



Las opiniones y los contenidos de los trabajos publicados son responsabilidad de los autores, por tanto, no necesariamente coinciden con los de la Red Internacional de Investigadores en Competitividad.



Esta obra por la Red Internacional de Investigadores en Competitividad se encuentra bajo una Licencia Creative Commons Atribución-NoComercial-SinDerivadas 3.0 Unported. Basada en una obra en riico.net.

Factores del éxito empresarial dentro de las incubadoras de negocio, validación del instrumento de investigación

Carlos Landeros García¹

*María Mayela Terán Cazares**

*Mónica Blanco Jiménez**

Resumen

La importancia que ha estado teniendo el desarrollo de Emprendimientos en las Incubadoras ha originado que se realice esta investigación. En su primera etapa consiste en la revisión teórica de los factores que le dan una ventaja competitiva a los emprendedores en el Éxito empresarial tales como: el Coaching, Vinculación Empresarial, Redes sociales digitales y el Perfil del emprendedor. Por lo que, se presenta la justificación teórica de estos factores y la construcción y validación del instrumento. Se realizó un cuestionario de 51 preguntas y para probar la confiabilidad del mismo se aplicó a 30 sujetos de estudio. Utilizando el SPSS se validó el instrumento con los factores Alfa de Cronbach que muestran valores confiables entre .700 y .900 y se obtuvo un cuestionario final con 46 preguntas. Este trabajo brinda una aportación teórica y metodológica para apoyar al éxito empresarial.

Palabras clave: Incubadoras, emprendimiento, coaching, vinculación y redes sociales.

Abstract

The importance that the development of Entrepreneurs in Incubators has been having has caused this investigation to be carried out. In its first stage, it consists in the theoretical review of the factors that give entrepreneurs a competitive advantage in Business Success such as: Coaching, Business Linking, Digital Social Networks and the Entrepreneur Profile. Therefore, the theoretical justification of these factors and the construction and validation of the instrument are presented. A questionnaire of 51 questions was made and to test its reliability it was applied to 30 study subjects. Using the SPSS, the instrument was validated with Cronbach's alpha factors that show reliable values between .700 and .900 and a final questionnaire was obtained with 46 questions. This work provides a theoretical and methodological contribution to support business success.

Keywords: Business incubators, entrepreneurship, coaching, business linking, digital social network and entrepreneur profile.

¹ Universidad Autónoma de Nuevo León, Facultad de Contaduría Pública y Administración

Introducción

México ocupa el lugar 75 de un total de 137 países evaluados por su actividad emprendedora, según los datos proporcionados por el Instituto Global de Emprendimiento y Desarrollo (2018). Sin embargo, en comparación con el año anterior, se tuvo un retroceso de 4 peldaños en su evaluación, dejando en claro la necesidad de apoyo al emprendimiento en todas sus etapas.

En años recientes la importancia del emprendimiento en el mundo ha ido en crecimiento puesto que ha sido señalado como uno de los factores que influyen en el desarrollo económico de los países (Barrientos Inostroza, 2016). Uno de las fuentes para la medición del desarrollo o crecimiento de los países es mediante su Producto Interno Bruto, que de acuerdo al Instituto Nacional de Estadística y Geografía (2019) en México fue de 18,552,607 millones de pesos para el primer trimestre del 2019. De acuerdo a la Comisión Nacional para la Protección y Defensa de los Usuarios de Servicios Financieros (2019) existen más de 4 millones de micro, pequeña y medianas empresas en México y son consideradas como la columna vertebral de la economía mexicana pues generan el 72% del empleo total y 52% del PIB del país. Sin embargo de la totalidad de las MIPyMES del país, el 97% son micro empresas y el 3% restante particionado entre pequeña y mediana empresa. Con base al Censo Económico 2014 se estima que la micro empresa genero cerca de 7.27 mil millones y que de los 29 mil millones de personal ocupado, más de 21 mil millones hayan estado laborando en este tipo de negocio, estableciendo así la importancia de la micro empresa.

La relación existente de las empresas y el emprendimiento se deben a la figura del emprendedor, puesto que él mismo es el que concibe la oportunidad de negocio, la desarrolla y la pone en operación. Siendo el emprendedor una pieza fundamental para el desarrollo de nuevas unidades económicas fueron creadas las incubadoras de negocios que facilitan, a través de distintos programas de apoyo, la supervivencia y crecimiento de las empresas en sus primeros años, siendo el objetivo principal la consolidación de éstas (Peña-Vinces, Bravo, Álvarez, & Pineda, 2011).

A pesar de que la primera incubadora de negocios fue creada en 1957 en la ciudad de Nueva York por Joseph Mansueto como una fuente generadora de empleo y apoyo a los nuevos emprendimientos de negocios (Guceri-Ucar, 2016), en México el concepto es reciente puesto que las primeras apariciones de las incubadoras son a partir del año 2000. A finales del 2018 en México existían 179 incubadoras básicas y 79 de alto impacto (INADEM, 2018). Según esta fuente, los estados con mayor número de las clasificadas como básicas o tradicionales fueron la ciudad de México con 23 incubadoras, Hidalgo, Jalisco y Sinaloa con 10, mientras que Chihuahua, Nuevo León, Sonora y Veracruz con 8 cada uno.

En Nuevo León, las 8 incubadoras siguen en operación manteniendo su objetivo de “acelerar el crecimiento y el éxito empresarial a través del soporte de negocio que incluye espacios físicos, acceso a fondos, coaching y creación de vinculaciones empresariales” (Albort & Ribeiro, 2015, pág. 1776).

Por lo que el objetivo de esta investigación es analizar los factores desde la perspectiva teórica en el proceso de incubación que permiten darle una ventaja competitiva empresarial al emprendedor, por lo que se proponen en la hipótesis 4 variables independientes; el Coaching, Vinculación Empresarial, Redes sociales digitales y el Perfil del emprendedor y la variable dependiente es el éxito empresarial. A continuación se da el fundamento teórico de esta.

