



UNIVERSIDAD MICHOACANA DE SAN NICOLÁS DE HIDALGO

INSTITUTO DE INVESTIGACIONES ECONÓMICAS Y EMPRESARIALES

TESIS:

EL EMPRENDIMIENTO EN MÉXICO Y CHINA, 2005-2015

PARA OBTENER EL GRADO DE:

Maestra en Ciencias en Negocios Internacionales

PRESENTA:

Lic. Karina del Rosario Ramírez Garcidueñas

DIRECTOR DE TESIS:

Dr. José Carlos Alejandro Rodríguez Chávez

CO- DIRECTOR DE TESIS:

Dr. Ángel Licona Michel

Morelia, Mich., Abril de 2017.



DEDICATORIAS

En primer lugar a Dios; con Él todo es posible, sin Él, nada.

A mis padres: Carlos e Ivonne, a mis hermanos: Carlos, Karla y Carol. A mis tías: Chilo y Lidia. Muy en especial quiero dedicar esta tesis a mis sobrinos: Silvana, Carlitos y Valentina, para sembrar ese amor por la educación e investigación y que por medio de ello logren lo que se propongan.

Además quiero dedicar este trabajo a CONACYT y a la Universidad Michoacana de San Nicolás de Hidalgo, con el fin de contribuir a la ciencia y a la investigación de este país. Considero que poniendo nuestra semilla podemos mejorar primero el entorno donde vivimos para después ir esparciéndolo por todo el país y así lograr un mundo mejor dónde habitar.

A todos mis amigos que siempre me han apoyado tanto en los mejores momentos como en los peores.

Finalmente quiero dedicar este trabajo al Arq. Enrique Gómez Castaño y Quiñones que, aunque hace varios años falleció y sólo tuve la dicha de convivir con él durante mi infancia, logró inculcar en mí el amor por la ciencia y la investigación. ¡Va por tí Arquí!

AGRADECIMIENTOS

Quiero agradecer a Dios y a nuestra buena Madre, la Virgen María, porque me han acompañado a lo largo de mi vida; dándome fortaleza en los momentos difíciles pero colmándome de alegría día con día.

A mis padres porque por medio de pequeñas acciones me han demostrado su apoyo y su amor. A mi padre, el Sr. Carlos, por compartir su sabiduría por medio de sus consejos, sus regaños, sus pláticas, en una palabra por todo su amor que he tenido la bendición de recibir del mejor padre. Y a la mejor mamá de todo el mundo: la Sra. Ivonne, por ser mi mejor amiga, mi confidente, mi ejemplo de madre y mujer, nunca voy a poder terminar de agradecerle todo el amor que me ha dado demostrado cada día. ¡Infinitas gracias!

A mis hermanos con los que he tenido la dicha de compartir toda mi vida. A Carlos por ser un excelente hermano mayor con sus consejos, su manera de vivir ya que demuestra que no hay que tomarse tan en serio la vida, al cabo no vamos a salir vivos. A Karla por haber sido como una segunda madre para mí con sus enseñanzas, consejos, exigencias, pláticas y todo. A Carol por haber compartido muchos momentos conmigo con su verdadera amistad, además de todo su apoyo, ayuda y sobre todo por ser mi compañera de viajes.

A mis tías: Chilo y Lidia por ser mis guías espirituales y contar con su apoyo y amor incondicional tanto en los momentos difíciles como en los mejores.

A mis profesores, especialmente al Dr. José Carlos Rodríguez por haber sido un padre académico durante esta etapa de mi vida. Además a los profesores: Dr. Ángel Licona, Dra. América Zamora, Dr. Antonio Favila y a todos los profesores que han compartido su conocimiento conmigo, así como sus buenos consejos.

A CONACYT, institución que a lo largo de la maestría apoyo el proceso con recursos económicos y por permitirme haber sido parte de la matrícula de estudiantes que apoya.

A la UMSNH, en especial al ININEE, a todos sus profesores y personal; por dejarme ser parte de la 13^a. Generación de esta maestría, por apoyarme siempre y recibirme con una cálida sonrisa en todo momento.

A mis compañeros de la maestría, a mis amigos y personas que he tenido la dicha de conocer a través de los años, porque gracias a ellos soy lo que soy en este momento de mi vida. Creo firmemente que llevo una parte de ustedes en mi corazón.

A todos ustedes, ¡muchas GRACIAS!

ÍNDICE GENERAL

Relación de Tablas.....	VIII
Relación de Ilustraciones.....	IX
Glosario de términos.....	X
Acrónimos.....	XIV
Resumen.....	XV
Abstract.....	XVII
Introducción	19
CAPÍTULO I. FUNDAMENTOS DE LA INVESTIGACIÓN.....	23
1.1 Descripción del problema.....	24
1.2 Preguntas de la investigación.....	33
1.2.1 Pregunta general de la investigación.....	33
1.2.2 Preguntas específicas de la investigación.....	33
1.3 Objetivos de la investigación.....	34
1.3.1 Objetivo general de la investigación.....	34
1.3.2 Objetivos específicos de la investigación	34
1.4 Hipótesis de la investigación.....	35
1.4.1 Hipótesis general de la investigación.....	36
1.4.2 Hipótesis específicas de la investigación	36
1.5 Justificación de la investigación.....	37
1.5.1 Trascendencia.....	38
1.5.2. Horizonte temporal y espacial.....	38
1.5.3 Viabilidad de la investigación.....	39
1.6 Alcance de la investigación.....	39
1.7 Identificación de las variables.....	40

1.7.1 Variables dependientes.....	41
1.7.2 Variables independientes.....	41
1.8 Instrumentos.....	42
1.8.1 Instrumentos cuantitativos.....	42
1.9 Universo de la investigación	42
1.10 Alcances y limitaciones de la investigación.....	43
CAPÍTULO II. ELEMENTOS TEORÍCOS DEL EMPRENDIMIENTO.....	45
2.1 Emprendimiento.....	46
2.1.1 Introducción del concepto de emprendimiento en la economía.....	46
2.1.2 Dos teorías del emprendimiento.....	50
2.1.2.1 La teoría del descubrimiento o teoría del nexo individuo/oportunidad...52	
2.1.2.2 La teoría de la creatividad.....	60
2.1.2.3 Relación entre las teorías.....	67
2.2 Resource Based View.....	69
2.2.1 Relación entre economía y la administración estratégica	69
2.2.2 Teoría basada en los recursos.....	70
2.2.2.1 Aportaciones a la teoría basada en los recursos.....	7 2
2.3. Emprendimiento Estratégico.....	7 3
2.3.1. Resource Based View y el Emprendimiento.....	73
2.3.2 Emprendimiento estratégico.....	75
2.4 Conclusiones.....	77
CAPITULO III. DESARROLLO DEL EMPRENDIMIENTO EN MÉXICO.....	79
3.1 Aspectos generales.....	80
3.1.1 Contexto del emprendimiento en América Latina.....	80
3.1.2 Situación actual de México.....	8 6
3.2 Emprendimiento en México.....	93
3.3 Conclusiones.....	100

CAPITULO IV. DESARROLLO DEL EMPRENDIMIENTO EN CHINA.....	101
4.1 Aspectos generales.....	102
4.1.1 Contexto del emprendimiento en Asia del Este	102
4.1.2 Situación actual de China.....	108
4.2 Emprendimiento en China.....	113
4.3 Conclusiones.....	122
CAPÍTULO V. METODOLOGÍA Y RESULTADOS DEL EMPRENDIMIENTO EN MÉXICO Y CHINA.....	124
5.1 Variables y sus indicadores.....	125
5.2 Metodología propuesta: Series de tiempo.....	128
5.3 Modelo econométrico.....	136
5.4 Comparación teórica entre emprendimiento de México y de China.....	144
5.5 Conclusiones y recomendaciones.....	146
Bibliografía y fuentes de información.....	152
ANEXOS.....	167
Anexo 1: Base de datos.....	168
Anexo 2: Gráficos.....	170
Anexo 3: Gráficos del modelo econométrico.....	176

Relación de Tablas

Tabla 1: Inversión en Investigación y Desarrollo en México y China, 2001-2013..	30
Tabla 2: Número de investigadores en México y China, 2001-2013.	31
Tabla 3: Número de familia de patentes triádicas en México y China, 2001-2013	32
Tabla 4: Población en viviendas particulares habitadas por entidad federativa	88
Tabla 5: Distribución porcentual de la población por	89
Tabla 6: Datos de México.....	91
Tabla 7: Proporción de la población por su lugar de residencia	110
Tabla 8: Datos de China.....	111
Tabla 9: Variables y sus indicadores.....	125
Tabla 10. Resultados de las pruebas del modelo econométrico	137
Tabla 11: Resultados del modelo econométrico.....	139

Relación de Ilustraciones

Ilustración 1: Localización geográfica de México	87
Ilustración 2: División Política de México	90
Ilustración 3: Localización geográfica de China	109
Ilustración 4: División Política de China	111

Glosario de términos

Administración estratégica:	es un enfoque sistemático, lógico y objetivo para la toma de decisiones en una empresa (David, 2013).
Barrera a la entrada:	factores que producen un aumento en los costos de las nuevas firmas con respecto a las ya establecidas en un mercado. Las mismas pueden ser económicas -como las que surgen del control de ciertas materias primas, la existencia de economías de escala y los requerimientos de importantes inversiones- o no económicas, como las que derivan de restricciones gubernamentales de cualquier tipo (Sabino, 1991).
Burocracia:	organización regulada por normas que establecen un orden racional para distribuir y gestionar los asuntos que le son propios (RAE, 2017).
Capacidades emprendedoras:	las habilidades y el conocimiento necesarios para iniciar un negocio (GEM, 2016).
Coaching:	Metodología de aprendizaje interpersonal desde el asesoramiento o acompañamiento de una persona que asume el rol del <i>coach</i> (maestro) y otra que asume el rol de <i>coachee</i> (aprendiz) (Expansión, 2016).
Competitividad:	capacidad de ser competitivo. Se dice que una empresa o industria tiene competitividad cuando es capaz de competir adecuadamente en el mercado (Sabino, 1991).
Economía dinámica:	estudio de los fenómenos económicos en su relación con el tiempo (Economía 48, 2017).

Efectividad:	capacidad de lograr el efecto que se desea o se espera (RAE, 2017).
Eficiencia:	capacidad de disponer de alguien o de algo para conseguir un efecto determinado (RAE, 2017).
Emprendimiento:	acción de comenzar una obra, un negocio, un empeño, especialmente si encierran dificultad o peligro (RAE, 2017).
Equifinalidad:	los sistemas llegan a un mismo objetivo, aunque difieran sus estados iniciales (Bertoglio y Johansen, 1982).
Espíritu emprendedor:	proceso creador de empresas y los factores personales y contextuales que influyen en él, siguiendo para ello una perspectiva teórica de adaptación estratégica (Bonilla, 2013).
Ex ante:	basado en cambios o actividades anticipadas en una economía (Dictionary.com, 2017).
Ex post:	basado en un análisis de un acto pasado (Dictionary.com, 2017).
Free-rider:	persona que obtiene algo sin esfuerzo o costo (Dictionary.com, 2017).
Globalización:	extensión del ámbito propio de instituciones sociales, políticas y jurídicas a un plano internacional (RAE, 2017).
Guanxi:	es una construcción china indígena y se puede definir como una conexión personal informal, entre dos personas que están delimitadas por un contrato psicológico implícito para seguir la norma social de guanxi (Chen y Chen, 2004).

- Incubadoras de empresas:** un centro de atención a emprendedores donde puedes encontrar orientación y asesoramiento para realizar la idea de negocio concebido por el emprendedor. También ayudan a preparar el plan de negocio y lo acompañan en el proceso de creación de la empresa, proporcionando consultoría en las diversas áreas que se necesita manejar al ser empresario (SE, 2016).
- Innovación:** la introducción de un nuevo, o significativamente mejorado, producto (ya sea bien o servicio), de un proceso, de un nuevo método de comercialización o de un nuevo método organizativo, en las prácticas internas de la empresa, la organización del lugar de trabajo o las relaciones exteriores (Manual de Oslo, 2006).
- Input:** insumo, dato o información (RAE, 2017).
- Internacionalización:** acción de someter a la autoridad conjunta de varias naciones, o de un organismo que las represente, territorios o asuntos que dependían de la autoridad de un solo Estado (RAE, 2017).
- Intrapreneurship:** acción de iniciar nuevas ideas dentro de una organización o compañía ya establecida, de hecho proviene de la combinación intra o interno y emprendimiento (Pinchot, 1985 cit. en Coduras, Guerrero y Peña, 2011; Duarte, 2007).
- Networking:** un sistema de soporte para compartir información y servicios a través de individuos o grupos que tienen intereses comunes (Dictionary.com, 2017).
- Oportunidades emprendedoras percibidas:** darse cuenta de oportunidades para iniciar una empresa en la zona donde se habita (GEM, 2016).

- Output:** producto resultante de un proceso de producción (RAE, 2017).
- Patente de invención:** documento en que oficialmente se le reconoce a alguien una invención y los derechos que de ella se derivan (RAE, 2017).
- Política:** orientaciones o directrices que rigen la actuación de una persona o entidad en un asunto o campo determinado (RAE, 2017).
- Recursos internos:** llámese así en economía al conjunto de capacidades humanas, elementos naturales y bienes de capital, escasos en relación a su demanda, que se utilizan casi siempre conjuntamente para producir bienes y servicios (Sabino, 1991).
- Reducción de paro:** disminuir el desempleo (Sabino, 1991).
- Rentable:** que produce renta o ganancia suficiente o remuneradora (RAE, 2017).
- Spin offs:** un proceso de reorganización de una estructura corporativa mediante la cual el capital social de una división o subsidio de una corporación o de una nueva compañía afiliada es transferida a los accionistas de la sociedad matriz sin el intercambio de ninguna parte de la acción de ésta (Dictionary.com, 2017).
- Tecnología:** conjunto de teorías y de técnicas que permiten el aprovechamiento práctico del conocimiento científico (RAE, 2017).
- Workshops:** un seminario, un grupo de discusión que enfatiza el intercambio de ideas y la demostración y aplicación de técnicas, habilidades, entre otros (Dictionary.com, 2017).

Acrónimos

ACD:	Diálogo de Cooperación Asiática
BM:	Banco Mundial
CONACyT:	Consejo Nacional del Ciencia y Tecnología
EEUU:	Estados Unidos de América
EUM:	Estados Unidos Mexicanos
FMI:	Fondo Monetario Internacional
G20:	Grupo de los 20
GEM:	Monitor Global de Emprendimiento
IMPI:	Instituto Mexicano de la Propiedad Industrial
INEGI:	Instituto Nacional de Estadística y Geografía
IPC:	Índice de Precios al Consumidor
OCDE:	Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económicos
OEA:	Organización de los Estados Americanos
ONU:	Organización de las Naciones Unidas
OSC:	Organización de Cooperación de Shanghái
PED:	Procesos estacionarios en diferencias
PET:	Procesos estacionarios con tendencias
PIB:	Producto Interno Bruto
PyMEs:	Pequeñas y medianas empresas
RBV:	Resource Based View
RFC:	Registro Federal de Contribuyentes
RPC:	Registro Público de Comercio
RPCH:	República Popular China
SE:	Secretaría de Economía
SPSS:	Statistical Product and Service Solutions
TLCAN:	Tratado de Libre Comercio de América del Norte
TLCUEM:	Tratado de Libre Comercio México-Unión europea
TPP:	Tratado de Asociación Transpacífico
UMSNH:	Universidad Michoacana de San Nicolás de Hidalgo

Resumen

La presente investigación analiza el desarrollo del emprendimiento en México y China durante el período 2005-2015. La importancia del contexto económico y sociocultural como causales de este fenómeno ha sido señalada en numerosos estudios. Sin embargo, faltan aún estudios que analicen los casos por país, así como tampoco se han hecho estudios comparativos de dicho fenómeno en naciones con diferente contexto económico y sociocultural como es el caso de México, en América Latina, y de China, en Asia del Este.

Es por ello que este estudio explica el emprendimiento desde las dimensiones económicas, del entorno, personales y de la tecnología debido a que pretende observar el fenómeno de manera holística tanto para México como para China. Además realiza una comparación entre ambas naciones dentro de su entorno para así analizar mejor la situación y hacer propuestas adaptadas y acertadas para cada país.

Primeramente se realizó una profunda revisión de literatura en torno al emprendimiento, tanto a nivel teórico como empírico de cada país. Posteriormente se utilizó un modelo econométrico basado en series de tiempo, con el fin de explicar este fenómeno durante el periodo 2005-2015. Se analizaron las variables inversión para iniciar un negocio, oportunidades percibidas, programas gubernamentales y patentes. En el caso de México las patentes mantienen una relación inversa con el emprendimiento, lo que señala que la dimensión de la tecnología no es un elemento clave en el emprendimiento de este país. Mientras

que en el caso de China el apoyo gubernamental muestra una relación inversa con el emprendimiento debido a que los negocios estudiados fueron pequeñas empresas y en el caso de China, estas son principalmente familiares.

Este trabajo concluye la necesidad de dirigir el emprendimiento hacia una mayor inversión en la innovación y tecnología para el caso de México; mientras que fomentar el espíritu emprendedor en la población china.

Palabras clave: Emprendimiento, México, China, dimensión económica, dimensión del entorno, dimensión personal, dimensión de la tecnología.

Abstract

The present investigation analyzed the development of the entrepreneurship in Mexico and China. The importance of the socio-cultural economic context as a cause of this phenomenon has described in many studies, however it has not been analyzed for each country nor it has been compared in countries with different contexts such as Mexico, within Latin America, and China, which is part of East Asia.

This is why this study explains entrepreneurship from the economic, environmental, personal and technological dimensions because it intends to observe the phenomenon holistically for both Mexico and China; in addition to make a comparison between both nations within their environment in order to analyze the situation and propose adapted and assertive solutions for each country.

Firstly, it has been done a review of the literature on entrepreneurship, at the theoretical and empirical level of each country, after that an econometric model based on time series was used, to explain this phenomenon during the period of time 2005-2015. The variables investment to start a business, perceived opportunities, government programs and patents were analyzed. In the case of Mexico, patents have an inverse relation with entrepreneurship, which indicates that the dimension of technology is not a key element in the entrepreneurship of this country. While in the case of China government support shows an inverse relation with entrepreneurship because the small enterprises were studied and these are mainly family in China.

This paper concludes the need to direct entrepreneurship towards investment in innovation and technology in Mexico, and to support the entrepreneurial spirit in the Chinese people.

Key words: Entrepreneurship, Mexico, China, economic dimension, dimension of the environment, personal dimension and technology dimension.

Introducción

介紹

El emprendimiento ha tenido mayor relevancia en los últimos años debido a la globalización, ya que este fenómeno exige una mayor competitividad en las industrias, no sólo en las ya conformadas sino también en las que se encuentran en etapa naciente (De la Dehesa, 2000). Esta importancia se ha visto reflejada en un aumento de estudios enfocados en esta área, no sólo estudios teóricos, como publicación de artículos, desarrollo de nuevas teorías; sino además prácticos, como *workshops*, *coaching*. Es por ello que la presente investigación pretende hacer una aportación a este campo.

A partir de estas aportaciones el concepto de emprendimiento se ha ido ampliando, actualmente es difícil definir al emprendimiento únicamente como la creación de nuevas empresas sino que este concepto se ha utilizado, no sólo en las primeras etapas de la firma, sino además en la maduración de las mismas. Adicionalmente la innovación, como resultado de la ciencia y la tecnología, ha conformado una parte muy importante en el desarrollo del emprendimiento (Formichella, 2004; Guzmán, 2008).

Es por esta razón que analizando la situación actual del emprendimiento en México, la cual se caracteriza por negocios de bajo riesgo, con baja especialización en tecnología (Mexican Entrepreneurship, 2009 cit. en Vargas-Hernández, 2012), se ha desarrollado la presente investigación con el fin de comparar la situación de esta nación con China, donde la investigación y el desarrollo son una parte fundamental del emprendimiento (Liao y Sohmen, 2001).

Cabe señalar que no se busca copiar un modelo de emprendimiento desarrollado por países asiáticos, sino que pretende adaptarlo a las condiciones mexicanas, con sus fortalezas y debilidades dentro de este fenómeno. Luego entonces, se logrará emprender de manera asertiva beneficiando no sólo a ciertos sectores de la población; sino que a partir de un trabajo en equipo se consiga ver favorecidos a todos los estratos de la nación, desde universidades, que colaborarían en investigación y desarrollo; hasta empresas, que comercializarían dichos productos y servicios.

El presente trabajo se conforma de 6 capítulos, una bibliografía, un glosario y 2 anexos y para su estructuración se ha dividido en tres partes según el Método Científico de Mario Bunge. La primera parte constituye los fundamentos de la investigación, el Marco Teórico y de Referencia formado de los capítulos del uno al tres; la segunda parte la constituye el planteamiento metodológico presentado en el capítulo cuatro; la tercera parte lo constituye el análisis y los resultados de la presente investigación conformados por el capítulo quinto y la parte de conclusiones y recomendaciones.

El primer capítulo nombrado “FUNDAMENTOS DE INVESTIGACIÓN”, se describe la problemática, posteriormente se enuncian las preguntas de la investigación, cabe señalar que se compone de una pregunta general y de cuatro específicas; posteriormente se nombran los objetivos y las hipótesis, que al igual que las preguntas existe una general y cuatro específicas. Además en este capítulo se realiza la justificación de la investigación, su alcance; así como la identificación de variables e instrumentos. También se menciona el universo y los alcances y las limitaciones de la investigación.

En el segundo capítulo, “ELEMENTOS TEORÍCOS DEL EMPRENDIMIENTO”, se presenta la evolución teórica del concepto de emprendimiento estratégico. En una primera parte se describe las aportaciones teóricas al concepto de emprendimiento, hace mención principalmente a los modelos desarrollados por los autores Kirzner y Schumpeter, titulados la teoría del descubrimiento y de la creatividad respectivamente. Continúa con una explicación de la teoría basada en los recursos para finalmente explicar la teoría a utilizar en la investigación: el emprendimiento estratégico. La cual está conformada por elementos de los modelos anteriormente descritos.

El capítulo tercero es titulado “DESARROLLO DEL EMPRENDIMIENTO EN MÉXICO”, es el marco referencial de la investigación. Explica el desarrollo del emprendimiento en México, mostrando una visión general del emprendimiento en América Latina para posteriormente aterrizar la problemática en México, también señala similitudes y diferencias de este país con el resto de Latinoamérica.

El cuarto capítulo titulado “DESARROLLO DEL EMPRENDIMIENTO EN CHINA”, la continuación del marco referencial de la investigación. Y al igual que el capítulo anterior, describe el desarrollo del emprendimiento en China; primero explica el fenómeno desde el punto de vista de países de Asia del Este y después muestra la problemática enfocado en China; así mismo se muestran similitudes y diferencias de este país con sus semejantes.

El quinto capítulo “METODOLÓGICA Y RESULTADOS DEL EMPRENDIMIENTO EN MÉXICO Y CHINA”, se indica las variables y sus indicadores, así como la metodología de evaluación para el logro de la validez y la confiabilidad en el modelo de valuación propuesto. Además se muestran los resultados obtenidos a lo largo del modelo y los análisis para explicar el fenómeno del emprendimiento desde un punto de vista métrico. En el último apartado “CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES”, se proporcionan las conclusiones generales de toda la investigación, así como las recomendaciones pertinentes en torno a la temática del emprendimiento; de igual manera se plantean sugerencias para próximos estudios.

Capítulo I. Fundamentos de la investigación

第一章。
基礎研究

En el presente capítulo se describirá cómo la cultura del emprendimiento ha tenido una mayor importancia en los últimos años en la mayoría de los países, México y China son ejemplos de ello. Esta relevancia se debe a la globalización. Además se mencionarán las preguntas que se han generado de esta investigación, tanto preguntas generales como específicas con sus respectivas hipótesis. Así mismo se plantearán los objetivos para encaminar este estudio. Finalmente se señalará la importancia y las razones de llevar a cabo este estudio.

