra manera de ser y al ser de nuestra valía personal, El autor Ramirez, Marzo (2015), realizó un estudio donde se encontró que la autoestima se asocia de manera positiva y significativa con todos los factores de habilidades emprendedoras: como motivación de logro, planificación y persuasión y es de gran importancia para la gestión de un emprendedor.

El autor (Pabon, 2009), se consideran competentes antes los diversos retos que se presentan en contextos sociales, organizacionales y de vida en forma general ya que consideran que el autoestima es de mucha importancia para el emprendedor en su creación de Negocios.

Por lo que se dará a conocer que el atributo autoestima, es el emprendedor con pensamientos, evaluaciones, sentimientos y tendencias de comportamiento dirigidas hacia nosotros, lo que permite que si la autoestima es elevada positivamente ayuda a tener mejores metas para la creación de la empresa.

e). Autoconfianza (variable independiente)

Por último se analizara la variable autoconfianza, la cual describe el ser positivo auténticamente, lo que se asocia a la capacidad del individuo de creer en sí mismo, así como en la posibilidad de conseguir sus metas personales.

El autor (Milton, 2012) señala que un emprendedor tiene la libertad, debe investigar, arriesgarse, todo esto es posible si está en un ambiente de libertad, si el emprendedor tiene autoconfianza.

Otro autor (Fernando & Sanchez, 2010), menciona en su artículo que el emprendimiento debe tomar un riesgo, liderazgo, disfrutar de autoconfianza son aspectos asociados al emprendimiento, esto para poder idear nuevas cosas para la creación de empresas.

Se entenderá por autoconfianza la seguridad, fuerza y convicción que siente el emprendedor para lograr determinados objetivos y superar obstáculos en su vida. Lo cual significara que debe creer en sí mismo, para lo que emprenda se desenvuelva satisfactoriamente en los diferentes ámbitos sociales.

1.2.1.3 Brechas teórica

En la literatura se han encontrado tres corrientes relativas a la creación de empresas y los factores que influyan en el fenómeno. Por una parte Venkataraman S.(1997) comenta que solo pocas personas saben acerca de la escasez de nuevas invenciones, por lo que observa que debe de existir la innovación para la creación de nuevas empresas.

Por otra parte Drucker, (1985), observó que ante la existencia de ineficiencias en el mercado, lo más importante es encontrar una innovación para poder crear nuevos conocimientos que derivan en la creación de nuevas empresas.

Por ultimo Venkataraman S. , (1997) comenta que el espíritu empresarial requiere hacer inversiones el día de hoy, en términos de tiempo, esfuerzo y dinero sin saber lo que la distribución de los beneficios les dará mañana.

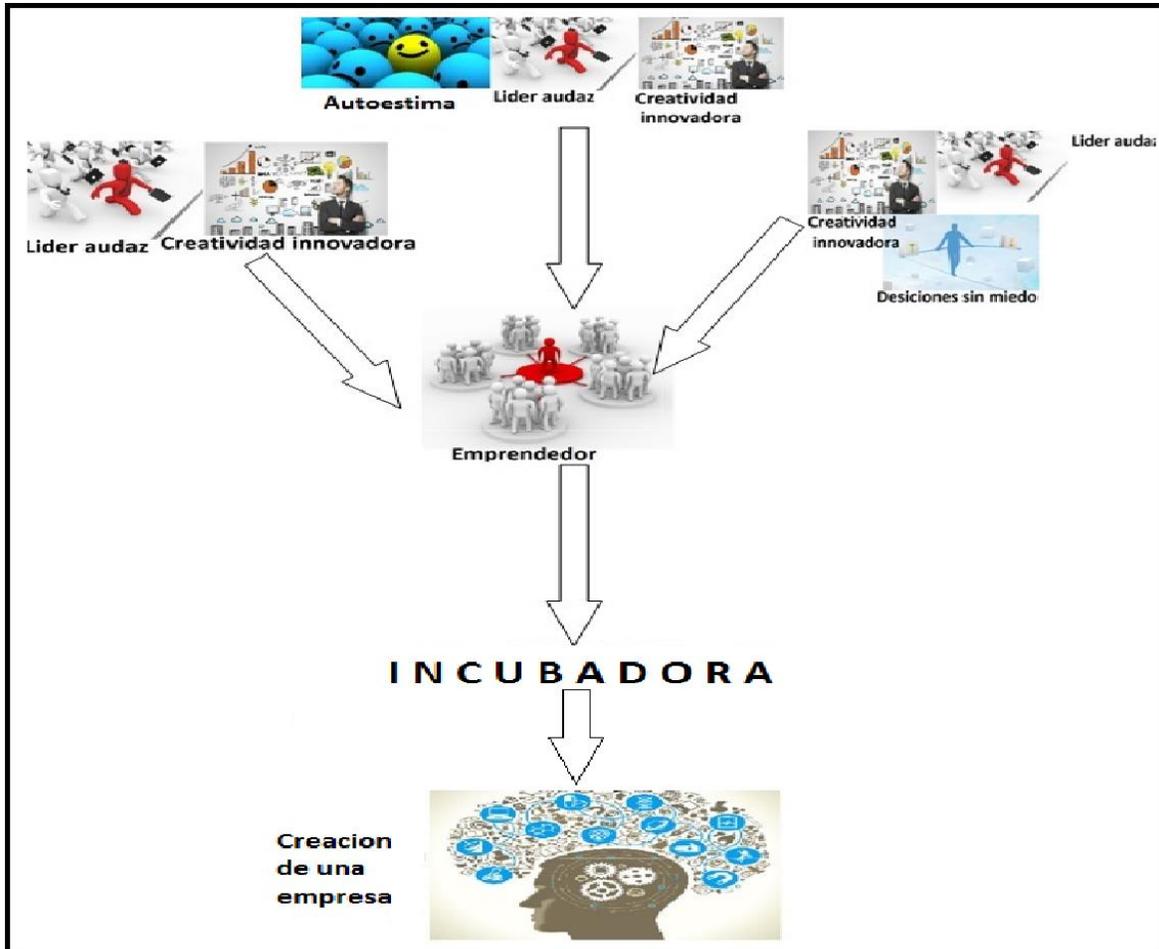
Sin embargo dichas contribuciones no reúnen en su totalidad los atributos que se estudiaran en esta tesis.

Por lo que esta investigación agrega conocimiento al tema que se ha comentado. Al respecto se presenta un modelo, el cual incluye los factores mencionados en las diferentes corrientes, lo cual implica un área de oportunidad para el presente estudio.

1.2.2. Mapa conceptual del Planteamiento del Problema

De acuerdo con la literatura se han encontrado diferentes factores, involucrados en el emprendimiento que a continuación se presentan en el mapa conceptual. Los factores se conciben operando a través del apoyo de la incubadora para efectos de crear una empresa sostenida.

Figura 2: Mapa conceptual del planteamiento del problema



Fuente: Elaboración personal

1.3. Pregunta central de Investigación

¿Cuáles son los principales atributos que caracterizan a los emprendedores de las incubadoras de Nuevo León para la creación de empresas?

1.4. Objetivo General de la Investigación

El objetivo general de esta investigación es identificar que atributos caracterizan a los emprendedores que son apoyados por las incubadoras de Nuevo León para lograr la creación de una empresa. De esta manera identificar que atributos influyen más en el éxito de los emprendedores.

1.4.1. Objetivos Metodológicos de la Investigación

- Presentar los antecedentes de la evolución de las incubadoras
- Hacer un análisis teórico de las variables a estudiar para definir los atributos que son de importancia para la creación de empresas por medio de las incubadoras.
- Definir el tipo de metodología para hacer la prueba cuantitativa.
- Determinar la población correcta para poder tener un estudio correcto y determinar la muestra.
- Integrar los ítems de otros instrumentos para que estén bien direccionados con las variables.
- Aplicar la encuesta a los emprendedores incubados para tener una conclusión.
- Validar y obtener los resultados de la encuesta de la población para determinar los principales atributos.

1.4.2. Objetivos Específicos de la Investigación

- Determinar si un liderazgo audaz está directamente relacionado con la creación de la empresa.
- Determinar si la creatividad innovadora está directamente relacionada con la creación de empresas.

- Determinar si una menor versión al riesgo está directamente relacionada con la creación de empresas.
- Determinar si la autoconfianza está directamente relacionado con la creación de la empresa. Determinar si la autoestima está directamente relacionado con la creación de la empresa.

1.5. Hipótesis de la Investigación

Hipótesis General

Los atributos relativos al liderazgo audaz, a la creatividad innovadora, una menor aversión al riesgo, a la autoestima, y autoconfianza inciden positivamente en la creación de una empresa apoyada a través de las incubadoras.

1.6. Metodología

En el desarrollo de la investigación se utilizó un enfoque cuantitativo, esto se debe a que los estudios antes mencionados demuestran que cada una de las cinco variables que se consideran, fueron cuantificadas anteriormente y medidas previamente, Caird, (1988), explica que cuando en un estudio se tienen variables que pueden ser cuantificables, entonces el diseño debiera ser cuantitativo, lo que además permite que el estudio obtenga una objetividad aún mayor y un mejor desarrollo. También será de corte transversal y correlación-causal.

El estudio tendrá un enfoque explicativo debido a que estará dirigido a responder las causas de los fenómenos que dan a conocer para un mejor estudio; se explicará porque ocurre este fenómeno y las condiciones que se manifiestan para relacionar las variables independientes con la variable dependiente.

Por otra parte ya teniendo determinado que el estudio será cuantitativo, Hernandez, Fernandez, & Baptista, (2014), nos comentan que las investigaciones se pueden realizar de dos formas, hacerlas de forma experimental o de forma no experimental siendo esta ultima la que se realizará en esta investigación.

La población objeto de estudio, seran aquellas personas que estuvieron y estan en las incubadoras del estado de Nuevo León. La muestra se obtendra de las listas de las incubadoras existentes en el Estado. Para obetener la la muestra especificada se correran los estadigrafos correspondientes y se hara una correlacion de las variables a estudiar.

1.7. Delimitación y Limitación

1.7.1. Espaciales

El estudio solo se realizará en las 16 incubadoras que se encuentran en el estado de Nuevo León. Dichas incubadoras se encuentran solo en los municipios que abarcan el área metropolitana. Esto se debe a que estos diseños recogen datos tanto de emprendedores que estuvieron en la incubadora.

7.1.2. Demográficas

El estudio será aplicado a tres poblaciones objeto: tanto emprendedores que han logrado la creación de empresas, como emprendedores que se encuentran en el proceso de creación de la empresa, los emprendedores que no pudieron terminar la creacion de la empresa. Para ver la diferencia entre los tres, los que pudieron crear la empresa, los que están intentando y los que no lo lograron.

7.1.3 Temporales

El estudio se realizará de una manera transaccional ya que se tomará en cuenta a los incubados que estaban físicamente en el periodo 2015 al 2017.

1.8. Justificación y aportaciones de estudio

1.8.1. Justificación Teórica.

Al encontrar que existen tres corrientes de información para la creación de empresas, Venkataraman S.(1997) comenta la importancia de la innovación. Por otra parte Drucker, (1985), observa que se necesita encontrar nuevos conocimientos al crear empresas. Por ultimo Venkataraman S. , (1997) señala que el espíritu empresarial requiere tiempo, esfuerzo y dinero sin saber claramente que recibirá. Sin embargo no hay una investigación que reúna todos los atributos que se estudian en esta investigación.

En tal sentido esta investigación tomara en cuenta los atributos de las tres corrientes, añadiendo mayor conocimiento, al considerar más factores de impulso. Así se presenta un nuevo modelo, el cual representan, una área de oportunidad para la investigación.

1.8.2. Justificación Metodológica.

No hay muchos estudios de carácter cuantitativo que consideren todas las variables de estudio; solo se encontrara algunos que analizan dos o tres atributos. En esta tesis se realiza un estudio que integra cinco atributos lo que enriquece el análisis.

Se realiza un estudio de carácter cuantitativo, con una encuesta que sera aplicada a los emprendedores que estuvieron en incubadoras, lo cual permite tener datos reales sobre el pensar y actuar de los emprendedores que crean empresas.

1.8.3 Justificación práctica.

Después de analizar los criterios para tener una evaluación correcta de una investigación según Sampieri, Fernandez, & Baptista, (2006), se toma en cuenta un criterio para evaluar esta tesis. El primero es la relevancia social que se tendra, ya que apartir de los resultados que se obtendrán, podra haber repercusiones en

la sociedad en relacion a una mejoría en la economía del Estado de Nuevo León y a su vez en el País.

Los beneficiados de esta investigacion seran los emprendedores del estado de Nuevo León quienes podrán conocer la importancia los atributos necesarios para la creacion de empresas por medio de las incubadoras.

CAPITULO II

MARCO TEORICO

Introducción

En el presente capítulo se darán a conocer la información teórica de cada una de las variables independientes como de la variable dependiente. Se darán a conocer teorías y fundamentos teóricos de cada una de mis variables tanto dependiente como independiente, los estudios que se han aplicado a las variables, y se identificarán las hipótesis de investigación de la tesis.

Existe un consenso generalizado acerca de la importancia que las nuevas empresas tienen para una economía moderna. La globalización de los mercados, la llamada “nueva economía” y las revoluciones científico-tecnológicas en el área de las comunicaciones y la informática, son muestras de que el mundo actual funciona de forma distinta al pasado. Esencialmente, las fuentes de crecimiento económico son diferentes (OCDE, 2000).

Desde el 2009 ya se señalaba que el emprendimiento era una de las características que determina el crecimiento, la transformación y el desarrollo de nuevos sectores económicos de una región o un país, siendo el ser humano el principal pilar (Montoya, Calle, & Mejía, 2009). En la actualidad los empresarios son considerados como exitosos emprendedores al tener las habilidades correctas para poder crear empresas de diferentes magnitudes.

“La actividad emprendedora es la gestión del cambio radical y discontinuo, o renovación estratégica, sin importar si esta renovación estratégica ocurre adentro o afuera de organizaciones existentes, y sin importar si esta renovación da lugar, o no, a la creación de una nueva entidad de negocio” (Kundel, 1991).

Ser emprendedor significa ser capaz de crear algo nuevo o de dar un uso diferente a algo ya existente, y de esa manera generar un impacto en su propia vida y en la de la comunidad en la que habita. A su vez, a este individuo no sólo le surgen

ideas, sino que también es lo suficientemente flexible como para poder adaptarlas y posee la creatividad necesaria para transformar cada acontecimiento, sea positivo o negativo, en una oportunidad. (Formichella, 2004).

El estudio de la conducta emprendedora se caracteriza por ser un campo de investigación plural y multidisciplinar, que estudia tanto las características personales como las actividades empresariales, los efectos económicos y sociales, o incluso los aspectos culturales, Baron, (2002); Gartner, (1988); Robinson, Stimpson, Huefner y Hunt, (1991); Venkatamaram y Shane, (2000)

Por lo que a continuación se presentaran los siguientes puntos que se estudian para tener una mejor perspectiva de la tesis.

En primera instancia se identifica los enfoques que pueden presentar los emprendedores, se identifica el tipo de emprendedor que se evaluara ya que cada uno tiene diferentes atributos, y así estudiar el que se requiere trabajar, para que de esta manera se pueda identificar los atributos que correspondan al enfoque que se trabajara y al emprendedor que se estudiara.

Enfoques que estudian a los emprendedores

Para poder tener un emprendedor específico, se explica que existe una gama de diferentes enfoques que los estudian, esto se deberá al tipo de emprendedor que desean ser.

Lanny Herron, Harry J. Sapienza, Deborah Smith-Cook (1992) realizaron una clasificación en 8 ramas que estudian a los emprendedores los cuales determinan que giro tendrá la empresa que el emprendedor realice y son:

1. Psicología Social
2. Ciencias Sociales
3. Ciencias de la Economía
4. Antropología

5. Marketing
6. Financiar
7. Gestión estratégica

El Emprendimiento investigación

Estos son los enfoques o (ramas) de la ciencia que estudian al emprendedor, sin embargo, en esta tesis se decidió que se verá solamente una rama en específico para estudiar el emprendimiento correcto, para este estudio se trabajara en la rama Psicología Social, esta rama es la que permite estudiar a un emprendedor con características para crear una Pyme en las incubadoras del Estado de Nuevo León.

A continuación se presentara el enfoque de Psicología Social para poder visualizar la perspectiva especial de cada disciplina la cual aporta comprensión del empresario y al proceso empresarial.

El estudio psicosocial del emprendedor es una línea de investigación de gran interés dada la actual situación socioeconómica y la especial necesidad que existe en nuestro entorno de personas que abran nuevos caminos empresariales y sean capaces de aprovechar las oportunidades de un mercado global, Moriano, Palaci, & Morales, (2006).

Esta rama será de gran ayuda para poder especificar el tipo de características que se requiere estudiar para determinar nuestro emprendedor, por lo que se define al emprendedor “como la persona que pone en marcha una iniciativa empresarial, crea su propia empresa, solo o asociado con otros promotores, asumiendo los riesgos financieros que esto supone, aportando su trabajo y ocupándose de la dirección de la empresa”, Moriano, Palaci, & Morales, (2006).

Como las características que se pueden evaluar son demasiadas ya que la psicología es muy amplia, este trabajo se enfoca en algo concreto como Shaver. & Scott, (1991) se concentran con cierta profundidad sobre las cuestiones de los

procesos de motivación y percepción de control, los cuales son cuestiones cruciales para la iniciativa empresarial. En particular, se discute la aplicación de la reactancia psicológica, impotencia aprendida, la ilusión de control, y la teoría de las expectativas.

El estudio Psicosocial ayuda a poder definir correctamente las características que necesita tener un emprendedor en el estado de Nuevo León para poder crear Pymes (pequeñas empresas) tanto de baja como media baja Tecnología en el estado.

Para poder tener un mejor estudio del emprendedor trabaja con la gestión estratégica del emprendedor tomando en cuenta el enfoque Psicológico.

Donde se observa que las posibles contribuciones del campo de la gestión estratégica para la investigación de problemas en el núcleo de la investigación del espíritu empresarial, pueden ser la creación de nuevas empresas, la innovación, la búsqueda de oportunidades, y la elevación de riesgos que estos pueden tener, Sandberg, (1986).

El mismo autor señala que no se elige entre los "rasgos" y "enfoques de comportamiento" a la iniciativa empresarial, por lo que se estudiara a fondo al emprendedor, para tener las características necesarias de cada uno de ellos para poder tener los atributos correctos para la creación de Pymes.

Por su parte Sandberg & y Hofer, (1987), sostienen que la estrategia se compone de cuatro componentes; alcance, el despliegue de recursos, la ventaja competitiva, y la sinergia; el proceso de la estrategia consiste en seis tareas principales interactivos: formulación de objetivos, análisis ambiental, formulación de estrategias, evaluación de la estrategia, la estrategia de implementación, y control estratégico, por lo que al unir el estudio psicológico con la gestión estratégica , permitirá un mejor estudio al emprendedor que se estudiara, el cual se mencionara más adelante.

Por lo que la Psicología en conjunto con la gestión estratégica será la rama que más se enfoca al emprendedor que se estudiara, ya que estudiar un emprendedor

implica una gran cantidad de diversidad de emprendedores cada uno con ciertas características para diferentes giros empresariales, por lo que es necesario contemplar que en el contexto de la psicología social, la actitud es definida como la predisposición a responder de una forma generalmente positiva o negativa con respecto al objeto de actitud (Ajzen, 1989).

Otra argumentación propuesta por Robinson y Cols, (1991) para el estudio de los emprendedores, se basa en los siguientes puntos:

- Son menos estables que los rasgos de personalidad, cambiando a través del tiempo y las situaciones según procesos interactivos con el entorno. Por lo tanto, se adaptan mejor al estudio de un fenómeno dinámicamente interactivo como es la creación de una nueva empresa.
- El estudio del emprendedor presenta la ventaja metodológica sobre el modelo de personalidad de ser más específico de dominio, por esa razón reduce la varianza no explicada e incrementa la correlación con la conducta.

Ya teniendo la rama de estudio del emprendedor que será la Psicología en conjunto con la gestión estratégica, ayudara a delimitar el estudio de emprendedor guiado a un solo tipo, por lo que a continuación se define qué tipo de emprendedor será de acuerdo a la rama de estudio.