Marco teórico

Como bien es mencionado en la introducción de este artículo, la importancia de las incubadoras de negocio radica en el apoyo que brindan a través de los servicios al emprendedor. La Asociación Nacional de Entidades Promotoras de Emprendimientos Innovadores (2017) las define como entidades que ofrecen a los emprendedores el soporte para transformar ideas innovadoras en emprendimientos de éxito, siendo este éxito el que apoya al desarrollo económico de los países.

Incubadora

De acuerdo a Theodorakopoulos (2014), la primera generación de las incubadoras de negocios se basa en el ofrecimiento de espacios compartidos de bajo costo como medida de apoyo a los nuevos emprendimientos. La globalización de la economía lleva a la necesidad de los emprendedores no solo en buscar espacios físicos sino también de recibir asesorías de sus proyectos de negocio, estableciéndose así la segunda generación de incubadoras entre los años 90s. La actual generación “brinda acompañamiento empresarial para el desarrollo del plan de negocios, evalúan la viabilidad técnica, financiera y de mercado de los proyectos, proveen de espacios físicos además de servicios administrativos, de logística y servicios de información y apoyo técnico” (México Emprende, 2016). Es en esta última generación donde la importancia de las incubadoras ha llegado a su punto más alto puesto que no solo son espacios de trabajo para los emprendedores sino que son puntos físicos en donde el emprendedor desarrolla conjuntamente con la incubadora de negocio su proyecto de negocio siendo así parte fundamental para el éxito empresarial.

Éxito empresarial (ventaja competitiva)

El término éxito empresarial puede ser muy ambiguo en la práctica, puesto que existen distintas formas de medición, su análisis ha abarcado dimensiones como la capacidad de decisión, nivel de educación, experiencia laboral, la capacidad de relacionarse, creatividad, incremento de personal,

generación de utilidades y/o supervivencia de las unidades de negocio, así como el comportamiento del individuo como factor de éxito (Korunka, Kessler, Frank, & Lueger, 2010; Simpson, Tuck, & Bellamy, 2004; Dafna, 2008). Por tal motivo y para esta investigación se entenderá como éxito empresarial la continuidad del negocio (Simpson, Tuck, & Bellamy, 2004; Korunka, Kessler, Frank, & Lueger, 2010) con base al desempeño financiero y no financiero (Boniface, Gyau, & Stringer, 2012), siendo la financiera el incremento en ventas y la no financiera el aumento de personal.

Por otra parte, de acuerdo con estudios aplicados es posible considerar factores tales como la vinculación empresarial, el coaching, las redes sociales y el perfil del emprendedor como elementos para analizar su impacto en el éxito empresarial en el contexto de las incubadoras de negocios (Watson, Hogarth-Scott, & Wilson, 1998; Pinho & Sampaio de Sá, 2014; Vidal Salazar, Ferrón Vélchez, & Córdón Pozo, 2012) por tal motivo enseguida se adentra a cada una de las variables antes mencionadas.

Coaching

El coaching ha servido como una técnica para el cumplimiento de objetivos personales o de negocio previamente establecidos (Rekalde, Landeta, & Albizu, 2015), sin embargo la importancia principal se asocia a los efectos que este tiene sobre los emprendedores, ya que puede ser un acelerador del éxito del proceso empresarial. Zeus & Skiffington (2002) lo define como un proceso en el que el coach y coachee trabajan de manera conjunta para el cumplimiento de objetivos trazados. De esta forma el coach coordina el manejo del plan de acción con la finalidad de que el coachee reciba el soporte necesario para su crecimiento tanto personal como profesionalmente.

De una manera general el coaching es un método de ayuda a los emprendedores a aprender a través de la experiencia con que cuenta el coach, siendo así un proceso de soporte y ánimo mediante un método socrático, es decir, una forma de empujar al individuo a buscar y encontrar soluciones para ellos (Vidal Salazar, Ferrón Vélchez, & Córdón Pozo, 2012)

Estudios aplicados han demostrado distintas relaciones con la mejora del desempeño en los negocios (Nuñez-Cacho Utrilla & Grande Torraleja, 2013; Crompton, Smyrnios, & Bi, 2012; Vidal Salazar, Ferrón Vélchez, & Córdón Pozo, 2012).

Vinculación empresarial

Las vinculaciones empresariales ayudan a desarrollar un sistema de contactos dentro y fuera de las organizaciones que permiten la generación de información que permite obtener ventajas competitivas en mercados internacionales (Rahman Faroque, Morrish, & Shahriar Ferdous, 2017). De acuerdo a O'Donnell et al., (2001) estas vinculaciones son “una serie de acuerdos directos,

indirectos e interacciones de una persona hacia a más de una de ellas” (O'Donnell, Gilmore, Cummins, & Carson, 2001, pág. 753). Así mismo se establece como una forma de hacer negocios y un proceso de soporte en la toma de decisiones mediante la confirmación y corroboración de información con terceros.

Diversos autores han evidenciado la importancia de las vinculaciones empresariales para los emprendedores ya que facilitan la generación del aprendizaje colectivo, aprendizaje que obtiene el emprendedor y lo utiliza en su favor para la construcción de la nueva entidad de negocio (McAdam & Marlow, 2008). Pinho & Sampaio de Sá (2014) identifica que las vinculaciones juegan un papel importante en el proceso emprendedor, pues une a emprendedores con organizaciones estableciendo lazos positivos que contribuyen al crecimiento de pequeños negocios.

Dado lo anterior nos brinda la posibilidad de incrementar el conocimiento mediante el análisis de la variable en un entorno mexicano, entorno el cual carece de dichos estudios.