1.1 Descripción del problema

En la actualidad el mundo se enfrenta a un fenómeno llamado globalización, el cual ha ido aumentando su importancia en los últimos años. Dicho fenómeno ha traído consecuencias en todos los aspectos de la vida diaria; tanto a nivel económico, político, social, como tecnológico. La globalización se puede definir como un proceso dinámico de creciente libertad e integración mundial de los mercados de trabajo, bienes, servicios, tecnología y capitales. Por lo que se puede decir que los agentes fundamentales de la globalización son las empresas multinacionales financieras y no financieras, las cuales hacen que los flujos comerciales y de capitales aumenten haciendo que se integren y se globalicen más los mercados (De la Dehesa, 2000).

Además, los cambios tecnológicos se han acelerado en todas las fases del proceso productivo; así como los cambios en la orientación de mercado como efecto de los acuerdos de integración regional. Esta transición conllevó a una economía especializada e integrada, regida por esquemas de control y gestión en gran medida realizados por empresas transnacionales (Kosacoff y Bezchinsky, 1993).

Estas empresas aprovecharon dichos cambios para exportar capital a países predispuestos al cambio y con capacidad de absorción de nuevas industrias. La

especialización en los países y la reducción de costos trajeron como consecuencia la creación de un mercado mundial relativamente autónomo de las políticas estatales. Así mismo ha habido un desarrollo más competitivo (Kosacoff y Bezchinsky, 1993).

Dentro de los sectores económicos-productivos es importante establecer empresas e instituciones que fomenten la creación de empleados para dar valor a la sociedad, incluyendo a los empleados, dirigentes, inversionistas, así como al gobierno y al consumidor final. Es por ello que la creación y dirección de empresas es de vital importancia para el desarrollo de los países y de las regiones económicas (Moreno y Espíritu, 2010).

Para ser realmente exitoso, los programas de entrenamiento deben ser relevantes para el entorno dónde se llevará a cabo. La conexión de cultura y emprendimiento tiene implicaciones importantes (Begley y Tan, 2001). Sería una falacia asumir que un programa que ha sido funcional en un entorno necesariamente tendrá el mismo efecto en otro lugar. Un gran peligro radicaría en el intento de trasladar los programas de entrenamiento (Dana, 2001).

Dimitratos, Lioukas y Carter (2004), después del análisis de empresas con actividades internacionales, concluyen que la incertidumbre del entorno doméstico refuerza los resultados de las actividades empresariales en el mercado internacional, por lo que existe una gran importancia del contexto doméstico en la asociación internacional de rendimiento empresarial. Sus resultados muestran que el emprendimiento afecta a la satisfacción percibida con el rendimiento en el país extranjero, la incertidumbre del país doméstico modera positivamente la relación del emprendimiento con las ventas en el país extranjero; así como la incertidumbre de ambos países, tanto el doméstico como el extranjero, modera positivamente el emprendimiento en la relación de ventas en el país extranjero.

El tema del emprendimiento ha tomado mayor importancia en las escuelas de negocios desde la década de los ochenta debido a la relación con la creación y dirección de empresas; esto se ha dado debido a que, si bien el hombre ha

atravesado períodos de progreso y de cambio en su sociedad, actualmente el mundo está modificándose velozmente así que los fenómenos de desempleo y exclusión están siendo cada vez más preocupantes. Como una solución a esta problemática se ha propuesto el autoempleo y el emprendimiento, es decir, la propia generación de empleo (Formichella, 2004; Guzmán, 2008).

En este punto cabe resaltar la diferencia del término emprendimiento con algunos conceptos similares. A pesar de que ninguna definición de este concepto es lo suficientemente precisa o descriptiva (Castillo, 1999), además de que los autores representativos de este tema como lo es Kirzner o Schumpeter sólo describen los elementos que participan en torno a esta temática, diversos autores han propuesto algunas definiciones.

El primer autor que definió el emprendimiento fue Cantillon (1755 cit. en Pérez, 2016) el cual lo definió como la voluntad de los individuos de desarrollar formas de intermediación las cuales implican el riesgo económico de una nueva empresa. Stevenson (1983,1985, 1990, 2000, cit. en Formichella, 2004) también propuso que emprender es perseguir la oportunidad más allá de los recursos que se controlen en la actualidad. Otra definición elaborada por Congreso de Colombia (Ley 1004, 2006) define al emprendimiento como una manera de pensar y actuar con una orientación hacia crear riqueza; en otras palabras, es una forma de pensar, razonar y actuar cuyo centro son las oportunidades, planteada con visión global y llevada a cabo mediante un liderazgo equilibrado y la gestión de un riesgo calculado, la creación de valor que beneficia a la empresa, la economía y a la sociedad es el resultado de esta actividad.

La diferencia entre emprender y el autoempleo según Pérez (2016) radica en que el ser emprendedor puede conducir al autoempleo, es decir, a crear o generar empleo para sí mismo. Mientras que el autoempleo existe la alimitante de que únicamente se genera empleo para la persona misma, el emprendimiento crea empleo para otras personas.

También es importante diferenciar el concepto de emprendimiento corporativo o su vocablo *intrapreneurship* del emprendimiento como tal; ya que el emprendimiento corporativo propuesto por Pinchot (1985 cit. en Coduras, Guerrero y Peña, 2011; Duarte, 2007) se refiere a la acción de iniciar nuevas ideas dentro de una organización o compañía ya establecida, de hecho proviene de la combinación intra o interno y emprendimiento.

Desde un punto de vista de la escuela austríaca, el proceso emprendedor es el cual combina todas las funciones, actividades y acciones asociadas con la identificación y explotación de oportunidades (Urbano y Toledano, 2008). Continuando en esta teoría de investigación Kirzner (1973) señala que el emprendedor debe estar alerta a oportunidades que existen en situaciones inciertas, de desequilibrio; es decir, cualquier persona puede ser emprendedora en un entorno adecuado de oportunidades. Schumpeter (1950, cit. en Castillo, 1999) hace un mayor énfasis en el emprendedor o empresario schumpeteriano ya que señala que es una persona extraordinaria que promovía nuevas combinaciones o innovaciones.

Más allá de ver las teorías de estos autores como contradictorias se deben de observar como complementarias, por se han propuesto definiciones del emprendedor uniendo estas ideas. Roberts y Woods (2005 cit. en Guzmán, 2008) fueron de esos autores ya que concluyen que el emprendedor es quien descubre, evalúa y explota oportunidades rentables, considerando el riesgo, y si bien debe estar alerta a las oportunidades también tiene una necesidad por la innovación.

Otro concepto importante a señalar en el emprendimiento para la presente investigación es el concepto de innovación ya que se pretende resaltar la importancia de este elemento en el emprendimiento de los países México y China para el desarrollo de esta investigación; además de que se busca que la innovación sean operacionales en el emprendimiento (Castillo, 1999).

La innovación es definida por el Manual de Oslo (2006) como la introducción de un nuevo, o significativamente mejorado, producto (ya sea bien o servicio), de un

proceso, de un nuevo método de comercialización o de un nuevo método organizativo, en las prácticas internas de la empresa, la organización del lugar de trabajo o las relaciones exteriores.

Como resultado de que el tema de emprendimiento ha sido de suma importancia en los últimos años, se ha tratado de estudiar al emprendimiento de diversas maneras. El Monitor Global de Emprendimiento (GEM), compuesto por diversas universidades alrededor del mundo, lo explica como un fenómeno que se encuentra dentro de un contexto social, cultural y político; de aquí se parte a un marco de condiciones emprendedoras, que a su vez da origen a las oportunidades emprendedoras y a la capacidad emprendedora; ambas generan la dinámica de negocios que genera el crecimiento económico emprendedor. Por lo que mide el emprendimiento con indicadores relacionados con estas variables (Monitor Global de Emprendimiento, 2016).

Ya que todos los países han iniciado un interés por el emprendimiento, México y China no han sido la excepción. Estas dos naciones han tratado de integrarse, además de otras formas, mediante el posicionamiento de sus empresas a nivel internacional. Por lo que requieren gente emprendedora, con nuevas ideas, con diferentes actitudes hacia la problemática y conocedoras de la situación. Además de que existe en México un problema con las empresas nuevas, ya que sólo el 20% de ellas sobreviven 5 años (INEGI, 2012). Otros datos relevantes sobre esta temática son que en México la tasa de nuevos negocios propios es de 6.39%, sin embargo sólo el 4.48% es la tasa de negocios propios establecidos. Mientras que en China la tasa de nuevos negocios propios es de 10.17% y la de negocios propios establecidos es de 11.59% (GEM, 2015).

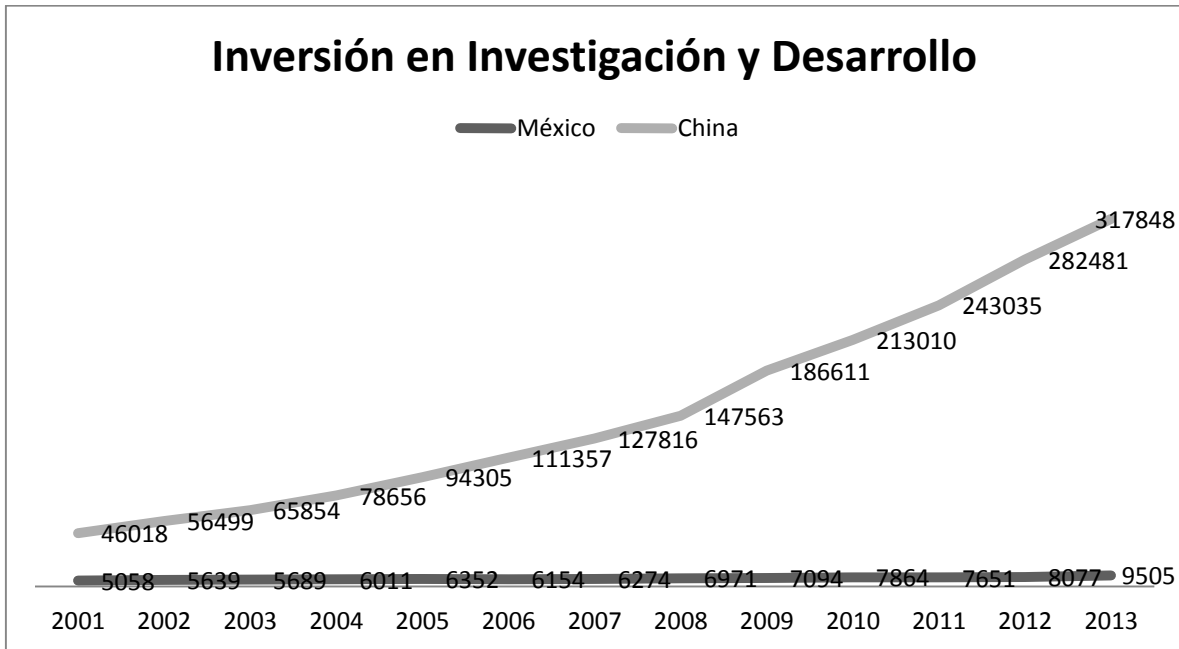
Además existe el índice global de emprendimiento propuesto por Ács, Szerb y Autio (2016) que basa su estudio en 14 pilares los cuales son divididos por pilares de actitudes emprendedores el cual consta de los siguientes pilares: percepción de oportunidades, habilidades para empezar un negocio, aceptación de riesgo, relaciones de trabajo y el apoyo cultural; la segunda división son los pilares de habilidades emprendedoras las cuales son la oportunidad de la nueva empresa,

absorción de tecnología, capital humano, y la competitividad; nombra a los últimos pilares de aspiraciones emprendedoras, en los cuales se incluyen los productos innovadores, los procesos de innovación, el alto crecimiento, internacionalización y capital de riesgo. Otra aportación importante de este índice, es que analiza el desarrollo del emprendimiento de los países dentro de un grupo de países; por lo que ubica a México en el grupo de Norte América y a China dentro de los países de Asia-Pacífico.

A China lo posiciona en el lugar número 60, pero menciona que tiene buenos puntajes tanto en la creación de nuevos productos, como en el fondo de capital de mercados; sin embargo se debe mejorar en el porcentaje de nuevos negocios en el sector tecnológico siguiendo la tendencia de países vecinos de este país. Mientras que el caso de México es un poco diferente ya que ocupa el puesto número 87, a diferencia de Estados Unidos y Canadá que ocupan el primer y segundo lugar respectivamente. La fortaleza del emprendimiento en México es en las actitudes, sin embargo muy débil en habilidades y aspiraciones; cabe señalar que dentro de aspiraciones se consideran los pilares de tecnología del cual se menciona que sufre un estancamiento en absorción de tecnología, internacionalización, capital humano, gran crecimiento y apoyo cultural. La recomendación propuesta por los desarrolladores de este índice es que México necesitaría un programa político que se lleve a cabo de manera amplia y coordinada para hacer frente a sus debilidades sin descuidar sus puntos fuertes (Ács, Szerb y Autio, 2016).

La situación anterior se puede corroborar con datos expuestos por la OECD (2016), ya que señala que el gasto en investigación y desarrollo es el indicador clave para conocer los esfuerzos innovadores en los países; este indicador comprende el trabajo creativo bajo una base sistemática para incrementar el valor del conocimiento y el uso de este conocimiento para nuevas aplicaciones. El historial de México y China son representados en la siguiente gráfica:

Tabla 1: Inversión en Investigación y Desarrollo en México y China, 2001-2013.

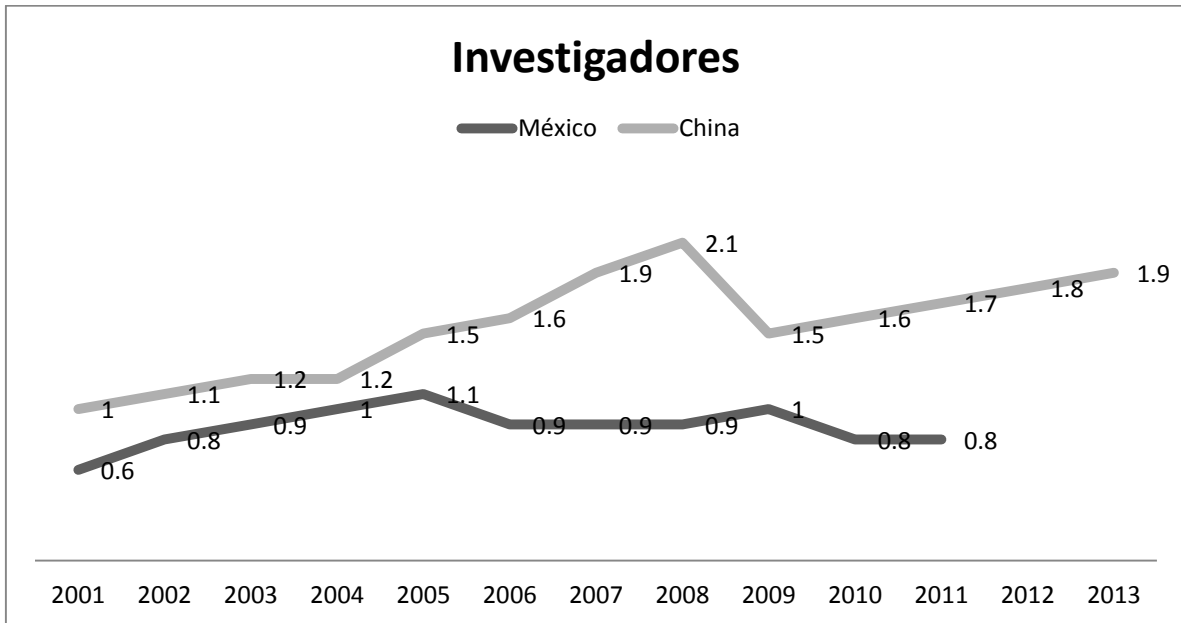


Fuente: Elaboración propia en base a OCDE, 2016

Como se puede observar en la gráfica anterior, China ha presentado una mayor inversión en Investigación y desarrollo en comparación a México en el periodo del tiempo; aunque México también ha aumentado su inversión en investigación y desarrollo.

Relacionado con el gasto en investigación y desarrollo, el número de investigadores de cada país es muy importante para señalar la innovación en cada país. Los investigadores son profesionales contratados en la concepción y creación de nuevo conocimiento, productos, procesos, métodos y sistemas, así como aquellos que están directamente involucrados en la administración de proyectos para estos propósitos. Se podría decir que son los recursos humanos de la investigación y el desarrollo de los países. A continuación se muestra el número de investigadores por cada mil empleados en México y China (OECD, 2016):

Tabla 2: Número de investigadores en México y China, 2001-2013.

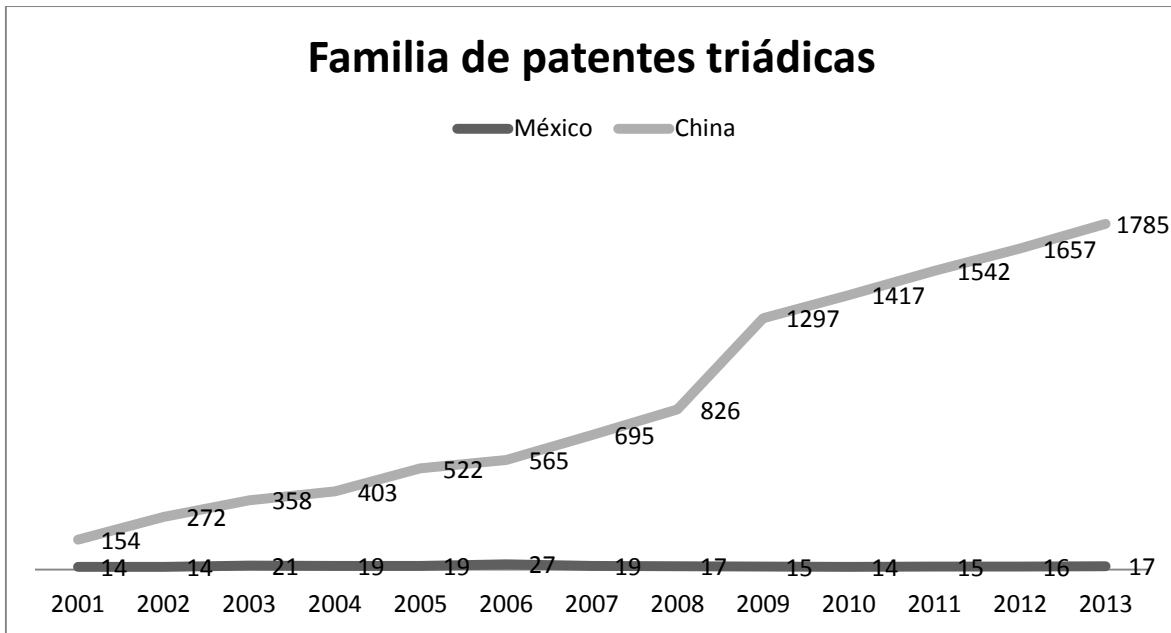


Fuente: Elaboración propia en base a OCDE, 2016.

La gráfica anterior muestra como ha existido una variación en el número de investigadores en los países. Por una parte, México ha mostrado un aumento en el número de sus investigadores, sin embargo en los años 2006 y 2010 disminuyeron en número. Por otra parte China ha mostrado un aumento constante en el número de sus investigadores, aunque presentó una disminución considerable en el año 2009.

Una medida para conocer el *output* de la investigación y el desarrollo es el indicador basado en las patentes. La metodología usada para contar las patentes puede influir en los resultados, como un conteo simple de patentes registradas en la oficina nacional tienen limitaciones y es heterógena en cuanto al valor de las patentes. Para evitar esto, se han propuesto las familias de patentes triádicas. Una familia de patentes es definida como un grupo de patentes registradas en varios países para proteger el mismo invento. Una familia de patentes triádicas son atribuidas al país de residencia del inventor y a la fecha cuando la patente fue registrada (OECD, 2016). Las patentes inscritas en México y en China son mostradas en la siguiente gráfica:

Tabla 3: Número de familia de patentes triádicas en México y China, 2001-2013



Fuente: Elaboración propia en base a OCDE, 2016.

En esta última gráfica se muestra que en China se han registrado un mayor número de patentes con las características descritas anteriormente, estas cifras han sido siempre crecientes, siendo que en 2009 donde ha mostrado un mayor aumento. Sin embargo en México se han mostrado altibajos pero muy mínimos.

Por todo lo expuesto anteriormente, surge la necesidad de hacer un análisis profundo del emprendimiento desde una perspectiva estratégica, tanto en la economía mexicana como en la china. Este análisis comprenderá diferentes aspectos, tanto económicos, sociales, personales y tecnológicos; para así resaltar la importancia de dichos factores en la formación de emprendedores capaces que se enfrentarán a la globalización de manera asertiva. Así mismo el problema de la investigación será que se desconocen los factores determinantes en la actividad emprendedora en México y China en el período 2005-2015.

1.2 Preguntas de la investigación

A partir de la descripción del problema, surge la necesidad de conocer las causas de la actividad emprendedora en México y China, por lo que se redacta una pregunta general acerca de los factores determinantes en la actividad emprendedora y cuatro específicas que pretenden describir cada factor o dimensión de la pregunta general.

1.2.1 Pregunta general de la investigación

Una vez descrito el problema, se propuso la siguiente pregunta para la presente investigación: ¿Cuáles fueron los factores que potenciaron la actividad emprendedora en México y China en el período 2005-2015?

1.2.2 Preguntas específicas de la investigación

Con el fin de conocer mejor los factores que potenciaron el fenómeno del emprendimiento se clasificaran dentro de las dimensiones económicas, del entorno, personales y de la tecnología.

Primera pregunta específica de la investigación

La primera dimensión por especificar será la dimensión económica, por lo que nuestra primera pregunta específica será: ¿cuáles fueron los factores económicos que causaron la actividad emprendedora en México y China en el período 2005-2015?

Segunda pregunta específica de la investigación

La segunda dimensión analizada será la compuesta por el entorno o el medio del emprendimiento. Por lo que la segunda pregunta está redactada de la siguiente manera: ¿cuáles fueron los factores del entorno que influyeron la actividad emprendedora en México y China en el período 2005-2015?

Tercera pregunta específica de la investigación

La tercera dimensión considerada es la dimensión personal de los emprendedores. Como consecuencia la tercera pregunta es la siguiente: ¿cuáles fueron los factores personales que promovieron la actividad emprendedora en México y China en el período 2005-2015?

Cuarta pregunta específica de la investigación

La última dimensión que se describe en esta investigación corresponde al de la tecnología. La pregunta para estudiar esta dimensión será: ¿cuáles fueron los factores de la tecnología que determinaron la actividad emprendedora en México y China en el período 2005-2015?

1.3 Objetivos de la investigación

Una vez establecido la problemática a desarrollar, en este apartado se mencionarán cuáles son los objetivos que guiarán la presente investigación. Al igual que las preguntas, surge un objetivo general y cuatro objetivos específicos que se refieren a cada una de las dimensiones.

1.3.1 Objetivo general de la investigación

Con base en la pregunta general planteada se propuso el siguiente objetivo general: analizar cuáles fueron los factores que potenciaron la actividad emprendedora en México y China en el período 2005-2015.

1.3.2 Objetivos específicos de la investigación

Primer objetivo específico de la investigación

Para llegar a conocer el factor de la primera dimensión a medir, es decir la económica, se propuso el siguiente objetivo: señalar cuáles fueron los factores económicos que causaron la actividad emprendedora en México y China en el período 2005-2015.

Segundo objetivo específico de la investigación

Con el fin de conocer el factor de la dimensión del entorno del emprendimiento se redactó el siguiente objetivo: determinar cuáles fueron los factores del entorno que influyeron la actividad emprendedora en México y China en el período 2005-2015.

Tercer objetivo específico de la investigación

Al igual que las anteriores, para conocer el factor personal que potencia el emprendimiento se escribió el siguiente objetivo: describir cuáles fueron los factores personales que promovieron la actividad emprendedora en México y China en el período 2005-2015.