Diferentes tipos de emprendedores

Al analizar las sociedades de hoy, se podría concluir que su desarrollo se debe a que han implementado el fenómeno del emprendimiento con diversas características de motivaciones de afiliación, logro y poder (McClelland, 1961). Ya en la actualidad se tiene una gran variedad de giros de empresa, esto permite poder hacer un estudio a todos los diferentes tipos de empresarios para poder saber la realidad de su triunfo o fracaso de la empresa.

Por lo que a continuación se presenta en la tabla 3, los distintos tipos de emprendedor donde se pueden ver las diferencias que tienen cada uno de los diferentes tipos de emprendedor y determinar cuál estudiar para encontrar los atributos de ese emprendedor.

Tabla 3: Descripción de tipos de emprendedores

Tipo de emprendedor	Descripción	Autores
1. Emprendedor Social	<p>-Son personas que buscan poner en práctica ideas cuyo fin es resolver problemas presentes en la sociedad.</p> <p>-Su fin no es económico, aunque existe también la idea del emprendimiento social como una mezcla entre ideas innovadoras que buscan un cambio social y cierto beneficio económico para poder aplicarlas.</p> <p>-Son ambiciosos y persistentes en su lucha por los asuntos sociales más importantes y en la búsqueda de nuevas ideas que provoquen cambios a gran escala.</p> <p>- Los emprendedores sociales además de poseer la creatividad y determinación del emprendedor tradicional, poseen ideas innovadoras a través de las cuales intentan producir un cambio social significativo. No existe un único tipo de emprendedor social, pero sí características comunes a todos ellos:</p> <ul style="list-style-type: none"> – Proyecto con un objeto o fin social. Innovación capaz de transformar la realidad – Modelo de negocio ético y sostenible – Reinversión del beneficio para lograr un mejor producto, más barato y extender esas filiales por el mundo para seguir cubriendo esa necesidad social. 	<p>Emprende pyme, (Polo, 2010); (Muhammad Yunus, 2011)</p> <p>(HILDE SCHWAB Y KATHERINE MILLIGAN, 2016).</p>
2. Emprendedor Familiar	<p>Es cuando una parte esencial de su propiedad está en manos de una o varias familias, cuyos miembros intervienen en forma decisiva en la administración y dirección del negocio, existiendo una vocación de continuidad generacional.</p>	<p>(Mancuso, 2009)</p>
	<p>Persona que inicia un proyecto, lo hace crecer y una vez alcanza cierta notoriedad, lo vende o se</p>	<p>(Diaz, 2014)</p>

3. Emprendedor Serial	retira como responsable del día a día de este trabajo, se caracterizan por: ven una oportunidad donde hay riesgo, pasión y empuje por lo que hacen, atraen talento, apuestan tiempo y dinero, tienen tenacidad y resistencia ante la adversidad.	
4. Emprendedor por Necesidad	No están satisfechos con su situación profesional o económica y deciden indagar nuevos rumbos. Son constantes y tenaces, por lo que acaban descubriendo la mejor manera de “obtener el pan de cada día”.	(Albertoni, 2016)
5. Emprendedor en paralelo	Es el emprendedor que está desarrollando diferentes proyectos a la vez. Alguien con cientos de ideas, pero sin ninguna concreta y con ganas de lanzarlas todas, a ver si hay suerte con alguna de ellas.	(Blanco, 2014)

Fuente: Elaboración propia

De los emprendedores antes mencionados, en esta investigación se analizará al emprendedor Social, debido al tipo de empresa que se estudiara, ya que no tiene enfocada la parte económica, si no poder implementar las nuevas ideas que el emprendedor tiene, a esto se le agrega que la rama que estudiara es la Psicológica pero con enfoque de gestión estratégica, nos permitirá poder analizar que atributos debe de tener emprendedor para poder crear Pymes en incubadoras en el estado de Nuevo León.

Por lo que se basa en el espectro híbrido del autor Alter & Ventures, (2007), donde se observa que el emprendedor social abarca seis áreas de las cuales, donde se observa que las empresas que se trabajaran serán la de baja y media baja tecnología, solo se encuentran en tres áreas, que sería un emprendedor socialmente responsable en el negocio, o tiene corporación practicando responsabilidad social o puede ser tradicional pro. Por lo que el estudio que será enfocado en un emprendedor social, pero solo enfocado en un área de psicología social mediante gestión estratégica para las empresas que se requieren investigar

Tabla 4. Espectro de Híbrido

Tradicional Sin ánimo de lucro	Sin ánimo de lucro con generan ingresos Ocupaciones	Social Empresa	Socialmente Responsable Negocio familiar	Corporación Practicando Social Responsabilidad	Tradicional Para - Pro
--------------------------------------	---	-------------------	---	---	---------------------------

Espectro Híbrido



Motivo misión • • El resultado de decisiones Motivo

Rendición de cuentas de las partes • • La responsabilidad del accionista
interesadas
• El beneficio redistribuido a los
Reinversión de resultados en los accionistas
programas • sociales o los costos
operativos

Fuente: (Alter & Ventures, 2007)

Como se menciona anteriormente el emprendedor Social, es aquel que tiene ideas nuevas que quiere implementar, que desea innovar, realmente se puede decir que lo hace por gusto, pero a la vez siempre con la meta bien puesta para que el proyecto se pueda realizar con éxito, y poder implementar cosas nuevas en la sociedad, (Polo, 2010).

Por lo que se observa al hacer la vinculación del emprendedor social que se estudiara y con el espectro de híbrido, que los atributos psicológicos que se

investigaran forman parte del emprendedor social para poder saber qué características específicas deben de tener los emprendedores de Nuevo León.

Este emprendedor permitirá estudiar más fácilmente los atributos que se requieren tener para crear un Negocio donde el punto central es la creación de productos ya establecidos, pero con nuevas propuestas de innovar o crear nuevas cosas que a la sociedad se le beneficie.

Por lo tanto, al definir el tipo de emprendedor que se estudiara será un emprendedor social, donde se define la parte que se estudiara de él, teniendo en cuenta lo que se desarrollara del emprendedor, será estudiada la parte Psicológica, mediante una gestión estratégica para tener el estudio completo del emprendedor.

Donde el emprendedor social tiene ciertas características que son fortalezas o debilidades que presentan las Empresas en forma general por lo que se pueden dar una idea de lo que cada una de ellas puede presentar:(Vasquez, 2004),

Fortalezas

- Tienen habilidad para responder y adaptarse rápidamente a las cambiantes condiciones del mercado.
- Pierden poco tiempo en actividades que no conforman el corazón del negocio.
- Sus empleados son, por lo general, muy leales.
- Reflejan el compromiso y la personalidad del fundador.
- Despliegan mejoras con rapidez, con lo cual obtienen beneficios de manera casi inmediata.
- Están muy cerca de sus clientes.
- Tienen el potencial suficiente como para desarrollar una excelente comunicación interna.
- Cada uno de sus miembros posee múltiples habilidades.

- La capacitación de los empleados está focalizada en lo que se necesita para alcanzar determinadas metas.
- La gente sabe cuál es el impacto de su trabajo en todo el negocio.

Debilidades

- Son altamente vulnerables a desaparecer súbitamente de los mercados.
- Les resulta muy difícil conseguir fondos de inversión.
- Tienen dificultades para aprovechar adecuadamente el flujo de caja.
- Generalmente carecen de tiempo para identificar oportunidades de negocios en el exterior.
- Tienen problemas para encontrar buenos proveedores.
- El sistema de gestión de calidad resulta inapropiado para responder a las presiones de los clientes.
- La urgencia del día a día les impide pensar en las mejoras que deben introducir al negocio.
- Los presupuestos para capacitación son limitados y, por lo general, no se le presta la debida atención al desarrollo personal de los empleados.

Por lo que toda creación de empresas depende de ciertos atributos que tenga el emprendedor para poder desarrollarlo, por lo que se visualiza que el espíritu empresarial requiere hacer inversiones el día de hoy (tiempo, esfuerzo y dinero) sin saber lo que la distribución de los beneficios les dará mañana, (Venkataraman S. , 1997).

Por lo que teniendo en cuenta que la rama que se estudiara será la psicóloga con una gestión estratégica, y enfocado directamente en un emprendedor social se trabajara con los atributos:

- Líder audaz
- Creatividad Innovadora

- Con una menor aversión al riesgo
- Autoconfianza
- Autoestima

Los atributos que se presentan anteriormente serán las variables independientes que se obtienen después de haber especificado la variable dependiente, la cual será la creación de empresas Pymes por parte del emprendedor.

2.1.- Marco teórico (variable dependiente)

2.1.1. Teoría y fundamentos teóricas.

2.1.1.1 Creación de Negocios sostenibles por parte del Emprendedor

García E. (1999), realizó una investigación en la incidencia de las motivaciones personales en el proceso de creación de la nueva empresa industrial, donde encontró que las aspiración personales tienen mayor peso que las motivaciones de tipo material a la hora de decidirse crear la empresa.

Otros estudios señalan que el proyecto de creación de una nueva empresa está estrechamente vinculado al concepto de emprendimiento, debido especialmente a que en el entorno global en el que se vive, con gran competencia y con entorno tecnológico que evoluciona a gran velocidad, lo que exige cada vez más una visión "empresarial" más que "empresarial" Birch, (1979), Casillas & Marti, (2004), García & Boria, (2005).

Los autores Garcia del Junco, Julio; Alvarez Martinez, Pedro y Reyna Zaballa, Rafael, (2007), determinaron que influyen significativamente los factores que contienen las características esenciales en el espíritu emprendedor y, por otra parte, los factores potenciales, las cuales son las características que contribuyen a desarrollar el espíritu emprendedor.

El empresario es el rostro humano de la economía; en el mercado se establecen relaciones continuas y éstas fomentan la innovación, y esas relaciones se fundamentan en la figura del empresario, Casson, (2009).

Sin la actividad del empresario, no se producirán innovaciones en el mercado y si no hay innovación, las ventas se estancarán o reducirán.

Cabe señalar que estas empresas emprendedoras al momento de crearse están siendo innovadoras para crear productos nuevos o procesos que mejoren las actividades en las empresas.

En buena medida analizando ahora el entorno empresarial en nuestro país, en las últimas cuatro décadas de las economías más desarrolladas pasaron de una estructura en donde se destacaba el sector de las industrias transformadoras tradicionales para un tipo de organización en donde predominan los emprendimientos de base tecnológica (Leite & Sanchez-Fernandez, 2015).

Para esta investigación la definición de la variable dependiente la creación de empresa serán a aquellas empresas emprendedoras y en buena medida innovadoras, que apoyadas por incubadoras para ser exitosas y permanecer en el mercado.

2.1.2. Estudios de investigaciones aplicadas

García E. (1999), realizó una investigación sobre la incidencia de las motivaciones personales en el proceso de creación de la nueva empresa industrial; realizó la investigación a 32 empresas de las cuales solo 27 llevaron a cabo las encuestas necesarias para poder llegar a una conclusión. Al respecto se concluyó que la edad promedio de las personas que crean empresa es de 39 años, donde 77% son hombres 23 mujeres. Ninguna persona tiene actividad adicional por lo que solo tienen espíritu empresarial; 14.8% trabajaron anteriormente como técnicos en otra empresa; 22% han tenido con anterioridad empresa propia y 18% pasan de sus estudios académicos a la creación de una empresa. El modo de acceso a la

condición de empresario lo adoptan en un 85% los que fundan su propia empresa y 7.4% los que han recibido.

Los autores Garcia del Junco, Julio; Alvarez Martinez, Pedro y Reyna Zaballa, Rafael, (2007), realizaron un estudio de las características del emprendedor de éxito en la creación de Pymes españolas; realizaron el estudio con 30 casos exploratorios, donde estos casos permitan definir variables significativas, para el diseño de las hipótesis. Al respecto se observa que influyen significativamente los factores generadores que contienen las características esenciales en el espíritu emprendedor y por otra parte los factores potenciales, las cuales son las características que contribuyen a desarrollar el espíritu emprendedor.

Al respecto se aplicaran los siguientes ítems, que nos darán la respuesta sobre el grado de avance en la creación de empresas apoyada por incubadoras.

- 1.- Grado de avance en el área de las finanzas para la realización de la empresa.
- 2.- Avance realizado en todos los requisitos burocráticos para la creación de la empresa.
- 3.- Grado de avance que se lleva en el estudio del mercado en la zona que creara la empresa.
- 4.- Avance en la contratación del personal para la empresa.
- 5.- Años que lleva operando la empresa.

De acuerdo a lo anterior ya que la rama que se estudiara será la psicóloga con una gestión estratégica, y enfocado directamente en un emprendedor social se trabajara con los atributos: liderazgo audaz, creatividad innovadora, menor aversión al riesgo, autoestima y autoconfianza.

2.2. Marco teórico variables independientes

2.2.1 Teorías e investigaciones aplicadas de cada variable

Los siguientes atributos que se mencionaran son los que se estudiaran como variables independientes para comprobar las hipótesis que se trabajan en esta investigación, se explicará primero cada una de las variables para después sustentarlas con artículos empíricos que nos apoye a validar que la variable es importante en el estudio.

2.2.2.1 Liderazgo Audaz

Venkatamaram y Shane (2000) comentan que el liderazgo es muy importante en la persona emprendedora, donde tienen que explotar correctamente las oportunidades empresariales lo cual tiene una relevancia en la sociedad.

Sanchez & Gonsalvez, (2009) de Universidad de Salamanca proponen que el emprendedurismo debe ser organizado para identificar oportunidades, y tiene que tener liderazgo lo cual tiene de relevancia en la psicología, se toma como un punto de estudio del emprendedor para poder utilizar sus atributos correctamente y pueda llevar a conocer un excelente conocimiento.

Un líder audaz es una persona con muchas virtudes en lo que concierne a las habilidades comunicativas e intelectuales, es una persona capaz de trazarse metas y desarrollarlas (Blanco M. , 2015).

El líder audaz tiene varias características como son las siguientes: personas apasionadas, preocupados por lo que piense la gente de ellos, insistentes para sacar adelante sus ideas, buenos altavoces y con profunda convicción en lo que hacen (Blanco M. , 2015).

Ser líder audaz es un atributo de suma importancia en la formación de un emprendedor. El atributo se vincula con el emprendedor social ya que es una de las características psicológicas que tiene el emprendedor para poder lograr sus objetivos.

El líder audaz ayudara que mediante una gestión estratégica este pueda aportar algo a un emprendedor Social para tener mayores aptitudes y pueda concluir en la creación de empresas, y el cual sería uno de los atributos que deben de tener los emprendedores para poder ser triunfantes.

En relación a esta variable se consideraran los siguientes ítems, que nos darán la respuesta sobre la importancia del atributo liderazgo audaz para la creación de empresas apoyada por incubadoras.

- 1.- Tolerancia en situaciones de incertidumbre.
- 2.- Soportar bien las situaciones confusas y poco claras o de indefinición
- 3.- Me anticipo a los demás en la toma de decisiones delante de los problemas y oportunidades.
- 4.- El en trabajo las decisiones solo recaen en mis manos
- 5.- Si no asumo riesgos afectar negativamente mi negocio

2.2.2.2. Estudios de investigaciones aplicadas de líder audaz se encuentran varios de ellos.

Como se ha expuesto, el líder es una construcción que depende de los “ojos” del que percibe (Brown, Scott & Lewis, 2004). Las características aceptadas de los líderes están en estrecha vinculación con la cultura organizacional. Estas construcciones personales acerca de los líderes son dinámicas y están moderadas por múltiples factores.

Los Autores (Leitao & Cruz, 2006) de Valladolid España, realizaron un estudio que está centrado en el análisis de los rasgos psicológicos del emprendedor, los entrevistados son emprendedores que pasaron por un programa de formación específica y apoyo a proyecto empresarial, la muestra es por 1448 individuos que llevaron el programa EMPRETEC en Brasil. Se realizaron 3 preguntas para el área de liderazgo, se obtuvo un factor que explicaba el 48.181% de la varianza, indica que la característica psicológica del emprendedor tiene una influencia sobre la continuidad de un proyecto empresarial y el liderazgo es uno de los de mayor nivel.

El autor (Alejandro, 2006) del Instituto de Enseñanza Superior del Ejército (Argentina) Consejo Nacional de Investigaciones Científicas y Técnicas (Argentina), elaboro un estudio para ver qué tipo de líder era más seguido por sus trabajadores, o por la sociedad, esto se debe a que existen diferentes tipos de líderes.

Se hizo un estudio a 1491 personas de población civil y militar, para determinar qué líder es el mejor para la comunidad para un mejor guía de trabajo,

Participaron del estudio 1003 sujetos adultos. La mayoría de la gente escogió que prefiere un líder carismático o con valores, el cual se refiere en la tesis como un líder audaz, con facilidad de manejo de gente, con las ganas de ayudar a la gente de su alrededor y siempre apoyando.

Los autores Milagros Delgado Almonte, Liliana Pedraja Rejas y Emilio Rodríguez Ponce todos de la Universidad de Tarapacá. Arica-Chile (2009), llevaron a cabo una investigación de estilos de liderazgo y gestión del conocimiento en las pequeñas empresas, donde se aplicó un cuestionario a 320 altos directivos de pequeñas empresas que operan en el norte de Chile. Se obtuvieron 66 respuestas, lo que corresponde a una tasa de respuesta del 20,62%. Donde se observa que el liderazgo transformacional (audaz) es el que muestra una mayor correlación con la creación de conocimiento para la creación de las pequeñas y medianas empresas.

Se encontró que otros autores (Teresa, Jose, & Juelita, 2017), realizaron un estudio en estado de Sinaloa México, donde se investigo como afecta el liderazgo en el crecimiento de la economía de esos lugares. Se le aplico una encuesta a 18 lideres de diferentes poblados del Estado de Sinaloa bajo la escala de Likert, con cinco ítems de opciones de respuesta. En este caso, se utilizaron dos negativos, dos positivos y uno neutro como opciones para las cuarenta preguntas. Se utilizó una recopilación de datos a través de:

a. Bases de datos en la web (artículos arbitrados, revistas científicas, etcétera).

- b. Sitios web oficiales (Cementos de México, Directorate-General for Economic and Financial Affairs of the European Commission).
- c. Informes de labores, actas constitutivas de la scpp El Patole, S.C. de R.L. de C.V.
- d. En menor medida sitios web sin arbitraje (google, yahoo, etcétera).

Los resultados que arrojaron fue el comprobar que sí existe una fusión entre el liderazgo en el emprendimiento al aplicarse en la administración y el crecimiento económico de la organización durante periodos de crisis económicas. En lo que respecta al crecimiento de la unidad económica y la relación con las características y funciones que realiza el líder-emprendedor, se demostró que los integrantes están de acuerdo con que exista una relación entre estos indicadores. Lo que significa que existe un líder que toma las decisiones finales y que a su vez es emprendedor y que ha realizado un buen desempeño y los demás están apoyándolo. Además, los integrantes consideran que no existen problemas entre el líder-emprendedor y la función administrativa-toma de decisiones. Lo que significa que el líder emprendedor de la unidad económica tiene buena comunicación con el resto del equipo. Se demostró que existió un buen manejo en la administración de la unidad económica durante el periodo de crisis económica de la investigación. Lo que significa que el líder-emprendedor tomó las decisiones correctas al aplicar eficientemente los recursos financieros, humanos y materiales de la sociedad al realizar las innovaciones en la organización. Como prueba se observan las altas producciones alcanzadas en esas temporadas.

2.2.3.1. Creatividad Innovadora

El siguiente atributo del cual hablar es el de creatividad innovadora, el cual se conjuga dos palabras para poder llevar acabo un mejor resultado para el atributo del emprendedor, uno de los autores más antiguos en el tema comenta

Venkataraman S. (1997) que en base a un tiempo determinado poder innovar y poner en acción la idea. Propone tener una forma de organización correcta para la relación con los diferentes empresarios o proveedores.