Redes sociales digitales

“Con la llegada de la llamada web 2.0, la nueva generación de usuarios de internet ha reescrito las reglas de interacción social, así como la forma del manejo de los negocios” (Van Zyl, 2009, pág. 906), tan solo basta ver los siguientes datos: 83% de los trabajadores de Estados Unidos acceden a redes sociales mediante los recursos de oficina y 30% de trabajadores de Estados Unidos y 42% del Reino Unido han utilizado las redes sociales para asuntos relacionados con su trabajo (Van Zyl, 2009). La importancia no solo radica en el crecimiento acelerado en años recientes de esta red, sino también en el uso por parte de los negocios para cubrir su vacío de una mercadotecnia institucional y el uso de medios de comunicación tradicionales (Acquaah, 2011). Una web 2.0 es una forma de describir aplicaciones tecnológicas de comunicación e información basadas en internet que ayudan a la comunicación, cooperación, colaboración y conexión entre usuarios (Barnes, y otros, 2012).

El uso de los distintos programas de redes sociales por parte de los negocios ha sido relacionado con el éxito empresarial de éstos, por tal motivo es de importancia su análisis en el presente estudio. Una red social puede ser definida como la “práctica de ampliar los contactos comerciales y/o sociales haciendo conexiones de individuos a través de grupos basados en la *web*” (Boling, Burns, & Dick, 2014, pág. 123) “que permitan la creación e intercambio de contenido generado por éstos” (Pereira Correia, García Medina, González Romo, & Contreras-Espinosa, 2014, pág. 299) para beneficio del comercio.

Estudios aplicados han realizado esfuerzo por encontrar relaciones entre las redes sociales digitales y el éxito empresarial, tal como lo establece Inge Jenssen y Arent (2002) que establece una relación positiva y significativa entre estas dos.

Perfil del emprendedor

La importancia en años recientes del emprendedor es dado que es el artífice principal del éxito de las empresas, puesto que el rumbo se encuentran directamente asociadas a éste. Por tal motivo, el interés de ampliar el conocimiento de las características sociales y psicológicas del emprendedor ha ido en aumento. Dado lo anterior, diversos estudios se han abocado en la identificación de aquellas características que sirven para predecir el éxito de los emprendedores en su etapa inicial. Su esmero ha brindado resultados, pues se han obtenido factores como: las características personales, el contexto del ambiente de negocio, el contexto de negocio que rodeo al emprendedor y establecimiento de metas, tan solo por mencionar algunas (Chatterjee & Das, 2015; Green, David, Dent, & Tyshkovsky, 1996; Moriano, Trejo, & Palací, 2001).

Caliendo & Kritikos (2008) menciona que las características que apoyan al emprendedor a su éxito empresarial son: necesidad de logro, lugar de control, necesidad de autonomía, orientación a la solución de problemas, tolerancia a la ambigüedad, propensión a la toma de riesgos, asertividad y reactividad interpersonal.

La importancia de las incubadoras en conocer los perfiles de los emprendedores participantes en sus programas de incubación recae en la necesidad ampliar el conocimiento de las características únicas de ello. Esta identificación temprana ayuda a las incubadoras de negocio en el diseño de procesos de apoyo específicos para los emprendedores.

Método

Esta es una investigación descriptiva que emplea la técnica documental para la revisión de bases de datos de artículos y revistas que dan respaldo al marco teórico. La investigación es de tipo cuantitativa pues se pretende medir la fiabilidad del instrumento propuesto a través de la aplicación de 30 encuestas. Los sujetos de estudio de la investigación serán los dueños o representantes de aquellas empresas que su formación y creación haya sido a través de una incubadora de negocios en el estado de Nuevo León. Por otra parte, se considerará solo aquellas empresas que figuren como micro, pequeña o mediana empresa de acuerdo a la clasificación establecida en la Ley para el Desarrollo de la Competitividad de la Micro, Pequeña y Mediana Empresa vigente.

Resultados

El análisis de la fiabilidad del instrumento se llevó a cabo con apoyo del software SPSS en su versión 24. Para la obtención del coeficiente de fiabilidad se utilizó el alfa de Cronbach, el cual es un “índice usado para medir la consistencia interna de una escala” (Celina Oviedo & Campo Arias, 2005, pág. 575). Dichos coeficientes se presentan del 0 a 1, donde un valor cercano a uno presentaría una alta correlación de los ítems presentados en el constructo, concepto o factor medido, en otras palabras, miden de manera correcta lo que se pretende medir (Celina Oviedo & Campo Arias, 2005).

Obtenidos los datos a través de la aplicación del instrumento de medición propuesto la variable Y “Éxito empresarial” muestra un Alfa de Cronbach de .785 con 5 elementos en el constructo. No es necesaria la eliminación de ítems, toda vez que al eliminar alguna de ellas el valor del factor disminuye (ver tabla 1).

Tabla 1. Estadísticas de fiabilidad para y éxito empresarial

Alfa de Cronbach	Alfa de Cronbach basada en elementos estandarizados	N de elementos
.785	.793	5

Fuente: Elaboración propia a partir de datos recolectados

Para la variable X₁ Coaching que contiene 12 ítems se obtiene una Alfa de Cronbach de .880. No se elimina ningún ítem puesto que al eliminar alguna de las preguntas el valor alfa disminuye (ver tabla 2).

Tabla 2. Estadísticas de fiabilidad para la variable X₁ Coaching

Alfa de Cronbach	Alfa de Cronbach basada en elementos estandarizados	N de elementos
.880	.880	12

Fuente: Elaboración propia a partir de datos recolectados

La variable X₂ Vinculación Empresarial cuenta con 8 ítems dentro del constructo y arroja un factor Alfa inicial de .828. Se encuentra que en la eliminación del ítem 1 ayuda a aumentar el factor a .840, por lo que se elimina. Se lleva a cabo una nueva corrida de factores Alfa y se detecta que con la eliminación del último ítem se eleva el Alfa a .849 por lo que nuevamente se lleva a cabo. Al

validar de nueva cuenta los factores no se detecta una posible mejoría de los mismos por lo que el constructo final queda compuesto con solo 6 ítems y una alfa de .849 (ver tabla 3).