Cuarto objetivo específico de la investigación

Para llegar a conocer el factor determinante de la dimensión de la tecnología se redactó el siguiente objetivo: identificar cuáles fueron los factores de la tecnología que determinaron la actividad emprendedora en México y China en el período 2005-2015.

1.4 Hipótesis de la investigación

En el siguiente apartado se pretende dar respuestas tentativas a las preguntas de la investigación. A partir de la revisión de la literatura y de artículos en torno a la misma temática se supone que existen factores económicos, relacionados con la información crediticia, la estabilidad de la economía del país, los impuestos y los costos para iniciar una nueva empresa; también los factores del entorno repercuten en la actividad emprendedora, estos factores son los requisitos para iniciar un nuevo negocio, los apoyos, las políticas y los programas gubernamentales; además existen factores personales que intervienen como lo son la educación, el miedo al fracaso, las capacidades y oportunidades percibidas; por último existen factores tecnológicos que inciden en la actividad emprendedora, éstos son las patentes desarrolladas, los investigadores y la inversión en investigación y desarrollo.

1.4.1 Hipótesis general de la investigación

La respuesta a la primera pregunta de la investigación se escribió de la siguiente manera: los factores económicos, factores del entorno, los factores personales y la tecnología fueron los factores que potenciaron la actividad emprendedora en México y China en el período 2005-2015.

1.4.2 Hipótesis específicas de la investigación

Primera hipótesis específica de la investigación

Para la dimensión económica se concluyó que: la inversión para iniciar un negocio fue el factor económico que causó la actividad emprendedora en México y China en el período 2005-2015.

Segunda hipótesis específica de la investigación

Con la finalidad de responder la pregunta propuesta para la dimensión del entorno se propuso que Los programas gubernamentales fue el factor del entorno que influyó en la actividad emprendedora en México y China en el período 2005-2015.

Tercera hipótesis específica de la investigación

Una vez planteados la pregunta y el objetivo de la dimensión personal se dijo que: las oportunidades percibidas fue el factor personal que promovió la actividad emprendedora en México y China en el período 2005-2015.

Cuarta hipótesis específica de la investigación

En cuanto a la dimensión de la tecnología se comentó que: las patentes fue el factor de la tecnología que determinó la actividad emprendedora en México y China en el período 2005-2015.

1.5 Justificación de la investigación

Dentro de los sectores económicos-productivos es importante establecer empresas e instituciones que fomenten la creación de empleados para dar valor a la sociedad, incluyendo a los empleados, dirigentes, inversionistas, así como al gobierno y al consumidor final. Es por ello que la creación y dirección de empresas es de vital importancia para el desarrollo de los países y de las regiones económicas (Moreno y Espíritu, 2010).

De aquí radica la importancia de la presente investigación, ya que su objetivo principal es conocer las causas que fomenten la creación de las empresas las cuales incluyan elementos de la innovación y el entorno, según la teoría del emprendimiento estratégico. Se enfocará en investigar la evolución del emprendimiento en los países de México y China durante el período 2005-2015, además de encontrar las causas a nivel económico, del entorno, personal y de la tecnología de este fenómeno.

Se pretende hacer un análisis comparativo entre México y un país asiático debido a que el emprendimiento en Asia es uno de los motores utilizados para el crecimiento de las economías desarrolladas y en desarrollo donde los empresarios buscan introducir innovaciones que se valoricen tanto en sus países de origen como en extranjero (Herrera y Montoya, 2013). Hacia esta dirección se quiere dirigir esta investigación con el fin de resaltar la importancia de emprender en el área de la innovación tecnológica en los países latinoamericanos, como es México; para crear nuevas empresas innovadoras que se puedan colocar a nivel internacional.

La literatura del emprendimiento se ha enfocado únicamente en la creación de nuevas empresas dejando de lado los principales factores que causan este fenómeno. En el caso de México esto trae como consecuencia la creación de empresas, que a los pocos años de haber sido creadas, deben desaparecer por una incorrecta adaptación al medio, falta de innovación o porque únicamente

obtuvieron ganancias a corto plazo. Por eso la importancia de la presente investigación. Ya que pretende explicar el fenómeno desde un punto de vista holístico, que abarca el punto de vista económico, del entorno, personal y de la tecnología.

1.5.1 Trascendencia

La presente investigación es conveniente, ya que servirá para entender mejor el fenómeno del emprendimiento en México, como su historia, desarrollo, programas que impulsa el gobierno, entre otros. Y además comparar este fenómeno con su correspondiente en China. Además tendrá implicaciones prácticas ya que pretende resolver algunas dudas en torno a esta temática con el fin de implementar mejores estrategias para los emprendedores que se enfrentan a un mundo globalizado.

Se hará una revisión de aportaciones importantes en esta área, además de que se basa en la teoría del emprendimiento estratégico, la cual es una aportación científica relativamente nueva. Mejorará la forma de relacionar las variables del emprendimiento para conocer los factores que lo determinan tanto en México como en China, por lo que tendrá una utilidad metodológica.

1.5.2. Horizonte temporal y espacial

Debido a la mayor importancia del estudio del emprendimiento en los últimos años, existe la necesidad de realizar un estudio con mayor detalle en ciertos lugares de interés, con el fin de proponer soluciones específicas en dichos países considerando sus elementos propios como lo son los económicos, los del entorno, los personales y los tecnológicos.

Es por ello que la presente investigación se realizará en dos países: Estados Unidos Mexicanos (EUM) y República Popular China (RPCH). Ya que se pretende encontrar similitudes y diferencias entre estos países en las áreas anteriormente descritas. Cabe mencionar que ambos países se encuentran dentro de regiones con un mayor desarrollo durante los últimos años; en el caso de México se

encuentra dentro de América Latina, mientras que China está en la parte de Asia del Este.

Respecto al horizonte temporal de la investigación, se ha seleccionado un análisis longitudinal, ya que se busca recolectar datos de un período de tiempo para así observar la evolución de dicho fenómeno en los últimos años. Además se busca comparar las causas con la actividad emprendedora, a fin de conocer si determinan realmente dicho fenómeno.

1.5.3 Viabilidad de la investigación

Además la presente indagación es factible ya que se puede llevar a cabo en un período de tiempo no mayor a 2 años, duración de la Maestría en Ciencias en Negocios Internacionales (MCNI). Así mismo se cuenta con el apoyo de la Universidad Michoacana de San Nicolás de Hidalgo (UMSNH) y del Consejo Nacional de Ciencia y Tecnología (CONACYT), dichas instituciones son la fuente de recursos económicos, materiales y no tangibles, como el conocimiento, necesarios para realizar la investigación.

Para la creación de la base de datos, se conseguirán gracias a los datos proporcionados por el Instituto Nacional de Estadística y Geografía (INEGI) para la obtención de información relacionada con México, *National Bureau of Statistics of China*, para obtener datos de China; así como de *Global Entrepreneurship Monitor* para encontrar datos de ambos países. Además de acceder a base de datos del Banco Mundial y su ranking de *Doing business*.

1.6 Alcance de la investigación

Principalmente el presente trabajo es de tipo correlacional busca describir la relación entre la variable dependiente, que es la actividad del emprendimiento, con sus principales causas en diversas áreas, como las económicas, del entorno, personales y de la tecnología; además de conocer si estas relaciones son significativas. Además es descriptivo ya que se desarrollarán las características de

los factores que pueden ser influyentes en el emprendimiento. Además se describirán los resultados obtenidos de la investigación.

Además trata de expresar cuáles factores son causas de la actividad emprendedora; así como señalar cuáles tienen una menor relación. Pretende conocer si dichas causas dependen de la búsqueda de la oportunidad o si son gracias al desarrollo de la innovación y creatividad, por lo que se le podría considerar explicativo. Finalmente se lo podría considerar exploratorio ya que si bien existen diversos estudios realizados en base a esta temática, existen pocos o casi ninguno se ha preocupado por encontrar en dónde radica las similitudes y las diferencias de las causas de la actividad emprendedora en México y China; y que tan significativa es esta relación.

1.7 Identificación de las variables

En una investigación científica es muy importante determinar cuáles serán las variables a utilizar. Por variable se puede entender como una propiedad que puede variar es que esta fluctuación es susceptible de medirse u observarse. Su importancia radica en que, al relacionarse unas con otras, forman hipótesis o teorías (Hernández, Fernández y Baptista , 2010).

Existen diversas clasificaciones para las variables, sin embargo para esta investigación se utilizarán las variables dependientes, que son las que se pretenden explicar; y las independientes, de las cuales se espera que expliquen el cambio de la variable dependiente. Por lo anterior las variables dependientes también se les conoce como de criterio y las independientes son también conocidas como variables predictoras (Namakforoosh, 2003).

1.7.1 Variables dependientes

Variable dependiente de la hipótesis general:

- Actividad emprendedora.

Variables dependientes de las hipótesis específicas:

- Factores económicos.
- Factores del entorno.
- Factores personales.
- Factores tecnológicos.

1.7.2 Variables independientes

Variables independientes de la hipótesis general son:

- Económicas.
- Del entorno.
- Personales.
- Tecnológicas.

Las variables independientes de las hipótesis específicas son:

1. Económicas:
 - Inversión para iniciar un negocio.
2. Del entorno:
 - Programas gubernamentales.
3. Personales:
 - Oportunidades percibidas.
4. Tecnología
 - Patentes.

1.8 Instrumentos

Un instrumento son aquellos empleados para medir las variables de interés y recolectar los datos necesarios para comprobar la hipótesis sugerida (Hernández, Fernández y Baptista , 2010; Namakforoosh, 2003) Además deben tener tres características principales: validez, que se refiere al grado en que la prueba está midiendo lo que desea medir; confiabilidad, que es la exactitud y precisión de los procedimientos de medición; y además debe de ser factible, referida a los factores que determinan las posibilidad de realización (Namakforoosh, 2003)

1.8.1 Instrumentos cuantitativos

Para la presente investigación se utilizará bases de datos de ambos países que pudieran ofrecer información en torno a la temática. Por parte de México de los datos proporcionados por el Instituto Nacional de Estadística y Geografía (INEGI), Instituto Mexicano de la Propiedad Industrial (IMPI), Secretaría de Economía (SE), entre otros. Mientras que para la información de China se hará uso de la base de datos: *National Bureau of Statistics of China*, Administración del Estado para la Industria y el Comercio, Ministerio de Comercio Exterior y Cooperación Económica, entre otros. Para recopilar más información se utilizará la base de datos de *Global Entrepreneurship Monitor (GEM)*, del Banco Mundial (BM) y la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económicos (OCDE).

Para analizar la información se hará uso del programa *Statistical Product and Service Solutions (SPSS)* y Eviews.

1.9 Universo de la investigación

Con el objetivo de conocer las causas determinantes en el emprendimiento y posteriormente realizar comparaciones entre dos grandes regiones económicas,

como lo son América Latina y Asia del Este, se seleccionaron dos países. El primero de ellos es los EUM, el cual se encuentra dentro de América Latina; y el segundo es la RPCH, el cual se localiza en Asia del Este.

El período de tiempo a analizar será del año 2005 al 2015, por lo que se le considera un trabajo de investigación longitudinal con uso de datos panel, ya que incluye una muestra de agentes económicos y de interés para un periodo determinado de tiempo, así que combina ambos tipos de datos para conocer la tendencia del emprendimiento en ambos países en un periodo de tiempo determinado.

1.10 Alcances y limitaciones de la investigación

El emprendimiento es un tema, como muchos otros, con muchos elementos para estudiar. Por lo que en el presente proyecto de investigación se analizará sólo una parte de dicho fenómeno. Una primera limitación será que se estudiará desde el nivel nación, dejando de lado las diferencias que pueden existir en las diferentes regiones o inclusive entre las mismas ciudades, por lo que se conocerá un nivel general de las causas del emprendimiento. Otra limitación son las áreas de análisis; el tema del emprendimiento puede ser abordado desde diferentes perspectivas, sin embargo en este estudio únicamente se considerarán las variables económicas, del entorno, personales y tecnológica; y de estas grandes áreas de estudio sólo variables determinantes.

Así mismo no se hará una diferenciación entre las actividades económicas que realicen los emprendedores, considerando que en ambos países existen una amplia gama de variedades de actividades; ya sea a nivel primario, agricultura, ganadería, pesca, entre otras muchas; a nivel secundario, como serían la minería, las industrias manufactureras, por mencionar algunas; o inclusive a nivel terciario, como son todos los servicios que se prestan. Otra grande limitación será que no se diferencia el tamaño de la empresa donde se lleve a cabo la actividad

empresaria, aunque principalmente los emprendedores inician su negocio con una micro o pequeña empresa, existen emprendedores que toman mayores riesgos e inician con empresas más grandes.

Capítulo II.

Elementos teóricos del emprendimiento

第二章。
企業的理論要素

2.1 Emprendimiento

En este primer apartado se describirá la teoría del emprendimiento. Se iniciará con los autores que introdujeron el término en la economía, principalmente en la teoría neoclásica. Posteriormente se desarrollarán las dos teorías que se han estudiado sobre el tema: la teoría del nexo individuo/oportunidad o del descubrimiento y la teoría de la creatividad. Para finalizar esta sección se hablará de las similitudes y diferencias de ambas teorías.

2.1.1 Introducción del concepto de emprendimiento en la economía

El término emprendedor fue introducido en la teoría económica por el economista Cantillon (Acs y Audretsch, 2010; Iversen, Jorgensen, y Malchow-Moller, 2008). Cantillon (1755) señala que el emprendedor es aquella persona que toma riesgos; ya que no tiene la certeza de las ventajas que tendrá en su empresa, tampoco puede prever cuánto se va a consumir de su producto. Por lo descrito anteriormente, se puede observar que el concepto de emprendedor propuesto por Cantillon es definido desde una perspectiva de la economía neoclásica.

Cantillon destaca una gran diferencia entre el trabajador asalariado o el propietario de la tierra y el emprendedor, ya que el trabajador asalariado y el propietario de la tierra reciben un salario fijo; mientras que el emprendedor sólo obtiene las ganancias inciertas de la diferencia entre comprar a un precio conocido y vender a un precio incierto (Acs y Audretsch, 2010; Iversen, Jorgensen, y Malchow-Moller, 2008; Robbins, 1966).

Say (2001) retoma la idea de Cantillon de que el emprendedor debe de tomar riesgos, ya que debe arriesgar cierto capital para obtener ganancias inciertas. Además enfatiza que el emprendedor debe ser un hombre con buen juicio. Describe características con las que debe de cumplir un emprendedor, entre ellas el ser inteligente y prudente, también requiere juicio, constancia, conocimiento de los hombres y de las cosas, especialmente de su producto; contar con la habilidad

de reunir obreros y buscar clientes. Agrega que al no cumplir con estas características su negocio podría estar destinado al fracaso.

Para Say, el beneficio era esencialmente la recompensa del emprendedor, quien en su concepción es el organizador y líder, no necesariamente el proveedor del capital. Por esta razón señalaba que la palabra francesa *entrepreneur* significa aventurero (Robbins, 1966). Además la principal contribución de Say a la economía es la Ley de los Mercados; además enfatizó que el emprendedor es el coordinador de la producción, lo cual hace difícil para apreciar su concepción de empresa económica en toda sus extensión (Fontaine, 1999).

Say también contextualiza al emprendedor dentro de la economía neoclásica, debido a que señala que es el agente principal de la producción en la economía, lo ve como el gerente de la firma, es decir como un *input* en el proceso de la producción. Al mismo tiempo de que actúa en el mundo estático del equilibrio, donde evalúa las oportunidades económicas más favorables. El pago del emprendedor no son solamente las ganancias, sino que también los salarios obtenidos por poca mano de obra utilizada (Iversen, Jorgensen, y Malchow-Moller, 2008).

Marshall (1890) concuerda con todas las características descritas anteriormente de los emprendedores; también añade otra muy importante que es la innovación. Dice que todas las empresas en etapas primitivas se rigen por la innovación, esta es creada por personas audaces que no están influidas por algún precedente. Es importante señalar que Schumpeter (1911) retoma esta idea para desarrollar su teoría, posteriormente explicada.

Además Marshall es considerado como el pionero en introducir las consideraciones morales en el análisis de la función empresarial. Sin embargo, para él era aceptado el deseo de acumular riqueza como símbolo de éxito en los negocios, y correspondía a los economistas examinar si el empresario acumuló su riqueza mediante mecanismos legales o fraudulentos (Tarapuez y BoteroVilla, 2007)

Desde el punto de vista económico, Marshall (1890) examina tanto los costos reales como los monetarios de la producción. Los costos reales derivan de la desutilidad del trabajo y la abstinencia. Los costos monetarios derivados de la necesidad de pagar un precio que suscitará un suministro adecuado de esfuerzos y esperas que se requieren para producir bienes y servicios. Incluyendo en el costo monetario de la producción, es una tasa normal de ganancia que es obtenida por los emprendedores para volver a pagar por el esfuerzo y la espera del trabajo de la empresa.

Knight (1942) argumenta que existe una conexión entre riesgo e incertidumbre; por lo que su teoría puede ser considerada como un refinamiento de lo propuesto anteriormente por Cantillon (1755); (Iversen, Jorgensen, y Malchow-Moller, 2008). sin embargo, la mayor aportación de Knight fue reconocer la diferencia entre riesgo e incertidumbre (Acs y Audretsch, 2010; Iversen, Jorgensen, y Malchow-Moller, 2008).

Con el objetivo de explicar la diferencia entre riesgo e incertidumbre, Knight (1964) inicia con una breve explicación de cómo los seres humanos adquieren el conocimiento, señala que puede ser de dos formas: la percepción, la cual es más subjetiva y en la cual sólo se presume el conocimiento; y la razón, ésta es más objetiva. Esto lo menciona con el fin de explicar el comportamiento en las personas, que depende del conocimiento muchas veces limitado. También hace referencia a la probabilidad, la cual puede ser a priori o estadística, y su relación con la estimación. Concluye diciendo que, por un lado, el riesgo es asegurable y se puede conocer la frecuencia de los eventos mediante la experiencia pasada; mientras que por el otro lado, la incertidumbre no es asegurable y está relacionada con eventos únicos cuya probabilidad sólo puede ser subjetivamente estimada.

Knight (1921, cit. en Acs y Audretsch, 2010) piensa que los riesgos relacionados a la producción y el *marketing* caen dentro de la incertidumbre. Desde que los propietarios no pueden asegurarse contra estos riesgos, se dejan llevar por los riesgos mismos. La ganancia pura es la recompensa por asumir este riesgo no asegurado, esta es la recompensa del emprendedor.

También señala que las ganancias son el ingreso neto del emprendedor, es lo que generó después de haber pagado a los que prestaron su servicio, a los proveedores, y los costos deducidos por los materiales y productos comprados a otros; estos costos son determinados por la competencia del mercado. Este ingreso residual puede ser positivo o negativo (Knight, 1942).

Knight (1942) elaboró su teoría del emprendedor, donde especifica que los emprendedores son los dueños de las compañías. Además dice que el dueño puede ser un individuo o un grupo de individuos, organizados de alguna manera legal, por ejemplo una corporación. El emprendedor, quien contrata servicios productivos de otros a cambio de una compensación fijada, utiliza a los prestadores de servicios para hacer productos y venderlos para conseguir una ganancia. Sin embargo es el responsable de controlar o administrar el negocio en relación con las condiciones del mercado.

A pesar de que la teoría propuesta por Knight se encuentra dentro de una perspectiva neoclásica por suponer que el emprendedor es el dueño del negocio, se puede decir que va más allá. La figura del emprendedor es más que un agente pasivo optimizador dentro del proceso productivo, ya que realiza tres actividades con el fin de obtener ganancias: inicia cambios o innovaciones útiles, se adapta para cambiar el ambiente económico y asume las consecuencias de la incertidumbre relacionada con la empresa (Iversen, Jorgensen y Malchow-Moller, 2008).

El argumento es que el emprendedor crea la incertidumbre por sí mismo, por medio de la innovación o que la incertidumbre llega como factor exógeno a la compañía. En ambos casos, la actividad principal del emprendedor es asumir las consecuencias de la incertidumbre (Iversen, Jorgensen, y Malchow-Moller, 2008). Se puede decir que la primera conclusión se asemeja a la propuesta por Schumpeter, mientras que la segunda es parecida a la expuesta por la escuela austriaca.

Crítica al emprendimiento desde la perspectiva neoclásica

Kirzner (1973) criticó la economía neo-clásica desde dos dimensiones. En primer lugar, critica la falta de relevancia en modelos existe una búsqueda para explicar el fenómeno del mercado como si estuviera en cada momento como un fenómeno en equilibrio estricto. En segundo, en la creencia de que es una demanda legítima metodológicamente hecha de una teoría del mercado, que no se limita a comenzar con la suposición instrumentalista de un equilibrio ya alcanzado, sino también ofrecer de manera realista una explicación plausible de cómo, de cualquier conjunto inicial dadas las condiciones de no equilibrio, podría esperarse que las tendencias equilibrantes para ser puesto en movimiento.

Kirzner (1973 cit. en Iversen, Jorgensen y Malchow-Moller, 2008) señala que la economía está en un estado constante de desequilibrio debido a los choques constantes que golpean la economía. Además, dice que los agentes económicos sufren de ignorancia total, ya que ellos no saben qué información adicional está disponible. El emprendedor que está alerta descubre y explota nuevas oportunidades de negocios y elimina parte de la total ignorancia; esto mueve la economía hacia el equilibrio, que es el estado donde no puede existir más información descubierta.

Kirzner (1997) dice que en la teoría neoclásica no hay un papel para el emprendedor; ya que en equilibrio no hay alcance para ganancias puras, en consecuencia no hay nada que el emprendedor pueda hacer. Además cada decisión está tomada dentro de un contexto conocido con una función objetiva; por lo que el emprendimiento no tendría sentido.

2.1.2 Dos teorías del emprendimiento

Una vez establecida una base para el estudio del emprendimiento, numerosos autores han hecho propuestas en relación con esta temática buscando el desarrollo de una nueva teoría de emprendimiento desde diferentes áreas de estudio, ya sea por medio de las características psicológicas de los

emprendedores, explicaciones sociológicas de las culturas emprendedoras, explicaciones económicas y demográficas de posición de los emprendedores, entre otras (Gartner, 1988).

Sin embargo, en los últimos 20 años el desarrollo de la teoría del emprendimiento se ha centrado o en el reconocimiento de las oportunidades o en el emprendedor como individuo (Gaglio and Katz, 2001; Baron, 2004; McClelland, 1961; Collins and Moore, 1964; Busenitz and Barney, 1997; cit. en Alvarez, 2004). Los principales autores que han desarrollado numerosas aportaciones se han encontrado en el campo de la economía; como lo son Kirzner, Schumpeter, por mencionar algunos ejemplos.

A pesar de que se han hecho numerosos intentos por parte de investigadores para desarrollar una teoría del emprendimiento, continúa una falta de consenso acerca de qué constituye la teoría del emprendimiento por lo que no ha emergido una teoría del emprendimiento generalmente aceptada (Alvarez, 2004). Además diferentes tradiciones teóricas en el campo a veces adoptan supuestos diferentes con respecto a los atributos del fenómeno emprendedor, lo cual, en algunos casos, desarrolla diferentes explicaciones de este fenómeno (Alvarez, 2004).

Alvarez (2004) explica que existen dos grupos de supuestos acerca de la naturaleza de las oportunidades, la naturaleza de los emprendedores y la naturaleza de la toma de decisiones donde el emprendedor opera. Estos dos grupos de supuestos constituyen dos teorías consistentemente lógicas del emprendimiento. Lejos de oponerse una a la otra, estas dos teorías son complementarias, ya que cada una se aplica en diferentes áreas de estudio. Kirzner (2009) admite que hay similitudes entre su teoría y la propuesta por Schumpeter; aunque bien también existen diferencias que las enriquece. El estudio de estas dos perspectivas son aplicadas en el estudio del emprendimiento de manera más amplia, la organización de la firma emprendedora. Ya que como expresa Gartner (1988) el emprendimiento es la creación de organizaciones.

2.1.2.1 La teoría del descubrimiento o teoría del nexu individuo/oportunidad

Esta teoría tiene su fundamento en las aportaciones hechas por la Escuela Austríaca, por lo que primero se explicará brevemente las ideas que tenían los principales autores de esta corriente acerca del emprendimiento.