“La innovación es una nueva idea que se aplica para iniciar o mejorar un producto, proceso o servicio” (Robbins & Judge, 2009). De esta forma se observa que la innovación es llevar a cabo actividades o cosas de una manera diferente. La innovación según (Vesga, 2009) es el “proceso deliberado que permite el desarrollo de nuevo productos, servicios y modelos de negocios en las organizaciones. Este proceso debe llevar a resultados concretos y medibles y está asociado al desarrollo de un espíritu emprendedor en los individuos, es decir, a una actitud hacia el trabajo que se caracteriza por la permanente búsqueda de oportunidades y por la capacidad para articular recursos humanos y físicos con el objetivo de aprovecharlas”.

El autor el (Krell, 2010), Director de ILVEM comenta que “la creatividad genera las ideas que la innovación realiza. No todas las ideas son innovadoras y no todas las innovaciones crean valor”. Por lo que vemos que la creatividad tiene una conexión directa con la innovación.

Según Galindo, Ribeiro, & Mendez, (2012), la innovación hace referencia a la implantación de aquellas ideas novedosas y originales desarrolladas a través de la creatividad, esas ideas novedosas están asociadas con la capacitación emprendedora, que a su vez está ligada con la idea de creación de negocios, tal como lo afirman los autores Tarapuez y Botero (2007); Mas-Verdu y Ribeiro (2008).

No es solo tener una idea creativa sino llevarla a la práctica y que sea valorada por algún grupo de interés. La creación, unidad a la innovación, genera productividad a las diversas organizaciones

Por lo que este atributo es el primordial para poder crear una empresa, se tiene que tener una creatividad innovadora, ya que se necesita crear ideas nuevas que den una innovación a la sociedad para mejorar la vida de los empresarios.

Al respecto se aplicaran los siguientes ítems, que nos darán la respuesta sobre la importancia del atributo creatividad innovadora para la creación de empresas apoyada por incubadoras.

La creatividad innovadora es un atributo que tiene el emprendedor de una incubadora para poder crear un Negocio en el Estado de Nuevo León.

- 1.- Soy una persona muy creativa
- 2.- Suficientes ideas para la creación de una empresa.
- 3.- Ideas muy originales.
- 4.- Capacidad de hacer análisis de mercado.
- 5.- Establezco estrategias para incrementar las ventas.
- 6.- Dedico tiempo del día para ser creativo para mejorar la empresa.
- 7.- Busco continuamente nuevas soluciones.
- 8.- Sensibilidad de ver problemas que otras personas no ven.
- 9.- Fácil para mí encontrar propuestas de mejora.
- 10.- El grado de diferenciación entre las innovaciones las y las innovaciones de nuestros competidores son grandes

2.2.3.2. Estudios de investigaciones aplicadas de creatividad Innovadora

Se comentaran varios artículos empíricos que sustenten que la creatividad innovadora es un atributo muy importante para el emprendedor para su creación de Pyme.

Los autores Leitao & Cruz, (2006) de Valladolid España, realizaron un estudio de los rasgos psicológicos del emprendedor, los entrevistados son emprendedores, la muestra es por 1448 individuos que llevaron el programa EMPRETEC en Brasil. Se realizaron 9 preguntas para el área de creatividad innovadora, se obtuvo un factor que explica el 41.106% de la varianza, indica que la característica psicológica del emprendedor tiene una influencia sobre la continuidad de un proyecto empresarial y la creatividad innovadora es la más importante.

El autor Pabon, (2009), Universidad Nacional de Colombia, realizo una investigación donde se contó con 121 egresados emprendedores de la UJTL a los cuales se les aplico el instrumento por medio virtual. Estos empresarios de la universidad se contactaron por medio de la oficina de egresados y desde allí se comunicó y se suministró el instrumento. El promedio que arrojó el estudio de la creatividad innovadora fue de un 85.92%, del 100%, esto señala que se debe de buscar siempre perspectivas de realizar las cosas, no tener un trabajo rutinario, si no buscar desarrollar nuevas actividades para generar nuevas perspectivas al abordar tareas diferentes siempre buscando una creatividad innovadora.

El autor Isidre March Chorda del Departamento de Dirección y Administración de empresas de la Universidad de Valencia, realizo un estudio empírico, en las cuales participaron 18 compañías «start-up» localizadas en la zona. Las entrevistas fueron a los emprendedores/fundadores de estas compañías aportaron, mediante entrevista personal su propia visión acerca de las claves del éxito en una compañía naciente e innovadora, de acuerdo con su propia experiencia.

Para ello, se diseñó un estudio empírico con una muestra de compañías «start-up» todas ellas emplazadas en un entorno territorial especialmente propicio para acoger actividades innovadoras.

La flexibilidad operativa, el factor tiempo, así como la gestión y buenas características del emprendedor aparecen como los factores más valiosos, por delante de la propia capacidad gestora y directiva del emprendedor. Con todo, resulta reveladora la afirmación de que una buena gestión en sí misma difícilmente puede transformar un negocio poco innovador en un «start-up» de éxito.

Los emprendedores más experimentados son quienes más insisten en concentrar los esfuerzos en el campo de actividad principal, al menos durante las primeras etapas de vida de la compañía. Los emprendedores consultados comparten la voluntad de ser pionero y líder en el mercado. El perfil personal y motivaciones del emprendedor determinan en gran medida la estrategia empresarial y las perspectivas de éxito de la compañía «start-up». En la última área, la de objetivos

y estrategia de crecimiento, se han constatado las aspiraciones de los emprendedores con éxito, la identidad de la compañía «start-up», la estrategia de planificación, la búsqueda de «partners» y la gestión del crecimiento en este tipo de compañías

Los autores Olmos, Zacarias, & Huertas, (2012) de la Universidad de Colima, México, realizó una investigación de los rasgos del emprendedor para crear una Pyme, donde se realizó un estudio a 305 estudiantes emprendedores, donde los resultados que se arrojaron después de la investigación fue que la variable de emprendedores creativos innovadores tiene una alta significación para la empresa tenga nuevas ideas, nuevos propósitos y nuevos retos aplicando innovación.

2.2.4.1 Con una menor aversión al riesgo

El siguiente atributo será el tomar decisiones sin miedo lo cual hace referencia, a que lo importante es estar seguros de elegir lo que queremos y sentimos. Siempre pensando positivamente, y tomando las decisiones adecuadas para la situación que se presenta.

Martinez R. Sergio E, Rodriguez D. Luis F. (2013), nos propone que debe de existir un líder para poder tener creatividad y poder acceder a obtención de recursos para poder implementar un Negocio. Se deben tomar decisiones sin miedo al error tomando en cuenta el tiempo en que se propongan cosas.

El autor Espiritu y Sastre (2007, p. 98) “una persona que arriesga se puede definir como aquella que está orientada en aprovechar las oportunidades en contextos inciertos, lo cual está estrechamente relacionado con el concepto emprendedor.

La toma de decisiones sin miedo es un atributo que el emprendedor debe de realizar y hacer para la creación de una empresa, esto significa, que las ideas que se pongan en práctica siempre deben de ser positivamente, esto nos dice que también se tiene que arriesgar para sacar adelante ideas nuevas.

Al respecto se aplicaran los siguientes ítems, que nos darán la respuesta sobre la importancia del atributo con menor aversión al riesgo para la creación de empresas apoyada por incubadoras.

1.- La empresa, dada la naturaleza del entorno, es necesario actuar con valentía y atrevimiento para lograr los objetivos de la organización.

2.- La empresa suele tomar la iniciativa en los procesos de negociación comparado con los competidores, su empresa adopta una postura de mercado muy competitiva.

3.- Tomo decisiones después de haber analizado todas las posibles consecuencias.

4.- Satisfecho con mis decisiones

Estudios de investigaciones aplicadas

2.2.4.2. Estudios de investigaciones aplicadas de Con una menor aversión al riesgo

Los autores Leitao & Cruz, (2006) en Valladolid España realizaron un estudio el cual está centrado en el análisis de los rasgos psicológicos del emprendedor, los entrevistados son, la muestra es por 1448 individuos que llevaron el programa EMPRETEC en Brasil. Se realizaron 3 preguntas para el área de riesgo, se obtuvo un factor que explicaba el 47.880% de la varianza, indica que la característica psicológica del emprendedor tiene sobre la continuidad de un proyecto empresarial.

El autor (Pabon, 2009), de la Universidad Nacional de Colombia, realizo una investigación donde se contó con 121 egresados emprendedores de la UJTL a los cuales se les aplico el instrumento por medio virtual. Estos empresarios de la universidad se contactaron por medio de la oficina de egresados y desde allí se comunicó y se suministró el instrumento.

El factor de riesgo es el más bajo de los estudios que se realizaron con un 66.2%, lo cual indica cierta aversión al riesgo que se encuentra en contravía de las investigaciones que señalan como elemento fundamental el riesgo controlado (Grabinsky; 1999, Baron y Markman, 1990). Un porcentaje algo les molesta el

riesgo elevado y la incertidumbre, quieren riesgos controlados para progresar más en la empresa.

El autor Catalina Lagos Garcia de Santiago de Chile en el año 2012, investigo acerca de las habilidades para ser buenos líderes. Investigo acerca de las habilidades para ser buenos líderes La encuesta es aplicada a 93 alumnos que participaron en el programa de desafío Liderazgo, Tienen un 46% del total los alumnos están conscientes que deben de asumir riesgos por lo que tienen bien desarrollada la habilidad de asumir riesgos, ya que no temen enfrentarse a nuevos desafíos.

2.2.5.1. Atributo de la Autoestima

Se estudiara el siguiente atributo el cual está muy relacionado con la parte Psicológica del emprendedor, donde en los últimos años el estudio de la autoestima ha cobrado cada vez más interés dentro de la academia (Sanchez, 1999), donde se encuentra que el autoestima es uno de los principales factores que determinan el comportamiento humano Afari, Ward y Swe, (2012) y esto hace que exista una importancia muy grande en la creación de empresas.

La importancia de la autoestima estriba en que concierne a nuestro ser, a la manera de ser y al ser de la valía personal. Por lo tanto, no puede menos de afectar a la manera de estar y actuar en el mundo y de relacionarnos con los demás. Nada en la manera de pensar, de sentir, de decidir y de actuar escapa al influjo de la autoestima, Jose, (1997).

Por lo que se define que autoestima es el valor que el emprendedor atribuye a su persona y a sus capacidades, la cual su forma de pensar debe de ser positiva, tener una motivación para experimentar diferentes perspectivas de la vida, de enfrentar retos, de sentir y actuar para crear nuevas ideas, nuevos proyectos nuevas empresas.

Al respecto se aplicaran los siguientes ítems, que nos darán la respuesta sobre la importancia del atributo autoestima para la creación de empresas apoyada por incubadoras.

- 1.-Minucioso en las tareas a realizar.
- 2.- Trabajo para estar siempre entre los mejores o ser el mejor.
- 3.- Los asuntos importantes los trabajo aunque este presionado en estos momentos.

2.2.5.2. Estudios de investigaciones aplicadas de Autoestima

Pabon, (2009), Universidad Nacional de Colombia, realizo una investigación donde se contó con 121 egresados emprendedores de la UJTL a los cuales se les aplico el instrumento por medio virtual. Estos empresarios de la universidad se contactaron por medio de la oficina de egresados y desde allí se comunicó y se suministró el instrumento. El promedio que arrojó el estudio del autoestima fue el más elevado de todos los factores con un promedio de 91% lo cual significa que los emprendedores de la UJTL se consideran competentes antes los diversos retos que se presentan en contextos sociales, organizacionales y de vida en forma general ya que consideran que el autoestima es de mucha importancia para el emprendedor en su creación de Negocios.

El autor Ramirez, (Marzo 2015) de la Universidad Intercultural del estado de Tabasco, realizo un estudio donde se obtuvo una muestra de 77 estudiantes de nivel medio superior de la Universidad Tec Milenio campus Durango, se pudo medir la confiabilidad, la cual es el grado de consistencia de un instrumento, se encontró que la autoestima (parte positiva) se asocia de manera positiva y significativa con todos los factores de habilidades emprendedoras: como motivación de logro, planificación y persuasión y es de gran importancia para la gestión de un emprendedor.

2.2.6.1. La Autoconfianza

Por último se estudiara el atributo el ser positivo auténticamente, que se relaciona directamente con la palabra autoconfianza, donde se considera la capacidad del individuo de creer en sí mismo, así como en la posibilidad de conseguir sus metas personales, un emprendedor confía absolutamente en su proyecto y está preparada para sacarlo adelante, va a tomar decisiones y las hará de una manera decidida sin miedo y confiando en sí mismo, Luis Abraham Becerra Arias (2015).

Narváez, M. (2015) menciona en su artículo que el emprendedurismo debe tomar un riesgo, liderazgo, innovaciones y siempre teniendo un positivismo en todas sus acciones a realizar, por lo que la autoconfianza siempre la tienen al 100%.

Se define que autoconfianza es tener o estar confiado con un mismo, en sus acciones, en sus pensamientos en sus creaciones, no solo es tener confianza de otros, si no de saber que se tiene la capacidad de hacer muchas cosas; ser libre de hacer lo que te gusta pero que este bien uno es libre de expresarse y de ser feliz.

Al respecto se aplicaran los siguientes ítems, que nos darán la respuesta sobre la importancia del atributo autoconfianza para la creación de empresas apoyada por incubadoras.

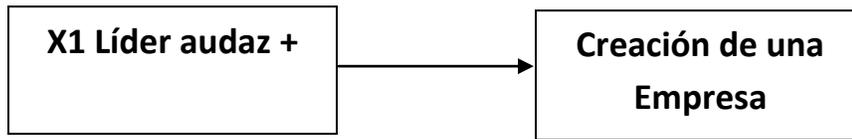
- 1.- Pienso que me falta creer más en mis ideales.
- 2.- Siento que tengo buenas cualidades para desarrollar proyectos empresariales.
- 3.- Me gusta tomar decisiones de mucho valor.
- 4.- Confianza en mí mismo a la hora de proponerme metas.
- 5.- Destaco en mi trabajo o estudios.

2.2.6.2. Estudios de investigaciones aplicadas de Autoconfianza

El autor Luis Abraham Becerra Arias, (2015), Coordinador de Proyección Social y Extensión, Facultad de Ingeniería, Universidad Cooperativa de Colombia, Bogotá, Colombia, realizo un estudio para para trabajar con las habilidades de los emprendedores por lo que se consideró una muestra de 502 miembros de la

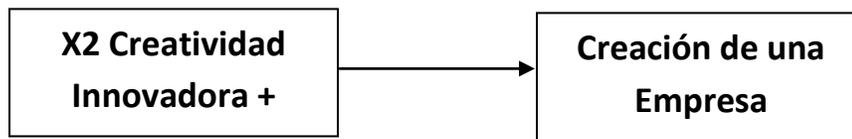
comunidad académica, representados en estudiantes y docentes, para investigar si la autoconfianza, que se trabaja como un ser positivo tiene impacto en el emprendedor, el resultado que se obtuvo es de un 23% del total de los encuestados, superado por las expectativas de control, por lo que se da cuenta que es de suma importancia el pensar positivamente para poder ser buen emprendedor.

2.3. Hipótesis Específicas y/o Operativas



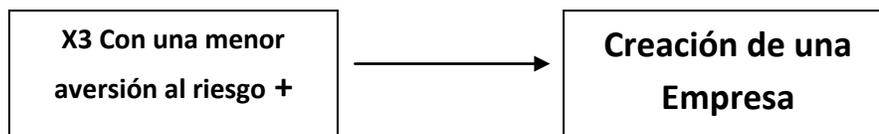
Los autores (Martinez & Rodriguez, 2013) Nos propone que debe de existir un líder para poder tener creatividad y poder acceder a obtención de recursos para poder implementar una Pyme. Por lo que el liderazgo audaz es una variable importante en la creación de empresa.

El atributo de liderazgo audaz por parte del emprendedor en una incubadora nos impacta positivamente en la creación de negocios en el Estado de Nuevo Leon.

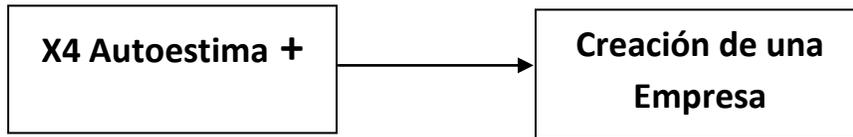


Los autores (Jimenez & Arroyo, 2008), comenta que la innovación y la creatividad en el líder, debe darse a conocer a estudiantes de Universidades y hacerlo como una cultura emprendedora en todos los ámbitos

El atributo de creatividad Innovadora por parte del emprendedor en una incubadora nos impacta positivamente en la creación de Negocios en el Estado de Nuevo Leon.



El autor (Narváez, 2015) comenta que el emprendedurismo debe tomar un riesgo, liderazgo, innovaciones y ser positivo, esto para poder tener un mayor empuje para la creación de una empresa. El atributo de toma de decisiones sin miedo por parte del emprendedor en una incubadora nos impacta positivamente en la creación de Negocios en el Estado de Nuevo Leon.



La autoestima es un atributo fundamental que permite un empuje a la creación de empresas, donde el autor (Martinez & Rodriguez, 2013) comenta que esta variable debe ser esencial en el emprendedor para poder realizar todas sus metas.

El atributo de autoestima por parte del emprendedor en una incubadora nos impacta positivamente en la creación de Negocios en el Estado de Nuevo Leon.



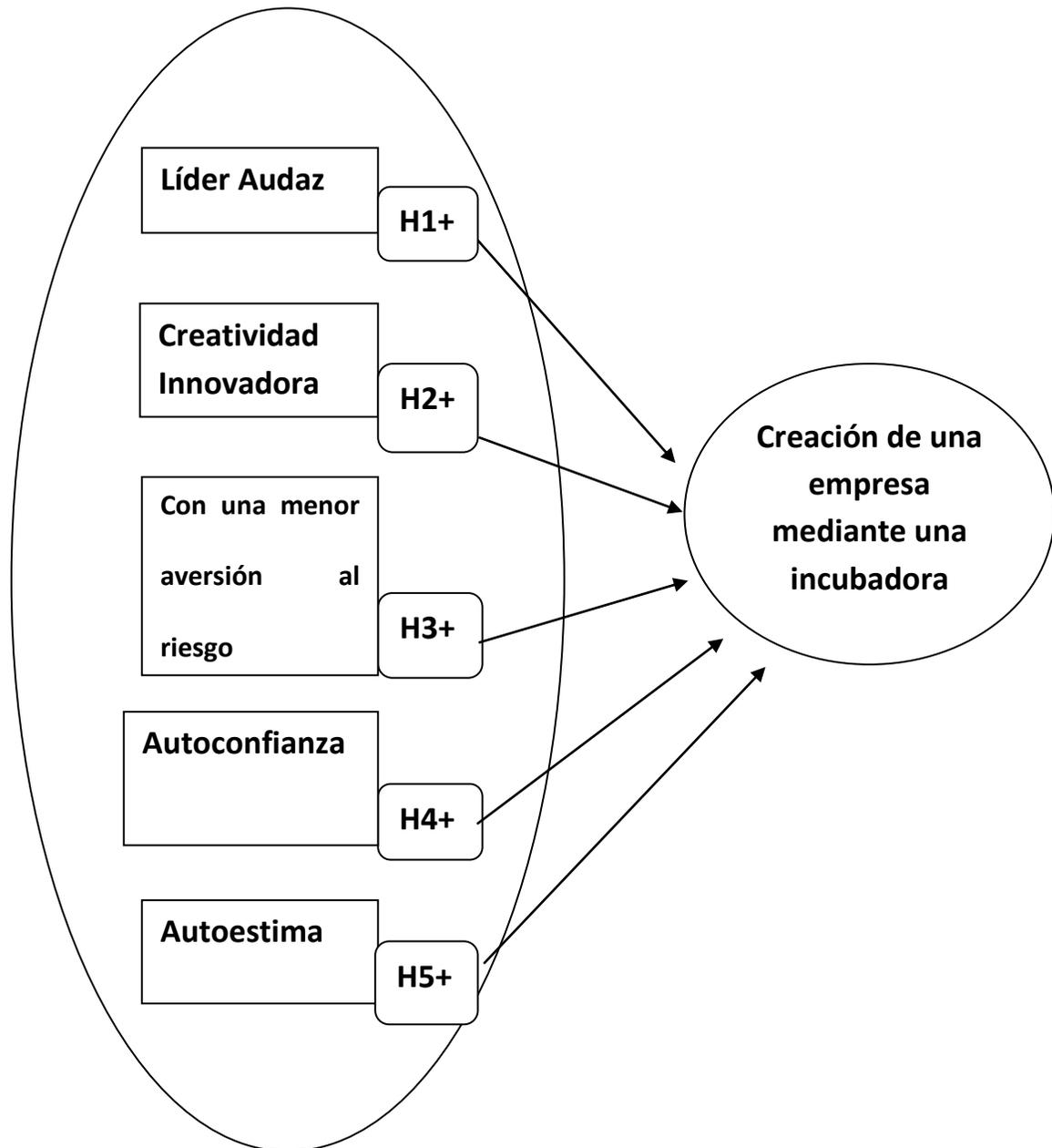
El autor (Sanchez & Gonsalvez, 2009) nos dice que la autoconfianza es algo importante en el emprendedor para que este tenga la confianza en poder realizar las ideas que tiene para poder crear la empresa.