Tabla 3. Estadísticas de fiabilidad X2 vinculación empresarial

Alfa de Cronbach	Alfa de Cronbach basada en elementos estandarizados	N de elementos
.849	.851	6

Fuente: Elaboración propia a partir de datos recolectados

El constructo X₃ establecida como redes sociales digitales cuenta con 6 ítems iniciales y muestra un factor Alfa de .826. La eliminación de la pregunta 6 ayuda a elevar el factor a .864 por lo tanto es eliminada. Al verificar de nueva cuenta los factores, se detecta que con la eliminación de la pregunta 4 ayuda al factor a subir a .866 por lo que se elimina. Los nuevos factores muestran que ya no es posible obtener un factor Alfa de mayor valor, por lo que el valor Alfa del constructo se establece en .866 con un total de 4 ítems (ver tabla 4).

Tabla 4. Estadísticas de fiabilidad X3 redes sociales digitales

Alfa de Cronbach	Alfa de Cronbach basada en elementos estandarizados	N de elementos
.866	.869	4

Fuente: Elaboración propia a partir de datos recolectados

Por último, los resultados de la variable X₄ Perfil del Emprendedor cuenta con un total de 19 ítems y una Alfa de Cronbach inicial de .890, por tal motivo no se elimina ningún ítem dentro del constructo puesto que se garantiza la confiabilidad del mismo.

Tabla 5. Estadísticas de fiabilidad X4 perfil del emprendedor

Alfa de Cronbach	Alfa de Cronbach basada en elementos estandarizados	N de elementos
.890	.898	19

Fuente: Elaboración propia a partir de datos recolectados

Conclusiones

Existe un marco teórico amplio sobre la problemática del emprendimiento, en este artículo se muestra la justificación teórica que permitió la elaboración del instrumento. Esta justificación teórica permite darle la validez de contenido. Ya teniendo la justificación teórica, se requirió revisar la confiabilidad del instrumento, de acuerdo a los factores Alfa nos permite obtener un cuestionario final con 46 preguntas estructuradas de la siguiente manera. 5 ítems pertenecientes a la variable dependiente establecida como el éxito empresarial, 12 elementos más para el constructo de Coaching, 6 para la variable Vinculación empresarial, 4 para las Redes sociales digitales y 19 más para el constructo correspondiente al Perfil del emprendedor.

Los resultados obtenidos a través del software SPSS para la obtención de los factores alfa de los constructos Éxito empresarial (Y) .785, Coaching (X1) .880, Vinculación empresarial (X2) .849, Redes sociales digitales (X3) .866 y Perfil del emprendedor (X4) .890 nos muestran un instrumento de medición confiable para su aplicación.

Por lo que la importancia de este artículo radica en que se ofrece un instrumento de medición que puede ser utilizado en investigaciones donde se analicen los factores propuestos en este cuestionario no limitándose a temas relacionados a incubadoras de negocio. El siguiente paso de esta investigación es completar la muestra con un mayor número de emprendedores y representantes de empresas que hayan sido creadas con ayuda de las incubadoras de negocio para establecer la correlación de las variables propuestas con el éxito empresarial usando la regresión estadística.

Referencias

- Acquaah, M. (2011). Business strategy and competitive advantage in family business in Ghana: The role of social networking relationships. *Journal of Developmental Entrepreneurship*, 103–126.
- Albort, G., & Ribeiro, D. (2015). A bibliometric analysis of international impact of business incubators. *Journal of Business Research*, 1775-1779.
- ANPROTEC. (2017 de Abril de 2017). *Asociación Nacional de Entidades Promotoras de Emprendimientos Innovadores*. Fonte: Asociación Nacional de Entidades Promotoras de Emprendimientos Innovadores: <http://anprotec.org.br/site/menu/incubadoras-e-parques/perguntas-frecuentes/>
- Barnes, D., Clear, F., Dyerson, R., Harindranath, G., Harris, L., & Rae, A. (2012). Web 2.0 and micro-businesses: an exploratory investigation. *Journal of Small Business and Enterprise Development*, 687-711.
- Barrientos Inostroza, M. (2016). Incubadoras de negocio ¿Son un aporte al emprendimiento en concepción? *Horizontes Empresariales*, 49-60.
- Boling, R., Burns, M., & Dick, G. (2014). Social networking and small business: an exploratory study. *Contemporary Readings in Law and Social Justice*, 122–129,.
- Boniface, B., Gyau, A., & Stringer, R. (2012). Linking price satisfaction and business performance in Malaysia's dairy industry. *Asia Pacific Journal of Marketing and Logistics*, 288 - 304.
- Caliendo, M., & Kritikos, A. (2008). Is entrepreneurial success predictable? An ex-ante analysis of the character-based approach. *Kyklos*, 189-214.
- Celina Oviedo, H., & Campo Arias, A. (2005). Aproximación al uso del coeficiente alfa de Cronbach. *Revista Colombiana de Psiquiatría*, 572-580.
- Chatterjee, N., & Das, N. (2015). Key psychological factors as predictors of entrepreneurial success: a conceptual framework. *Academy of Entrepreneurship Journal*, 102-114.
- CONDUSEF. (Agosti de 2019). *Comisión Nacional para la Protección y Defensa de los Usuarios de Servicios Financieros*. Fonte: <https://www.condusef.gob.mx/Revista/index.php/usuario-inteligente/educacion-financiera/492-pymes>
- Crompton, B., Smyrnios, K., & Bi, R. (2012). Measuring the influence of business coaching on fast-growth firms. *Small Enterprise Research*, 16-31.
- Dafna, k. (2008). Managerial performance and business success: Gender differences in Canadian and Israeli entrepreneurs. *Journal of Enterprising Communities: People and Places in the Global Economy*, 300-331.
- Gibson, C., Jay, H., Hardy III, M., & Buckley, R. (2014). Understanding the role of networking in organizations. *Career Development International*, 146-161.