Ludwing von Mises junto con Hayek fueron los primeros en representar a la escuela austriaca con sus aportaciones (Kirzner, 1997). Sus principales aportaciones fueron a la economía, sin embargo existen algunas ideas relacionados con el emprendimiento; mientras que Hayek (1968) hizo aportaciones en torno al conocimiento.

Decía que cualquier persona puede ser emprendedora, siempre y cuando tenga el suficiente ingenio para iniciar nuevas empresas. Señalaba que no importaba su situación financiera o con recursos escasos, lo que era importante era satisfacer de mejor manera y más barato que los demás las demandas de los consumidores. De esta manera triunfaría y obtendría beneficios; y si reinvirtiera la mayor parte de tales ganancias vería prosperar sus empresas rápidamente. Esta manera de actuar trae como consecuencia el dinamismo en los mercados de la economía (Mises, 1980).

Según Gunning (2000, cit. en Formichella, 2004), Mises identifica tres características esenciales que debe poseer un emprendedor. La primera es que debe ser evaluador, es decir, que calcula beneficios y costos numéricos, en base a los mismos toma decisiones y al realizarlas descubre nuevas necesidades y nuevos factores de producción; además construye imágenes de las futuras acciones que puede realizar su competencia en el mercado. Además debe ser empresario, ya que elige cómo utilizar los factores para producir. Por último debe soportar la incertidumbre, ya que actúa en función del futuro y no conoce exactamente las acciones que otros seres humanos llevarán a cabo.

Mises (1980) señalaba que los individuos más emprendedores y providentes son aquellos que buscan el lucro personal; esto lo hacen mediante la readaptación continua de la producción, con el fin de atender las necesidades de los

consumidores, tanto las que éstos ya están conscientes porque ya sienten y conocen, como aquellas otras que todavía no han advertido, de la mejor manera. Añade que el entorno está lleno de oportunidades para emprender una idea, sin embargo magníficas oportunidades quedan desaprovechadas por falta de fe y de espíritu emprendedor.

Propuso que nunca se iban a conocer los problemas económicos si se le consideraba al emprendedor como un gerente, más bien el *management* es una acción siguiente al emprendimiento; además consideró que el emprendimiento está bloqueado por las barreras institucionales. A grandes rasgos dijo que el emprendedor es aquel que especula en situaciones de incertidumbre, así como que responde a las señales del mercado con respecto a precios, ganancias y pérdidas (Mises, 1980).

Kirzner (2002) resalta que es notorio cómo por algunas décadas los economistas teóricos ignoraron virtualmente la actividad emprendedora, sólo era mencionado como agentes a los que se les atribuía algunas características. Sin embargo, le es grato encontrar que en los últimos años existe un mayor interés sobre este tema en diversas disciplinas. El emprendedor podría ser más o menos innovador, más o menos atrevido, más o menos enérgico; esto depende la actividad en el mercado, ya que ella es la que define las características necesarias del emprendedor en ese tiempo y lugar. Añade que obviamente hay grandes variaciones entre ser emprendedor respecto a las cualidades humanas adjudicadas; ya que si dependiera sólo de ellas, muchas veces no tomaría las mejores decisiones para la maximización de ganancias.

Kirzner (1973) argumenta que en toda acción humana existe el elemento del emprendimiento, el cual, principalmente en las relacionadas con la economía, no puede ser analizado por sí mismo. Pero puede ser mejor entendido si lo contextualizamos dentro del proceso del mercado; si no sería sólo un elemento extraeconómico.

Kirzner (1997) retoma lo descrito por su maestro Mises (1980) ya que se centra en el proceso del mercado, lo cual es opuesto a la idea de un mercado en equilibrio. La actividad emprendedora no tiene lugar en el equilibrio neoclásico de la microeconomía porque es inconsistente con las condiciones satisfechas en el estado de equilibrio. Pero para los austriacos el rol emprendedor provee la llave teórica con la cual se puede explicar el mercado como un proceso, ya que se habla de una economía rotativa.

La teoría austriaca reconoce el elemento especulativo en toda toma de decisión individual, y la incorpora a la actividad del hombre de negocios en el mundo real dentro de un marco teórico que da para entender el proceso del mercado. El emprendedor, según esta teoría, opera para cambiar la información de precio/producto. De esta manera el rol del emprendedor es llevado a cabo en el proceso cambiante del mercado (Kirzner, 1997).

Kirzner (1997) añade que donde exista la escasez, se entiende que el precio resultante aumente como señal para que los emprendedores lo reconozcan, enfrentando la incertidumbre del mundo real, la ganancia disponible de la oportunidad a través de la expansión de los suministros a través de la producción o a través del arbitraje. Sin embargo cada mercado está caracterizado por oportunidades para ganancias puras del emprendimiento. Estas oportunidades son creadas por errores de tempranos emprendedores los cuales han resultado en escasez, superávit, recursos mal colocados. Pero una vez que la escasez ha sido llenada, los excedentes, reducidos y las brechas en las cantidades, eliminados se tiende a ir en la dirección del equilibrio.

Kirzner (2002) propone varios niveles de análisis de la explicación teórica de la actividad emprendedora. Una de ellas enfatiza las consecuencias del mercado por la toma de decisiones por parte de los emprendedores. Dice que Schumpeter se encuentra en este nivel de análisis; ya que la actividad de los emprendedores se entiende como una ruptura en el equilibrio circular del mercado por medio de la creatividad, innovación o decisiones especulativas. En este nivel la esencia del emprendimiento puede ser identificada por el fenómeno de un mercado en

particular para ser generado por la actividad emprendedora. Este punto de análisis, el emprendedor es relacionado con la propuesta teórica final del mercado por el cual él ha sido desplegado analíticamente. Según Kirzner (2002) otro nivel de análisis está relacionado con las consecuencias del mercado, las cuales no se ven como sobreimpuestas a un mundo en equilibrio por la agitación emprendedora. Esta actividad puede ser un elemento en el cual las decisiones del mercado pueden ser llevadas hacia un patrón de equilibrio. En este nivel, la esencia emprendedora está relacionada con el proceso del mercado.

Diversos autores se han enfocado únicamente en algún nivel de análisis del emprendimiento, sin verlo de una manera más general. Algunos como Say, Mill and Roscher sólo se refieren al emprendimiento como un tipo de servicio de labor y ven la ganancia pura del emprendedor como un tipo de salario. Otros economistas creen que la esencia principal del emprendedor es asumir el riesgo o incertidumbre como Cantillon, Mangoldt, Hawley y Knight. Schumpeter y Say sólo consideran la innovación como esencia del emprendimiento y con esto iniciaran un cambio discontinuo. Para otros más la finalidad del emprendedor es su posición entre mercados diferentes y sirve como un árbitro entre ellos. Clark y Schultz ven al emprendedor como un coordinador u organizador. También se le han atribuido características como líder, especulador, empleado, gerente o superintendente, fuente de información, estar alerta de las oportunidades, entre otras (Kirzner, 2002).

Otro autor importante fue Schultz (1975) quien dice que el espíritu emprendedor es una actividad omnipresente en una economía dinámica; además las ganancias emprendedoras son una fuente importante de ingresos en una economía dinámica. Enfatiza que cada acción emprendedora conlleva algún riesgo. Añade que una amplia gama de personas pueden ser emprendedoras, ya que esto se adquiere mediante la educación.

Además las ideas propuestas por Schultz coinciden con la teoría propuesta por Kirzner, ya que ambos enfatizan que la economía está caracterizada por un desequilibrio y que el emprendimiento es la habilidad de afrontar estas situaciones.

En consecuencia el emprendedor para ambos autores es un agente equilibrador en la economía (Iversen, Jorgensen y Malchow-Moller, 2008).

Otro autor cuya teoría aporta es Timmons (1989) quien dice que los tres elementos para ser emprendedor son: tener un equipo, una oportunidad y los recursos necesarios. Además, al igual que Kirzner (1973), señala que los emprendedores deben poseer ciertas características y habilidades. También considera importante que un emprendedor reciba retroalimentación del contexto donde se encuentra.

La teoría del descubrimiento o nexo individuo/oportunidad

El trabajo teórico que se enfoca en la combinación de la existencia, descubrimiento y explotación de las oportunidades, así como de los emprendedores y la toma de decisiones se ha llamado “Teoría del Descubrimiento” o mejor conocida como la teoría del nexo Individuo/Oportunidad. Esta perspectiva teórica tiene sus orígenes intelectuales en Kirzner (1973); pero además ha sido recientemente revisada y sintetizada en Shane (2003) (Alvarez y Barney, 2007).

Esta teoría supone que las oportunidades son objetivas y existen independientemente de los individuos; además que los individuos son únicos, es decir, diferentes de los no emprendedores, sus diferencias críticas incluyen el estado de alerta; y por último que los emprendedores asumen los riesgos al tomar decisiones. A continuación se explicarán cada uno de estos supuestos (Alvarez, 2004).

Las oportunidades son objetivas

La teoría de Nexo individuo/oportunidad tienen un componente objetivo y es que las oportunidades existen bien si el individuo las reconoce o no (Shane, 2003; Shane y Venkataraman, 2000, cit. en Alvarez, 2004); y están esperando a ser descubiertas por un individuo alerta a quien, una vez que decide explotar la

oportunidad, se le llama emprendedor (Kirzner, 1973 cit. en Alvarez y Barney, 2007). Cabe resaltar que una oportunidad existe cuando es posible, al menos para ciertas personas o para algún periodo de tiempo, para ajustar en actividades que crean la posibilidad de generar riqueza económica (Helfat and Barney, 2004; cit. en Alvarez y Barney, 2007).

Las oportunidades son resultado de actividades emprendedoras previas o derivadas de atributos de las industrias o mercados dentro de las cuales el emprendedor está realizando la acción (Kirzner, 1973). Por lo que si el emprendedor comprende los atributos o la estructura de una industria, tendrá la habilidad de anticipar los tipos de oportunidades que existen en dicha industria. El entender estas oportunidades emprendedoras es importante porque las características de una oportunidad influyen en el valor que las oportunidades pueden crear (Alvarez, 2004).

Esta suposición acerca de las oportunidades tiene una variedad de implicaciones empíricas para el estudio del emprendimiento. Debido a que sugiere que aquellos quienes explotan las oportunidades objetivas serán capaces de encontrar esas oportunidades a través del estudio sistemático de la estructura de la industria o del mercado. También argumenta que los emprendedores tenderán a no cambiar sus estrategias o tácticas significativamente a través del tiempo, como ellos explotan una oportunidad. Desde que el fenómeno de interés es objetivo, los emprendedores pueden recolectar información que ellos necesitan para desarrollar un plan requerido para explotar una oportunidad. Además, los emprendedores estarán preocupados por implementar sus estrategias rápidamente, desde que se interesan de que la oportunidad objetivo puede ser identificada por otro emprendedor potencial (Alvarez y Barney, 2007).

Individuos únicos

Este supuesto sigue directamente al supuesto de la naturaleza de las oportunidades ya que es sobre la naturaleza de los emprendedores. Desde que las oportunidades son creadas por agentes exógenos a la industria o al mercado y desde que estas oportunidades son objetivas y observables; entonces todos los

individuos asociados con esa industria o mercado deben estar atentos a las oportunidades que pueden ser creadas (Alvarez y Barney, 2007). Sin embargo, no toda la gente puede percibir oportunidades de manera igual, algunos están predispuesto a verlas, puede ser porque son de intereses pre-establecidos, mientras que otros seguramente están ciegos a ellas porque no ponen cuidado o porque les falta entrenamiento para ser hábiles para reconocerlas (Murphy, 1996, cit. en Alvarez y Barney, 2007).

Según Kirzner (1997), la alerta emprendedora es una actitud, es decir un estado emocional con una predisposición para la acción, pero sobrevista por actores humanos y oportunidades en el mercado. Desde esta definición, este supuesto reconoce que la naturaleza emprendedora de la acción humana refiere más que sólo la acción tomada pero adicionalmente refiere al agente humano que, espontáneamente, está en búsqueda de una imperfección del mercado desapercibida que puede inspirar una nueva actividad. La alerta emprendedora no es una búsqueda deliberada, sino una constante exploración del ambiente por el emprendedor quien se da cuenta de las imperfecciones del mercado (Alvarez, 2004).

La experiencia sugiere que los emprendedores son diferentes a los gerentes en las grandes organizaciones, sin embargo ha sido desconcertante que muchos de los esfuerzos de los académicos en descubrir la fuente de esas diferencias experimentadas han tenido un éxito limitado. Pero se ha encontrado que los emprendedores se comportan de manera diferente que los gerentes y estas diferencias son substanciales; debido a que el emprendedor acepta niveles más altos de riesgo en sus carreras y en las decisiones tomadas en los negocios (Busenitz y Barney, 1997).

Los emprendedores asumen riesgos

En adición a la conclusión en el apartado anterior, que es continuación del primero, Shane (2003) afirma que el asumir el riesgo es una parte necesaria del proceso del emprendimiento; ya que por definición, el aprovechar la oportunidad es incierto. La información necesaria para determinar si un esfuerzo particular para

explotar una oportunidad va a ser rentable no puede ser conocida con certeza en el momento en que la oportunidad es identificada porque esa información se sabe hasta que el emprendedor persigue la oportunidad.

Con la búsqueda para explotar las oportunidades objetivas se podrá recolectar información acerca de la naturaleza y alcance de estas oportunidades. Esta información puede ser utilizada para entender los posibles resultados asociados con la explotación de una oportunidad y la probabilidad de que ocurran los diferentes resultados. Con esta información, los que toman la decisión pueden aplicar técnicas de análisis basadas en el riesgo, para elegir entre perseguir o no la oportunidad (Cyert and DeGroot, 1987; Brealey and Meyers, 1988; cit en (Alvarez y Barney, 2007).

Obviamente, rara vez existirá suficiente información para tener la habilidad para predecir con certeza el resultado de la explotación de este tipo de oportunidades emprendedoras. Por lo que, la Teoría del descubrimiento sugiere que los emprendedores deban tomar decisiones acerca de explotar oportunidades con menos que perfecta información. Pero, dados los atributos objetivos de estas oportunidades, será el caso de que los emprendedores sean capaces de recolectar suficiente información acerca de una oportunidad para aproximarse a las condiciones de riesgo (Alvarez y Barney, 2007).

RELACIÓN DE LOS SUPUESTOS

En conclusión, la Teoría del nexo individuo/oportunidad explica que el emprendimiento considera el nexo entre individuos especiales y oportunidades objetivas. Desde esta visión cada precio, invento e información conlleva una oportunidad objetiva. Los individuos descubren y manejan las oportunidades, pero no las crean. Lo que hacen es aplicar nuevas formas para recombinar recursos. Lo que no es explicado con certeza es cuándo la oportunidad es descubierta y si puede o no ser exitosa, porque la naturaleza del descubrimiento usado en esta teoría puede ser estimado probabilísticamente que resultado será. Por lo que el

proceso de emprendimiento desde esta perspectiva teórica es sobre riesgo y no sobre incertidumbre (Alvarez, 2004).

2.1.2.2 La teoría de la creatividad

A pesar de que se han desarrollado investigaciones en torno a la teoría del descubrimiento, no es la única visión que explica al emprendimiento. La teoría de la creatividad también tiene bases sólidas que describen este fenómeno. Se ha enfocado principalmente en el emprendedor y en la creación de la firma (Venkatarman, 2003; Schumpeter, 1934; Loasby, 2002; Casson, 1982; Langlois y Cosgel, 1993; cit. en Alvarez, 2004). El principal representante de esta teoría es Schumpeter (1911), en quien tiene sus orígenes intelectuales y se ha extendido por varios autores. Se iniciará explicando la teoría propuesta por Schumpeter y otros autores, para posteriormente explicar los supuestos base de la teoría.

Schumpeter (1911) sitúa su teoría en un equilibrio económico diferente al entendido por los neoclásicos, ya que dice que es una corriente continua de bienes que debe fluir sin ganancias debido al supuesto de la economía. Se puede decir que ve el equilibrio como un proceso al igual que Mises (1980) y Kirzner (1973). Cabe resaltar una aportación fundamental para el desarrollo de su teoría ya que dice que en todo periodo económico se plantea de nuevo la tendencia a volver sobre las huellas bien conocidas; y aun cuando se interrumpa esta constancia, se mantiene alguna continuidad ya que si cambian las condiciones externas no se trataría de hacer algo completamente nuevo, sino de adaptar lo que se hiciera anteriormente a las nuevas condiciones (Schumpeter, 1911).

Define al desenvolvimiento como los cambios en la vida económica que tengan un origen interno, que no hayan sido impuestos a ella desde el exterior. Es un cambio espontáneo discontinuo en la corriente, alteraciones del equilibrio, que desplazan el estado de equilibrio existente con anterioridad. Estos rompimientos del centro de equilibrio aparecen en la esfera de la vida industrial y comercial y no en la esfera de las necesidades de los consumidores de productos acabados. Es claro

que se debe partir desde la satisfacción de las necesidades sin embargo, las innovaciones en el sistema económico no surgen espontáneamente en los consumidores sino que es el productor quien inicia el cambio, educando incluso a los consumidores si fuera necesario (Schumpeter, 1911).

Schumpeter se opone a la visión del emprendedor como una figura que asume riesgos y que es el gerente de una compañía; en lugar de esto argumenta que el emprendedor es un innovador (Iversen, Jorgensen y Malchow-Moller, 2008). Además el concepto de desenvolvimiento se puede presentar en cualquiera de los casos siguientes: la introducción de un nuevo bien, la introducción de un nuevo método de producción, la apertura de un nuevo mercado, la conquista de una nueva fuente de aprovisionamiento de materias primas y la creación de una nueva organización de cualquier industria (Schumpeter, 1911). Por lo descrito anteriormente, se puede decir que Schumpeter (1911) coincide con Say (2001) al decir que la función del emprendedor es combinar los factores productivos.

Otro elemento importante es su teoría es el capital el cual, por no corresponder a equivalente con la corrientes circular, se definirá como la suma de medios de pago disponibles en cualquier momento para transferir a los empresarios. En este sentido no existe el capital social, sólo el privado. Los medios de pago sólo se pueden realizar en manos de los particulares (Schumpeter, 1911).

Una vez explicado los factores exógenos de la teoría, se hablará de los fundamentales en el desarrollo de esta teoría: el empresario y la empresa. Schumpeter (1911) define a la empresa como la realización de nuevas combinaciones, y a los empresarios como los encargados de dirigir dicha realización. Solamente es empresario cuando se llevan efectivamente a la práctica nuevas combinaciones, ya que se pierde este título en cuanto se ha puesto en marcha el negocio, cuando se empieza a explotar igual que los demás explotan el suyo. Los empresarios pertenecen a un tipo especial, y su conducta es el motivo de un número muy significativo de fenómenos, ya que su tarea característica consiste en la ruptura con la tradición y crear una nueva.

Las características que Schumpeter (1911) adjudica a los empresarios schumpeterianos son la voluntad de conquista, que se puede ver reflejado en el impulso de lucha, de manifestarse como superior a los demás, de tener éxito por el éxito mismo y no por sus frutos, además de que busca dificultades con objeto de verse obligado a realizar alteraciones; y encuentra su gozo en la aventura; además debe ser líder, el cual se logra debido a que el individuo carece de los datos necesarios para adoptar sus decisiones, también debe prever y estimar basándose en su experiencia, pero alguna información queda en la incertidumbre. El ser líder es llevar a cabo un nuevo plan, su éxito depende de la intuición, de la capacidad de ver las cosas que se comprobarán posteriormente.

Muchas veces el emprendedor se encuentra en una situación del medio social en contra de aquel que desea hacer algo nuevo. Esto puede manifestarse primeramente en la existencia de impedimentos legales o políticos, que ha existido a través de los años. Sin embargo el vencer esta oposición es una tarea que no existe en la vida diaria, por lo que requiere de una clase especial de conducta (Schumpeter, 1911).

La actividad emprendedora es identificar nuevas combinaciones y reaccionar a estas mediante el liderazgo para obtener ganancias de estas. El emprendedor no es necesariamente quien inventa las nuevas combinaciones, sino que es aquel quien identifica como pueden ser aplicadas estas nuevas combinaciones en la producción. Este razonamiento implica que el dueño de un negocio sólo es emprendedor si trae consigo nuevas combinaciones (Iversen, Jorgensen y Malchow-Moller, 2008).

La ganancia del empresario es el resultado de la puesta en práctica de nuevas combinaciones, se podría decir que es la expresión del valor de lo que el emprendedor contribuyó a la producción en el mismo sentido de la expresión de valor de lo que el trabajador "produce". Como el empresario nunca es quién asume los riesgos, quien concedió el crédito es quien sufre las pérdidas en caso de que fracasara la empresa. La base de la ganancia es siempre el excedente

temporal de los ingresos brutos sobre los costos de producción en una empresa nueva (Schumpeter, 1911).

Schumpeter (1911) distingue al empresario del capitalista, ya que el capitalista es el encargado de sólo aportar el capital, mientras que el empresario se caracteriza por llevar a cabo nuevas combinaciones y no es necesario que tenga conexiones permanentes con una empresa individual. Para describir al empresario se utilizan expresiones como iniciativa, autoridad, o previsión.

También se puede diferenciar al emprendedor del gerente mediante los términos de funciones de producción. Mientras que el gerente combina los factores *input* en la función de producción para alcanzar la eficiencia técnica más alta, el emprendedor mueve la función de producción hacia afuera mediante sus innovaciones. A esto se le llama el proceso de “destrucción creativa” que es cuando el emprendedor mueve el sistema económico fuera del equilibrio estático mediante la creación de nuevos productos o de nuevos métodos de producción, volviendo a los otros obsoletos (Schumpeter, 1949 cit. en Iversen, Jorgensen y Malchow-Moller, 2008).

Finalmente se debe de hacer una distinción entre liderazgo económico y la invención. Las invenciones carecen de importancia económica en tanto que no sean puestas en práctica. Y la aplicación de cualquier mejora es una tarea completamente diferente de su invención, por lo que requiere actitudes distintas. Cabe decir que un empresario, puede ser también inventor, capitalista o gerente; sin embargo esto es por coincidencia y no por naturaleza (Schumpeter, 1911).

Algunos autores han hecho estudios siguiendo el concepto de emprendimiento sugerido por Schumpeter, entre ellos podemos encontrar a Stevenson y Jarillo (1990) quienes coinciden en que el comportamiento emprendedor es la búsqueda de crecimiento a través de la innovación, ya sea este tecnológica o puramente gerencial. Agrega que el emprendimiento va más allá que la puesta en marcha de nuevos negocios, y que las habilidades son enseñables.

Otro autor importante es Drucker (1998) ya que, al igual que Schultz (1975), señala que existe una amplia gama de personas que pueden ser emprendedores. Sin embargo tienen una característica en común que es la innovación, ya sea creando una nueva forma de producir riqueza por medio de recursos o mejorando recursos ya existentes con el potencial para crear riqueza. Además menciona que el emprendimiento puede ser utilizado sin importar el tamaño de la firma; porque el corazón de esta actividad es la innovación. Las fuentes de innovación son situaciones inesperadas, incongruencias, necesidad de procesos y cambios en la industria o el mercado; pero no se encuentra aislado ya que también pueden existir cambios demográficos, cambios en la percepción o nuevo conocimiento. La innovación y el emprendimiento no son temas separados más bien se desarrollan conjuntamente, por lo que se podría decir que la innovación y el emprendimiento deben ser entendidos como fenómenos sistémicos y complejos (Rodríguez y Gómez, en prensa)

Como un resultado de la innovación puede ser el moverse primero, por lo que Lieberman y Montgomery (1988) proponen tanto ventajas como desventajas a este fenómeno. Las ventajas son los efectos sobre la propiedad intelectual, patentes, sobreseimiento de los factores de entrada y ubicaciones, y el desarrollo de costos de transacción con clientes. Por el contrario, las desventajas pueden ser el resultado de problemas de *free-rider*, retrasar la resolución de la incertidumbre, los cambios en las necesidades de tecnología o de clientes y, por último, varios tipos de inercia organizacional. Esta temática también tiene gran relación con la teoría basada en los recursos, la cual se explicará en otro subtema.