El atributo de autoconfianza por parte del emprendedor de una incubadora nos impacta positivamente en la creación de Negocios en el Estado de Nuevo Leon

2.3.1. Modelo grafico de las Hipótesis

A continuación en la figura 2 mostraremos las variables que se trabajaran para realizar una hipótesis de cada una de ellas y poder llegar al resultado necesario

Figura 3: Modelo grafico de las hipótesis general de la investigación.



Fuente: Elaboración personal

2.3.2. Modelo de Relaciones teóricas con las hipótesis

Tabla 5. Tabla de Relación Estructural Hipótesis - Marco Teórico.

Autores	Variable 1	Variable 2	Variable 3	Variable 4	Variable 5
	Liderazgo	Innovador	Aversión al riesgo	Autoconfianza	Autoestima
Wompner, -f. (2008)	X	X	X		
Sanchez, J.C.-, & Gonsalvez, F.	X				X
Borghì, D. L. M. E.		X			X
Jimenez Seaz, F. & Arroyo Vasquez, M. (2009)	X				
Martinez R. Sergio E, Rodriguez D. Luis F.,2013		x	X		
Rodriguez, M.V. (2009)	x				x
Chamaco, D. Y. (2010)	x	x			x
Rodriguez, S., & Fermin, G. (2009)	x	x			
Castan, J. R. S.	x				
Guillen, J. C., Valdes, J. H., Flores, M. D. L. M., C. G Estadra, E. G., & Ferrusca, J. F. R.	x	x			
Navarro, A. M., & Climent, V. C. (2010)			X	x	
Zornoza, C. C.; Navaroo, M. B., & Lopez, A. V. (2010)	X	X		X	x
Palacio J.R. S., & Navarro A. M.		x			
Narvaez, M. (2015)	X	X	X	X	X
Castallanos, J. G. (2013)	X	X			X
Isabel Barba Aragon, Antonio Aragon Sanchez, Raquel Sanz Valle	x				
Miguel A. Palomo Gonzalez					x
Florangel Ortiz	x	x			
CPMARK Caderno Professional de Marketing-UNIMEP (2013)			X		
Guillermo Gutierrez Montoya	X		X		
Ana Maria Rusque	x	X			
Jose R. Bello	X	X	X		X
Juan Antonio Moriano Leon, Francisco Jose Palaci Descals, Jose Francisco Morales Domínguez		X	X		

Fuente: Elaboración Propia

CAPITULO III

ESTRATEGIA METODOLÓGICA

En este capítulo se presentan los detalles del diseño de la metodología de investigación que se utilizará en este estudio sobre la creación de negocios en el Estado de Nuevo León por emprendedores que están en las incubadoras del estado. Este estudio tendrá como propósito de identificar los atributos que tienen los emprendedores para la creación de negocios y poder probar las hipótesis de investigación desarrolladas anteriormente.

3.1 Tipo y diseño de la Investigación

En el estudio que se desarrolla se selecciona la población que consiste en los emprendedores de incubadoras que crean empresas para medir los atributos específicos que necesitan para tener éxito en la creación de una empresa. Para este estudio se diseñará un instrumento para medir los atributos de los emprendedores.

3.1.1 Tipos de Investigación

Método Mixto

Esta tesis tendrá el tipo de investigación mixta, esto se debió a que la variable dependiente es muy compleja por lo que se requiere triangular los dos estudios tanto cuantitativo como cualitativo para poder encontrar realmente la solución a la problemática y de esta manera hacer un estudio más completo.

El método mixto es un conjunto de procesos sistemáticos, empíricos y críticos de investigación e implican la recolección y el análisis de datos cuantitativos y cualitativos, así como su integración y discusión conjunta, para realizar inferencias producto de toda la información recabada y lograr un mayor entendimiento del fenómeno bajo estudio (Hernandez-Sampieri & Mendoza, 2008).

Por otra parte Chen, (2006) los define como la integración sistemática de los métodos cuantitativos y cualitativo en un solo estudio con el fin de obtener una fotografía más completa del fenómeno de tal manera que los estudios cuantitativos y cualitativos conserven sus estructuras y procedimiento originales.

Método Cuantitativo

Para poder desarrollar el diseño de investigación se utilizó un enfoque cuantitativo porque se tienen variables que van a ser cuantificables, donde se comprobara que las hipótesis sean correctas, por lo que se intenta demostrar la relación que tendrán las variables independientes con la variable dependiente. Además permite que el estudio obtenga una objetividad aún mayor y un mejor desarrollo. Como lo señala Edmondson & McManus (2007), que cuando la investigación de campo de un tema en específico se encuentra en una etapa madura, los datos deben de ser cuantitativos por la cuantificación que se trabajara en cada una de las variables.

El estudio tendrá un enfoque descriptivo, correlacionar y explicativo debido a que trata de responder a las causas de los fenómenos que se darán a conocer para un mejor estudio, y así explicar porque ocurre este fenómeno y las condiciones que se manifiestan para relacionar las variables independientes con la variable dependiente y se tendrá un estudio con una mayor estructuración Hernandez, Fernandez, & Baptista, (2014).

Además permite que el estudio obtenga una objetividad aún mayor y un mejor desarrollo. Como lo señala Edmondson & McManus (2007), que cuando la investigación de campo de un tema en específico se encuentra en una etapa madura, los datos deben de ser cuantitativos por la cuantificación que se trabajara en cada una de las variables.

3.1.2 Diseño de la Investigación cuantitativa.

Las investigaciones se pueden realizar de dos formas, hacerlas de forma experimental o de forma no experimental, Hernandez, Fernandez, & Baptista, (2014). Debido a que las variables propuestas no son experimentales, solo se estudiarán fenómenos ya ocurridos como lo señalan diversos autores Leitao & Cruz, (2006), (Liliana, Emilio, & Juan, Vol. XIV, N1, Enero - Abril 2008), (Sandberg & y Hofer, Improving new venture performance: The role of strategy, industry structure, and the entrepreneur., 1987), Ramirez, (Marzo 2015), (Venkatamaram y Shane, 2000). De igual manera, se analizan distintos fenómenos que involucran las variables independientes propuestas en esta tesis.

Por otra parte, esta investigación tiene un diseño transeccional correlacional-causal como lo señala Liu (2008) y Tucker (2004) el estudio se hace solo en un momento específico. Por lo que, lo importante es recolectar los datos de los emprendedores en la situación que se encuentra actualmente, independientemente del año cuando fueron creados, lo importante es medir como los factores les han ayudado a la creación y funcionamiento de sus empresas.

Además se tiene un diseño correlacional-causal, ya que se analizan los estudios ya realizados sobre la causa-efecto de la variable dependiente (creación de empresas con incubadoras) con las cinco variables independientes que se están analizando (líder audaz, creatividad innovadora, con una menor aversión al riesgo, autoconfianza y autoestima. Esta correlación permitirá saber que tanto afecta o no en este estudio.

3.1.3. Métodos de recolección de datos cuantitativo

Por la parte del estudio cuantitativo la investigación, utiliza como técnica de recolección de datos la encuesta, la cual fue la más importante por la facilidad que presento para poder tener información de muchas personas. De igual manera se utilizo la técnica documental, ya que la información proporcionada fue mediante búsqueda de documentos relevantes para poder sustentar correctamente esta investigación.

La encuesta fue elaborada con un total de 55 preguntas donde se dividió en tres partes:

1. La primer parte fueron 10 preguntas que se hicieron para el perfil del encuestado, para tener más conocimiento de la persona y de la empresa que dirigen.
2. La segunda parte fueron un total de 28 preguntas para analizar las variables independientes, donde:
 - a. La variable creatividad innovadora tiene un total de 10 preguntas.
 - b. La variable líder audaz tiene un total de 5 preguntas.
 - c. La variable menor aversión al riesgo tiene un total de 5 preguntas.
 - d. La variable cuarta autoconfianza tiene un total de 5 preguntas.
 - e. La variable autoestima tiene un total de 3 preguntas.
3. Para medir la variable dependiente se utilizaron dos maneras
 - a. Fueron 4 preguntas donde se utilizó la escala de Likert,
 - b. Se utilizaron 13 preguntas que era respuesta en porcentaje para ver el avance que llevan en los trámites de la empresa.

Alguna de las preguntas se tomaron literalmente de otros autores de habla inglesa, por lo que se utilizó backtranslation para poder tener los items en idioma español para poder realizar correctamente el instrumento a la población necesaria.

3.2. Método de investigación

Método cualitativo

Para trabajar con el método cualitativo primero debemos saber que el autor (Sampieri, 2014), explica que el método busca principalmente la dispersión o expansión de los datos e información, teniendo como base un estudio ya realizado y poder dar una mejor conclusión a la problemática.

Este método fue utilizado en esta tesis para examinar la forma en que los emprendedores de las incubadoras del estado de Nuevo León perciben y experimentan la forma de creación de empresas en este estado, saber sus puntos de vista, las interpretaciones y los significados que ellos dan a la creación de empresa.

Por lo que se requiere hacer un estudio a mayor profundidad donde se tienen variables que van a ser cuantificables, donde se comprobara que las hipótesis sean correctas, por lo que se intenta demostrar la relación que tendrán las variables independientes con la variable dependiente y se hará un estudio a las variables de una forma cualitativa con los emprendedores que crearon empresa y no crearon, llegando al punto donde tengamos saturación teórica llegaremos a la conclusión de lo que los emprendedores necesitan saber.

3.2.1 Diseño de la Investigación cualitativa.

El estudio que se realizó fue por una muestra de juicio, la cual significa que se selecciona activamente la muestra más productiva para responder a la pregunta de investigación Marshall, (1996).

Esto a su vez el estudio fue el caso crítico o muestra de informante clave, el cual explica que los sujetos que tienen experiencias específicas o materias con experiencia especial, serán el objeto de estudio y a estas personas se les aplicara la entrevista para poder llegar a una conclusión Marshall, (1996).

El estudio se realizó en las incubadoras de la UANL, donde se empezara con la facultad de Mecánica, y se llevara a cabo hasta tener una saturación teórica en las respuestas de los emprendedores, por lo que se puede presentar solo con una incubadora o diversas incubadoras según sean las respuestas.

3.2.2. Métodos de recolección de datos cualitativo

Para la realización del estudio cualitativo, la investigación utiliza como técnica de estudio la entrevista que se realiza directamente a los emprendedores que crearon empresa y a los que no crearon. Se trabajo con las incubadoras de la UANL, como son la de Facpya, la de la UANL y la de FIME.

Lo que nos indica la cantidad de emprendedores que se entrevistara, es cuando se tenga saturación teórica en las respuestas obtenidas.

Las entrevistas se realizaron en la Facultad de Ingeniería Mecánica y Eléctrica, con las respuestas obtenidas de los emprendedores de esta facultad se llego a una muestra de saturación teórica. De tal manera que solo se entrevisto una sola incubadora, debido al resultado que se pudo obtener.

La entrevista fue semi-estructurada fue elaborada con un total de 10 preguntas donde se dividió en dos partes:

- 1.- Se realizaron 4 preguntas que nos habla directamente de la variable dependiente en su forma de crear una empresa.
- 2.- Y la segunda para se realizo para medir la importancia de las variables independientes y cuál creen ellos que es la mas importante para la creación de la empresa.

Todas las respuestas eran con respuesta abierta para que ellos pudieran expresarse abiertamente y llegar a una conclusión.

3.3. Elaboración del Instrumento

Cada uno de los instrumentos (entrevista, cuestionario) que se utilizaran para conseguir los objetivos de la investigación, contarán con una amplia validez, para asegurarnos que la obtención de los resultados sean los más correctos.

3.3.1. Operacionalización de las variables de la Hipótesis

Se dará a conocer las unidades que se estudiarán en las variables, y la unidad de medición que tendrá cada una de ellas para un mejor estudio.

Tabla 6. Variables de investigación e indicadores de medición.

Variable	Definición	Unidad de Medición	Autores de los ítems de las variables
X1 líder audaz	Como la persona que puede lograr que sus compañeros vayan de la mano trabajando juntos, todos hacia la misma meta y sean capaces de contar con todos los involucrados en el mismo proyecto trabajando por el éxito del mismo	Escala Likert	de
X2 creatividad innovadora	La capacidad de crear ideas novedosas y originales para desarrollarlas y plasmarlas en distintos proyectos.	Escala Likert	de
X3 con menor a versión al riesgo	Al riesgo, actuar y realizar actividades siempre mostrando que no se tiene miedo para cometer algún error y siempre buscando cumplir con la meta sin temor a equivocarse.	Escala de likert	
X4 autoconfianza	La seguridad, fuerza y convicción que siente el emprendedor para lograr determinados objetivos y superar obstáculos en su vida. Lo cual significara que debe creer en sí mismo, para lo que emprenda se desenvuelva satisfactoriamente en los diferentes ámbitos sociales.	Escala Likert	de
X5 autoestima	Es el emprendedor con pensamientos, evaluaciones, sentimientos y tendencias de comportamiento dirigidas hacia nosotros mismos, lo que permite que si la autoestima es elevada positivamente ayuda a tener mejores metas para la creación de la empresa.	Escala Likert	de
Y creación de empresa	Por creación de empresa sostenible aquellas empresas emprendedoras que apoyadas por incubadoras pueden ser exitosas y permanecer en el mercado.	Escala Likert	de

Fuente: Elaboración personal.

3.4. Población, muestra y recolección de datos cuantitativo

Para determinar la población total se recurrirán a dos fuentes muy valiosas:

1. Por una parte se utilizara la base de datos que utiliza la Secretaria de Desarrollo Económico del País (SIEM), donde se obtienen datos de las incubadoras del Estado de Nuevo León que es el que interesa para la investigación.
2. Así mismo se están utilizando las bases de datos de las Incubadoras del Estado de Nuevo Leon que se encuentran en el INADEM, para obtener los datos correspondientes de las personas que han tomado el curso que las Incubadoras proporcionan para sacar la población total.

La población que fue seleccionada, fueron emprendedores que estuvieron en las incubadoras del Estado de Nuevo Leon, tanto los que crearon su empresa como los que no pudieron crearla, estos últimos son personas que tienen las bases para desarrollar empresas pero por algun motivo no lo han realizado.

Por lo tanto, el tipo de personas al que aplicaren el instrumento sera de extractos generales, donde los items podran ser contestados por todas las personas que estuvieron en algun momento en una incubadora del Estado de Nuevo Leon, tanto estudiantes, profesionistas o personas que no tengan ninguna preparacion.

A continuación se presenta el resultado de la población obtenida de diferentes estudios para poder obtener una muestra representativa del total de la población. Se pondrán los procedimientos que se utilizaron para la recolección de datos necesarios para obtener la población y de esta manera la justificación de donde se obtuvieron los datos.

3.4.1. Tamaño de la Muestra Cuantitativa

La muestra se obtiene de las personas que han estado o estuvieron en alguna incubadora en el Estado de Nuevo León del año 2015 a la fecha. Considerando el trabajo de Schrouf (1997), donde menciona que un tamaño adecuado de la muestra, puede marcar la diferencia para que el intervalo resulte considerablemente útil, o lo suficientemente preciso para que se pueda considerar como una contribución al conocimiento, es que se seguirá la revisión de literatura realizada por Rositas (2014) en temas de trascendencia de la determinación de tamaños de muestra.

Hay una cantidad considerable de investigaciones en las que se cumple con la determinación de un tamaño de la muestra, pero se estima considerando cierta pregunta, o ítem, pero si mediante otros ítems del mismo instrumento se pretendiera medir variables cuantitativas, Likert, obtener alfas de Cronbach, determinación de constructos, correlaciones o regresiones entre variables, entonces se debiera estimar una “*n*” óptima considerando los distintos tipos y seleccionar el valor máximo de ellos, esto considerando que si el tamaño de la muestra no es el adecuado, pudiera cuestionarse la validez o pertinencia de uso de los métodos de análisis previamente descritos (Rositas J. , Los Tamaños de las muestras en encuestas de las ciencias sociales y su repercusión en la generación del conocimiento, 2014).

Por lo anterior, se considerará obtener la muestra para esta investigación, considerando 3 distintos tipos, muestra de intervalo, escala de Likert y ecuaciones estructurales.

La primera muestra se obtuvo considerando el tamaño muestral mediante la aplicación de la fórmula para el cálculo del tamaño muestral de intervalo.

$$n = \frac{NPQ}{(N-1) \left(\frac{e}{z} \right)^2 + PQ}$$

La muestra que se obtendra sera en base a una muestra estratificada en base a una distribucion z normal, por lo que se les dara datos correspondientes para poder sacar una muestra probable.

$$n = \frac{Z^2 PQN}{(NE^2 + Z^2PQ)}$$

Tabla 7. Distribución de Z normal

Donde:	
N=	tamaño de la población = 233
n=	tamaño de muestra
P=	porcentaje del evento de interés = 0.5
Q=	complemento de P (1-P) negativo = 0.5
e=	error tolerable en porcentaje estimado = 0.05
z=	confianza, expectativa en porcentaje de estimar correctamente = 1.96

Fuente: Elaboración personal.

Donde al sustituir los valores nos da lo siguiente:

$$n = \frac{1.96^2 \times 0.5 \times 0.5 \times 233}{(233 \times .05^2 + 1.96^2 \times .5 \times .5)}$$

n = 145.03 sera la muestra que se revisara.

La muestra para el estudio cuantitativo será un total de 145 personas, las cuales serán gente que estuvo en alguna incubadora del estado de Nuevo Leon.

Las muestras que se obtendrán serán muestras no probabilísticas, ya que la elección de las personas no será por probabilidad, si no por ciertas características que tengan las personas de las incubadoras y las personas serán escogidas dependiendo el año en el que estuvieron en la incubadora.

Justificación de usar el método de intensidad para el tamaño de la muestra

Debido al estudio que se le hará a nuestras variables tanto independientes como dependiente, estas trabajan con la escala de Likert o de intensidad, esto se realiza con el propósito de poder obtener nuestros cálculos promedios, así como análisis factoriales o nuestra regresión múltiple.

Algunos autores opinan que además de tratarse de variables ordinales de origen, no importa de dónde provengan los números, en tanto que los números se distribuyan razonablemente bien, (Rositas, 2014). Por lo consiguiente para poder tener un estudio correcto de la escala del Likert se clasifica como a continuación se expresa según el autor (Rositas, 2014), la escala Likert: 1= Definitivamente en desacuerdo, 2=En desacuerdo, 3=Sin opinión, 4=De acuerdo, 5=Moderadamente de acuerdo, y teóricamente no haya garantía de que las distancias entre estos valores sean iguales, y por lo tanto implícitamente no sea una variable de intervalo.

Debido a la correlación que se realiza con nuestra variable dependiente con las variables independientes, se buscara ver el impacto que tienen nuestra variable independiente por lo que el instrumento se obtendrá con escala de Likert del 1 al 7.

En la revisión de literatura de las variables, se ha de encontrar investigaciones que utilizan un rango de puntos en la escala de intensidad, de entre 5 y 7, por lo que se utilizará la siguiente tabla, para obtener el número apropiado de la muestra óptima.