- Green, R., David, J., Dent, M., & Tyshkovsky, A. (1996). The Russian entrepreneur: a study of psychological characteristics. *International Journal of Entrepreneurial Behavior & Research*, 49-58.
- Guceri-Ucar, G. &. (2016). Exploring business incubation practices and relationships to drivers of start-up success in Turkey. *International Journal of Entrepreneurship and Innovation Management*.
- INADEM. (02 de 06 de 2018). *Instituto Nacional del Emprendedor*. Fonte: <https://reconocimiento.inadem.gob.mx/>
- Inge Jenssen, J., & Arent, G. (2002). Does the degree of redundancy in social networks influence the success of business. *International Journal of Entrepreneurial Behavior & Research*, 254-267.
- Instituto Nacional de Estadística y Geografía. (Agosto de 2019). *INEGI*. Fonte: <https://www.inegi.org.mx/temas/pib/>
- Joyce, P., Woods, A., & Black, S. (1995). Networks and partnerships: managing change and competition. *Small Business and Enterprise Development*, 11-18.
- Korunka, C., Kessler, A., Frank, H., & Lueger, M. (2010). Personal characteristics, resources, and environment as predictors of business survival. *Journal of Occupational and Organizational Psychology*, 1025-1051.
- Mayer Granados, E., & Jiménez Almaguer, K. (2011). Las incubadoras de negocios en México: un análisis descriptivo. *CienciaUAT*, 8-13.
- McAdam, M., & Marlow, S. (2008). A preliminary investigation into networking activities within the university incubator. *International Journal of Entrepreneurial Behavior & Research*, 219-241.
- México Emprende. (Agosto de 2016). *Incubadoras de Empresas*. Fonte: <https://www.mexicoemprende.org.mx/incubadoras-de-empresas/>
- Moriano, J. A., Trejo, E., & Palací, F. J. (2001). El perfil psicosocial del emprendedor: un estudio desde la perspectiva de los valores. *Revista de Psicología Social*, 229-242.
- Nuñez-Cacho Utrilla, P., & Grande Torraleja, F. Á. (2013). The importance of mentoring and coaching for family business. *Journal of Management and Organization*, 386-404.
- O'Donnell, A., Gilmore, A., Cummins, D., & Carson, D. (2001). The network construct in entrepreneurship research: a review and critique. *Management Decision*, 749-760.
- Pereira Correia, P., García Medina, I., González Romo, Z. F., & Contreras-Espinosa, R. S. (2014). The importance of Facebook as an online social networking tool for companies. *International Journal of Accounting & Information Management*, 295-320.
- Pinho, J. C., & Sampaio de Sá, E. (2014). Personal characteristics, business relationships and entrepreneurial performance, some empirical evidence. *Journal of Small Business and Enterprise Development*, 284-300.

- Pinho, J. C., & Sampaio de Sá, E. (2014). Personal characteristics, business relationships and entrepreneurial performance, some empirical evidence. *Journal of Small Business and Enterprise Development*, 284-300.
- Rahman Faroque, A., Morrish, S., & Shahriar Ferdous, A. (2017). Networking, business process innovativeness, and export performance: the case of South Asian low-tech industry. *Journal of Business & Industrial Marketing*, 864-875.
- Rekalde, I., Landeta, J., & Albizu, E. (2015). Determining factors in the effectiveness of executive coaching as a management development tool. *Management Decision*, 1677-1697.
- Simpson, M., Tuck, N., & Bellamy, S. (2004). Small business success factors: the role of education and training. *Education + Training*, 481-491.
- The Global Entrepreneurship and Development Institute. (Agosto de 2018). *The Global Entrepreneurship and Development Institute*. Fonte: <https://thegedi.org/>
- Theodorakopoulos, N., Kakabadse, N., & McGowan, C. (2014). What matters in business incubation? A literature review and a suggestion for situated theorising. *Journal of Small Business and Enterprise Development*, 602-622.
- Van Zyl, A. S. (2009). The impact of Social Networking 2.0 on organisations. *The Electronic Library*, 906-918.
- Vidal Salazar, M. D., Ferrón Vílchez, V., & Cordon Pozo, E. (2012). Coaching: an effective practice for business competitiveness. *Competitiveness Review: An International Business Journal*, 423-433.
- Vidal Salazar, M. D., Ferrón Vílchez, V., & Cordon Pozo, E. (2012). Coaching: an effective practice for business competitiveness. *Competitiveness Review: An International Business Journal*, 423-433.
- Watson, K., Hogarth-Scott, S., & Wilson, N. (1998). Small business start-ups: success factors and support implications. *International Journal of Entrepreneurial Behavior & Research*, 217-238.
- Zeus, P., & Skiffington, S. (2002). *The coaching at work toolkit: a complete guide to techniques and practices*. Sydney: McGraw-Hill.

Anexo

La presente encuesta forma parte de un trabajo de tesis doctoral relacionado a los aspectos del perfil del emprendedor, redes sociales digitales, vinculación empresarial y coaching dentro de las incubadoras básicas del estado de Nuevo León.

Mucho agradeceré su valioso tiempo para contestación de cada una de las preguntas de este cuestionario, la información brindada será totalmente confidencia.

Instrucciones. -

Lea cada una de las preguntas o situaciones y marque con una "x" lo que mejor se adapte a su percepción, siendo el número ① "Totalmente en desacuerdo", ② "Bastante en desacuerdo", ③ "En desacuerdo", ④ "Ni de acuerdo ni en desacuerdo", ⑤ "De acuerdo", ⑥ "Bastante de acuerdo", ⑦ "Totalmente de acuerdo"

- Seleccionar solo una opción por pregunta.
- Contestar el total de las preguntas.