La teoría de la creatividad

Al igual que la Teoría del Descubrimiento, la Teoría de la Creatividad cuenta con tres supuestos relacionados a la naturaleza de las oportunidades, las cuales emergen como una función del proceso de búsqueda para riquezas económicas; la naturaleza de los emprendedores, los cuales pueden ser iguales o diferentes a los no emprendedores, cualquier diferencia refleja el efecto de búsqueda y no son

la causa de la búsqueda; por último la naturaleza de la toma de decisiones, que son ambiguas o inciertas (Alvarez y Barney, 2007).

Las oportunidades son subjetivas

El primer supuesto dice que las oportunidades son creadas a través de series de decisiones para explotar una oportunidad potencial con el fin de generar riquezas económicas. Sugiere que es difícil separar las oportunidades *ex ante* de las *ex post*. En esta visión las oportunidades no existen independientemente de los actores económicos, pero son creadas por los actores económicos (Alvarez, 2004). El proceso de investigación es emergente ya que la dirección, la duración, y los resultados de la investigación no son conocidos cuando se inicia, sólo son revelados paso por paso cuando pasa algún tiempo (Alvarez y Barney, 2007).

La teoría de la Creatividad la cual asume incertidumbre y no riesgo, argumenta que bajo las condiciones de incertidumbre, los atributos de una industria son o no conocidos o cambiables lo que dificulta la forma de predecirlo. En este sentido, el conocimiento acerca de la estructura de la industria no puede ser usada para anticipar oportunidades. Por lo que, las oportunidades deben ser creadas y refinadas a través de un proceso de hipotetización de lo que la oportunidad podría ser, tratando de explotarla, revisándola, probándola hasta que correlacione con lo que se considera una oportunidad objetiva en una industria, pero las oportunidades no pueden ser conocidas desde antes o anticiparlas (Alvarez, 2004).

Los individuos no reconocen las oportunidades que ellos crean

Según Alvarez (2004) en la teoría de la creación, no se requieren diferencias en las personas, sólo se necesitan diferencias en la toma de decisiones bajo las condiciones emprendedoras de incertidumbre. El emprendedor no es examinado como un individuo autónomo de la oportunidad, sino como el creador de la oportunidad. Es alguien que coordina los recursos antes de que el valor de los

resultados pueda ser conocido con probabilidad. La toma de decisiones en esta teoría generalmente ocurre cuando no hay correctos procedimientos en existencia para explotar los recursos.

Mientras que los emprendedores podrían tener algunas diferencias basadas en las experiencias pasadas, la dependencia del trayecto podría sugerir que el proceso y los pequeños cambios que ocurren durante el proceso se manifiestan después en diferencias en el sesgo cognitivo. Inicialmente los emprendedores tomarán algunas decisiones de bajo costo y tan pronto como reciban la retroalimentación de estas decisiones, las cambian y adaptan. Si las decisiones fueron exitosas son incorporadas a la toma de la siguiente decisión; pero si no fueron exitosas son descartadas y se toma un nuevo camino. La retroalimentación y el proceso de adaptación pueden sugerir que el aprendizaje está ocurriendo y que los emprendedores por sí mismos están pensando de forma diferente acerca de la naturaleza de las oportunidades en comparación de cuando ellos empezaron (Alvarez y Barney, 2007).

Los emprendedores se enfrentan a la incertidumbre

Diferente a la teoría del Descubrimiento en donde el emprendedor se enfrentaba al riesgo, el emprendedor en la teoría de la Creatividad se enfrenta a situaciones de incertidumbre. Cabe resaltar la diferencia descrita por Knight (1942) ya que en el riesgo se conoce o se puede conocer los posibles resultados a partir de una probabilidad; mientras que en la incertidumbre tanto los posibles resultados como la probabilidad de ellos son desconocidos. A partir de estas condiciones es que los emprendedores toman sus decisiones.

Bajo las condiciones de incertidumbre, las decisiones no son hechas por distribuciones probabilísticas bien definidas ya que, como la probabilidad de resultados de las decisiones conocidas por definición son entre cero y uno, y todos los resultados futuros posibles de esta decisión no son conocidos

previamente la suma de las probabilidades de todos los resultados ocurridos suman uno (Shackle, 1949, cit. en Alvarez, 2004).

Por lo que se puede concluir que la teoría de la Creación asume que el contexto de toma de decisiones a la que se enfrentan los emprendedores tiende a ser ambiguo, en el cual se puede conocer los posibles resultados pero no sus probabilidades, o incierto. Esta teoría asume que el final de un proceso emergente de búsqueda no puede ser conocido desde el inicio. Los posibles resultados de una decisión no pueden ser anticipados, o si pueden ser anticipados, la probabilidad de que ocurran esos diferentes resultados no puede ser predicha (Alvarez y Barney, 2007).

Relación de los supuestos

La teoría de la Creatividad explica el emprendimiento considerando como los actores económicos coordinan sus recursos bajo las condiciones de incertidumbre. Además las acciones que deben ser hechas para explotar las oportunidades no son conocidas *a priori*, y deben ser descubiertas a lo largo del tiempo a través de los esfuerzos para explotar estas imperfecciones. Las acciones necesarias para explotar el potencial del mercado imperfecto seguido tienen el efecto de cambiar al actor económico que persigue una oportunidad potencial y quizá cambia también la naturaleza de la oportunidad. La teoría de la creación asume que las decisiones hechas son inciertas o ambiguas, y que el final no puede ser conocido desde el principio. Y que tanto los resultados como sus probabilidades no pueden ser anticipados (Alvarez, 2004).

2.1.2.3 Relación entre las teorías

Se podría decir que las teorías son contradictorias puesto que asumen diferentes supuestos. Pero desde otra perspectiva, son complementarias. Esto se refleja en el hecho de que cada una puede ser aplicada para el análisis de diferentes maneras de intentar crear un desempeño superior económico. Ambas pueden ser aplicadas al estudio del emprendimiento (Alvarez, 2004).

A continuación se sintetizarán ambas teorías desde los supuestos de Toma de decisiones, plan de negocios y finanzas (Alvarez y Barney, 2007). En la teoría del descubrimiento los emprendedores recolectan información acerca de las oportunidades desde los grupos en los que se enfocarán, reportes de gobierno, entre otras; ellos utilizan esta información para calcular el valor presente de explotar esas oportunidades; sin embargo los sesgos cognitivos y el aprendizaje iterativo pueden ser limitantes. Mientras que en la teoría de la creatividad, los emprendedores usan sus sesgos cognitivos y heurísticos, así como sus aprendizajes iterativos para tomar decisiones acerca de cuáles oportunidades perseguir: Las herramientas de grupos de enfoque, reportes y valor presente pueden ser utilizadas para evaluar una oportunidad particular pero no pueden ser utilizadas para describir el proceso entero de búsqueda.

En cuanto a los planes de negocios, en la teoría del descubrimiento los supuestos acerca de la naturaleza de las oportunidades pueden ser modificados pero raramente abandonados; además de que numerosos cambios en el plan de negocios sugieren pobres habilidades de planeación. En contraparte la teoría de la creatividad los supuestos acerca de la naturaleza de las oportunidades pueden ser abandonadas muchas veces y los cambios en el plan de negocios significan buenas habilidades para la planeación (Alvarez y Barney, 2007).

Finalmente, en lo referido a las finanzas, las fuentes externas de capital son preferidas e invertidas en oportunidades que ellos puedan comprender en la teoría del descubrimiento; mientras que en la teoría de la creatividad las fundaciones propias o de gente cercana con la firma es preferido, y las fuentes relacionadas de la inversión de capital deben darse a emprendedores en quienes se confía (Alvarez y Barney, 2007).

Sin embargo, en lugar de debatir cuál de estas teorías constituye una teoría real del emprendimiento, se tendría que reconocer el valor y las limitaciones de ambas y especificar bajo qué condiciones se debería de aplicar o bien, especificar cuál de ellas se está evaluando. Además pueden ser un marco de ayuda para describir las

teorías del emprendimiento y evitar ambigüedades teóricas o conclusiones empíricas (Alvarez, 2004).

2.2 *Resource Based View*

En esta segunda sección se hablará de la teoría de basada en los recursos. Inicialmente se contextualizará, esta teoría de la administración estratégica, en la economía y su importancia. Posteriormente se hablará de sus orígenes y se finalizará con una descripción de los estudios más recientes.

2.2.1 Relación entre economía y la administración estratégica

Desde las últimas ha existido una revolución en la investigación en el área de administración estratégica; sin embargo para desarrollarla se ha adoptado el lenguaje y la lógica de la economía. Tanto investigadores en el área de la economía como de la administración estratégica tienen diferentes opiniones acerca de esta cuestión. Por un lado, algunos economistas siguen y aprecian las contribuciones de las investigaciones de la administración estratégica. Pero otros más desconocen las tradiciones fuera de la economía y consideran la administración de los negocios sólo a través de sus constructos. Por el lado de los investigadores en la administración estratégica, unos mencionan que los economistas son imperialistas, por lo que sería mejor que cada quien continuará con rumbo diferente; otros agradecen sus aportaciones y buscan trabajar en conjunto y otros más buscan sólo utilizar los recursos de la economía. Pero sea cual sea la opinión de los investigadores, la estrategia tiene sus orígenes en la economía, así mismo necesita de ella para interpretar los datos del desempeño, la curva de la experiencia, el problema de los beneficios persistentes, el cambio de la naturaleza de la economía y por el cambio en las escuelas de negocios. (Rumelt, Schendel y Teece, 1991).

Según Williamson (1991) la economía es la mejor estrategia desde la perspectiva de costos económicos de transacción. Además la economía y la estrategia no son excluyentes, la estrategia es muchas veces utilizada para ocultar las debilidades en la economía y promover los resultados economizadores. Por lo que se podría decir que la mejor estrategia es organizar y operar eficientemente.

A pesar de que existe un gran vínculo entre ambas teorías no son las misma cosa, cada quien hace su aportación. Mientras que la economía se preocupa principalmente por el desempeño de los mercados en la colocación y coordinación de recursos, así como de la eficiencia; la estrategia se encarga de la coordinación y colocación de los recursos dentro de la firma y de la perspectiva de poder. Por lo que la estrategia puede aportar una explicación de cómo crear riqueza en la sociedad moderna industrial; también ha llegado a ser sumamente importante por el crecimiento de las empresas transnacionales y los tratados internacionales (Rumelt, Schendel y Teece, 1991; Williamsom, 1991).

2.2.2 Teoría basada en los recursos

Una de las teorías desarrolladas por la administración estratégica es la teoría basada en los recursos la cual tuvo sus orígenes en Penrose (1995) ya que señaló que la firma puede ser explicada con diferentes tipos de análisis debido a la complejidad y a la diversidad, entre ellos el sociológico, organizacional, económico; desde cualquier punto de vista dentro de cada tipo de análisis parece apropiado para resolver el problema al que se enfrenta. Dentro de la economía existen diferentes enfoques para el estudio de la firma, entre ellos existe la teoría llamada de la firma. La teoría de la firma fue construida con el propósito de ayudar en la investigación teórica uno de los problemas centrales del análisis económico: la manera en la cual los precios y la colocación de los recursos entre los diferentes usos son determinados.

A pesar de la importancia de las ideas propuestas por Penrose (1995), no fue hasta Wernerfelt (1984) que fueron retomadas. Fue quien acuñó el término

Resource Based View (RBV). En su obra trató de mirar a las empresas en función de sus recursos y no en base a sus productos con el fin de obtener opciones distintas en las estrategias. Propuso las barreras de posición de recursos análogas a las barreras de entrada; por lo que con su teoría pretende que las firmas desarrollen este tipo de barreras, quizás a través de productos en los que los recursos fuertes soportan los menos fuertes. Sin embargo la única declaración general formulada sobre la estrategia de crecimiento es que en cierto sentido se trata de lograr un equilibrio entre la explotación de los recursos existentes del desarrollo de otros nuevos.

Gracias a los aportes propuestos por Penrose (1955) y Wernerfelt (1984), Barney (1991) desarrolla los conceptos clave de la teoría de la firma basada en los recursos. En primer lugar define a los recursos de la firma como todos los elementos que son controlados por la firma, y la cual puede mejorarlos en cuanto a la eficiencia y a la efectividad. Agrega que se deben desarrollar ventajas competitivas sostenidas, mediante las cuales implementa valor creado a la estrategia y por consecuencia duplicar los beneficios de la estrategia. Además para lograr esta ventaja competitiva sostenida, sus recursos deben de ser heterogéneos e inmóviles. Para lograr que los recursos no sean homogéneos o móviles, propone tres características: deben ser valiosos, raros e imperfectamente imitables. Para lograr la última característica se debe considerar que depende de su historial único, ambigüedad causal, complejidad social y por último su sustituibilidad.

Lo descrito anteriormente concuerda con la idea propuesta por Lieberman y Montgomery (1988) de las ventajas del primer movedor; ya que dice que para obtener las ventajas del primer movedor, la firma de una industria debe ser heterogénea en términos de los recursos que controla.

Se podría concluir que el objetivo de la teoría basada en los recursos es que la firma tenga la habilidad para crear y apropiarse de ventajas competitivas sostenidas. Este valor –explotar una oportunidad o neutralizar una amenaza del

entorno- lo logrará a partir de sus recursos, los cuales deben ser raros, inimitables e insustituibles.

2.2.2.1 Aportaciones a la teoría basada en los recursos

Diversos trabajos se han elaborado, refinado, extendiendo y evaluando las ideas de RBV. Por ejemplo los recursos internos son más difíciles de transferir y por lo tanto son inimitables. También que en los mercados de factores estratégicos las firmas heterogéneas pueden colocar valores diferenciales en un recurso complementario aún con perfecta información. Por último que la apropiación de valor entre los propietarios de los recursos fundamentalmente depende de la capacidad de negociación de cada propietario del recurso (Diendrickx y Cool, 1989; Teece, 1986; Makadok y Barney, 2001; Coff, 1997, 1999 cit. en Foss 2011).

Barney (1986) señala que todas las estrategias que requieren la adquisición de recursos para implementación tienen factores estratégicos del mercado asociados con él. Menciona que las imperfecciones competitivas en los factores estratégicos del mercado son la competencia perfecta de factores estratégicos del mercado, las expectativas o el valor esperado de los factores estratégicos del mercado, falta de separación una vez que se implementó la estrategia, unicidad o singularidad, falta de entrada, maximizar las ganancias, fuerzas financieras, falta de conocimiento. Sin embargo, se pueden contrarrestar con un análisis del entorno, así como de uno organizacional.

Priem y Butler (2001) realizaron algunas críticas hacia la teoría. En primer lugar argumentaban que era tautológica; por lo que Barney (2001) respondió que se han realizado pruebas empíricas las cuáles no hubieran sido posibles de ser tautológica la teoría, además de que argumentó cómo debían de ser medidas las características de los recursos. La segunda crítica fue la equifinalidad, ya que pueden existir diferentes configuraciones de recursos que puedan generar el mismo valor para las firmas por lo que no serían recursos que generen ventajas competitivas; la respuesta fue que la crítica fue infundada debido a que hablan de un promedio de las empresas. La tercera fue acerca del producto del mercado ya

que fue subestimado y depende de un recurso exógeno; en contraargumento Barney aclara que se ha olvidado de mencionar la visión emprendedora concerniente a la demanda futura del producto, así como la ventaja del primer movedor. La última crítica era referente a que tiene limitaciones prescriptivas; en consecuencia se explica que los atributos de los recursos que pueden generar ventajas competitivas sostenidas no son susceptibles a capacidades gerenciales y hay recursos que sí se pueden manipular; además se criticaba que la teoría era estática, por lo que explica que las re combinaciones hacen dinámica a esta teoría.

2.3. Emprendimiento Estratégico

En esta última sección del marco teórico se revisará cómo la teoría del emprendimiento y la teoría basada en los recursos tienen muchos aspectos similares por lo que dan origen a una nueva teoría llamada emprendimiento estratégico. En esta nueva teoría se basará la presente investigación.

2.3.1. *Resource Based View* y el Emprendimiento

Existen múltiples conexiones entre RBV y el emprendimiento, desde los inicios de la teoría de la ventaja competitiva sostenida. Ambos pretenden explotar la información superior o visión con el propósito de obtener ganancias, en un periodo de tiempo extendido. Con el objetivo de explotar una oportunidad, el emprendedor tiene que organizar los recursos y al menos uno de ellos debe ser especializado en la oportunidad. A veces tendrá que modificar la organización de los recursos para perseguir la oportunidad, como lo demuestra Schumpeter (1911). Sin embargo, la visión muchas veces está sólo dentro de la cabeza del emprendedor por lo que encuentra dificultades para comunicarlo a las otras partes, como a los capitalistas y a los financieros. (Foss, 2011).

Penrose (1995) define al emprendedor como el individuo o el grupo dentro de la firma que presta servicios emprendedores, sin importar su posición u ocupación. Los servicios emprendedores son aquellas contribuciones a las operaciones de la firma los cuales están relacionados con la introducción y la aceptación en favor de nuevas ideas de la firma, especialmente respecto a los productos, lugares y cambios significativos en la tecnología, adquisición de nuevo personal gerencial, cambios fundamentales en la organización administrativa de la firma, incrementar el capital y en hacer planes para la expansión. Cabe señalar que son diferentes a los servicios gerenciales.

Además de que la idiosincrasia, el conocimiento tácito, la incertidumbre, la dinámica, el acomodo de los recursos y cambios en este plan son elementos que comparten el Emprendimiento y RBV, Foss (2011) señala características dónde se pueden encontrar las principales conexiones entre RBV y Emprendimiento. La primera de ellas es que el punto de interés de RBV son las ventajas competitivas de la firma que la firma debe tener la habilidad para crear y apropiarse de más valor. En esta definición pareciera que el emprendedor no tiene un rol, sin embargo para obtener ventajas competitivas sostenidas se debe de crear los recursos estratégicos a través de la identificación de las oportunidades o creación de ellas (Kirzner, 1973; Schumpeter, 1911); por lo que se puede observar la función implícita del emprendedor.

Aunque se podría decir que el emprendimiento sólo se puede observar en la etapa de formación de la firma, pero las firmas establecidas regularmente descubren y explotan nuevas oportunidades. Una última característica es que el emprendimiento va más allá del descubrimiento de oportunidades (Shane, 2003), ya que debe explotar estas oportunidades mediante la organización de recursos relevantes, como son aquellos relacionados con la producción, las ventas y el marketing.

2.3.2 Emprendimiento estratégico

Debido al cambio constante en la nueva economía, surge la necesidad de un nuevo modelo teórico en el área del emprendimiento. Este nuevo modelo es llamado emprendimiento estratégico, el cual es muy reciente (Foss, 2011) y es definida como la acción emprendedora con una perspectiva estratégica. Es la integración de las perspectivas emprendedoras y estratégicas en el desarrollo y realización de acciones diseñadas para la creación de riqueza (Hitt, Ireland, Camp y Sexton, 2001).

La idea central del emprendimiento estratégico es que la búsqueda tanto de oportunidades como de ventajas son procesos que se necesitan considerar conjuntamente. Establecer este vínculo es particularmente importante en la dinámica del ambiente donde las ventajas se pueden dar por un corto plazo de tiempo. El emprendimiento estratégico va más allá de las empresas que inician, y pone más atención a las firmas establecidas como fuente de acción emprendedora. También se centra en la creación de ventajas competitivas (Foss, 2011).

Tiene sus orígenes teóricos en economía, negocios internacionales y *management*, teoría de la organización, sociología y administración estratégica, juntos han logrado el análisis de este nuevo campo y el desarrollo de preguntas de investigación (Ireland, Hitt y Sirmon, 2003).

En el inicio del desarrollo de la teoría, Ireland, Hitt, Camp y Sexton (2001) proponen seis dominios en los cuales existe un vínculo entre la estrategia y el emprendimiento: innovación, canales organizacionales, internalización, aprendizaje organizacional, equipos gerenciales y de gobernanza, y por último, crecimiento, flexibilidad y cambio. La innovación es quizá el elemento más examinado de la orientación emprendedora (Foss, 2011).

La explicación teórica del modelo descrito por Ireland, Hitt y Sirmon (2003) se da en cuatro secciones. Primero, se define la mentalidad emprendedora y se describen sus componentes clave, como son oportunidades emprendedoras,

alertas emprendedoras, opciones reales y el marco emprendedor. Segundo, se examina la cultura emprendedora y el liderazgo emprendedor como aspectos vitales del emprendimiento estratégico. La tercera sección, la más grande, se considera como los recursos organizacionales gerenciales proveen estratégicamente la fundación del comportamiento de la firma como buscadora de oportunidades y ventajas. Esto es muy parecido a la teoría basada en los recursos, ya que se deben tomar un conjunto de acciones necesarias para reconocer oportunidades y desarrollar ventajas competitivas para explotarla exitosamente. La última sección se refiere a la aplicación de la creatividad y a la innovación desarrollada, los cuales son resultados de la mentalidad emprendedora, la cultura emprendedora y la práctica de liderazgo emprendedor así como de la administración estratégica de los recursos de la firma.

A continuación serán descritos los elementos más importantes de la teoría de Ireland, Hitt y Sirmon (2003). La mentalidad orientadora se define como la perspectiva orientada al crecimiento a través de la cual los individuos promocionan flexibilidad, creatividad, innovación continua y la renovación. Los componentes son el reconocimiento de oportunidades emprendedoras (Kirzner, 1973; Schumpeter, 1939), la alerta emprendedora (Kirzner, 1997), opciones reales lógicas y que exista un contexto emprendedor. La cultura emprendedora está caracterizada por múltiples expectativas y esfuerzos de las firmas para administrar sus recursos estratégicamente; además se desarrolla en una organización donde los líderes tienen una mentalidad emprendedora.

Además el liderazgo emprendedor es la habilidad para influir en los otros para administrar recursos estratégicamente con el fin de enfatizar las conductas de búsqueda de oportunidades y de ventajas; además consta de seis componentes: capacidad de nutrir la capacidad emprendedora, proteger las innovaciones de las amenazas del modelo de negocios, dar sentido a las oportunidades, cuestionarse la lógica dominante, volver a las preguntas engañosamente simples y vincular el emprendimiento y la administración estratégica. La administración de recursos estratégicamente tiene sus principios en RBV; el capital financiero, humano y

social son los recursos más importantes involucrados en la administración efectiva de recursos; las actividades a realizar dentro de esta sección son estructurar el portafolio de recursos, agrupación de recursos y el aprovechamiento de capacidades. La aplicación de la creatividad y el desarrollo de la innovación está basado principalmente en la obra de Schumpeter (1939) (Ireland, Hitt y Sirmon, 2003).

La teoría de emprendimiento estratégico contribuye a entender cómo las firmas crean riqueza. Las firmas que identifican potencialmente las oportunidades valiosas pero son incapaces de explotarla para desarrollar ventas competitivas no crearán el valor para sus clientes o riqueza para sus propietarios. Las firmas que construyan ventas competitivas pero pierdan su habilidad para identificar oportunidades emprendedoras valiosas serán incapaces de sostener sus ventajas a lo largo del tiempo y como consecuencia no crearan riqueza a sus propietarios. En conclusión todas las firmas, nuevas y establecidas, pequeñas o grandes deben vincular las conductas de búsqueda de oportunidad y búsqueda de ventajas (Ireland, Hitt y Sirmon, 2003).

2.4 Conclusiones

Una vez revisada las teorías acerca del emprendimiento, desde su introducción en la economía, posteriormente se desarrollaron dos perspectivas desde las cuales se ha estudiado el emprendimiento: la teoría del nexo individuo/oportunidad, donde se menciona que la oportunidad se da de manera independiente al individuo y que sólo se necesita de un individuo que se encuentre en estado de alerta para identificarla; y la teoría de la creatividad que dice que el emprendedor crea las oportunidades por medio de la innovación. Sin embargo, hasta la actualidad no se ha logrado un consenso acerca de cuál teoría es la más acertada; por lo que se propone no verlas como contraparte sino como teorías complementarias, ya que así se podría tener una mayor utilidad de ellas.