Tabla 8. Las varianzas típicas según el número de puntos en una escala de Likert

Puntos en la escala de Likert	Media	Varianza en distribución normal	Varianza en distribución uniforme
4	2.5	0.7	1.3
5	3.0	1.2	2.0
6	4.0	2.0	3.0
7	5.0	2.5	4.0
10	5.5	3.0	7.0

Fuente: (Rositas J. , 2014).

$$n = \frac{N s^2}{(N - 1) \left(\frac{d}{z}\right)^2 + s^2}$$

Dónde:

n = tamaño de la muestra
N = tamaño de la población
s ² = desviación estándar (estimada para este estudio)
d = es el error tolerado o distancia de los límites del intervalo en relación a la media muestral expresado en porcentaje (5%)
z = valor de la distribución normal estandarizada con un intervalo de confianza de 95%

3.5. Tamaño de la Muestra Cualitativa

Para obtener una muestra del estudio cualitativo no se tiene una cantidad de emprendedores exacta tanto para las entrevistas que se le realizará a los emprendedores que lograron crear una empresa como a los emprendedores que no crearon empresa.

Esto debido a que las variables son muy complejas se llegó a obtener una muestra de saturación teórica por lo que el cálculo saldrá después de obtener las respuestas que se tendrán de las entrevistas.

Esta saturación corresponderá por parte separadas, una para los emprendedores que crearon empresa, y para los emprendedores que no crearon empresa.

3.5.1. Sujetos de Estudio

La investigación se realizara a un nivel personal, esto se refiere a que el estudio será trabajado en base a datos de personas físicas que representan una empresa o personas que cumplieron los requisitos para poder tener el conocimiento y crear una Empresa.

Para trabajar con la unidad de análisis de los emprendedores de las incubadoras, se realizara por medio de la estratificación de las incubadoras que se mencionaron anteriormente, para poder obtener la unidad de análisis donde se tomara en cuenta los emprendedores de las incubadoras que han desarrollado algunos negocios como también los emprendedores que estuvieron en la incubadora y que no pudieron desarrollar su idea en la incubadora por lo que su negocio no llego a desarrollarse.

Tabla 9. Incubadoras en el Estado de Nuevo Leon.

Incubadora	Tipo de Incubadora
Incubadora ITESM	INCUBADORA BASICA
Incubadora Facpya	INCUBADORA BASICA
Incubadora UANL	INCUBADORA BASICA
Incubadora FIME	INCUBADORA BASICA
Incubadora UVM	INCUBADORA BASICA
-Incubadora UERRE	INCUBADORA BASICA
Incubadora HUB UANL	INCUBADORA BASICA
Incubadora Negocio ICEECCT	INCUBADORA BASICA
-Incubadora San Pedro	INCUBADORA BASICA
Incubadora INEM	INCUBADORA BASICA
Incubadora Huinala	INCUBADORA BASICA
Incubadora de Nanotecnología	ALTO IMPACTO
Incubadora de Biotecnología	ALTO IMPACTO
Incubadora capio Technologies	ALTO IMPACTO
Incubadora Desos	ALTO IMPACTO
Incubadora Startup Studio	INCUBADORA BASICA

Fuente: Pagina del INADEM.

Teniendo en cuenta que se trabajara el tipo de incubadora básica, debido al tipo de persona que se quiere estudiar, ya que los otros dos tipos de incubadoras unas necesitan demasiadas tecnologías y el otro tipo es de alto impacto. Se obtendrá un porcentaje representativo de cada incubadora para poder llegar a los emprendedores de incubadoras, tanto los exitosos como los que no pudieron lograr el objetivo que es crear una empresa.

Para la selección de la población se realizó en dos formas, primero fue en base al número de incubadoras que tiene la zona metropolitana del Estado de Nuevo León, luego a la cantidad total de personas que han estado en alguna incubadora del Estado de Nuevo León.

El dato de las incubadoras se tomó de la base de datos del INADEM, y de la secretaria de Economía del estado de Nuevo Leon para poder trabajar con mayor cantidad de incubadoras en el Estado.

Para poder obtener la población de las incubadoras se tomaron en cuenta varias cosas, la primera fue que la población con la que se trabajara haya estado en una incubadora ya sea tomando el curso que se da para lograr el objetivo de crear un Negocio, o que hayan llegado a la incubadora con una idea de algún producto y ahí tomaron el impulso de poder crear o no crear el negocio.

La información que se tiene al respecto de las incubadoras son las personas que han estado en la incubadora de la Facultad de Ingeniería Mecánica y Eléctrica, en la Facultad de Contaduría Pública, y la incubadora de la UANL, por lo que se tiene un total de 233 personas que han estado en una incubadora.

Falta información de las distintas incubadoras para poder sacar la población precisa así como la muestra final. Se está trabajando para poder tener la población completa para poder sacar una muestra general, se ha batallado porque el TEC y la UDEM no han querido pasar información pero este semestre que continúa se tendrá toda la información.

3.6. Métodos de Análisis

Cada uno de los items que se realizan en esta tesis, son obtenidas de diferentes articulos ya mencionados con anterioridad, por lo que estan justificados los items, y de aquí se hara el estudio para verificar la confiabilidad del instrumento realizando el método de alpha de cronbach, donde se tendra que tener un valor arriba del 0.7 para verificar que sea confiable y aceptado.

Asi mismo, se utilizara el metodo AVE, este metodo servira para encontrar la confiabilidad del instrumento, y determinar que todas las items que se esten trabajando son las necesarias para el desarrollo de la investigación.

3.7. Matriz de Congruencia

Identificación del problema	Objetivos	Pregunta de Investigación	Marco Teórico	Hipótesis del Modelo	Variables, Operacionalización y Análisis a utilizarse
<p>Debido a que el conocimiento juega un papel muy importante en el estudiante de Ingeniería para poder tener el conocimiento de desarrollo o creación de empresas, identificaremos que modelos poder implementar a los estudiantes de incubadoras del Estado de Nuevo Leon para que estos tengan estrategias correctas y los conocimientos para la creación de empresas.</p>	<p>Identificar los elementos que nos permitan lograr el desarrollo en el emprendedor de incubadora para que cuenten con la capacidad de poder crear empresas, sembrando en ellos el emprendedurismo y estrategias que nos permitan el desarrollo en el estudiante</p>	<p>¿Qué modelo permitirá que los estudiantes emprendedores de las incubadoras puedan tener el conocimiento para la creación de empresa.</p>	<p>El fenómeno de creación de empresas despierta un gran interés en el ámbito económico. Sin embargo, la creación de empresas como programa de investigación científica todavía es un campo bastante joven (Veciana, 1999).</p> <p>La creación de una empresa suele ser consecuencia de la materialización de "la idea". Es imposible limitarse sólo a la realización de un estudio de las posibilidades de éxito de una idea e instrumentar todos los trámites legales para construir la empresa. Es necesario reflexionar con profundidad sobre todas las variables estratégicas que puedan incidir.</p>	<p>El fomento a la creación de empresas PYME en el área de innovación por estudiantes emprendedores de incubadoras derivado de la implementación de un Modelo para la Creación del Conocimiento para empresas pymes por personas Emprendedores, que fortalezcan su vocación emprendedora e incrementen sus oportunidades de éxito en el contexto global actual.</p>	<p>Se realizarán encuestas que permitan medir y analizar las variables de la hipótesis del estudio</p> <p>Los métodos de análisis que serán utilizados para la realización del estudio, son estadísticas paramétricas y no paramétricas.</p>

Fuente: Elaboración propia

CAPITULO IV

ANALISIS DE RESULTADOS

4.1 Prueba piloto cuantitativo

Se construyó el instrumento de medición en base a toda la información de la teoría de cada una de las variables tanto x, como la variable y, para poder probar con una pequeña población del total de la muestra final, y de esta manera se podrá revisar si existe algún error en la elaboración de los ítems y de esta manera poder rectificarlos y corregirlos para la muestra final.

Para la realización del instrumento los ítems fueron adquiridos de diferentes artículos los cuales tenían como variables las que se están trabajando en este artículo. Cabe señalar que, aunque estos mismos autores mencionaban otras variables, no fueron consideradas en esta investigación porque no correspondían al objeto de estudio.

Cuando se trabajó la variable de creatividad innovadora se observó que los autores (Hills, 1997) y (Puhakka, 2005) hablan en sus artículos e investigaciones acerca de la innovación que tiene que tener cada individuo para la creación de una empresa, por lo que se consideraron primordiales para esta investigación. Lo mismo pasó con la variable de liderazgo audaz, que fue constituida por los ítems del autor (Chen, 1998), donde ponía que el liderazgo debe de ser nato para poder desarrollar empresas.

Por su parte las autoras (Massa & Testa, 2008) de la Universidad de Delgi Studi Di Genova ponían que las innovaciones en las negocios son de suma importancia por lo que eran de un gran apoyo a todo lo que concierne de creación de empresas. Por su parte, los autores (Pistrui, Huang, Oksoy, Zaho, & Harold, 2001), comentan en sus artículos y en los items que desarrollaron que la autoestima y la autoconfianza debe de ser suficientemente grande en las emprendedores para poder lograr la creación de la empresa, para poder confiar en sus ideales y poder llegar a ejecutarlos.

Por último se obtuvieron los ítems de la variable aversión al riesgo donde los autores (Massao, Novaes, & Luiz, 2015) indican en sus ítems que se debe de correr riesgos para poder llevar a cabo una buena creación de empresa.

4.1.1 Primera prueba piloto cuantitativo

Se realizó una primera prueba piloto para revisar la validez del instrumento, donde se valora la mayor confiabilidad que tendrán las variables independientes como la variable dependiente para ver sus resultados finales.

Se aplicó una primera encuesta para poder determinar la confiabilidad del instrumento y verificar que dicho instrumento este bien realizado. Se utilizó el programa SPSS para poder correr el Alpha de Cronbach y verificar sus resultados.

Se aplicó a 26 personas dentro de la Incubadoras de la Facultad de FIME, donde fueron un total de 2 mujeres y 24 hombres la mayor cantidad entre los 21 y 22 años de edad. Los cuales solo 12 personas habían podido crear la empresa mientras que los 14 restantes quedaron en el intento.

Los resultados mostraron que nuestra Alpha de Cronbach era confiable, ya que todas las variables independientes salieron arriba de 0.709, por lo que nos daba un resultado positivo para el instrumento.

Tabla 10. Datos de las Alphas de Cronbach de las variables

Nombre de la variable	No. de preguntas originales	Resultados	No. de preguntas que se quitaron
X₁ = Creatividad Innovadora	10	0.907	0
X₂ = Liderazgo Audaz	5	0.790	0
X₃ = Con una menor aversión al riesgo	5	0.785	0
X₄ = Autoconfianza	5	0.709	0
X₅ = Autoestima	3	0.858	0
Y = creación de la empresa	7	0.816	0

Fuente: Elaboración propia

A pesar de tener resultados positivos en el Alpha, se corrió una vez más pero ahora eliminando ítems para ver el comportamiento de cada variable y así poder acercarnos a lo más conveniente.

Tabla 11. Datos de las Alphas de Cronbach corregidas

Nombre de la variable	No. de preguntas originales	Resultados	No. de preguntas que se quitaron
X₁ = Creatividad Innovadora	10	0.907	0
X₂ = Liderazgo Audaz	-4	0.835	1
X₃ = Con una menor aversión al riesgo	4	0.807	1
X₄ = Autoconfianza	4	0.860	1
X₅ = Autoestima	3	0.858	0
Y = creación de la empresa	6	0.830	1

Fuente: Elaboración propia

Como se puede observar algunos índices de la prueba piloto son buenos regulares y al aplicar las encuestas se captaron varias inquietudes sobre la interpretación de las preguntas, por lo que se decidió revisar nuevamente el instrumento para aclarar algunas de las preguntas modificando el texto y también se eliminaron las que nos mostraba bajo nivel de Alpha.

4.1.2 Segunda Prueba Piloto de método cuantitativo

Al aplicar por segunda vez el instrumento se seleccionó en esta ocasión a otras 11 personas de la incubadora, tomando en cuenta que fueron 4 mujeres y 7 hombres, fueron 5 empresas creadas y 6 no creadas y los resultados se obtuvieron usando el software SPSS, donde se muestran que los resultados de las Alpha de Cronbach obtuvieron valores satisfactorios en casi todas las variables y de manera general con el total de 28 ítems de las variables independientes se obtuvo un valor de 0.943.

De manera individual se muestran los resultados obtenidos con el Alpha de Cronbach de cada variable por separado para obtener el valor requerido y esto

permitió conocer si se necesitó quitar preguntas o se trabajaba con lo que se tenía según las recomendaciones que presentó el SPSS.

Tabla 12. Resultados de Alpha de Cronbach de la segunda prueba piloto

Nombre de la variable	No. de preguntas originales	Resultados	No. de preguntas que se quitaron
X ₁ = Creatividad Innovadora	10	.931	0
X ₂ = Liderazgo Audaz	5	.680	0
X ₃ = Con una menor aversión al riesgo	5	.846	0
X ₄ = Autoconfianza	5	.382	0
X ₅ = Autoestima	3	.835	0
Y = creación de la empresa	4	.729	0

Fuente: Elaboración personal

En base a los resultados anteriormente mostrados, se observa que la confiabilidad del instrumento de medición es aceptable en casi la totalidad de las cinco variables independientes y la variable dependiente, excepto en la variable Autoconfianza. Por lo que se decidió eliminar el ítem que el Alpha de Cronbach señaló para subir el indicador y permitir que los resultados de la elaboración de la encuesta sean excelentes y todas las variables tanto dependiente como independiente es de confiabilidad.

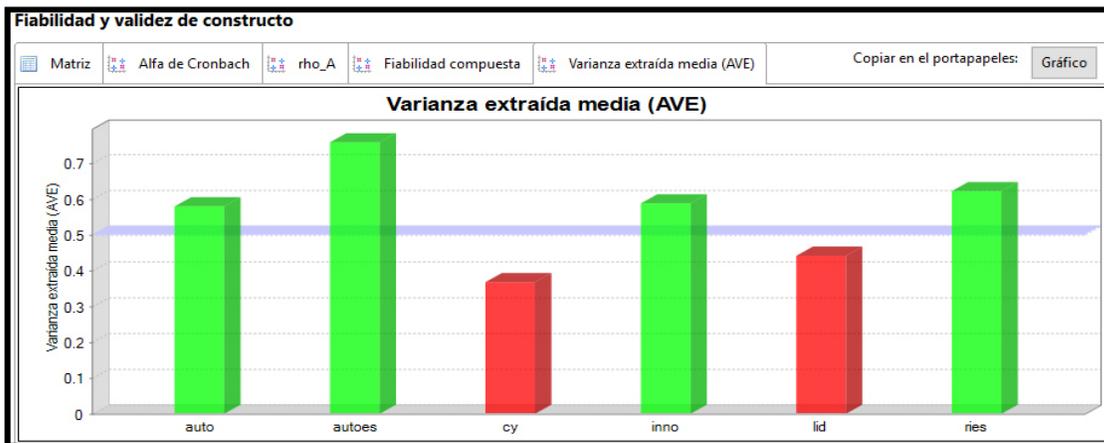
Tabla 13. Resultados corregidos de la Alpha de Cronbach de la segunda prueba piloto

Nombre de la variable	No. de preguntas originales	Resultados	No. de preguntas que se quitaron
X ₁ = Creatividad Innovadora	10	0.931	0
X ₂ = Liderazgo Audaz	4	0.747	1
X ₃ = Con una menor aversión al riesgo	4	0.871	1
X ₄ = Autoconfianza	4	0.786	1
X ₅ = Autoestima	2	0.857	1
Y = creación de la empresa	4	0.779	1

Fuente: Elaboración personal

Se utilizó también el programa de Smart pls para encontrar la confiabilidad total del instrumento buscando que el AVE diera un total de 0.5 por ítem y esto aseguraría que el instrumento es de toda la confiabilidad, por lo que nos arrojó lo siguiente.

Grafica 1. Datos de las Alphas de Cronbach como las AVE, del instrumento final



Fuente: Elaboración propia

Por lo que se tuvo que corregir unos ítems para poder una mejor interpretación, y los encuestados no tuvieran alguna duda sobre lo que estaban contestando.

Después de borrar varios ítems encontrados, los cuales nos permitían mejorar la confiabilidad, se encontró que todas nuestras variables tenían una confiabilidad correcta y su alpha de igual manera salió positiva.

4.2. Resultados Finales

Los resultados de la confiabilidad muestran que el instrumento de medición utilizado es confiable, por lo que los resultados estadísticos de regresión permitirán mostrar la realidad del fenómeno a estudiar y sobre todo validar si las hipótesis son correctas o existirá alguna hipótesis que no sea aceptada. Por lo que se trabaja con una regresión lineal para poder tener los resultados finales.

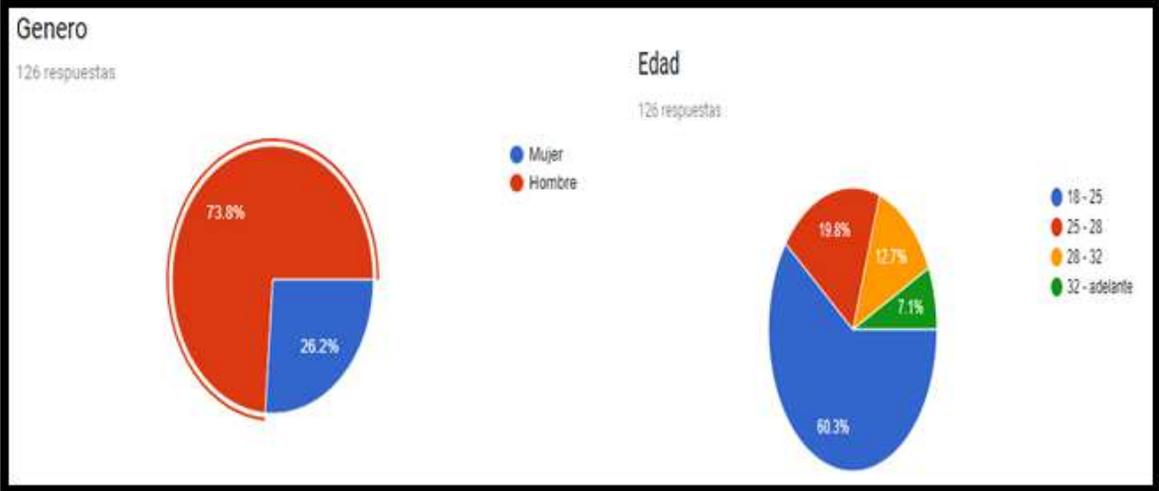
4.2.1. Estadística Descriptiva del Perfil

En primer lugar se presentarán los resultados del perfil de 126 emprendedores que fue el total de las encuestas de la muestra. Estos resultados permiten conocer de cerca las características que tienen las personas que terminaron un programa de incubación en alguna área específica y por diferentes razones no pudieron concretar ninguna empresa, así como la población que llevo el programa de incubación y pudieron desarrollar una empresa o varias empresas según sea el caso.

En cuanto a la edad que cada persona tiene, se observa la capacidad para poder crear una empresa y esta se ve reflejada en madurez y experiencia en ideas relacionadas con la creación de empresas.

En cuanto al género los resultados muestran que fueron un 26% de mujeres como el 73.8% de hombres en una edad promedio de los 20 a los 31 años.