		¿Qué tan de acuerdo está?						
		Totalmente en desacuerdo	Bastante en desacuerdo	En desacuerdo	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	De acuerdo	Bastante de acuerdo	Totalmente de acuerdo
I.	El proceso de incubación me ayudó a...							
1.	Tomar mejores decisiones de negocio.	① <input type="checkbox"/>	② <input type="checkbox"/>	③ <input type="checkbox"/>	④ <input type="checkbox"/>	⑤ <input type="checkbox"/>	⑥ <input type="checkbox"/>	⑦ <input type="checkbox"/>
2.	Ver otras perspectivas para afrontar problemas presentados.	① <input type="checkbox"/>	② <input type="checkbox"/>	③ <input type="checkbox"/>	④ <input type="checkbox"/>	⑤ <input type="checkbox"/>	⑥ <input type="checkbox"/>	⑦ <input type="checkbox"/>
3.	Cumplir mis objetivos y/o metas propuestas.	① <input type="checkbox"/>	② <input type="checkbox"/>	③ <input type="checkbox"/>	④ <input type="checkbox"/>	⑤ <input type="checkbox"/>	⑥ <input type="checkbox"/>	⑦ <input type="checkbox"/>
4.	Tener conciencia para la solución de problemas.	① <input type="checkbox"/>	② <input type="checkbox"/>	③ <input type="checkbox"/>	④ <input type="checkbox"/>	⑤ <input type="checkbox"/>	⑥ <input type="checkbox"/>	⑦ <input type="checkbox"/>
5.	Identificar mis fortalezas y debilidades.	① <input type="checkbox"/>	② <input type="checkbox"/>	③ <input type="checkbox"/>	④ <input type="checkbox"/>	⑤ <input type="checkbox"/>	⑥ <input type="checkbox"/>	⑦ <input type="checkbox"/>
6.	Identificar mis necesidades personales.	① <input type="checkbox"/>	② <input type="checkbox"/>	③ <input type="checkbox"/>	④ <input type="checkbox"/>	⑤ <input type="checkbox"/>	⑥ <input type="checkbox"/>	⑦ <input type="checkbox"/>

		<input type="checkbox"/>						
7.	Identificar las necesidades del negocio.	① <input type="checkbox"/>	② <input type="checkbox"/>	③ <input type="checkbox"/>	④ <input type="checkbox"/>	⑤ <input type="checkbox"/>	⑥ <input type="checkbox"/>	⑦ <input type="checkbox"/>
8.	Tener una visión positiva de las cosas.	① <input type="checkbox"/>	② <input type="checkbox"/>	③ <input type="checkbox"/>	④ <input type="checkbox"/>	⑤ <input type="checkbox"/>	⑥ <input type="checkbox"/>	⑦ <input type="checkbox"/>
9.	Tener mayor certeza que mi negocio tendrá éxito comercial.	① <input type="checkbox"/>	② <input type="checkbox"/>	③ <input type="checkbox"/>	④ <input type="checkbox"/>	⑤ <input type="checkbox"/>	⑥ <input type="checkbox"/>	⑦ <input type="checkbox"/>
10.	Arrancar las operaciones del negocio.	① <input type="checkbox"/>	② <input type="checkbox"/>	③ <input type="checkbox"/>	④ <input type="checkbox"/>	⑤ <input type="checkbox"/>	⑥ <input type="checkbox"/>	⑦ <input type="checkbox"/>
11.	Mejorar los niveles de ventas.	① <input type="checkbox"/>	② <input type="checkbox"/>	③ <input type="checkbox"/>	④ <input type="checkbox"/>	⑤ <input type="checkbox"/>	⑥ <input type="checkbox"/>	⑦ <input type="checkbox"/>
12.	Mejorar mis habilidades por la experiencia que compartió el asesor.	① <input type="checkbox"/>	② <input type="checkbox"/>	③ <input type="checkbox"/>	④ <input type="checkbox"/>	⑤ <input type="checkbox"/>	⑥ <input type="checkbox"/>	⑦ <input type="checkbox"/>
13.	Llegar a un gran número de personas de mí mercado meta.	① <input type="checkbox"/>	② <input type="checkbox"/>	③ <input type="checkbox"/>	④ <input type="checkbox"/>	⑤ <input type="checkbox"/>	⑥ <input type="checkbox"/>	⑦ <input type="checkbox"/>
14.	Generar ventas del producto o servicio.	① <input type="checkbox"/>	② <input type="checkbox"/>	③ <input type="checkbox"/>	④ <input type="checkbox"/>	⑤ <input type="checkbox"/>	⑥ <input type="checkbox"/>	⑦ <input type="checkbox"/>
15.	Generar nuevas ideas para la mejora del producto o servicio.	① <input type="checkbox"/>	② <input type="checkbox"/>	③ <input type="checkbox"/>	④ <input type="checkbox"/>	⑤ <input type="checkbox"/>	⑥ <input type="checkbox"/>	⑦ <input type="checkbox"/>
16.	Generar relaciones de negocio para la mejora del producto o servicio.	① <input type="checkbox"/>	② <input type="checkbox"/>	③ <input type="checkbox"/>	④ <input type="checkbox"/>	⑤ <input type="checkbox"/>	⑥ <input type="checkbox"/>	⑦ <input type="checkbox"/>
17.	Generar relaciones personales para la mejora del producto o servicio.	① <input type="checkbox"/>	② <input type="checkbox"/>	③ <input type="checkbox"/>	④ <input type="checkbox"/>	⑤ <input type="checkbox"/>	⑥ <input type="checkbox"/>	⑦ <input type="checkbox"/>
18.	Expandir las redes de contacto para la mejora de la empresa.	① <input type="checkbox"/>	② <input type="checkbox"/>	③ <input type="checkbox"/>	④ <input type="checkbox"/>	⑤ <input type="checkbox"/>	⑥ <input type="checkbox"/>	⑦ <input type="checkbox"/>
19.	El uso de las redes sociales me han ayudado al crecimiento del negocio	① <input type="checkbox"/>	② <input type="checkbox"/>	③ <input type="checkbox"/>	④ <input type="checkbox"/>	⑤ <input type="checkbox"/>	⑥ <input type="checkbox"/>	⑦ <input type="checkbox"/>
20.	Las redes sociales son una buena herramienta de marketing	① <input type="checkbox"/>	② <input type="checkbox"/>	③ <input type="checkbox"/>	④ <input type="checkbox"/>	⑤ <input type="checkbox"/>	⑥ <input type="checkbox"/>	⑦ <input type="checkbox"/>
21.	Las redes sociales han permitido al negocio interactuar e identificar necesidades del cliente	① <input type="checkbox"/>	② <input type="checkbox"/>	③ <input type="checkbox"/>	④ <input type="checkbox"/>	⑤ <input type="checkbox"/>	⑥ <input type="checkbox"/>	⑦ <input type="checkbox"/>
22.	Las redes sociales han permitido a mi negocio compartir información que es relevante para los clientes	① <input type="checkbox"/>	② <input type="checkbox"/>	③ <input type="checkbox"/>	④ <input type="checkbox"/>	⑤ <input type="checkbox"/>	⑥ <input type="checkbox"/>	⑦ <input type="checkbox"/>