En una segunda parte de este capítulo se habló de la importancia de la administración estratégica dentro de la economía, para describir una teoría

desarrollada en esta área: *Resource Based View*. Esta teoría revolucionó la concepción que se tenía de la firma y de donde obtenía sus ventajas competitivas. Además explica cómo estas pueden ser mantenidas en un periodo de tiempo llamándolas ventajas competitivas sostenidas

La revisión de toda la literatura se hizo para desarrollar que la teoría a utilizar en el presente trabajo: el emprendimiento estratégico desarrollado por Ireland, Hitt y Sirmon (2003) ya que engloba tanto la teoría del Emprendimiento tanto la enfocada en la creatividad en la oportunidad, con la finalidad de lograr ventajas competitivas sostenidas, es decir toda esta teoría se desarrolla en un entorno emprendedor con la finalidad de adquirir mayores riquezas.

Capítulo III.

Desarrollo del emprendimiento en México

第三章。
在墨西哥創業發展

En el presente apartado se desarrollará la actividad emprendedora en México. Se iniciará hablando del fenómeno a nivel de Latinoamérica, para señalar las similitudes que se comparten con México, así como sus diferencias. Posteriormente se hablará de la situación actual de México, tanto su geografía, población, indicadores económicos, entre otros. Para finalmente abordar específicamente el tema del emprendimiento en dicho país.

3.1 Aspectos generales

En el presente apartado se hablará de los aspectos generales tanto del emprendimiento en América Latina; como de la situación actual de México a nivel económico, social, político, entre otros. Con esto se pretende comprender mejor el emprendimiento en México, como lo son las causas, la historia, políticas implementadas, etcétera. Para, posteriormente, realizar un análisis comparativo con China.

3.1.1 Contexto del emprendimiento en América Latina

A pesar de que Latinoamérica ha progresado durante la década pasada en el área de democracia, derechos de propiedad y estabilidad macroeconómica, aún no ha avanzado en las áreas relacionadas con educación, creación del conocimiento y reformas económicas (Acs y Amorós, 2008) Reportes del Monitor Global de Emprendimiento (GEM) establecen que los países con ingresos bajos tienen una tasa mayor de actividad emprendedora derivada del hecho que gran parte de la población no es capaz de encontrar otra fuente de empleo. Este fenómeno está presente en el emprendimiento de Latinoamérica (Amorós y Cristi, 2008; Moreno y Espíritu, 2010).

Kantis, Ishida y Komori (2002) señalan algunas características de los emprendedores, de las empresas y del proceso emprendedor.

Características de los emprendedores:

- La mayoría de las nuevas empresas dinámicas han sido fundadas por equipos de emprendedores compuestos por individuos con habilidades y funciones complementarias.
- El género del empresario es masculino con edad promedio de 35 y 37 años cuando fundo su empresa, además cuenta con nivel elevado de instrucción.
- La mayoría de los empresarios crecieron en hogares de clase media y sus padres fueron trabajadores independientes.
- La mayoría de los emprendedores fueron previamente empleados de empresas Pyme de actividades similares o de ramas proveedoras o clientes del sector al que pertenece su actual negocio.

Características de las empresas:

- En su mayoría se desempeñan en actividades manufactureras convencionales (alimentos, muebles, elaboración de metales, confecciones), mientras que el sector basado en el conocimiento y la tecnología (*software*, servicios relacionados con internet o nuevas tecnologías de las comunicaciones) reúne sólo a un tercio de los casos estudiados.
- Las nuevas empresas cuando se inician son pequeñas. Dos terceras alcanzaron un nivel de al menos 15 trabajadores, por lo que se les considera dinámicas.
- La inversión en el primer año fue inferior a los 100,000 dólares en la gran mayoría.

Características del proceso emprendedor:

1. La etapa de gestación del proyecto empresarial

Los motivos principales que impulsaron a los emprendedores fueron el deseo de realización personal, de mejorar sus ingresos personales y de

poner sus conocimientos en práctica. La mitad de ellos además reconoció querer contribuir a la sociedad y de ser independiente. Otras motivaciones relacionadas con el contexto cultural del emprendedor dependen de cada país, así como la valoración social de la carrera empresarial. Además adquirieron la vocación y las competencias a través de su experiencia de trabajo previa –especialmente en Pequeñas y Medianas empresas (Pymes)- y no tanto en el sistema educativo.

La mayoría de las nuevas empresas comenzó vendiendo a otras firmas y ofreciendo bienes ya existentes; sin embargo la diferenciación de productos es la característica distintiva de los nuevos negocios de la región, mientras que la innovación es una fuente de oportunidad menos explotada. La interacción con sus redes de contactos y la experiencia laboral en las empresas donde trabajaron previamente son los medios de información más utilizados por los emprendedores para captar la oportunidad de negocio. Así mismo, reúnen información tecnológica y comercial relevante para el proyecto; y la utilización de herramientas sofisticadas de planificación es mucho más frecuente en empleadores con un mayor nivel educativo.

2. La etapa de la puesta en marcha

Al tomar la decisión final de comenzar las motivaciones iniciales fueron las más importantes. La disponibilidad de financiamiento o de apoyo público no ayudó a los emprendedores a tomar la decisión final; de hecho, la restricción financiera tendió a ser considerada entre las principales influencias negativas, junto con los impuestos y costos para iniciar una empresa formal. Además la experiencia laboral previa y la educación universitaria fueron factores que contribuyeron al acceso y movilización de los recursos necesarios para iniciar. Las fuentes de financiamiento fueron de tres tipos: ahorros personales, créditos de proveedores y clientes; y los

préstamos de parientes y amigos. Otro factor importante fue el tiempo para poner en marcha el negocio, ya que se considera de 4 a 5 años aproximadamente, esto debido a la complejidad de los trámites y regulaciones.

3. La etapa de desarrollo inicial de la empresa

La mayoría de los empresarios se enfrentaron a niveles de competencia intensos al ingresar a los mercados. Sus necesidades iniciales fueron ampliar su base de clientes, equilibrar su flujo de caja, conseguir trabajadores calificados, comprar equipos apropiados y conseguir proveedores adecuados.

Moreno y Espíritu (2010) agregan que los aspectos básicos de evaluación recaen principalmente en la actividad emprendedora en la dinámica de la firma, el empleo en la asociación del número de empleados; la actividad económica en el incremento de ventas, la creación de pequeñas y medianas empresas, el comercio exterior, la integración de empresas al mercado de vales; también el espíritu emprendedor en el potencial emprendedor y la propensión hacia determinadas habilidades, las barreras emprendedoras hacia la actividad y el ambiente de los negocios en las características de los pro-emprendedores hacia el ambiente de los negocios; la obtención del conocimiento y por último la innovación mediante la presentación de productos modernizados, nuevos mercados, nuevas aplicaciones a productos ya existentes.

Según Kantis, Ishida y Komori (2002) los factores clave que contribuyen al proceso emprendedor en Latinoamérica son el rol del previo empleo, ya que ambientes productivos con diferentes capacidades promueven la emergencia de nuevos emprendedores y nuevos negocios; así mismo la estructura productiva y las estrategias emprendedoras influyen en las oportunidades disponibles para nuevos negocios, la mayoría de las empresas están basadas en ofrecer bienes y servicios diferentes a los existentes en el mercado en términos de calidad y

servicio; sin embargo la innovación es común sólo en las compañías basadas en el conocimiento.

Otro factor clave es el *networking* en su extensión y su composición, ya que un adecuado número de contactos facilita la identificación y uso de las oportunidades de negocios, acceso a los recursos como la información, tecnología y la provisión de facilidades y la habilidad para resolver problemas. Las condiciones financieras son otro punto importante ya que los emprendedores no usan préstamos del banco, lo que afecta al tamaño y al nivel de tecnología, entre otros; por último los obstáculos regulatorios como los impuestos, cinta roja y costos para registrar son problemas identificados por los emprendedores, ya que la excesiva burocracia tiene un efecto negativo en la decisión para iniciar un nuevo negocio (Kantis, Ishida y Komori, 2002).

Cabe mencionar que la cultura no tiene un rol activo ya que, si bien, no impide la creación de emprendedores, tampoco la alienta. Así mismo el sistema educativo no promueve el aprendizaje de las competencias, aptitudes y actividades necesarias para llegar a ser un emprendedor. Además se puede distinguir rasgos de empresas dinámicas en Latinoamérica las cuales son redes de contactos, modelos de roles para la toma de decisiones, la presencia de equipos de emprendedores con tareas y funciones especializadas; ahorros personales para el financiamiento inicial, los emprendedores inician sus compañías a los 30 años o después, la presencia de equipos emprendedores, entre otras (Kantis, Ishida y Komori, 2002).

Se debe de enfatizar la importancia de tener redes calificadas o contactos con ejecutivos de grandes compañías para facilitar la identificación y conceptualización de ideas de negocios y especificar los modelos de los roles emprendedores para acutar de manera positiva al iniciar un negocio. Una vez iniciado el negocio la presencia de equipos emprendedores es fundamental. Posteriormente surgirá la necesidad de hacer uso de los ahorros personales y más relaciones más extensivas para acceder a otros recursos. Esto con la finalidad de acumular

competencias emprendedoras, ahorros y expandir las empresas (Kantis, Ishida y Komori, 2002).

Listerri, Kantis, Angelellu y Tejerina (2006) hacen un análisis acerca de aquellos emprendedores que son dirigidos por la necesidad y de aquéllos dirigidos por las oportunidades de negocios e iniciativa personal. Concluye que la tendencia que emerge sugiere que el auto empleo facilita la transición de individuos al empleo pagado comparado a la transición de desempleo, pero sólo pocos individuos que se emplean a sí mismos llegan a ser empleadores y son capaces de crear nuevos negocios, debido a que tiene dificultades para mantener sus status y llegan a ser auto empleadores o empleados pagados en los siguientes tres años, esto con respecto a la necesidad. Respecto a los que son dirigidos por oportunidades de negocios o iniciativa personal, dice que este tipo de emprendedores está aumentando, sin embargo su desempeño es más bajo que en otras regiones.

A manera de conclusión acerca del emprendimiento en Latinoamérica. Los países latinoamericanos podrían moverse hacia dos clases de política pública en torno a esta problemática. Primera, alcanzar la etapa conducida por eficacia, que implica condiciones estables reguladoras y macroeconómicas, es decir, continuar con la reducción de paro y el espíritu emprendedor a base de necesidad. Este tipo de “espíritu emprendedor” es el prevaleciente en los países latinoamericanos y está relacionado con las condiciones económicas del país. Esta clase de política pública es indispensable pero insuficiente, ya que sólo logran seguir la tendencia natural y reducirán el espíritu emprendedor a base de necesidad sin alcanzar el crecimiento más alto en el espíritu emprendedor a base de oportunidad o internacionalmente orientado.

En cambio, con la segunda clase de política se podría planificar la transición a la etapa conducida por innovación y así crear nuevas y mejores firmas con nuevos modelos de negocios, firmas no sólo aisladas o bajo sobre el valor añadido. Además refleja el mejor funcionamiento de competitividad y el desarrollo económico e implica que debe haber mejores estrategias de acelerar el crecimiento y el movimiento más rápidamente, así permitiendo a la actividad de

innovación principal y un verdadero impacto de competitividad y desarrollo económico sobre la dinámica emprendedora (Amorós y Cristi, 2008; Acs y Amorós, 2008).

3.1.2 Situación actual de México

Su nombre oficial es Estados Unidos Mexicanos. Está situado en América del Norte abarcando la porción meridional de Norteamérica y la occidental de Centroamérica, tiene una superficie de 1 960 670.02 km². Limita al norte con los EE. UU., con una frontera de 3 326 km compuesta por tramos rectilíneos en su mitad occidental y por el curso del río Bravo en la oriental; y al sudeste la frontera que separa a México de Guatemala y Belice mide 1 122 km entre el Pacífico y el mar Caribe. El lado occidental está formado por las costas del Pacífico y el oriental por las del golfo de México (el extremo sudoccidental del país, es decir la península de Yucatán, separa el golfo de México del mar Caribe); en su conjunto, las costas del Pacífico tienen una longitud de 10 143 km, mientras que las del golfo de México y las del mar Caribe alcanzan juntas los 2 805 km (Enciclopedia Britannica Publishers, 1992).

Se estima que en el territorio mexicano residen en el total de las viviendas particulares habitadas 119 530 753 habitantes. Por lo que presenta una densidad moderada de población con 61 habitantes por km² (Expansión, 2016). Sin embargo constituye uno de los países más poblados y extensos de América. El idioma oficial de México es el español. El total de residentes en viviendas particulares en México en 2015, se distribuye según su sexo en 58 056 133 de hombres (48.6%) y 61 474 620 mujeres (51.4%), lo que significa que la población femenina es mayoritaria, y se estima que hay 94 hombres por cada 100 mujeres (INEGI, 2016).

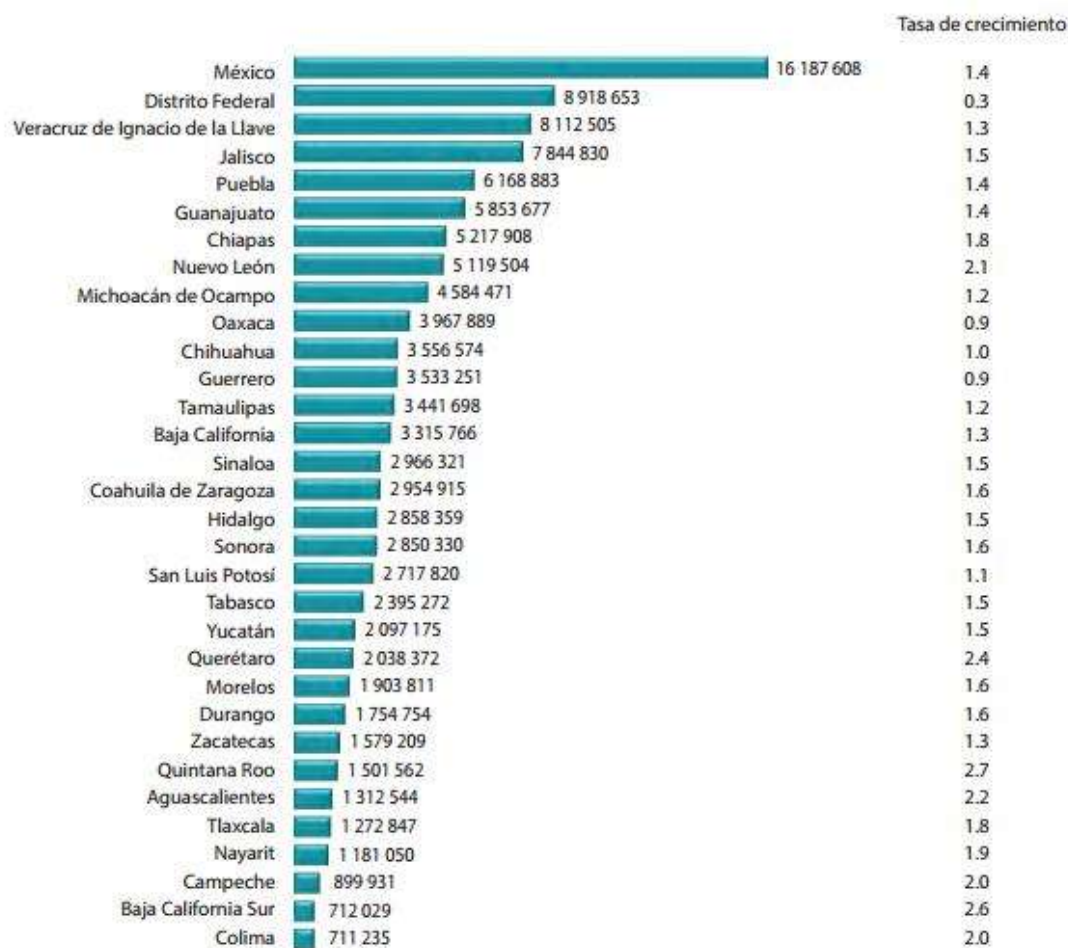
Ilustración 1: Localización geográfica de México



Fuente: ParatodoMexico (2016)

En cuanto a la distribución de la edad, la mediana es de 27 años. En 2015 la población menor de 15 años representa 27.4% del total, mientras que la que se encuentra en el grupo de 15 a 64 años constituye 65.4% y la población en edad avanzada representa el 7.2%. En las siguientes gráficas se presenta la población en viviendas particulares habitadas por entidad federativa así como su tasa de crecimiento, y la distribución porcentual de la población por tamaño de localidad en los años 2000, 2010 y 2015 (INEGI, 2016).

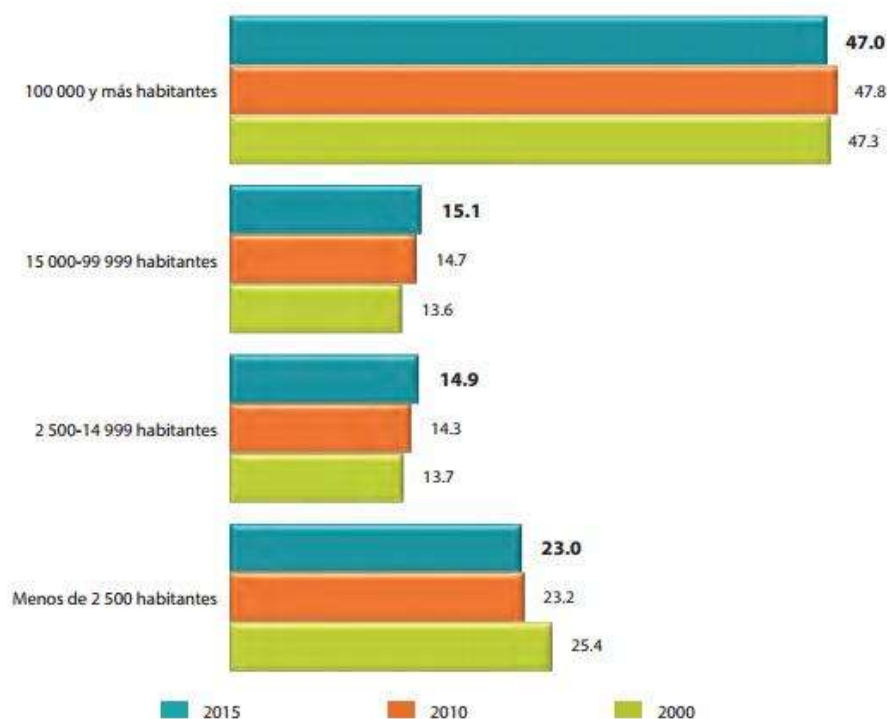
Tabla 4: Población en viviendas particulares habitadas por entidad federativa y tasa de crecimiento promedio anual, 2010-2015



Fuente: INEGI. Encuesta Intercensal 2015

El estado de México, la Ciudad de México (antes Distrito Federal), Veracruz y Jalisco son las entidades federativas con mayor población; juntos concentran el 34.4% de habitantes en el país. Todas las entidades federativas muestran crecimiento en su población en los últimos cinco años (INEGI, 2016).

Tabla 5: Distribución porcentual de la población por tamaño de localidad, 2000, 2010 y 2015



Fuente: INEGI. XII Censo General de Población y Vivienda 2000; Censo de Población y Vivienda, 2010; Encuesta Internacional 2015

México se vuelve cada vez más urbano, 62% de su población reside en localidades de 15 000 o más habitantes. Empero, la distribución territorial de la población está caracterizada por su concentración en unas cuantas áreas y su dispersión en un gran número de localidades menores de 2 500 habitantes. El 23% de la población reside en localidades que no superan este número de habitantes (INEGI, 2016).

La Constitución de 1917 define a los EUM como una república democrática y representativa. Existen tres poderes que gobiernan al país: el poder ejecutivo, encabezado por el presidente; el poder legislativo, que corresponde al congreso que comprende un Senado y una Cámara de Diputados; y el poder judicial, dónde

se halla la Suprema Corte de Justicia en la cúspide y en un nivel inferior los tribunales de circuito y los juzgados de distrito (Enciclopedia Britannica Publishers, 1992).

El territorio mexicano se compone de 31 entidades federativas y la Ciudad de México donde se localiza la capital de la nación. Cada estado posee su propia constitución y goza de autonomía en muy diversas materias. Al frente del ejecutivo de los estados está el gobernador, el poder legislativo corresponde a las cámaras de diputados y el judicial a los tribunales superiores de justicia de cada estado (Enciclopedia Britannica Publishers, 1992).

Ilustración 2: División Política de México



Fuente: ParatodoMexico (2016)

Su moneda es el peso mexicano. Y además es miembro del Mecanismo de Cooperación Asia Pacífico, de la Alianza del Pacífico, Grupo de los 20 (países

industrializados y emergentes) (G20), FMI (Fondo Monetario Internacional), Tratado de Libre Comercio de América del Norte (TLCAN), Organización de los Estados Americanos (OEA), Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económicos (OCDE) y Organización de las Naciones Unidas (ONU).

Tabla 6: Datos de México

Economía de México

Cuentas Nacionales - Gobierno			Precios		
PIB	2015	1.031.280 M.€	IPC General	abr-16	2,5%
PIB Per Cápita	2015	8.12 €	IPRI Interanual	abr-16	4,1%
Deuda	2015	556.916 M.€	Mercado de dinero		
Deuda (%PIB)	2015	54,00%	Tipos de interés	17/02/2016	3,75%
Deuda Per Cápita	2015	4.39 €	Negocios		
Déficit	2015	-42.038 M.€	Doing Business	2016	38º
Déficit (%PIB)	2015	-4,08%	Vehículos / 1000 habitantes	2014	285,14
Gasto público (M.€)	2015	284.540,0	Vehículos pasajeros Año	abr-16	926.53
Gasto Educación (M.€)	2011	43.249,5	Vehículos /1000 hab. Año	abr-16	11,40
Gasto Educación (%Gto Pub)	2011	19,01%	IPI Interanual	mar-16	1,4%
Gasto Salud (M.€)	2013	30.586,1	Producción anual de vehículos	2015	3.565.469
Gasto Salud (%Gto Pub)	2013	15,38%	Impuestos		
Gasto Defensa (M.€)	2014	6.519,5	IVA General	01/01/2010	16,00%
Gasto Defensa (%Gto Pub)	2000	3,70%	Tipo máximo	2015	35,0%
Gasto público (%PIB)	2015	27,59%	Comercio		
Gasto público Per Cápita	2015	2.24 €	Exportaciones	2015	343.192,5 M.€
Gasto Educación Per Cápita	2011	359 €	Exportaciones % PIB	2015	33,28%

Gasto Salud Per Cápita	2013	247 €	Importaciones	2015	365.282,1 M.€
Gasto Defensa Per Cápita	2014	52 €	Importaciones % PIB	2015	35,42%
Rating Moody's	31/03/201 6	A3	Balanza comercial	2015	-22.089,7 M.€
Rating S&P	19/12/201 3	BBB+	Balanza comercial % PIB	2015	-2,14%
Rating Fitch	26/02/201 6	BBB+	Socio-Demografía		
Índice de Corrupción	2015	35	Población	2015	127.017.00 0
Ranking de Competitividad	2016	57º	Densidad	2015	65
Índice de Fragilidad	2015	71,8	IDH	2014	0,756
Ranking de Trans.	2013	7º	Ranking Paz Global	2015	144º
Mercado Laboral			Ranking de la Brecha de Género	2015	71º
Parados	I Trim 2016	2.140.02 0 m.	Ranking	2015	33º
Ranking	2015	58º	Tasa Natalidad	2014	18,79‰
Paro	abr-16	3,8%	Índice de Fecundidad.	2014	2,24
Tasa de paro	I Trim 2016	4,0%	Tasa mortalidad	2014	4,79‰
SMI	2015	101 €	Esperanza de vida	2014	76,72
Salario Medio	2015	6.01 €	Tasa bruta de nupcialidad	2011	4,90‰
Mercados - Cotizaciones			Número de Homicidios	2013	23.063
Euro / Pesos mexicanos	07/06/201 6	210,712	Homicidios por 100.000	2013	18,91
Bono 10 años	08/06/201 6	6,09%	Fuente: Expansión (2016)		
Prima Riesgo	08/06/201 6	603			
Bolsa (Var. este Año %)	07/06/201 6	7,32%			

3.2 Emprendimiento en México

En la actualidad, México tiene una de las economías más abiertas con acuerdos comerciales con más de 30 países. Ha construido una red de tratados de libre comercio con los mercados más grandes del mundo, como lo son EE. UU. y Canadá, con el Tratado de Libre Comercio de América del Norte (TLCAN); la Unión Europea con el Tratado de Libre Comercio México-Unión Europea (TLCUEM); un acuerdo con Japón; otros acuerdos con América Central del Sur; y países del pacífico con el Tratado de Asociación Transpacífico (TPP) (Jones, 2012; Vargas-Hernández, 2012; Gobierno de México, 2016).