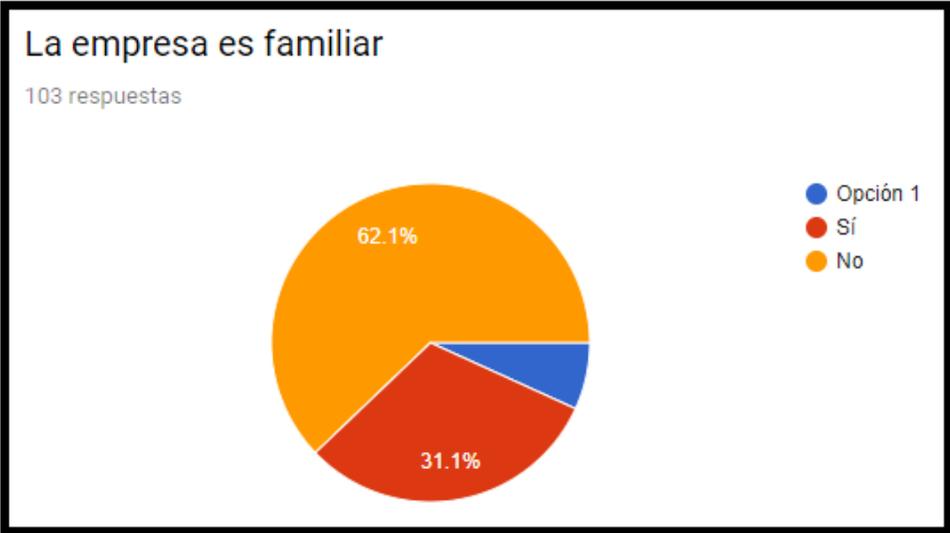
Grafica 2. Población encuestada y género



Fuente: Elaboración personal

La mayoría de las empresas que crean los emprendedores son empresas familiares, y al realizar esta encuesta, se observó que un 63% son empresas familiares, por lo que son más factibles de que puedan sobrevivir en el mercado ya que son empresas registradas, con una clientela segura.

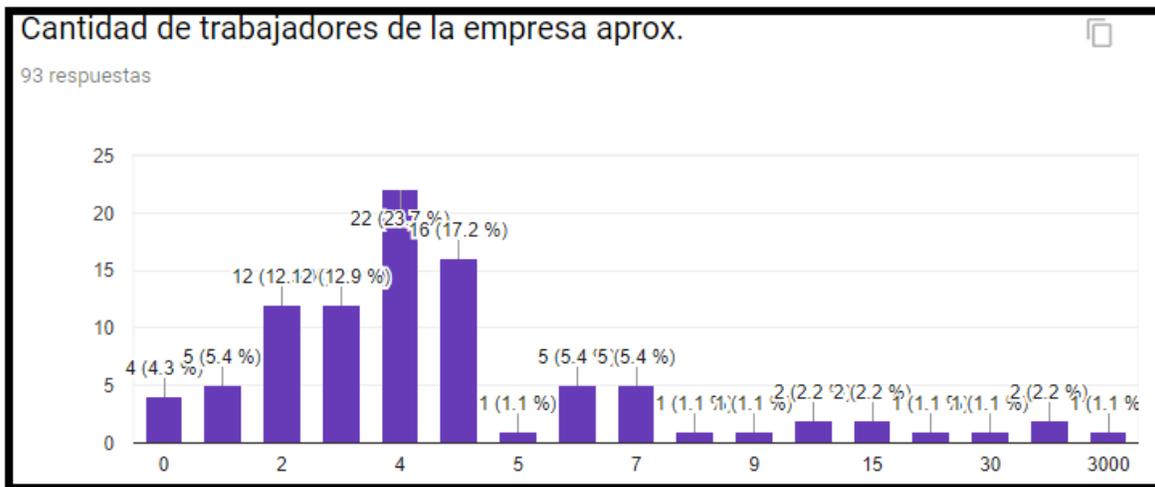
Grafica 3. Si la empresa es familiar o no.



Fuente: Elaboración propia

Al pedir la cantidad de trabajadores, permite observar la importancia de los empleados en dicha empresa, cuando la cantidad de trabajadores es más abundante, se percibe que el giro de la empresa es más complicado y tiene una mayor producción al resto de las demás.

Grafica 4. Cantidades de trabajadores por empresa



Fuente: Elaboración propia

Después de ver la distribución de cómo se trabajó la población en las encuestas, mostraremos como se trabajaron los ítems, y de esta manera se dará a conocer los ítems de cada variable y los porcentajes de cómo se desarrollaron cada una de ellas.

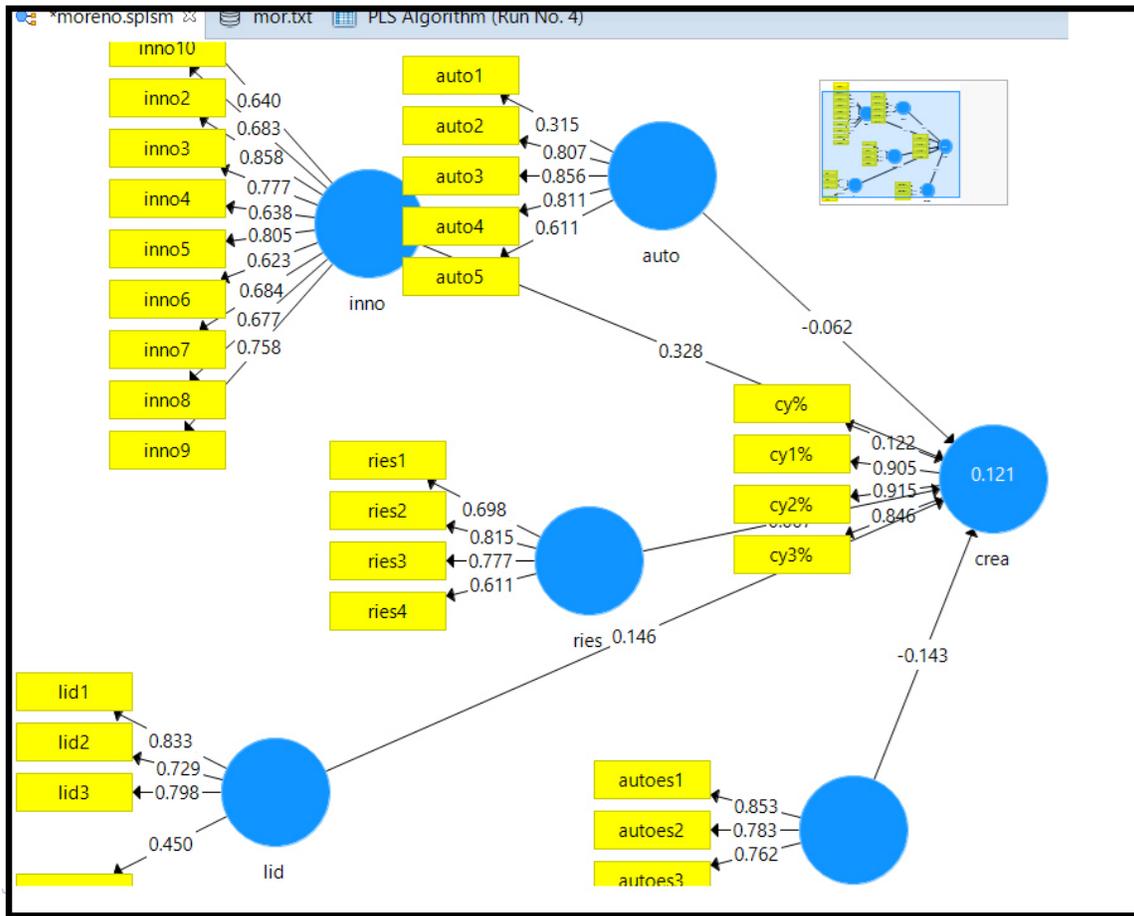
4.2.2. Resultados estadística

4.2.2.1. Análisis método cuantitativo

Ya obteniendo los datos de la encuesta final, se determinó que el Alpha de Cronbach así como el AVE, tenían una baja respuesta, por lo que se trabajó con el programa smartPLS, para poder eliminar ítems que directamente afectaban a los resultados obtenidos.

Se eliminó el ítem 4 de la variable independiente líder audaz, así mismo se eliminó también el ítems 5 de la variable independiente con menor a versión al riesgo.

Figura 4. Modelo del instrumento en el programa Smartpls



Fuente: Elaboración propia

Teniendo los resultados finales del Alpha de cronbach, se encuentra que todas las variables tienen buena confiabilidad, y todas están en el rango 0.7 a 0.9, por lo que esto me determina que las podemos trabajar para poder encontrar los modelos necesarios, así mismo encontrar las hipótesis correctas.

Pero al trabajar con el programa Smart pls, nos damos cuenta que varios ítems nos hacen que los resultados no sea favorables, ya que eliminando ítems, vemos que varían considerablemente los resultados.

Tabla 14. Resultados finales del Alpha, del AVE.

Construct Reliability and Validity				
Matrix	Cronbach's Alpha	rho_A	Composite Reliability	Average Variance Ext...
	Cronbach's ...	rho_A	Composite ...	Average Va...
auto	0.736	0.740	0.823	0.503
autoes	0.723	0.737	0.842	0.640
crea	0.707	0.905	0.828	0.596
inno	0.899	0.921	0.913	0.516
lid	0.708	0.781	0.803	0.516
ries	0.722	0.758	0.818	0.532

Fuente: Elaboración propia

Análisis de correlación

Una vez establecida la confiabilidad del instrumento, es preciso realizar un análisis de correlación, para el cual se calcularon los constructos de cada variable en base a los ítems finales sugeridos por el análisis del Alpha de Cronbach utilizando los pesos de cada ítem para los mismos.

Las siguientes tablas muestran los constructos finales determinados a partir de los pesos y las respuestas de los encuestados para la prueba piloto:

Después de que se realizaron los constructos, se empezó a trabajar con un análisis factorial con la intención de revisar las correlaciones entre los elementos de la encuesta de las variables X, donde se podrá constatar si existe una superposición significativa entre los subgrupos de elementos, o sea que existe correlación. Para el análisis factorial se utilizó el SPSS.

- **Regresión Lineal**

Se realizó una regresión lineal, para poder identificar cuantos modelos pueden proporcionarme este instrumento y de esta manera ver la reacción de la población a la investigación.

El resultado final nos arrojó un solo modelo con una sola variable, esto nos indica que solo una variable será significativa por lo que las otras variables no son positivas a la investigación.

Tabla 15. Modelos del instrumento

Variables introducidas/eliminadas^a

Modelo	Variables introducidas	Variables eliminadas	Método
1	promries	.	Por pasos (criterio: Prob. de F para entrar <= .050, Prob. de F para salir >= .100).

a. Variable dependiente: cy1 cy2

Fuente: Elaboración propia

Al obtener el modelo, este nos arrojó una R cuadrada corregida muy baja, que no llega ni al 1, por lo que nos representa que a pesar de tener una buena confiabilidad no nos da un resultado positivo.

Tabla 16. Datos del modelo de la investigación

Resumen del modelo^b

Modelo	R	R cuadrado	R cuadrado corregida	Error tip. de la estimación	Estadísticos de cambio					Durbin-Watson
					Cambio en R cuadrado	Cambio en F	gl1	gl2	Sig. Cambio en F	
1	.290 ^a	.084	.075	1.86915	.084	9.705	1	106	.002	1.789

a. Variables predictoras: (Constante), promries

b. Variable dependiente: cy1 cy2

Fuente: Elaboración propia.

Se obtuvo el Anova para poder ver la media cuadrática así mismo la significancia de la variable.

Tabla 17. Datos obtenido por ANOVA.

ANOVA^a

Modelo		Suma de cuadrados	gl	Media cuadrática	F	Sig.
1	Regresión	33.906	1	33.906	9.705	.002 ^b
	Residual	370.334	106	3.494		
	Total	404.241	107			

a. Variable dependiente: cy1cy2

b. Variables predictoras: (Constante), promries

Fuente: Elaboración propia

Al obtener los resultados de los coeficientes, nos da como resultados que si es significativa una sola variable, la cual es con una menor aversión al riesgo, con un valor de 0.002 y una B correcta de .662.

Tabla 18. Datos obtenidos de la significancia de las variables positivas.

Coefficientes^a

Modelo		Coeficientes no estandarizados		Coeficientes tipificados	t	Sig.	Correlaciones			Estadísticos de colinealidad	
		B	Error típ.	Beta			Orden cero	Parcial	Semiparcial	Tolerancia	FIV
1	(Constante)	-.272	1.148		-.237	.813					
	promries	.662	.212	.290	3.115	.002	.290	.290	.290	1.000	1.000

a. Variable dependiente: cy1cy2

Fuente: Elaboración propia

La siguiente tabla nos indica la significancia de cada una de las variables independientes restantes, en las cual se observa que desafortunadamente ninguna es variable ya que todas están en un rango de .356 a .920, lo que es muy alto para que pueda tener una significancia correcta.

Tabla 19. Resultados de significancia de todas las variables.

		Variables excluidas ^a						
Modelo		Beta dentro	t	Sig.	Correlación parcial	Estadísticos de colinealidad		
						Tolerancia	FIV	Tolerancia mínima
1	prominno	.115 ^b	.928	.356	.090	.559	1.787	.559
	promlid	-.028 ^b	-.231	.818	-.023	.601	1.665	.601
	promauto	-.011 ^b	-.101	.920	-.010	.708	1.412	.708
	promautoes	-.018 ^b	-.157	.875	-.015	.635	1.576	.635

a. Variable dependiente: cy1cy2

b. Variables predictoras en el modelo: (Constante), promries

Fuente: Elaboración propia

El diagnostico de colinealidad, dice que el modelo tiene dos dimensiones la cual las proporciones de la varianza son diferentes, una da el resultado de 0.01 mientras que la otra de 0.90, esto se debe debido a las variables con las que se trabajan y finalmente no son de la misma importancia.

Tabla 20. Diagnósticos de colinealidad

		Diagnósticos de colinealidad ^a			
Modelo	Dimensión	Autovalores	Índice de condición	Proporciones de la varianza	
				(Constante)	promries
1	1	1.988	1.000	.01	.01
	2	.012	12.685	.99	.99

a. Variable dependiente: cy1cy2

Fuente: Elaboración propia

La siguiente tabla muestra los estadísticos sobre los residuos para revisar la desviación típica de las variables.

Tabla 21. Estadísticos sobre los residuos.

Estadísticos sobre los residuos^a

	Mínimo	Máximo	Media	Desviación típica	N
Valor pronosticado	.7205	4.3609	3.2593	.56292	108
Residual	-3.19540	3.96290	.00000	1.86039	108
Valor pronosticado tip.	-4.510	1.957	.000	1.000	108
Residuo típ.	-1.710	2.120	.000	.995	108

a. Variable dependiente: cy1 cy2

Fuente: Elaboración propia.

4.2.2.2. Análisis método cualitativo

Al aplicar el instrumento que se seleccionó, el cual fue la entrevista, se aplicó un total de 26 personas, de las cuales las entrevistas que se realizaron fueron de la siguiente manera: a 16 emprendedores que no lograron crear su empresa y a 10 emprendedores que lograr crear su empresa.

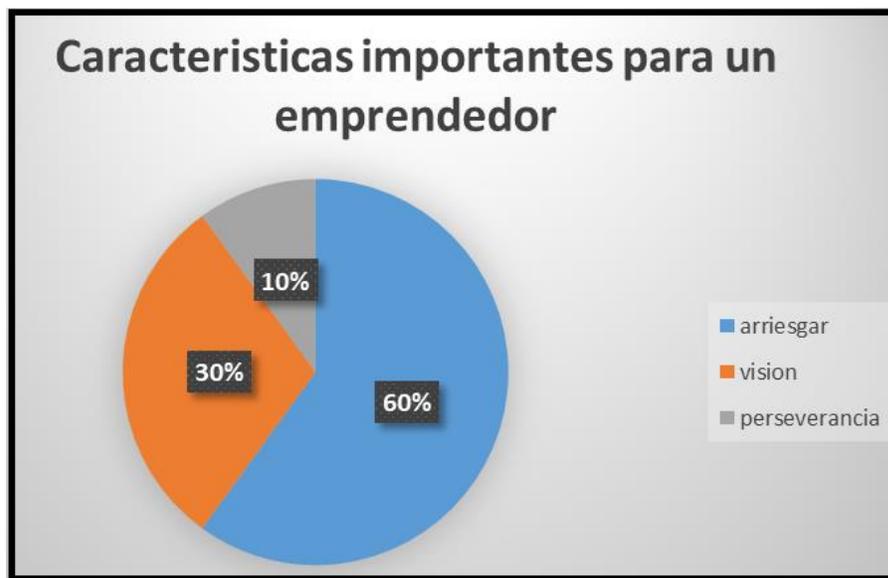
Se llegó solamente a esta cantidad de entrevistas por parte de los que crearon empresa y por los que no crearon empresa porque se llegó a una saturación teórica con las respuestas que estuvieron otorgando los emprendedores.

El análisis que se realizó fue en base a las 10 preguntas que se le realizaron a los emprendedores, donde se hablaba de las variables independientes como las variables dependientes.

En primer lugar se observa que los emprendedores que crearon empresa, comentan que si no arriesgan para poder dar de alta su empresa o poner en venta su producto o su servicio no podran realizar nada.

El no tener miedo a arriesgar es lo que hace que un emprendedor pueda dar el siguiente paso a colocar su empresa funcionable, por lo que es una característica importante para el emprendedor Tomando en cuenta también que se requiere tener siempre una visión en la empresa que se quiere crear y la perseverancia es un papel fundamental para no desesperarse y poder llegar a su meta final.

Grafica 5. Características importantes para un emprendedor para la creación de empresas.



Fuente: Elaboración propia.

Con la variable dependiente que se trabaja en esta tesis, la cual es creación de empresa, se dividió en tres dimensiones, una de ellas es el estudio de mercado, otra son los trámites burocráticos y por último los trámites de financiamiento, aquí se llegó a la conclusión de la gran necesidad que se tiene de estudiar bien cada uno de estos segmentos como tener el conocimiento de esta variable dependiente.

El mayor porcentaje de los emprendedores que crearon empresas, comentan que al principio para poder realizar la empresa no es necesario hacer todos los trámites correspondientes, ya que existía la incertidumbre si la empresa podría llegar a funcionar bien o realmente no funcionaría, por lo que no realizaron todos

los trámites y ellos vieron que no era necesario para poder empezar a vender o poder dar servicio hacia los clientes.

Hasta tiempo después empezaron a realizar trámites faltantes, esto más o menos un año o dos años después de que la empresa ya estaba laborando.

Grafica 6. Trámites necesarios para los emprendedores que crearon empresas.

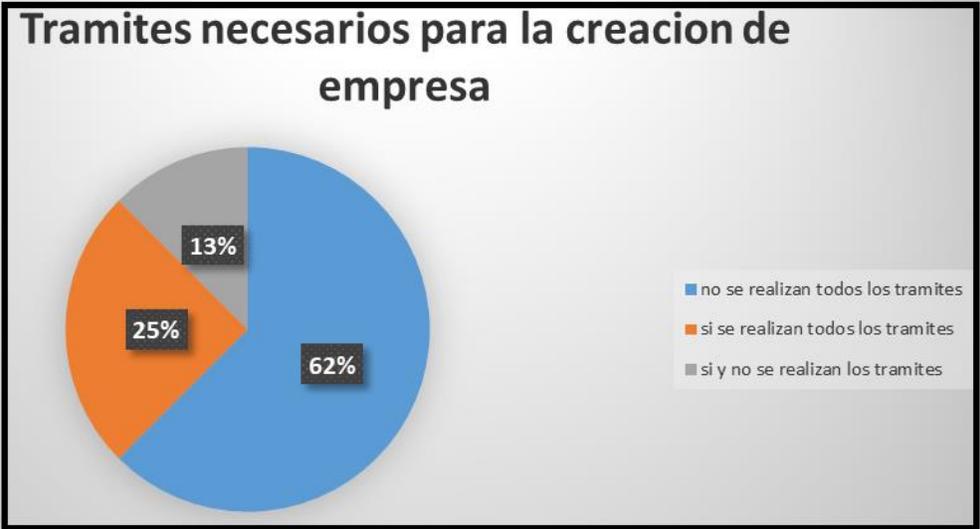


Fuente: Elaboración propia.

En cambio se puede observar que los emprendedores que no crearon su empresa no pudieron contestar si se brincarían un paso para poder realizar su empresa, ya que no tenían la experiencia que harían en su caso a la hora de tener una empresa, pero al contestar ellos piensan que para la creación de una empresa no se necesitan hacer todos los tramites, debido a comentarios que habían escuchado de otras personas, y otro porcentaje comento que si realizarían todos los trámites burocráticos y un porcentaje pequeño no sabían si eran necesarios.

Por lo que nos dan respuestas variables pero siempre encabezando que no hay necesidad de hacer todos los trámites para realizar una empresa.