		¿Qué tan de acuerdo está?						
		Totalmente en	Bastante en	En desacuerdo	Ni de acuerdo ni en	De acuerdo	Bastante de	Totalmente de acuerdo
II.	De las siguientes situaciones, ¿cuál es tu opinión?...							
23.	Trato de dar lo mejor de mí en el trabajo	① <input type="checkbox"/>	② <input type="checkbox"/>	③ <input type="checkbox"/>	④ <input type="checkbox"/>	⑤ <input type="checkbox"/>	⑥ <input type="checkbox"/>	⑦ <input type="checkbox"/>
24.	Dedico mucho de mí tiempo para platicar con otras personas	① <input type="checkbox"/>	② <input type="checkbox"/>	③ <input type="checkbox"/>	④ <input type="checkbox"/>	⑤ <input type="checkbox"/>	⑥ <input type="checkbox"/>	⑦ <input type="checkbox"/>
25.	Me gusta trabajar con poca supervisión de mis superiores	① <input type="checkbox"/>	② <input type="checkbox"/>	③ <input type="checkbox"/>	④ <input type="checkbox"/>	⑤ <input type="checkbox"/>	⑥ <input type="checkbox"/>	⑦ <input type="checkbox"/>
26.	Me gusta estar a cargo de proyectos	① <input type="checkbox"/>	② <input type="checkbox"/>	③ <input type="checkbox"/>	④ <input type="checkbox"/>	⑤ <input type="checkbox"/>	⑥ <input type="checkbox"/>	⑦ <input type="checkbox"/>
27.	Soy una persona que trabaja mucho	① <input type="checkbox"/>	② <input type="checkbox"/>	③ <input type="checkbox"/>	④ <input type="checkbox"/>	⑤ <input type="checkbox"/>	⑥ <input type="checkbox"/>	⑦ <input type="checkbox"/>
28.	Soy una persona humilde	① <input type="checkbox"/>	② <input type="checkbox"/>	③ <input type="checkbox"/>	④ <input type="checkbox"/>	⑤ <input type="checkbox"/>	⑥ <input type="checkbox"/>	⑦ <input type="checkbox"/>
29.	Planeo y organizo mi trabajo	① <input type="checkbox"/>	② <input type="checkbox"/>	③ <input type="checkbox"/>	④ <input type="checkbox"/>	⑤ <input type="checkbox"/>	⑥ <input type="checkbox"/>	⑦ <input type="checkbox"/>
30.	Prefiero recibir órdenes que darlas	① <input type="checkbox"/>	② <input type="checkbox"/>	③ <input type="checkbox"/>	④ <input type="checkbox"/>	⑤ <input type="checkbox"/>	⑥ <input type="checkbox"/>	⑦ <input type="checkbox"/>
31.	Para mí, es importante dar lo mejor en cada trabajo	① <input type="checkbox"/>	② <input type="checkbox"/>	③ <input type="checkbox"/>	④ <input type="checkbox"/>	⑤ <input type="checkbox"/>	⑥ <input type="checkbox"/>	⑦ <input type="checkbox"/>
32.	Cuando tengo la oportunidad, elijo trabajar en equipo en lugar de por mi cuenta	① <input type="checkbox"/>	② <input type="checkbox"/>	③ <input type="checkbox"/>	④ <input type="checkbox"/>	⑤ <input type="checkbox"/>	⑥ <input type="checkbox"/>	⑦ <input type="checkbox"/>
33.	Me gusta ser mi propio jefe	① <input type="checkbox"/>	② <input type="checkbox"/>	③ <input type="checkbox"/>	④ <input type="checkbox"/>	⑤ <input type="checkbox"/>	⑥ <input type="checkbox"/>	⑦ <input type="checkbox"/>
34.	Busco ser el líder en un grupo de trabajo	① <input type="checkbox"/>	② <input type="checkbox"/>	③ <input type="checkbox"/>	④ <input type="checkbox"/>	⑤ <input type="checkbox"/>	⑥ <input type="checkbox"/>	⑦ <input type="checkbox"/>
35.	Me esfuerzo para ser “todo lo que puedo ser”	① <input type="checkbox"/>	② <input type="checkbox"/>	③ <input type="checkbox"/>	④ <input type="checkbox"/>	⑤ <input type="checkbox"/>	⑥ <input type="checkbox"/>	⑦ <input type="checkbox"/>