Además se coloca en el noveno lugar mundial en términos de tamaño de su economía, y ocupa el séptimo puesto en términos de tamaño de su balanza comercial. Así mismo cuenta con una gran facilidad para hacer negocios con el puesto número 38 (World Bank Group, 2016) y una tasa elevada de actividad emprendedora (Borjas, 2005). A pesar de lo expuesto anteriormente más de la mitad de la población viven en pobreza y no son participantes de la economía formal (Jones, 2012; Vargas-Hernández, 2012).

Según Jones (2012) la historia de México es una de las más ricas culturalmente hablando, también ha atravesado periodos de tiempo con una política dramática y agitación económica. Sin embargo las tradiciones creativas y las transiciones disruptivas otorgan el contexto a los negocios de México especialmente para los emprendedores que asumen riesgos. Su historia de los negocios inicia con culturas indígenas que desarrollaban tecnologías sofisticadas, cosmologías detalladas y una red extensiva de comercio. Contaban con características del emprendimiento como lo son: innovación, asumo del riesgo, nuevos modelos de negocios, nuevos mercados y productos.

Durante la época colonial, la supresión de las personas no permitió el desarrollo del espíritu emprendedor. Posteriormente existió una época de guerras y conflictos, no fue hasta el porfiriato que se dio un impresionante progreso industrial. En el siglo veinte, fue que se alcanzó una estabilidad política, pero continuando con una

división de la riqueza desigual. Mientras que el TLCAN y otros tratados han hecho que algunos mexicanos acumulen mayores riquezas, mientras que otros muchos se sienten excluidos (Jones, 2012).

En la actualidad abunda el espíritu emprendedor en México, pero está concentrado en el bajo riesgo, los esfuerzos de bajo valor agregado que requieren las inversiones mínimas de capital. Debido a la realidad económica, la gente es relativamente incapaz de dejar el empleo existente para perseguir empresas de valor alto. Además debido a la escasez de capital de riesgo, los emprendedores seleccionan las oportunidades que pueden ser probadas rápidamente y tener relativamente altas probabilidades de éxito y el potencial de parte superior modesto con el flujo de caja rápido positivo (Mexican Entrepreneurship, 2009 cit. en Vargas-Hernández, 2012).

También, las prácticas no transparentes de negocio en estas empresas los hacen poco atractivos a inversionistas que asumen riesgo. La falta de información de alta calidad, oportuna sobre mercados, datos demográficos, competidores, precios y gastos obstaculiza el crecimiento de empresarios. La calidad de sistemas financieros, la capital de empresa, la educación y el sistema legal apoya la falta de espíritu emprendedor en México. Los permisos de gobierno y licencias tuvieron para comenzar una empresa es una barrera principal en la mayoría de empresarios en México (Mexican Entrepreneurship, 2009 cit. en Vargas-Hernández, 2012)

Por todo lo expuesto anteriormente, Moreno y Espíritu (2010) señalan que diversos estudios dudan si México es o ha sido una nación emprendedora. Para responder a esta problemática se consideraron tres factores: político, económico y social; donde se demuestra, a grandes rasgos, que hay más impedimentos que motivaciones. En cuanto a lo político se ha encontrado que prevalecen más las intenciones de crear empleados que empleadores, sin embargo, aún así se han establecido planes de fomento a las PyMEs, que han sido lentos y afectados por la burocracia imperante. También, dentro de este entorno, la sociedad tiene una cultura del “no pago” de los préstamos del gobierno. Respecto al área social, el

hombre de negocios es más desconfiado para trabajar con terceros. Esto hace que los negocios tarden en crearse y desarrollarse.

México, al igual que los países en vías de desarrollo, comparten las características de que la regulación de la entrada es más difícil. Esto es debido a que son países menos limitados, menos democráticos y con gobiernos más intervencionistas; además de que está asociada con la corrupción y la economía informal. Pero no significa que los bienes y servicios ofrecidos sean de mayor calidad; ni que se observen beneficios visibles ya que los principales beneficiarios son los políticos y burócratas. Pese a toda la situación explicada no influye en la creación de nuevas empresas, es decir no es obstáculo para el emprendimiento (Djankov, La Porta, Lopez-de-Silanes y Shleifer, 2002).

Molina, Kucel y Raya (2016) han encontrado algunas causas del emprendimiento, entre las cuales se encuentra la edad y el estado civil de casado influye positivamente; el no tener educación influye negativamente en el hombre, a mayor nivel educativo, mayor probabilidad de ser emprendedor.

Otro estudio piloto realizado en la Ciudad de México en 2006 a: empresarios, funcionarios públicos, estudiantes, emprendedores, empleados, entre otros demostró que 76.7% afirman que el ser emprendedor es cuestión de personalidad, 51.6% dicen que el gobierno estimula la creación de “changarros”; 48.4% están convencidos de que existen políticas que incentivan la creación de empresas; además 46.7% afirman que para ser emprendedor hay que tener vocación; y por último, sólo 32.2% señalan que en las escuelas se enseña por ser emprendedor. Por lo que concluyeron que el desarrollo de las empresas es más por motivo de tradición familiar que por motivo de la incentivación y enseñanza en las universidades. También existe poca información respecto a la temática, ya que sólo el 38% de los entrevistados reportó conocimiento de los programas gubernamentales para el fomento de las empresas. Por último, el 70% de los entrevistados crearían o crearon sus empresas por necesidades del mercado y sólo un 11% por un desarrollo tecnológico propio o adquirido (Pérez, Oliver, Merrit, Márquez y León, 2006 cit. en Moreno y Espíritu, 2010).

A pesar de que México forma parte de América Latina, presenta ciertas diferencias con otros países del mismo continente (Kantis, Ishida y Komori, 2002):

- Las empresas son fundadas por un solo emprendedor.
- Las empresas más dinámicas o con mayor número de trabajadores son aquellas cuyo empresario tiene un nivel de formación elevado.
- Los emprendedores sólo inician una empresa, no experimentan.
- Poco más de la mitad de empresas de emprendedores pertenece a ámbitos locales, no zonas metropolitanas.
- Los emprendedores en México invierten menor cantidad en el primer año que el resto de Latinoamérica.
- El deseo de ser independiente es una motivación muy importante en los empresarios mexicanos, esto se interpreta por una mayor influencia de la cultura norteamericana en México.
- Los consumidores individuales finales constituyen una fuente más significativa de negocio en México, esto se explica por las ventas de las firmas del sector convencional creadas en ámbitos locales.
- Los emprendedores mexicanos reconocen la contribución de su núcleo social cercano y del apoyo institucional, ya que las cámaras empresariales son muy activas.
- Se cuenta como fuente de financiamiento los préstamos de parientes y amigos.
- El tiempo promedio de maduración hasta que nace la empresa está entre cuatro y seis años. Pero el tiempo para tomar la decisión final de iniciar la empresa es de un año, esto debido principalmente a la búsqueda de instalaciones adecuadas.
- Los emprendedores en México se encuentran con mayor competencia ya que es uno de los países que más rápidamente abrió su economía durante la década del noventa. Además la mayor competencia con la que se encuentran es la de los bienes importados.
- Es un gran problema el encontrar un gerente apropiado para la firma.

Fabre y Smith (2003) mencionan cuáles son los retos para el emprendimiento en México:

- El espíritu emprendedor abunda en México, pero es concentrado en un riesgo bajo y bajo valor agregado, agregando que los esfuerzos requieren las inversiones mínimas de capital. Así que el desafío en México debe motivar y permitir a la gente perseguir el valor agregado más alto del emprendimiento.
- El alto valor agregado en sectores económicos con alto crecimiento que atraen los esfuerzos de los emprendedores son diferentes a los que existen en EE. UU. Además de que las oportunidades de emprendimiento y los recursos para emprender un nuevo negocio son diferentes en México que en EE. UU.
- Pocas personas en México tienen ahorros personales significativos, por lo que la mayoría se obliga a encontrar un nuevo empleo rápidamente, y se forzar a aceptar puestos que no explotan totalmente sus capacidades. Este problema es agravado en México por el hecho que la mayor parte de familias son familias donde sólo una persona trabaja para mantener el hogar.
- La gente en México es relativamente incapaz de dejar el empleo existente para perseguir empresas con valor agregado.
- A menudo carecen de ahorros de retiro significativos, afrontan mercados de empleos inciertos y volátiles, y falta de la liquidez, los emprendedores en México tienden a seleccionar las oportunidades que pueden ser probadas rápidamente y con relativamente altas probabilidades de éxito.
- La escasez de capital de riesgo en México desalienta el esfuerzo emprendedor y cambia el foco de esfuerzo emprendedor hacia las empresas de riesgo bajo que pueden ser el flujo de dinero rápido.
- La escasez de capital de riesgo en México reduce los incentivos de empresarios para construir y documentar el desarrollo de las ganancias y brindar la transparencia que es demandada por los inversionistas.

- Oportunidades para evadir impuestos y otras regulaciones en México motivan a empresarios para adoptar prácticas no transparentes de negocio, haciéndolos poco atractivo a inversionistas de capital de riesgo.
- Oportunidades para invertir la capital de riesgo en negocios establecidos existen principalmente entre empresas medias y grandes y algún segmento de negocios pequeños y micro.
- Los esfuerzos emprendedores en México son impedidos por la falta de información de alta calidad además de oportuna sobre mercados, datos demográficos, competidores, precios y gastos.
- La desventaja de la información de México en la alta innovación de tecnología es una razón por la cual los esfuerzos acertados de investigación y desarrollo raras veces son comercializados.
- La falta de educación relevante al espíritu emprendedor es una causa importante de fracaso de negocio en México.
- Los altos niveles de tiempo y costo que requieren para legalmente iniciar un negocio desalientan a empresarios en México.

¿Cómo iniciar un negocio en México?

Anteriormente iniciar un negocio en México era un proceso complicado ya que se tenía que cumplir con numerosos trámites para obtener los permisos, las autorizaciones y los documentos necesarios. Los empresarios debían tratar con muchas dependencias de gobierno a nivel federal, estatal y municipal; además de que la redundancia en los trámites hacía que el proceso fuera largo y costoso. Como consecuencia de dichos trámites y costos, obligaban a algunos empresarios a claudicar y abandonar sus proyectos; otros más decidían continuar sin sujetarse a todos los trámites requeridos; de hecho, muchos terminaban desarrollando su actividad empresarial en el sector informal, al menos por algún tiempo

(Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económicos, 2016). Así mismo la informalidad era vista como una oportunidad (Jones, 2012).

Es por ello que surge la necesidad de crear un portal de ayuda a los emprendedores, con el objetivo de posicionará a México con los países de mejor rendimiento para la regulación para hacer negocios. El portal de negocios www.tuempresa.gob.mx simplifica y permite a los ciudadanos realizar en línea los trámites federales que se requieren para constituir una sociedad mercantil. Cabe señalar que está diseñado para brindar asistencia práctica a las personas que quieren iniciar una empresa comercial a través de las figuras de Sociedad Anónima y Sociedad de Responsabilidad Limitada; es decir emprendedores que emplearan a otras personas. (Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económicos, 2016).

Los pasos para constituir una empresa a través del portal son (Secretaría de Economía, 2016):

1. Registrarse: para lo cual únicamente se pide el nombre de la persona, correo y contraseña.
2. Seleccionar el nombre o denominación social.
3. Llenar los datos para constituir la empresa.
4. Pagar los derechos federales correspondientes.
5. Seleccionar un fedatario público y acudir a su oficina para formalizar la constitución de la empresa.

Al acudir con el fedatario, los documentos que el ciudadano obtiene son los siguientes:

- Estatutos de la empresa y acta constitutiva.
- Permiso de uso de nombre o denominación social.
- Aviso del permiso de uso de nombre o denominación social.
- Boleta de inscripción del acta constitutiva en el Registro Público de Comercio (RPC) correspondiente.
- Inscripción en el Registro Federal de Contribuyentes (RFC).

- Cita ante la Subdelegación del Instituto Mexicano del Seguro Social para recoger la Tarjeta de Identificación Patronal (Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económicos, 2016).

3.3 Conclusiones

En el capítulo se analizó el desarrollo del emprendimiento desde los contextos culturales, económicos y políticos. América Latina tiene altos niveles de emprendimiento debido a que se le ve como una solución al desempleo, sin embargo este tipo de emprendimiento es muy básico con poca innovación; esto se ve reflejado en México, el cual comparte dicha característica con los países vecinos, pero también es diferente en otros como se explicó al final del capítulo.

Por lo que se puede decir que México tiene un gran potencial para el desarrollo del emprendimiento, no obstante se enfrenta a grandes retos, principalmente al reto de la creatividad, innovación, mayor inversión y por lo tanto mayor riesgo. Es por ello la importancia de la presente investigación a fin de estudiar otras formas del emprendimiento en otros países. Cabe resaltar la importancia de no sólo adoptar modelos que hayan funcionado en otros países sino adaptar dichos modelos al país en cuestión.

Capítulo IV. Desarrollo del emprendimiento en China

第四章。
在中國創業發展

En el presente apartado se desarrollará la actividad emprendedora en China. Se iniciará hablando del fenómeno a nivel de Asia del Este, para señalar las similitudes que se comparten con China, así como conocer dónde radican sus diferencias. Posteriormente se hablará de la situación actual de China, tanto a nivel de su geografía, su población, sus indicadores económicos, entre otros. Para finalmente abordar específicamente el tema del emprendimiento en dicho país.

4.1 Aspectos generales

En el presente apartado se hablará de los aspectos generales tanto del emprendimiento en Asia del Este; como de la situación actual de China a nivel económico, social, político, entre otros. Con esto se pretende comprender mejor el emprendimiento en China, como lo son las causas, la historia, políticas implementadas, etcétera.

4.1.1 Contexto del emprendimiento en Asia del Este

Bell (1969) señala que el número de emprendedores asiáticos están asociados positivamente a grupos de las siguientes variables:

1. Un tipo primitivo de desarrollo identificado a partir del crecimiento de salarios dentro de la industria, de los impuestos de inversión, de la importancia relativa del sector público y del nivel de producción nacional bruta.
2. Una declinación del sector agrícola, una desaceleración de la expansión demográfica, la ampliación de la urbanización y el nivel de la educación de la población.
3. La importancia, la estabilidad y el aumento de las exportaciones al igual que una estabilidad relativa de precios.

Kantis, Ishida y Komori (2002) agregan que la gran mayoría de las nuevas firmas dinámicas se distinguen por equipos emprendedores con habilidades especializadas y complementarias, además de redes de contactos caracterizadas por su diversidad. Así mismo la experiencia laboral previa es clave en la acumulación de estas competencias y relaciones. El entorno de negocios ha resultado favorable para muchos de los nuevos emprendimientos, ya que pudieron explotar distintas oportunidades de negocio y acceder a un conjunto de fuentes de financiamiento públicas y privadas.

Un estudio realizado acerca de políticas de financiación del capital del riesgo en Singapur y Tailandia explica que aunque ambos gobiernos adoptaron un acercamiento de la intervención en el financiamiento de capital de riesgo, se demostró que Singapur es más acertado debido al empleo eficaz de innovación que financia la política en el proceso de desarrollo de su economía y además por sus vínculos de trabajo con empresas estadounidenses. Mientras que en el caso de Tailandia, se demostraron pobres redes de trabajo con redundantes organizaciones y/o agencias que compiten en el ofrecimiento de la innovación similar que financia esquemas (Wonglimpiyarat, 2013).

Kantis, Ishida y Komori (2002) proponen ciertas características de los emprendedores asiáticos:

- Equipos de emprendedores con capacidades y funciones complementarias fundan la mayoría de las empresas.
- Más de la mitad de los empresarios cuentan con experiencia laboral previa como empleados de firmas Pyme y/o en grandes corporaciones, especialmente de sectores similares o vinculados a la actividad que desarrolla la nueva empresa.
- En su mayoría se trata de egresados de carreras universitarias especialmente de ingeniería y administración de negocios.
- En promedio, por los 32 años de edad empezaron a planear la idea de ser empresario, pero no fue hasta los 34 o 35 que fundaron su primer negocio.

- El fundador típico de una nueva empresa proviene de un hogar de clase media o media-baja y su padre era empleado

Además en un estudio realizado por William y Jatusripatak (1994) dice que los emprendedores en países como Filipinas, Malasia y Singapur enfatizan más las características de los emprendedores como asumo del riesgo, mientras que en otros, como Tailandia, hace mayor énfasis en la innovación.

Así mismo existen características de las empresas propuestas por Kantis, Ishida y Komori, (2002):

- Poco más de la mitad pertenecen al sector basado en el conocimiento y el resto a sectores manufactureros convencionales.
- El 75% de las empresas están localizadas en áreas metropolitanas.
- En su mayoría se trata de empresas dinámicas cuyo comportamiento contrasta con el de las demás firmas de menor expansión (Kantis, Ishida, y Komori, 2002).

Según Kantis, Ishida y Komori (2002) el proceso emprendedor en Asia cuenta con tres etapas con características específicas:

1. La etapa de gestación del proyecto empresarial

La adquisición de la motivación y de las competencias para ser empresario es una combinación de propósitos de naturaleza individual y social. La necesidad de desarrollo personal y de contribuir a la sociedad a través de la creación de una empresa son los dos factores más importantes que llevan a emprender. Otro factor motivacional relevante es la existencia de modelos de empresarios ejemplares, en consecuencia muchos empresarios sintieron el deseo de seguir su ejemplo y de convertirse en empresarios. Además contaban con la aprobación de la familia y del entorno social; aunque existieron quienes se enfrentaron a comentarios negativos por el riesgo

asociado a la carrera empresarial, esto debido a las diferencias culturales aún entre los países del este de Asia.

La experiencia laboral es la principal fuente de adquisición de las competencias y de la motivación para ser empresarios, sin embargo la predisposición para trabajar duro es adquirida fundamentalmente a través de la familia. Sin embargo, pocos empresarios reconocieron el papel del sistema educativo en el aprendizaje de las competencias y de la vocación empresarial. Además la mayoría de las nuevas empresas comenzaron vendiéndoles a otras compañías, las redes personales y las empresas donde trabajaron previamente son las vías más frecuentes para identificar la oportunidad.

2. La etapa de la puesta en marcha

Para tomar la decisión final de emprender o no su negocio, los empresarios evaluaron una combinación de factores económicos y no económicos. Entre los no económicos se encuentra el contar con la información, tecnología y otros recursos físicos; mientras que las principales fuentes de financiamiento fueron los ahorros personales y, en menor medida, los fondos de parientes y amigos. El tiempo promedio para iniciar el negocio fueron de 23 meses.

3. La etapa de desarrollo inicial de la empresa

Al ingresar al mercado, la intensidad de la competencia es definida por la mayor parte de los emprendedores como elevada. Los préstamos de los bancos y de las instituciones públicas nacionales son las fuentes externas para financiar el capital del trabajo y la expansión durante los primeros años. Los principales problemas que enfrentan las nuevas empresas en sus primeros años de vida están relacionados con las áreas de marketing, por

ejemplo: conseguir clientes, manejar las relaciones con grandes clientes; recursos humanos, al contratar trabajadores calificados y gerentes; y finanzas, debido a que se debe financiar y administrar el flujo de la caja.

A pesar de las etapas bien definidas existen diversos problemas con relación al emprendimiento. Un problema detectado en Asia son las barreras administrativas en países de Asia Central ya que, a pesar de que se han hecho reformas, se lucha contra las sociedades democráticas construidas y el funcionamiento de los mercados. Mientras varios factores limitan el crecimiento y desarrollo en los países, altas barreras administrativas sofocan la entrada a los mercados y a la actividad económica; eso es la principal causa de molestia de los emprendedores en las economías de Asia Central. La comunidad de negocios en Asia Central sufre de excesivos requisitos reglamentarios y de concesión de licencias, inspecciones por una variedad de organismos, impuestos complejos y arbitrarios, sector financiero débil, y prácticas bancarias pobres. El problema sólo se ve agravado por la falta de voluntad de los gobiernos para reducir los obstáculos administrativos que dificultan la inversión y el comercio regional. Por otra parte, las barreras administrativas no sólo obstaculizan la capacidad de la comunidad de negocios para construir efectivamente las bases para la inversión extranjera directa, sino también intensifica las actividades del sector informal (Suhir y Kovach, 2003).

Se debe de considerar que el Estado tiene un rol muy importante en el emprendimiento ya que se argumenta que el patrón de gobierno específico de un estado empresarial combina el ejercicio de la iniciativa empresarial gubernamental con dimensiones institucionales, estructurales y espaciales diferentes para hacer frente a la evolución de los paradigmas tecno-económicos. La noción de Estado empresarial por lo tanto pone de relieve el papel del Estado en la formación y la coordinación de los sistemas nacionales de innovación. En conclusión, la transición a la estructura institucional de los estados empresariales constituye el reto del desarrollo importante para las economías de Asia oriental (Ebner, 2007).

Para solucionar dichos problemas se ha propuesto la inserción de las universidades en esta problemática según Wong, Ho y Singh (2011). Sin embargo la falta de investigación de la contribución de las universidades en las industrias limita la habilidad de los que crean las políticas para compartir con otros las lecciones de política y marcos institucionales relevantes para los roles de las universidades en sus sistemas de innovación nacionales.

Mientras muchos países asiáticos han implementado mejores nuevas iniciativas para fomentar las interacciones entre las universidades y las industrias, muchos otros aún no han hecho reformas en sus políticas. Y debido a la ausencia de familiaridad con los enfoques adoptados por otras economías asiáticas, la experiencia de los EE.UU. ha sido considerada como referencia por los encargados de las políticas en los continentes asiáticos como posibles modelos para adoptarlos en las reformas de los sistemas de las universidades en sus respectivos países en años recientes. Por lo que la falta de investigación en las experiencias de las universidades asiáticas no permite que se evalúen adecuadamente cuáles elementos de la comercialización de la tecnología de las universidades de EE.UU. son apropiados para su adopción en las universidades asiáticas (Wong, Ho y Singh, 2011)

Además algunos países como Hong Kong, Singapur, Taiwán y Corea del Sur han implementado sistemas nacionales de innovación a partir del fomento de la Investigación y desarrollo (I+D) y la investigación tecnológica. Además se caracteriza por la interacción entre el Estado, las industrias y las universidades en la promoción de la innovación (Mok, 2012).

Las políticas en Singapur lo han llevado desde una economía dirigida por la inversión extranjera hacia una economía dirigida por la innovación; enfatizando la construcción del capital intelectual y su comercialización para crear valor y trabajo. El rol de las universidades en Singapur ha sido reconocido por nutrir de talento, se ha dado una mayor importancia al rol de estimular el crecimiento económico a través de investigaciones relevantes de la industria, comercialización de

tecnología, *spin-offs* de alta tecnología, atracción de talento extranjero e inyección de espíritu emprendedor entre sus graduados (Wong, Ho y Singh, 2011).

En Taiwán se han establecido más de 160 universidades en las últimas dos décadas con la finalidad de satisfacer la demanda urgente de la educación superior. Con esta estrategia se pretende mejorar su competitividad global y regional a través de avance la investigación, el desarrollo y la innovación (Mok, Yu y Ku, 2013).