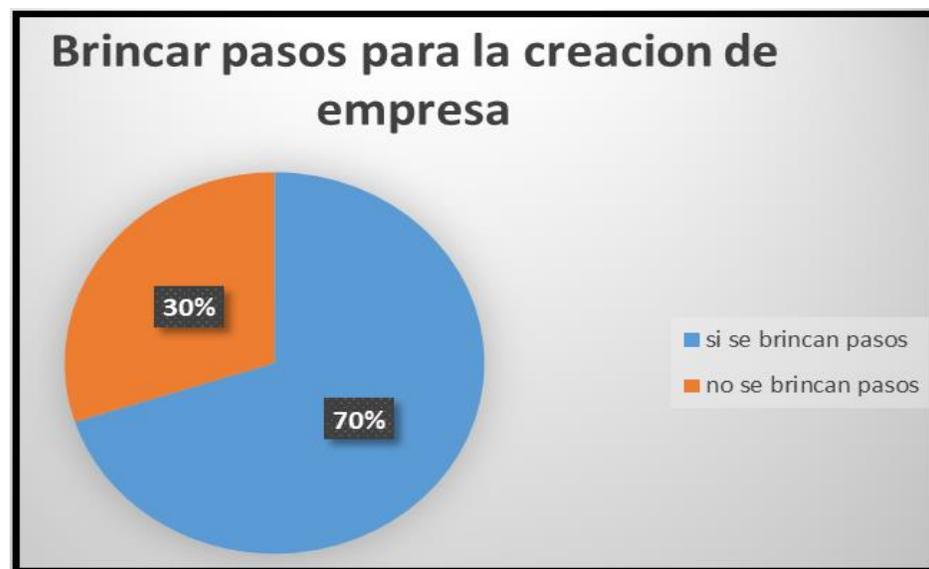
Grafica 7. Trámites necesarios para los emprendedores que no crearon empresas.



Fuente: Elaboración propia.

Los emprendedores visualizaron que para poder ellos empezar con su empresa no era necesario hacer todos los trámites necesarios y podían brincarse pasos, que el más común era dar de alta a los trabajadores en el seguro social, o incluso no daban de alta la empresa en el SAT, esto con el miedo a que no sabrían que impacto tendría la empresa por lo que no querían hacer todo tramites correctos sin antes empezar y ver la evolución que esta tenia.

Grafica 8. Importancia de brincarse pasos según los emprendedores que crearon empresa.



Fuente: Elaboración propia.

Los atributos que caracterizan a los emprendedores de las incubadoras en el estado de Nuevo León son el liderazgo audaz, creatividad innovadora, menor aversión al riesgo, autoestima y autoconfianza, cada uno de estos se están trabajando en esta tesis doctoral.

Al realizar las entrevistas los emprendedores entrevistados, comentaron que es muy importante tener las 5 características, aunado que pueden existir más, pero las 5 antes mencionadas a ellos se les hacen muy importantes para que un emprendedor pueda crear una empresa.

En la gráfica que a continuación se presenta es la entrevista que se le realizó a emprendedores que concluyeron la empresa y que ellos comentan que es muy necesario tener las 5 características.

Grafica 9. Importancia de las 5 variables, líder audaz, creatividad innovadora, menor aversión al riesgo, autoestima y autoconfianza para los emprendedores que crearon empresa.



Fuente: Elaboración propia.

En tanto que los emprendedores que no pudieron crear empresa unos cuantos difieren muy poco que no es tan necesario que estén las 5 características, aunque el porcentaje mayor es que si estén todas ellas en los emprendedores.

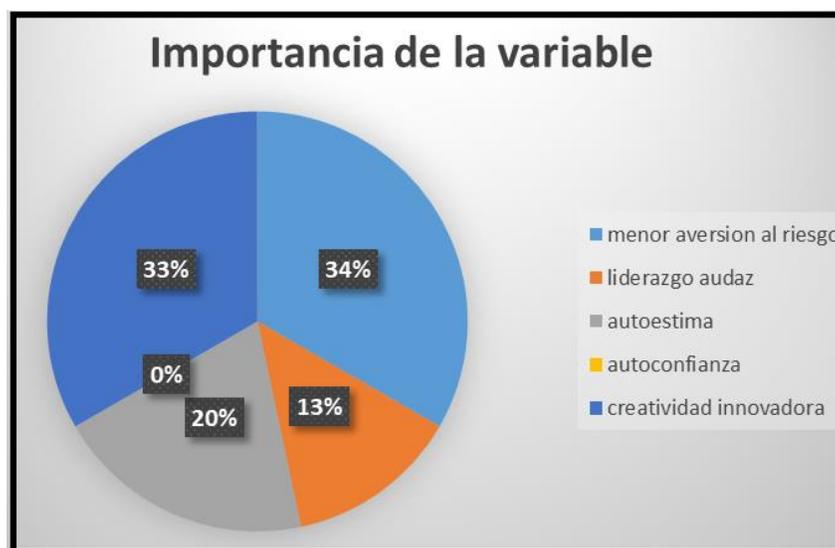
Grafica 10. Importancia de las 5 variables, líder audaz, creatividad innovadora, menor aversión al riesgo, autoestima y autoconfianza para los emprendedores que no crearon empresa.



Fuente: Elaboración propia.

Para poder crear una empresa, los emprendedores valoran que antes que todo debe existir esas ganas de arriesgar por el objetivo que ellos desean, teniendo siempre como objetivo esa creatividad innovadora para poder desarrollar un producto nuevo, sin perder que su autoestima siempre estará en una gran parte para poder confiar en sí mismo y echar a volar su empresa.

Grafica 11. Cuál es la importancia de las 5 variables, líder audaz, creatividad innovadora, menor aversión al riesgo, autoestima y autoconfianza para los emprendedores que crearon empresa.



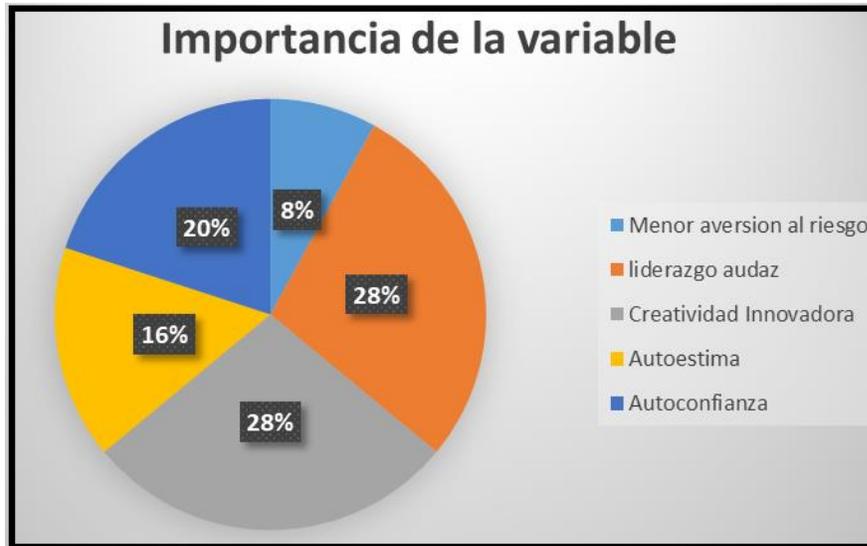
Fuente: Elaboración propia.

La forma de obtener estos resultados, fue determinada bajo las respuestas que nos dieron los emprendedores que no crearon empresa, tomando en cuenta cuantas veces colocaron las variables en los primeros lugares y de esa forma tener un estimado en cada una de las variables.

Los emprendedores que no crearon la empresa por varias cantidades de motivos, tienen en mente que las empresas se crean teniendo en cuenta innovaciones en productos y fomento siempre un liderazgo audaz, pero uno de sus grandes motivos que los orillo a no poder hacer la empresa, fue algo que comentaron los

que si las crearon empresas, tienen que arriesgar para dar ese grande paso y no pensar negativamente si no arriesgar en las decisiones que se tomen.

Grafica 12. Cuál es la importancia de las 5 variables, líder audaz, creatividad innovadora, menor aversión al riesgo, autoestima y autoconfianza para los emprendedores que no crearon empresa.



Fuente: Elaboración propia.

4.2.3. Discusión de resultados de cada variable comparando hallazgos de los métodos cuantitativos y cualitativos.

Se mostrarán a continuación los ítems que se trabajaron en cada variable como la respuesta de cada uno de los encuestados.

X1.- Liderazgo Audaz:

Tomando en cuentas las respuestas de los dos métodos de estudio de la variable Liderazgo audaz por parte de nuestra población muestra se deduce lo siguiente:

En el método cuantitativo que se trabajó, la media que se observa es relativamente a la parte media de las respuestas, por lo que se refiere que los emprendedores están de acuerdo con la mitad de los ítems seleccionados.

Se puede observar que un ítem, si está por debajo de la media, por lo que se tiene que valorar ya que ahí se demuestra que el liderazgo no es tan importante para la creación de una empresa, esto permite observar que el liderazgo es un balance para el desarrollo de la creación de una empresa.

En cambio en el método cualitativo, la información nos dice que está variable es fundamental para la creación de una empresa. Se puede observar que los emprendedores la colocan como en tercer lugar de importancia, pero siempre la mantienen en los planes de ellos, ya que sin ese liderazgo no tendrían una excelente motivación para la creación.

Estos resultados son obtenidos de los instrumentos empleados.

X2.- Creatividad Innovadora:

Tomando en cuentas las respuestas de los dos métodos de estudio de la variable creatividad innovadora por parte de nuestra población muestra se deduce lo siguiente:

En el estudio de método cuantitativo se observa que la media nos arroja como resultado que la población toma como medida estándar la creatividad innovadora.

Se observa que son muchas las personas que consideran que la creatividad innovadora debería ser una característica fundamental para poder desarrollar algo aunque, considerando que tienen otros atributos personales que los llevan a la creación de la empresa.

Del mismo modo se observa que todos son conscientes que para la creación de una empresa se tiene que tener creatividad innovadora ya que las respuestas de opciones bajas fueron muy pocas.

En cambio el método cualitativo arroja resultados, que esta variable es de suma importancia para la creación de una empresa. Sienten que es fundamental para el desarrollo de algo nuevo, ellos lo toman como la segunda variable más importante y nunca dejándola de fuera para la creación de una empresa.

X₃- Con menor aversión al riesgo:

Tomando en cuentas las respuestas de los dos métodos de estudio de la variable con menor aversión al riesgo por parte de nuestra población muestra se deduce lo siguiente:

Se observa que la población esta consiente que tiene que asumir riesgos para la creación de la empresa y no cuidarse tanto de cometer un error si no al contrario luchar contra esa meta y poder hacerla.

En esta variable observamos que la población estuvo más tendencia hacia que es muy importante el atributo para la creación de una empresa. Por lo que fue nuestra variable más significativa de todas y fue la única que arrojó el modelo de regresión, refiriéndose a que es la variable que pega directamente con nuestra variable dependiente.

La mayor parte de la población muestra un gran interés en esta variable y las puntuaciones más bajas para los ítems pasan desapercibidas.

X₄- Autoconfianza.

Tomando en cuentas las respuestas de los dos métodos de estudio de la variable Autoconfianza por parte de nuestra población muestra se deduce lo siguiente:

En él método cuantitativo se encontró que las respuestas de la población están más favorables que negativas, por lo que hace un buen índice a que la variable es un atributo que ayuda a la creación de la empresa.

Se observa que la autoconfianza ayuda mucho a las personas para poder tener el valor de emprender nuevos proyectos y pueda ejecutarlos.

Cuando se tiene un autoconfianza elevado esto permite el crecimiento del emprendedor para poder crear una empresa y hacer valer sus ideales.

En el método cualitativo esta variable está colocada en la quinta posición, ya que la cuentan con menos importancia, aunque los emprendedores aceptan que deben de confiar en sí mismos para poder llevar a cabo la creación.

X₅- Autoestima.

Tomando en cuenta las respuestas de los dos métodos de estudio de la variable Autoestima por parte de nuestra población muestra se deduce lo siguiente:

Por parte del método cuantitativo la autoestima en la persona es de gran importancia para poder hacer cumplir las metas o ideales de la población, por lo que la variable nos demuestra que su tendencia es de una variable importante.

La población encuestada nos demuestra que la mayoría de sus respuestas siempre es pensando positivamente teniendo un autoestima elevado.

Al observar las medias de los ítems se observa un buen porcentaje que demuestra que la autoestima tiene que ser un atributo que funciona para la creación de empresa.

En los resultados del método cualitativo, arroja que esta variable la consideran importante para el desarrollo de una empresa, de las 5 variables estudiadas ellos toman está en la cuarta posición.

Comentan que siempre se debe de tener una autoestima elevada para poder creer en sí mismo y avanzar en sus pasos para la creación de empresa.

Y.- Creación de la empresa.

Tomando en cuenta las respuestas de los dos métodos de estudio de la variable dependiente representa una forma muy general para decidir cómo puede efectuarse una creación de empresa.

En el método cuantitativo se asume que cada persona tiene una cantidad de ideas diferentes y esto hace que afecte a la creación de empresas.

De los cuatro diferentes ítems que se realizaron, se observó que influyen unos más rápidos que otros, esto se debe a la necesidad de poder realizar la creación de empresa ya que no todos influyen directamente.

En cambio en el método cualitativo, nos arrojó de respuestas, que de las tres dimensiones que se colocaron, ellos solo toman en cuenta una, que es el estudio de mercado.

Ya que para la creación de una empresa, ellos no toman en cuenta los trámites burocráticos ni tampoco el financiamiento.

Comentaron que para la creación de una empresa no deben de hacer los trámites, asumiendo que se los pueden brincar y después de ya tener la empresa con resultados positivos ellos empiezan a ver todo el trámite burocrático.

Teniendo los resultados de los dos métodos, se pudo llegar a la conclusión, porque en el método cuantitativo solo nos dio aceptada una variable la cual fue con menor aversión al riesgo, esto se debió a las respuestas que se obtuvieron en la variable dependiente.

Las dimensiones que se colocaron no son de importancia para la creación de empresa, ya que no es un requisito obligatorio, y esto nos perjudicaba con las respuestas que nos dieron en el método cuantitativo.

En el método cualitativo nos dio también positiva la variable con menor aversión al riesgo, pero ellos nos dejaron en conclusión que es de suma importancia todas las variables y que no quitarían ninguna para la creación de empresa, al contrario pondrían esas y hasta más.

4.3. Comprobación de Hipótesis cuantitativa

Tabla 22. Resultados de las variables

Esta tabla son respuestas de las encuestas que se obtuvieron y se trabajó por medio de alpha de cronbach y de las significancias de las variables.

VARIABLES	SIG	RESULTADOS
X1 Líder Audaz	0.818	RECHAZADA
X2 Creatividad Innovadora	0.356	RECHAZADA
X3 Con menor aversión al riesgo	0.002	APROBADA
X4 Autoconfianza	0.920	RECHAZADA
X5 Autoestima	0.825	RECHAZADA

Fuente: Elaboración propia.

Al realizar la regresión, se encontró que solo un modelo puede explicarnos la investigación y darnos a conocer un resultado correcto, por lo que solo una variable es significativa con respecto a la investigación.

La variable significativa o positiva es la de con una menor aversión al riesgo, esto nos indica que es la variable más importante de las cinco variables trabajadas, por lo que se tiene que desarrollar más esta variable para poder crear una empresa.

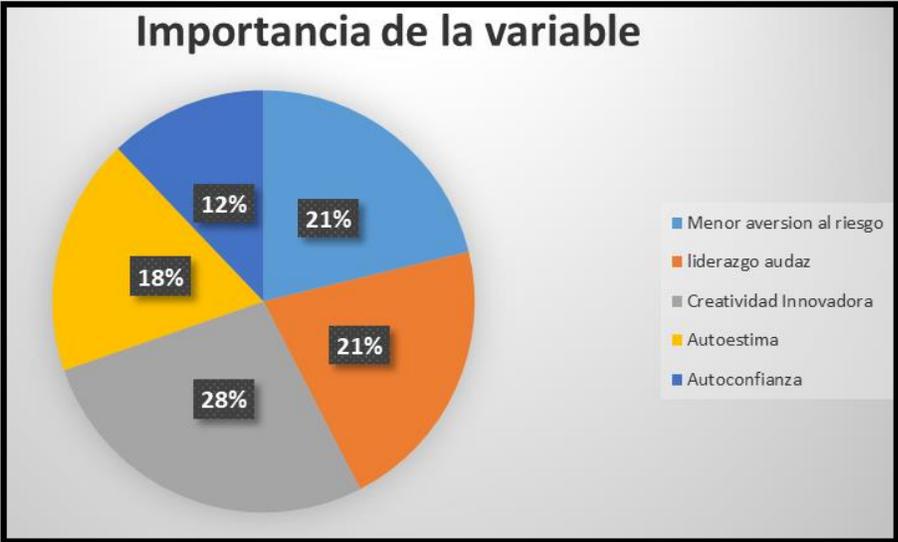
Con este resultado podemos decir que el emprendedor debe de pensar siempre con pensamiento de arriesgar y no tener miedo a cometer errores, o no querer echar a volar la idea por miedo a no triunfar o pensar que puede fracasar a la hora de crear una empresa.

A continuación se presentara una gráfica donde se expresa el pensar de los dos tipos de emprendedores que se entrevistaron, tanto los que crearon empresa como los que no crearon.

En la actualidad las empresas que nacen de incubadoras están desarrolladas por emprendedores que realizan productos innovadores y siempre teniendo confianza en ellos mismos para poder arriesgar y saber que su producto funcionara en el mercado siempre teniendo ese liderazgo audaz.

Por lo que se llega a una conclusión donde se observa que todas las variables son importantes para su desarrollo, donde vemos que en primer lugar el emprendedor tiene que estar creando cosas innovadoras para poder acaparar público, pero para todo esto tienen que arriesgar para llegar a la meta que desean y siempre teniendo un liderazgo audaz, para que de esta manera convencer y puedan cumplir cada idea de su creación.

Grafica 13. Importancia de las 5 variables, líder audaz, creatividad innovadora, menor aversión al riesgo, autoestima y autoconfianza para los emprendedores que crearon y no crearon empresa.



Fuente: Elaboración propia.

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

Al obtener los resultados finales, se determinó cuáles eran las variables que afectaban a la variable dependiente y de esta manera poder saber que hipótesis era correcta.

1.-) Respuesta a su pregunta de investigación.

- El principal atributo que caracteriza a un emprendedor de las incubadoras de Nuevo León para crear una empresa es el tener menor a versión al riesgo, esto determina a que el emprendedor se motiva y arriesga para poder llegar a su objetivo final que es crear una empresa.
- Las conclusiones después de realizar el estudio cuantitativo arrojó, solamente una hipótesis importante, esto se debió que al realizar el estudio cualitativo, los emprendedores no involucran tramites burocraticos para la creación de empresa ni fondos económicos, por lo que la variable dependiente (Y), se veía afectada por las dimensiones que se le dieron.
- Teniendo en cuenta que se vio afectado el estudio por que en la variable dependiente las dimensiones que se trabajan los emprendedores no las toman en cuenta, se puede observar en el estudio cualitativo que la creatividad innovadora también juega un papel muy importante en la creación de empresas.

2.-) Alcances del objetivo general

Identificar que atributos caracterizan a los emprendedores que son apoyados por las incubadoras de Nuevo León para lograr la creación de una empresa. De esta manera identificar que atributos influyen más en el éxito de los emprendedores.

- Al tener la relación de los atributos en emprendedores que crearon empresa y en los que no la crearon, se observa que todos los atributos son importantes y entre más tengan es mucho mejor.
- El atributo más importante para los emprendedores es menor aversión al riesgo, este lo definen como esencial para poder crear una empresa, ya que podrás tener liderazgo audaz, podrás ser creativo innovador, tener un alto autoestima e incluso autoconfianza, pero si realmente no arriesgar en las

ideas que tienes se quedarán solamente en el intento y no podrán crear una empresa.

4.-) Implicación práctica.