36.	Me gusta trabajar a mi ritmo	① <input type="checkbox"/>	② <input type="checkbox"/>	③ <input type="checkbox"/>	④ <input type="checkbox"/>	⑤ <input type="checkbox"/>	⑥ <input type="checkbox"/>	⑦ <input type="checkbox"/>
37.	Se me facilita organizar y dirigir las actividades de los demás.	① <input type="checkbox"/>	② <input type="checkbox"/>	③ <input type="checkbox"/>	④ <input type="checkbox"/>	⑤ <input type="checkbox"/>	⑥ <input type="checkbox"/>	⑦ <input type="checkbox"/>
38.	Me esfuerzo cada día para mejorar lo hecho en el pasado.	① <input type="checkbox"/>	② <input type="checkbox"/>	③ <input type="checkbox"/>	④ <input type="checkbox"/>	⑤ <input type="checkbox"/>	⑥ <input type="checkbox"/>	⑦ <input type="checkbox"/>
39.	Me es preferible trabajar solo que en equipo.	① <input type="checkbox"/>	② <input type="checkbox"/>	③ <input type="checkbox"/>	④ <input type="checkbox"/>	⑤ <input type="checkbox"/>	⑥ <input type="checkbox"/>	⑦ <input type="checkbox"/>
40.	En mis proyectos, me gusta ser mi propio jefe.	① <input type="checkbox"/>	② <input type="checkbox"/>	③ <input type="checkbox"/>	④ <input type="checkbox"/>	⑤ <input type="checkbox"/>	⑥ <input type="checkbox"/>	⑦ <input type="checkbox"/>
41.	Me esfuerzo por estar "al mando" cuando trabajo en grupo.	① <input type="checkbox"/>	② <input type="checkbox"/>	③ <input type="checkbox"/>	④ <input type="checkbox"/>	⑤ <input type="checkbox"/>	⑥ <input type="checkbox"/>	⑦ <input type="checkbox"/>
III.	De los siguientes elementos <u>referentes al negocio</u> , ¿cuál es tu opinión?...	¿Qué tan de acuerdo está?						
		Nada	Muy poco	Poco	Más o menos	Bien	Muy bien	Bastante
42.	¿Qué tanto han crecido sus ventas en el último año?	① <input type="checkbox"/>	② <input type="checkbox"/>	③ <input type="checkbox"/>	④ <input type="checkbox"/>	⑤ <input type="checkbox"/>	⑥ <input type="checkbox"/>	⑦ <input type="checkbox"/>
43.	¿Qué tanto espera expandir su negocio en los próximos 12 meses?	① <input type="checkbox"/>	② <input type="checkbox"/>	③ <input type="checkbox"/>	④ <input type="checkbox"/>	⑤ <input type="checkbox"/>	⑥ <input type="checkbox"/>	⑦ <input type="checkbox"/>
44.	¿Qué tan satisfecho está usted con la utilidad alcanzada en el último año?	① <input type="checkbox"/>	② <input type="checkbox"/>	③ <input type="checkbox"/>	④ <input type="checkbox"/>	⑤ <input type="checkbox"/>	⑥ <input type="checkbox"/>	⑦ <input type="checkbox"/>
45.	¿Qué tanto ha crecido su plantilla laboral en el último año?	① <input type="checkbox"/>	② <input type="checkbox"/>	③ <input type="checkbox"/>	④ <input type="checkbox"/>	⑤ <input type="checkbox"/>	⑥ <input type="checkbox"/>	⑦ <input type="checkbox"/>
46.	¿Qué tanto ha crecido su porción de mercado con respecto a productos semejantes en el último año?	① <input type="checkbox"/>	② <input type="checkbox"/>	③ <input type="checkbox"/>	④ <input type="checkbox"/>	⑤ <input type="checkbox"/>	⑥ <input type="checkbox"/>	⑦ <input type="checkbox"/>

IV. Datos demográficos					
1.- Incubadora	Tec. de Monterrey <input type="checkbox"/>	UDEM <input type="checkbox"/>	U-erre <input type="checkbox"/>	CIETT-UANL <input type="checkbox"/>	ICET Nuevo León <input type="checkbox"/>
	FACPyA-UANL <input type="checkbox"/>	UVM <input type="checkbox"/>	Incubadora de Negocios de San Pedro <input type="checkbox"/>		
2.- Género	Masculino <input type="checkbox"/>	Femenino <input type="checkbox"/>			
3.- Escolaridad	Básica (Prim. / Sec.) <input type="checkbox"/>	Carrera técnica/preparatoria <input type="checkbox"/>	Licenciatura/Ingeniería <input type="checkbox"/>	Maestría/Doctorado <input type="checkbox"/>	
4.- Edad	Menos de 20 <input type="checkbox"/>	Entre 20 y 24 <input type="checkbox"/>	Entre 25 y 29 <input type="checkbox"/>	Entre 30 y 34 <input type="checkbox"/>	35 o más <input type="checkbox"/>
8.- Seleccione su religión	Católico <input type="checkbox"/>	Cristiano <input type="checkbox"/>	Protestante <input type="checkbox"/>	Testigo de Jehová <input type="checkbox"/>	Musulmán <input type="checkbox"/>
	Mormón <input type="checkbox"/>	Agnóstico <input type="checkbox"/>	Ateo <input type="checkbox"/>	Otra <input type="checkbox"/>	
5.- Años de experiencia laboral	Entre 1 y 2 <input type="checkbox"/>	Entre 3 y 4 <input type="checkbox"/>	Entre 5 y 6 <input type="checkbox"/>	Entre 7 y 8 <input type="checkbox"/>	Más de 9 <input type="checkbox"/>
9.- Giro de la organización	Industrial <input type="checkbox"/>	Comercial <input type="checkbox"/>	De servicios <input type="checkbox"/>	Otra <input type="checkbox"/>	
10. Número de trabajadores	Entre 1 y 2	Entre 3 y 5	Entre 6 y 10	Entre 11 y 50	Más de 51

	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
11.- Antigüedad de la organización	Menos de 1 año <input type="checkbox"/>	Entre 1 y 2 años <input type="checkbox"/>	Más de 2 años <input type="checkbox"/>		
12.- Sigue en operación	Sí <input type="checkbox"/>	No <input type="checkbox"/>			
12. Constituida legalmente	Sí <input type="checkbox"/>	No <input type="checkbox"/>			
13. Familiares con negocio propio	Madre o Padre <input type="checkbox"/>	Hermano(a) <input type="checkbox"/>	Tío(a) <input type="checkbox"/>	Otro <input type="checkbox"/>	