Con la obtención de estos resultados, se pudo percibir que existen diferentes implicaciones prácticas para poder llegar a la creación de una empresa, las cuales las podemos definir de la siguiente manera:

- Las incubadoras no ofrecen ninguna explicación a los emprendedores de como realizar los tramites burocraticos cuando SE desea crear la empresa.
- Los resultados nos arrojaron que la característica con una menor aversion al riesgo por parte de un emprendedor es la mas importante para la creación de una empresa, por lo que se debe impulsar mas en los emprendedores este tipo de características para motivarlos a crear la empresa.
- Las incubadoras no ofrecen conocimientos practicos, acerca de las distintas formas que existen para poder obtener recursos ya sean federales o estatales para impulsar la creación de empresas.

5.-) Futuras líneas de investigación.

- Se pueden hacer distintos estudios en diferentes países para poder comparar el estudio realizado, de esta manera podriamos registrar nuevos hallazgos tomando en cuenta las ideas a nivel mundial.
- Una característica nueva de estudio seria visión, haciendo referencia a que un emprendedor tenga ese alcance de metas para poder lograr su objetivo que es el de crear una empresa.
- Un futura línea de investigación puede ser, estudiar una característica nueva en el emprendedor la cual puede ser la perseverancia, para que expliquemos que puede ser de gran ayuda para poder crear una empresa.

Recomendaciones

Después de los resultados obtenidos, salen varias brechas de investigaciones para poder fortalecer y enriquecer esta área del conocimiento.

A continuación se propondrán futuras líneas de investigación para seguir el camino de esta tesis:

- a) Enfatizar en los procesos de la creación de empresas para poder reglamentarlos todos.
- b) Definir características de la zona donde será creada, para de esta manera poder comparar y atacar los puntos más vulnerables.
- c) Hacer estudios longitudinales, desde que las personas empiezan a realizar el proceso de incubadora hasta que termina el curso para visualizar su avance.

ANEXOS

Anexo 1. Encuesta aplicada a la unidad de análisis (Creadores de empresas y personas de incubadoras)



UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DE NUEVO LEÓN
FACULTAD DE CONTADURÍA PÚBLICA Y ADMINISTRACIÓN
CENTRO DE DESARROLLO EMPRESARIAL Y DE POSGRADO



ENCUESTA SOBRE ATRIBUTOS QUE DEBEN TENER LOS EMPRENDEDORES PARA LA CREACION DE PYMES DE BAJA Y MEDIA BAJA TECNOLOGIA EN EL ESTADO DE NUEVO LEON EN LA ZONA METROPOLITANA

La encuesta está relacionada con la creación de su empresa, a la que usted está a cargo, donde se trabajara solo con empresas de Baja y Media baja Tecnología, solo en la zona Metropolitana de Nuevo León, por favor indique el grado de los atributos que usted tiene como emprendedor para la creación der Pymes.

No existen respuestas incorrectas o correctas, solo nos interesa obtener una respuesta que realmente refleje lo que usted necesito para la creación de una Pyme.

Por favor, indique el grado que usted piensa que la organización tiene respecto a las características descritas en cada uno de los enunciados.

Genero		Nombre de la empresa
Edad		Giro de la empresa
Grado de estudio		Cantidad de años administrando la empresa
Municipio		Cantidad de trabajadores con los que cuenta su empresa
Colonia		

Se trabaja con una escalara Liker de 1 a 7 teniendo donde 1 será totalmente en desacuerdo y 7 será totalmente de acuerdo

1	Soy una persona muy creativa
2	Tengo suficientes ideas para la creacion de un negocio
3	tengo ideas muy originales
4	tengo la capacidad de hacer análisis de mercado
5	Puedo establecer estrategias para incrementar las ventas
6	dedico tiempo del día para ser creativo para mejorar la empresa
7	busco continuamente nuevas soluciones
8	Tengo la sensibilidad de ver problemas que otras personas no ven.
9	Es fácil para mí encontrar propuestas de mejora.
10	el grado de diferenciación entre las innovaciones nuestras y las innovaciones de nuestros competidores son grandes
11	Tolero las situaciones de incertidumbre
12	soporto bien las situaciones confusas y poco claras o de indefinición
13	me anticipo a los demás en la toma de decisiones delante de los problemas y oportunidades
14	en mi trabajo las decisiones solo recaen en mis manos
15	Me parece que si no asumo riesgos afectare negativamente mi negocio

16	En su empresa cree que , dada la naturaleza del entorno, es necesario actuar con valentía y atrevimiento para lograr los objetivos de la organización
17	En general, su empresa suele tomar la iniciativa en los procesos de negociación
18	comparado con los competidores, su empresa adopta una postura de mercado muy competitiva
19	tomo decisiones después de haber analizado todas las posibles consecuencias
20	Estoy satisfecho con mis decisiones
21	A veces pienso que que me falta creer más en mis ideales
22	Siento que tengo buenas cualidades para desarrollar proyectos empresariales
23	Me gusta tomar decisiones de mucho valor
24	tengo confianza en mí mismo a la hora de proponerme metas
25	me gusta destacar en mi trabajo o estudios
26	soy muy minucioso en las tareas que realizo
27	me gusta trabajar para estar siempre entre los mejores o ser el mejor
28	los asuntos importantes los trabajo aunque este presionado en estos momentos
29	<p>¿Cuál es el grado de avance en el área de las finanzas para la realización de la empresa?</p> <ul style="list-style-type: none"> • Porcentaje de 0% a 100% en la solicitud • Porcentaje de 0% a 100% en la asignación del financiamiento

	<ul style="list-style-type: none"> • Porcentaje de 0% a 100% en la ejecución del financiamiento
30	<ul style="list-style-type: none"> • 2: ¿Que avance ha realizado en todos los requisitos burocráticos para la creación de la empresa? • Porcentaje de 0% a 100% de la alta de hacienda • Porcentaje de 0% a 100% en proceso notariales • Porcentaje de 0% a 100% en permisos especiales
31	<ul style="list-style-type: none"> • 3: ¿Cuál es el grado de avance que se lleva en el estudio del mercado en la zona que creara la empresa? • Porcentaje de 0% a 100% en la elaboración del instrumento para el estudio de mercado. • Porcentaje de 0% a 100% en la aplicación del instrumento. • Porcentaje de 0% a 100% en los resultados del instrumento para el estudio del mercado.
32	<ul style="list-style-type: none"> • 4: ¿Que avance se lleva en la contratación del personal para la empresa? Porcentaje de 0% a 100% en establecer funciones del persona • Porcentaje de 0% a 100% búsqueda del personal • Porcentaje de 0% a 100% en el reclutamiento y selección del personal.
33	<ul style="list-style-type: none"> • 5: ¿Cuantos meses lleva operando la empresa?

Anexo 2. Entrevista aplicada para análisis de Creadores de empresas y no creadores de empresas que estuvieron en las incubadoras de Nuevo León.



UNIVERSIDAD AUTONOMA DE NUEVO LEÓN
FACULTAD DE CONTADURÍA PÚBLICA Y ADMINISTRACIÓN
CENTRO DE DESARROLLO EMPRESARIAL Y DE POSGRADO



Las entrevistas serán segmentadas a emprendedores que estuvieron en alguna incubadora en el estado de Nuevo León y que crearon alguna empresa o no la hayan creado. Esta entrevista se realizara para tener una validación de contenido en la tesis que se está trabajando.

La entrevista está relacionada con las necesidades de crear una empresa, donde se preguntan tanto características fundamentales que tienen ellos como empresarios, como las complicaciones o las necesidades de los trámites para la creación de dicha empresa.

Las respuestas de estas entrevistas son abiertas, por lo que su respuesta es dependiendo su sentir y como se ven ellos reflejados para la creación de una empresa.

Se le dará a conocer que serán alrededor de 10 preguntas las que se realizarán y que las respuestas son totalmente personales haciendo referencia a que son de un punto de vista imparcial.

Genero		Nombre de la empresa
Edad		Giro de la empresa
Grado de estudio		Cantidad de años administrando la empresa
Municipio		Cantidad de trabajadores con los que cuenta su empresa
Colonia		

- 1.- ¿Cuáles son para ti las características más importantes para ser un emprendedor?
- 2.- ¿Que consideras fundamental para poder crear una empresa hablando de trámites y porque?
- 3.- ¿Cuál es tu línea de tiempo para llevar acabo la empresa hablando de trámites?
- 4.- ¿Para que un emprendedor crea una empresa, tendrá que realizar todos los trámites para poder empezar a trabajarla y porque?
- 5.- Tomando en cuenta los trámites a los que te has enfrentado ¿cuáles son los que tendrías que hacer en la creación de la empresa?
- 6.- ¿Se tuvo que brincar algún paso normal para poder crear la empresa?
- 7.- La creación de empresa conlleva muchas características por parte del emprendedor, unos tienen más otros menos pero finalmente hay algunas importantes que la mayoría de los emprendedores tienen, ¿Si tomáramos en cuenta las variables, liderazgo audaz, creatividad innovadora, autoestima, autoconfianza, y menor aversión al riesgo son necesarias para la creación de una empresa, las dejarías todas o cual quitarías?
- 8.- ¿En la actualidad que es lo principal con lo que debe de contar un emprendedor para la creación de una empresa?
- 9.- ¿La innovación y el liderazgo serán en la actualidad dos acciones que se deben de tener para que un emprendedor pueda crear una empresa?
- 10.- ¿Enumera las variables que a continuación se comentaran para que influyan en la creación de una empresa por parte de un emprendedor, liderazgo audaz, creatividad innovadora, autoestima, autoconfianza, y menor aversión al riesgo?

13. Bibliografía

- Albertoni. (11 de enero de 2016). *los ocho tipo de emprendedores*. Obtenido de <http://www.daikoempresarial.com/>.
- Alter, K., & Ventures, V. (2007). *Social Enterprise Typology*. Copyright.
- Blanco, C. (15 de abril de 2014). *Kubide.es/el-emprendedor-en-paralelo/*.
- Blanco, M. (2015). El lider audaz.
- Caird. (1988).
- Cervantes, V. (2005). Interpretaciones del coeficiente alpha de Cronbach. *Avances en medicion* , 9-28.
- Cortina, J. (1993). What is coefficient alpha? An Examination of Theory and Applications. *Journal of Applied Psychology*, 98-104.
- Diaz, P. (2 de julio de 2014). *Ellos son emprendedores en serie*. Obtenido de www.emprendedores.es.
- Duarte, T., & Ruiz, M. (2009). Emprendimiento, una opcion para el desarrollo. *Scientia et Technica* 23, 326-331.
- Edmondson, A. M. (2007). *Methodological fit in management field research*. *Academy of management review*. Academy of Management Review.
- Edmondson, A., & McManus, S. (2007). Methodological fit in management field research. *Academy of management review*, 32(4), 1246-1264.
- Formichella, M. (2004). el concepto de emprendimiento y su relacion con la educacion, el empleo y el desarrollo local. *INTA*.
- Galindo, M., Ribeiro, D., & Mendez, M. (2012). Innovacion y crecimiento economico: factores que estimulan la innovacion. pp. 51-58.
- Garcia, E. (1999). Incidencia de las motivaciones personales en el proceso de creacion de la nueva Pyme industrial. *Revista europea de direccion y economia de la empresa*, Vol. 1, N1.
- Garcia, J., Alvarez, P., & Reyna, R. (2007). características del emprendedor de exito en la creacion de Pymes españolas. *estudios de economia aplicada*, vol.25.
- Gartner, W. (1988). ¿ Hay un elefante en el espiritu empresarial?
- Hernandez, S., Fernandez, C., & Baptista, P. (2014). *Metodologia de la Investigacion* . Mexico, D.F: McGraw- Hill.

- Johnson, S., & Loveman, G. (1995). Starting over in Eastern Europe: Entrepreneurship and economic renewal.
- Jose, V. B. (1997). *se amigo de ti mismo*. España: Sal Terrae Santander.
- Krell, H. (2010). creatividad innovadora.
- Leitao, F. A., & Cruz, N. M. (2006). los rasgos Psicologicos del emprendedor y la continuidad del proyecyo empresarial: un estudio empirico de los emprendedores brasileños. Vol. 12 N. 2.
- Liliana, P. R., Emilio, R. P., & Juan, R. P. (Vol. XIV, N1, Enero - Abril 2008). Importancia de los estilos de liderazgo sobre la eficacia: un estudio comparativo entre grandes y pequeñas y medianas empresas privadas. *Revista de Ciencias Sociales (RCS)*, pp. 20-29.
- Liu, C. (2008).
- Mancuso, E. (4 de JUNIO de 2009). *La empresa familiar emprendedor*. Obtenido de <http://es.slideshare.net/enendeavor/la-empresa-familiar-emprendedora>.
- Martinez, S., & Rodriguez, L. (2013). Emprendedurismo social en Mexico; hacia un modelo de innovacion para la insercion social y laboral en el ambito rural. *emprededurismo social*, p.103-120.
- Montoya, J. A., Calle, G. C., & Mejia, L. F. (2009). Emprendimiento: visiones desde las teorias del comportamiento humano. *Revista EAN N. 66*, p. 153 - 168.
- Mora, R. (2011). Estudio de actitudes emprendedoras con profesionales que crearon empresa. *Revista escolar de administracion y negocios (71)*, 70-83.
- Moriano, J., Palaci, F., & Morales, J. (2006). The psychosocial profile of the university entrepreneur. *Revista de Psicologia del trabajo y de las organizaciones*, p. 75-99.
- Olmos, R. E., Zacarias, H. M., & Huertas, H. P. (2012). Rasgos de personalidad innovacion y autoestima en la intencion emprendedora de estudiantes univeristarios. *Multiciencias, Vol 12*, (52 - 58).
- Pabon, R. M. (2009). Estudio de actitudes emprendedoras con profesionales que crearon empresa. *revista escuela administracion negocios N.71*, 70 - 83.
- Polo, F. (2010). ¿que es un emprededor social? *Emprededurismo, innovacion*, 138.
- Ramirez, M. A. (Marzo 2015). Autoestima y habilidades emprendedoras en estudiantes de nivel medio superior. *revista Electronica de Psicologia Iztacala*, Vol. 18 .
- Robbins, S., & Judge, T. (2009). comportamiento organizacional. *Ed. (13a) Mexico Person prentice Hall*.

- Rositas, M. J. (2014). Los tamaños de las muestras en encuestas de las ciencias. *InnOvaciOnes de NegOciOs*, 235 – 268.
- Sanchez, J., & Gonsalvez, F. (2009). emprendedurismo, un enfoque cognitivo.
- Sandberg, W. (1986). New venture performance: The role of strategy and industry structure.
- Sandberg, W., & y Hofer, C. (1987). Improving new venture performance: The role of strategy, industry structure, and the entrepreneur. *Journal of Business Venturing*, p.5-28.
- Schumpeter, J. (1934). The theory of economic development .
- Tucker, D. (2004).
- Valencia, M. (2009). La competitividad un estudio en las Pymes desde la gestión del conocimiento.
- Vasquez, F. V. (2004). *La estrategia, la estructura y las formas de asociación: fuentes de ventaja competitiva para las pymes colombianas*.
- Venkatamaram y Shane, S. (2000). the promise of entrepreneurship as a field of research. *vol 1*, 217-226.
- Vesga, R. (2009). emprendimiento e innovación en Colombia. www.cec.unidad.edu.co/pdf/rav.pdf.
- Waters, L., McCabe, M., Kiellerup, D., & Kiellerup, S. (2002). The role of formal mentoring on business success and self-esteem in participants of a new business start-up program. *Journal of business and psychology*, 17, 107-121.
- (2017). *Entrepreneur en español* is published by impresiones Aereas S.A. de C.V.
- Castro, M. (14 de abril de 2015). *Milenio Diario*.
- Drucker, P. (1985). Innovation and entrepreneurship.
- economía, S. N. (2012). http://www.estudia.mx/web/downloads/Incubadoras_en_Mexico.pdf.
- Hartigan. (2005). Supervivencia y desempeño de nuevas firmas: Evidencia de un estudio de panel en cinco ciudades argentinas. .
- Hernandez, S., Fernandez, C., & Baptista, P. (2014). *Metodología de la Investigación* . Mexico, D.F: McGraw- Hill.

- Hills, G. (1997). Opportunity recognition: Perceptions and behaviors of entrepreneurs. *Frontiers of Entrepreneurship* .
- Jintong. (2008). enviromental munificence for entrepreneurs. *international journal of entrepreneurial behaviour and rewards*.
- Jose, V. B. (1997). *se amigo de ti mismo*. España: Sal Terrae Santander.
- Lumpkin, Z. (2010). the relationship of personality to entrepreneurial intentions and performance.
- Mancuso, E. (4 de JUNIO de 2009). *La empresa familiar emprendedor*. Obtenido de <http://es.slideshare.net/enendeavor/la-empresa-familiar-emprendedora>.
- Massa, S., & Testa, S. (2008). Innovation and SMEs.
- Massao, M., Novaes, S., & Luiz, E. (2015). Innovation capacity, international experience and export performance os SMEs in Brazil.
- Melian, A., & Campos, V. (2010). Emprendedurismo y economia social como mecanismos de insercion sociolaboral en tiempos de crisis. *emprendedurismo y economia social como mecanismos*, p. 43 - 67.
- Montoya, J. A., Calle, G. C., & Mejia, L. F. (2009). Emprendimiento: visiones desde las teorías del comportamiento humano. *Revista EAN N. 66*, p. 153 - 168.
- Mora, R. (2011). Estudio de actitudes emprendedoras con profesionales que crearon empresa. *Revista escolar de administracion y negocios (71)*, 70-83.
- Moriano, J., Palaci, F., & Morales, J. (2006). The psychosocial profile of the university entrepreneur. *Revista de Psicologia del trabajo y de las organizaciones*, p. 75-99.
- Olmos, R. E., Zacarias, H. M., & Huertas, H. P. (2012). Rasgos de personalidad innovacion y autoestima en la intencion emprendedora de estudiantes univierstarios. *Multiciencias, Vol 12*, (52 - 58).
- Ovando, A. (s.f.). <http://capitalvariable.com.mx/tag/ilab/>.
- Pabon, R. M. (2009). Estudio de actitudes emprendedoras con profesionales que crearon empresa. *revista escuela administracion negocios N.71*, 70 - 83.
- Pistruì, D., Huang, W., Oksoy, D., Zaho, & Harold. (2001). entrepreneurship in china: characteristics, attributes, and family forces Shaping the emerging private sector. *N 2*.
- Puhakka. (2005). The role of intellectual capital in opportunity recognition of entrepreneurs.

- Robbins, d. C. (1996). fundamentos de administracion: conceptos y aplicaciones. *pretince hall Hispanoamericana*.
- Sagie. (s.f.). Achievement motive and entrepreneurial orientation: a structural analysis. *journal of organizational behavior*, 375-387.
- Sampieri, R. F. (2006). metodologia de la investigacion. *Mc. Graw Hill*.
- Sanchez, J., & Gonsalvez, F. (2009). emprendedurismo, un enfoque cognitivo.
- Sanchez, J., & Gonsalvez, F. (2009). Emprendedurismo, un enfoque cognitivo.
- Sandberg, W. (1986). New venture performance: The role of strategy and industry structure.
- Sandberg, W., & y Hofer, C. (1987). Improving new venture performance: The role of strategy, industry structure, and the entrepreneur. *Journal of Business Venturing*, p.5-28.
- Schumpeter, J. (1934). The theory of economic development .
- Tiessen. (1997). Individualism, Collectivism, and entrepreneurship. *Journa of Business Venturing*.
- Valda, J. C. (2014). <http://www.grandespymes.com.ar/2014/03/24/juan-carlos-valda-29/>.
- Valda, J. C. (2017). <http://jcvalda.wordpress.com>.
- Valencia, M. (2009). La competitividad un estudio en las Pymes desde la gestion del conocimiento.
- Vasquez, F. V. (2004). *La estrategia, la estructura y las formas de asociacion: fuentes de ventaja competitiva para las pymes clombianas*.
- Vesga, R. (2009). emprendimiento e innovacion en colombia. www.cec.unidades.edu.co/pdf/rav.pdf.
- Waters, L., McCabe, M., Kiellerup, D., & Kiellerup, S. (2002). The role of formal mentoring on business success and self-esteem in participants of a new business start-up program. *Journal of business and psychology*, 17, 107-121.
- Willard, B. y. (1993).