El caso en Japón ha sido similar, ya que existe una colaboración entre las universidades y las industrias; esto ha contribuido a la innovación de sistemas tanto a nivel nacional como a nivel regional. Esta colaboración se ha extendido por el país a través de la investigación conjunta y la investigación patrocinada. Dichas contribuciones hechas por universidades japonesas han sido resaltadas en varias políticas del gobierno, como el Plan Básico de Ciencia y Tecnología (Tanigawa, Sasaki y Takata, 2011).

4.1.2 Situación actual de China

Su nombre oficial es República Popular China. Es el tercer estado en extensión del mundo con 9 572 900 km², después de Rusia y Canadá. Está situada en el centro y este de Asia, limita al norte con Corea del norte, Rusia y Mongolia; al sur con Vietnam, Laos, Birmania, India, Bután y Nepal; al oeste con Pakistán, Afganistán y Rusia, y al este con los mares amarillo, de la China oriental y de la China meridional (mares menores del océano Pacífico) (Enciclopedia Britannica Publishers, 1992).

Es el país más poblado del mundo con 1 374 620 000 habitantes en 2015. Por lo que la densidad de población es de 144 habitantes por km². El idioma oficial de China es el chino mandarín. El total de residentes en viviendas particulares en China en 2013, se distribuye según su sexo en 697 280 000 de hombres (51.24%)

y 663 440 000 de mujeres (48.76%), lo que significa que la población masculina es mayoritaria (National Bureau of Statistics of China, 2016).

Ilustración 3: Localización geográfica de China



Fuente: Trails of Indochina (2016)

Según la edad en 2013, la población menor de 14 años era de 223 290 000 que representa el 16.4%, mientras que la que se encuentra en el grupo de 15 a 64 años era de 1 005 820 000 constituía el 73.9% y la población en edad avanzada era de 191 610 000 que representaba el 9.7% de la población total. Así mismo la

población se distribuye de acuerdo a su lugar de residencia, en la cual se ha observado una migración de las zonas rurales a las urbanas; siendo que en el 2013 el 53.73 % habitaba en zona urbana, mientras que el 46.27 % en zona rural (National Bureau of Statistics of China, 2016).

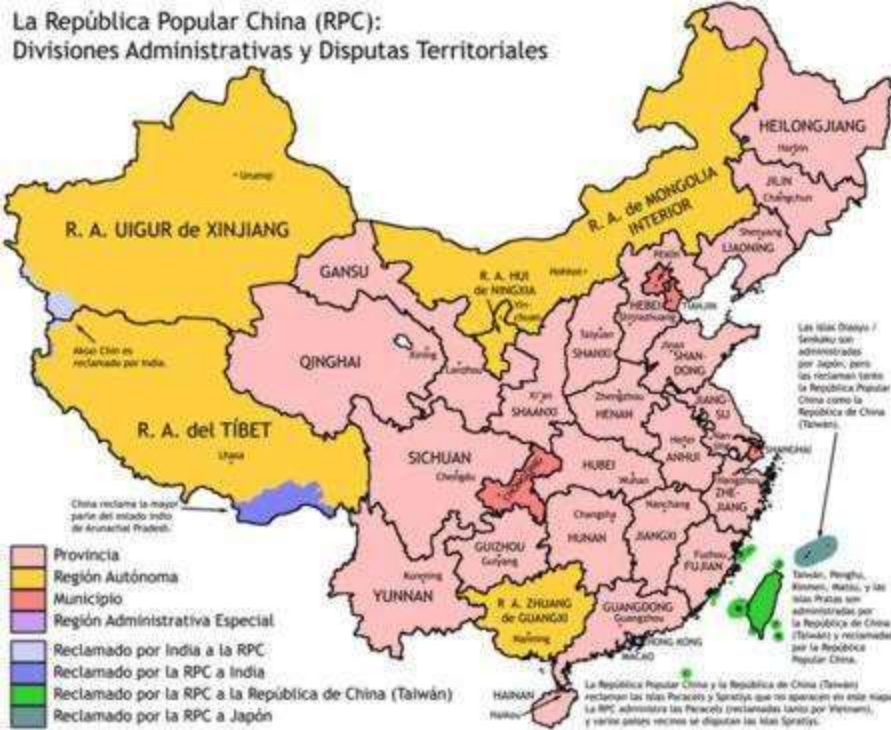
Tabla 7: Proporción de la población por su lugar de residencia

	Por su lugar de residencia			
	Urbana		Rural	
	Población	Proporción	Población	Proporción
2009	645120000	48.32%	689380000	51.66%
2010	669780000	49.95%	671130000	50.05%
2011	690790000	51.27%	656560000	48.73%
2012	711820000	52.57%	642220000	47.43%
2013	731110000	53.73%	629610000	46.27%

Fuente: Elaboración propia con base National Bureau of Statistics of China (2016).

China es un estado multinacional unitario, lo que implica una presunta libertad de acción local, un férreo centralismo administrativo acorde con la milenaria tradición imperial. Dentro de la organización territorial del Estado chino coexisten tres niveles administrativos: las 21 provincias, las cinco regiones autónomas (Mongolia Interior, el Tíbet, Xinjiang, Ningxia y Qinghai), y las tres municipalidades (Pekín, Shanghai y Tianjin). Las provincias y las regiones autónomas se subdividen en prefecturas, distritos y municipios. En cada nivel existen asambleas populares que eligen los órganos locales o de base, cuyos componentes escogen a su vez a los miembros de las instituciones de nivel superior, y así sucesivamente. La asamblea de cada nivel nombra un comité permanente que la representa entre sesiones y asume la administración de su circunscripción (Enciclopedia Britannica Publishers, 1992).

Ilustración 4: División Política de China



Fuente: Claudio (2016)

Su moneda es el yuan chino y pertenece al Diálogo de Cooperación Asiática (ACD), al grupo de las BRICS y G20, también es miembro del Fondo Monetario Internacional (FMI), Organización de las Naciones Unidas (ONU) y de la Organización de Cooperación de Shangái (OSC) (Expansión, 2016).

Tabla 8: Datos de China

Cuentas Nacionales - Gobierno			Precios		
PIB	2015	9.897.784 M.€	IPC General	abr-16	2,3%
PIB Per Cápita	2015	7.20 €	IPRI Interanual	abr-16	-3,4%

Deuda	2015	4.345.092 M.€	Mercado de dinero		
Deuda (%PIB)	2015	43,90%	Tipos de interés	23/10/2015	4,35%
Deuda Per Cápita	2015	3.16 €	Negocios		
Déficit	2015	-271.583 M.€	Doing Business	2016	84º
Déficit (%PIB)	2015	-2,74%	Vehículos / 1000 habitantes	2014	104,13
Gasto público (M.€)	2015	3.157.843,4	IPI Interanual	abr-16	6,0%
Gasto Educación (M.€)	1999	19.361,5	Producción anual de vehículos	2015	24.503.326
Gasto Educación (%Gto Pub)	1999	12,63%	Impuestos		
Gasto Salud (M.€)	2013	222.010,2	IVA General	01/01/2014	17,00%
Gasto Salud (%Gto Pub)	2013	12,63%	Comercio		
Gasto Defensa (M.€)	2014	150.245,4	Exportaciones	2015	2.050.427,2 M.€
Gasto Defensa (%Gto Pub)	2008	16,08%	Exportaciones % PIB	2015	20,72%
Gasto público (%PIB)	2015	31,91%	Importaciones	2015	1.515.954,0 M.€
Gasto público Per Cápita	2015	2.30 €	Importaciones % PIB	2015	15,32%
Gasto Educación Per Cápita	1999	15 €	Balanza comercial	2015	534.473,2 M.€
Gasto Salud Per Cápita	2013	163 €	Balanza comercial % PIB	2015	5,40%
Gasto Defensa Per Cápita	2014	110 €	Comercio Minorista Interanual	abr-16	10,1%
Rating Moody's	02/03/2016	Aa3	Socio-Demografía		
Rating S&P	16/12/2010	AA-	Población	2015	1.374.620.000
Rating Fitch	26/11/2015	A+	Densidad	2015	144
Índice de Corrupción	2015	37	IDH	2014	0,727

Ranking de Competitividad	2016	28°	Ranking Paz Global	2015	124°
Índice de Fragilidad	2015	76,4	Ranking de la Brecha de Género	2015	91°
Ranking de Trans.	2013	73°	Ranking	2015	52°
Mercado Laboral			Tasa Natalidad	2014	12,40‰
Ranking	2015	64°	Índice de Fecundidad.	2014	1,56
SMI	2013	170 €	Tasa mortalidad	2014	7,20‰
Mercados - Cotizaciones			Esperanza de vida	2014	75,78
Euro / Yuanes chinos	07/06/2016	74,579	Número de Homicidios	2012	11.286
Bolsa (Var. este Año %)	08/06/2016	-15,20%	Homicidios por 100.000	2012	0,82

Fuente: Expansión (2016)

4.2 Emprendimiento en China

Las economías en transición se caracterizan a menudo por las instituciones formales subdesarrollados, a menudo resulta en un ambiente inestable y la creación de un vacío normalmente ocupados por los informales. Los emprendedores en entornos de transición por lo tanto se enfrentan a una mayor incertidumbre y mayor riesgo de sus similares en economías desarrolladas (Puffer, McCarthy y Boisot, 2009).

El emprendimiento chino se desarrolló sin la ayuda institucional del Estado. Muchos emperadores en lugar de alentar el emprendimiento, desalentaban las actividades de los emprendedores. También el partido comunista de China reemplazó el emprendimiento con un sistema de producción y cooperación. Fue hasta 1979, que el Estado de China promovió oficialmente la política que permitía al emprendimiento contribuir al desarrollo económico, no como un reemplazo de la

planeación, más bien como un suplemento de la economía socialista; una vez legalizadas las reformas regulatorias del emprendimiento, existían más de un millón de emprendedores en China en 1980. Sin embargo el emprendimiento existía principalmente en las zonas rurales, eso explicaba la falta de investigación y desarrollo en las primeras actividades emprendedoras (Dana, 1999)

Otro punto importante a considerar en la historia del emprendimiento en China es que los emprendedores chinos en la parte Sudoeste de Asia eran frecuentemente forzados a iniciar sus negocios como consecuencia de su estatus de minoría, por lo que fracasaban en sus empresas y existían disparidades significativas dentro de las comunidades chinas (Menkhoff y Gerke, 2003).

Sin embargo para conocer la situación actual del emprendimiento en China se debe realizar un análisis de la historia del emprendimiento en China. Yang y Li (2008) después de una exhaustiva revisión de literatura proponen un modelo de tres fases del desarrollo del emprendimiento y las transiciones del mercado en China:

- Fase I: se define como “el principio de la transición del mercado”, es un período en que domina los modos basados en las relaciones y la transacción personalizada. La economía de China durante este período, (la cual estuvo caracterizada por mercados subdesarrollados, estructuras de capital débil, los derechos de propiedad intelectual sin definir, y la alta incertidumbre institucional) crearon un entorno donde las relaciones personales, los vínculos *guanxi* y las relaciones entre firmas gozaron de las ventajas en la competencia. Pero no sólo eran oportunidades sino también existían obstáculos; ya que dependía del emprendedor para obtener financiación y otros recursos necesarios. Por lo que la adopción de formas de organización híbridas y construir relaciones de trabajo con otras firmas o con el gobierno local fueron medios de gran ayuda para los emprendedores para ganar recursos y reducir la incertidumbre, logrando un mejor desempeño de las firmas emprendedoras.

- Fase II: fue nombrada “etapa temprana de transición del mercado”. Fue una etapa tardía basada en las relaciones, al igual que la primera, con estructura personalizada y una etapa temprana basada en las reglas; además tuvo una estructura impersonal. Los mercados y las instituciones estaban en desarrollo; también existía falta de apoyo e industrias relacionadas, los consumidores locales carecían de sofisticación y no estaban establecidos los nombres de las marcas locales y la lealtad de los clientes. La relación precio, volumen, costo e imitación fueron la base de la competencia. En consecuencia, el emprendimiento estaba enfocado a la búsqueda de oportunidades para reducir costos, por lo que la nueva empresa debía tener ventajas para competir en la relación precio y volumen.
- Fase III: esta fase conocida como la “finalización de transición del mercado”, es un período donde los modos basados en las reglas y las transacciones impersonalizadas comienzan a dominar el mercado, parecido a las economías más avanzadas. Se esperaba que los mercados y las instituciones estuvieran totalmente desarrolladas durante este periodo, llevando a los empresarios locales a haber desarrollado sus capacidades tecnológicas y la brecha técnica entre los empresarios locales y los multinacionales hayan sido reducidos considerablemente. Los clientes en China llegarían a ser sofisticados y diversos, requiriendo que las compañías ofrezcan productos innovadores y diferenciados para cubrir sus necesidades. Al mismo tiempo, el apoyo y la relación entre las industrias estarían muy bien establecidos. Además durante esta fase, las ventajas competitivas para explorar las oportunidades emprendedoras serían más propensas a ser construidas en torno a las innovaciones en los productos, procesos o modelos de negocios.

Las instituciones que han influido en el emprendimiento están experimentando una transformación significativa en China. Durante la época de Mao Tse-Tung, la empresa privada era virtualmente erradicada y era un tabú político. Como resultado en los datos económicos a nivel macro, se ha producido una evolución de las instituciones favorable a los emprendedores en el país. Una constelación de

factores relacionados con la integración global de China está impulsando a través de cambios fundamentales en las instituciones relacionadas con el espíritu emprendedor chino. Las lógicas o estructuras de gobierno y organización de los principios relacionados con el emprendimiento están cambiando rápidamente en el país (Kshetri, 2007).

Liao y Sohmen (2001) proponen tres tipos de emprendimiento:

1. Este primer tipo ocurre antes de la reforma. Consistía en una pequeña escala de actividades en comercio y servicios como vendedores en las calles. Se puede considerar más como auto empleo que como emprendimiento. Principalmente eran las personas de bajo nivel social y educación, o incluso inmigrantes ilegales que iniciaban sus negocios debido a que eran excluidos del sistema.
2. Este segundo grupo emergió después de 1980, eran individuos que contaban con mayor educación, frecuentemente eran ingenieros o gerentes y operaban en larga escala en todos los sectores, especialmente producción de insumos para grandes empresas.
3. El tercer tipo está constituido por aquéllos que cuentan una educación en el extranjero o chinos con educación que regresan a China para empezar sus propios negocios. Este tipo de emprendimiento ha sido recientemente evidente en el sector del Internet.

La empresa familiar emerge en la post-reforma de China, ya que el país abarca la transición socioeconómica y estructural a partir de una planificación centralizada a un sistema orientado al mercado. La familia tiene un papel activo en la formación de empresas y desarrollo en China. Las contribuciones importantes de las firmas de familiares aceleran el desarrollo del sector privado en todos los sectores sociales e industriales. Además la mayoría de las empresas pequeñas se centran en los sectores del comercio y la tecnología. Estos resultados sugieren que los empresarios están motivados por la necesidad de logro basado en el aprendizaje independiente y continuo en torno a un enfoque familiar. Los emprendedores chinos tienden a confiar en miembros de la familia tanto para establecer como

para desarrollar sus empresas; de hecho la mayoría de los empresarios emplea al menos a un miembro de la familia de tiempo completo en el negocio. También las finanzas familiares son la principal fuente de capital inicial (Pistrui, Huang, Oksoy, Jing y Welsch, 2001; Poutziouris, Wang y Chan, 2002).

A pesar de que las principales empresas emprendedoras son familiares, existen ciertas características con las que cumplen los emprendedores según Liao y Sohmen (2001), algunas de ellas son similares a los emprendedores del resto del mundo, sin embargo otras son únicas de los emprendedores chinos:

- La primera de ellas es asumir el riesgo; sin embargo en China al dejar el trabajo previo significa sacrificio; no sólo un ingreso estable, sino además cosas necesarias como la casa.
- Visión para los negocios es otra característica de emprendedores alrededor del mundo; sin embargo a falta de mucha educación, los emprendedores chinos tienen que esforzarse más para ser exitosos en esta parte.
- Otra característica de los emprendedores chinos es la agilidad política, ya que existe incertidumbre en la política debido al Estado comunista y, además, históricamente China ha sido impredecible. Otros factores importantes dentro de esta característica son la flexibilidad y la liquidez.
- También es necesaria una armonía interpersonal, además del *guanxi*. El *guanxi* es una construcción china indígena y se puede definir como una conexión personal informal, entre dos personas que están delimitadas por un contrato psicológico implícito para seguir la norma social de *guanxi*, tales como el mantenimiento de una relación a largo plazo, el compromiso mutuo, lealtad y obligación. Un *guanxi* también es caracterizado por la confianza mutua y el sentimiento desarrollado entre las dos partes a través de numerosas interacciones a partir del auto revelación, la reciprocidad dinámica y los principios de equidad a largo plazo (Chen y Chen, 2004).

La educación en el emprendimiento ha tenido un rol importante en las universidades de todo el mundo desde 1980's; sin embargo en el sistema educacional en China actualmente hace falta inculcar el espíritu innovador en los

estudiantes, así como difundir el emprendimiento entre ellos (Zhi-rong, 2006). Existen diferentes cursos que instruyen en el emprendimiento, sin embargo no es suficiente, se debe buscar promover la educación en el emprendimiento para estimular el espíritu emprendedor en la educación (Liu, Xi y Li, 2011).

Las firmas de negocios chinas han internalizado estrategias de Singapur, especialmente las relacionadas con los vínculos regionales, sociales y de negocios, así como el importante papel del emprendimiento en este proceso. El emprendimiento transnacional continúa teniendo un rol importante en la regionalización de las firmas familiares chinas de Singapur y otras naciones del Sudeste de Asia, dirigida por dos tipos de emprendedores: los emprendedores dueños de los negocios y los gerentes dentro de las empresas. Mientras que los emprendedores con negocios propios tienden a explotar sus relaciones sociales y de negocios para llevar sus negocios a través de las fronteras nacionales; los gerentes buscan el control administrativo y la autonomía conferida en ellos por sus jefes para así poner sus habilidades emprendedoras en sus países huéspedes (Yeung, 2003).

Los emprendedores chinos se han enfrentado a barreras del entorno para iniciar y tener éxito en sus negocios. El primer problema es la incertidumbre política y legal, ya que el gobierno ha promovido políticas para fomentar esta actividad pero ha sido de manera volátil; el segundo obstáculo es acceder a los recursos, especialmente a los relacionados con el financiamiento, la mano de obra calificada y la tecnología; la última barrera es considerada en el contexto social, ya que se atribuye un bajo estatus social a los negocios privados en China (Liao y Sohmen, 2001).

El éxito económico de China dio como resultado, en gran medida, la liberación del potencial inherente emprendedor en sus sectores de actividad. Se podría considerar que el renacimiento industrial de China ha dependido sustancialmente de la inversión de la diáspora china y el emprendimiento, y se cree que seguirá haciéndolo en el futuro previsible (Tracy y Lever-Tracy, 2003) Sin embargo, la educación en el emprendimiento en su conjunto sigue siendo un concepto

relativamente nuevo, así como en la práctica, en particular en el sector de la educación superior (Li, Zhang y Matlay, 2003).

En la actualidad, el espíritu empresarial ha sido reconocido como un elemento integral del avance económico. Los empresarios extranjeros también han creado recursos de capital para el talento chino, que antes tenía pocas opciones monetarias más allá de su familia y amigos. El auge de la alta tecnología ha afectado a China y nuevas empresas de Internet están apareciendo en las grandes metrópolis chinas. Así que si China sigue avanzando sin problemas hacia la modernización tecnológica y la innovación debe ser apoyada en gran medida con acontecimientos políticos y sociales; ya que un comportamiento con fines de lucro y empresas privadas son contradicciones en un Estado ideológico comunista (Liao y Sohmen, 2001).

Políticas para fomentar el emprendimiento en China

A causa de todo lo expuesto anteriormente el gobierno ha implementado políticas para fomentar el emprendimiento en China. El 16 de junio de 2015, el Consejo del Estado de China emitió un dictamen para potenciar el emprendimiento y la innovación (The State Council the People's Republic of China, 2016).

Ya que, debido a que las fuerzas que han impulsado tradicionalmente el crecimiento económico se están debilitando, es necesario intensificar la reforma estructural, aumentar los esfuerzos para aplicar la estrategia de búsqueda del desarrollo impulsado por la innovación, y todos los obstáculos institucionales se deben remover para dar paso a la iniciativa de emprendimiento e innovación (Idem).

Establece medidas específicas de apoyo al emprendimiento y a la innovación (Idem):

- El primer elemento es innovar los mecanismos institucionales del gobierno para facilitar la iniciativa emprendedora y la innovación. El objetivo es crear un mejor entorno para la competencia leal, la profundización de las reformas del sistema de negocios, el fortalecimiento de la protección de la

propiedad intelectual y el establecimiento de un mecanismo para la formación y contratación de profesionales calificados.

- Las organizaciones relacionadas con el gobierno optimizarán sus políticas financieras para apoyar el emprendimiento y la innovación. Además se fortalecerán las políticas de apoyo financiero.
- Se utilizarán mercados financieros para facilitar la financiación y la inversión, además se optimizará el mercado de capitales, y el gobierno fomentará a las organizaciones para recaudar fondos a través del mercado de bonos, y se estudiarán maneras prácticas para enlazar las compañías de Internet con compañías de alta tecnología para entrar en las bolsas especializadas en la categoría de mercado de la empresa en crecimiento. También se instará a los bancos a cooperar con otras instituciones financieras para ofrecer un apoyo especial a las firmas emprendedoras. El gobierno ayudará el desarrollo de las sociedades financieras de Internet y los proyectos financiados por la multitud.
- También se busca expandir la inversión para ayudar al desarrollo de las empresas de nueva creación. El gobierno establecerá un mecanismo para orientar la inversión de los empresarios y ampliar los canales para los empresarios para recaudar fondos. También animará a las empresas del Estado para invertir en empresas de nueva creación, e impulsar la inversión en ambos proyectos innovadores nacionales e internacionales.
- El desarrollar servicios para ayudar al emprendimiento y a la innovación es otro objetivo. Las incubadoras de empresas, organizaciones profesionales de terceros, Internet Plus servicios y otros nuevos servicios públicos deben ser priorizadas.
- Impulsar la creación de plataformas públicas para el emprendimiento y la innovación de masas. Las plataformas públicas para las tecnologías innovadoras y plataformas regionales son muy recomendables.
- Inspirar a la gente para innovar. El gobierno alienta al personal de investigación, los graduados universitarios y los que regresaron del extranjero, así como expatriados para iniciar sus propios negocios en China.

Los estudiantes universitarios se les proporcionará servicios de consultoría, personal profesional y el apoyo financiero al abrir sus negocios. Bases de innovación se construirán en el extranjero para ayudar a poner en servicio la experiencia extranjera de los trabajadores y estudiantes chinos.

- Además se busca impulsar el emprendimiento en las zonas rurales para aumentar el empleo. El gobierno va a apoyar el desarrollo del comercio electrónico en las zonas rurales, y animar a los residentes rurales para abrir negocios en sus lugares de origen y optimizar los servicios públicos al emprendimiento en las zonas rurales.
- Los organismos gubernamentales relacionados deben fortalecer su liderazgo y coordinarse entre sí para supervisar y aplicar políticas y medidas mencionadas antiguos.

¿Cómo iniciar un negocio en China?

Los pasos a seguir para iniciar un nuevo negocio en China, al cual se le conoce con el nombre de la estructura legal de Sociedad de Responsabilidad Limitada, son los siguientes (World Bank Group, 2016):

1. Obtener un aviso de pre-aprobación del nombre de la empresa. Esta solicitud debe ser firmada por todos los accionistas de la compañía. Esta etapa no tiene costo alguno y el tiempo necesario es de un día si se hace de manera presencial, sin embargo si se realiza vía correo, fax, correo electrónico u otros medios, la propuesta será aprobada o rechazada dentro de 15 días.
2. Solicitar la certificación de registro “licencia comercial de la persona jurídica de la empresa” con SAIC (ventanilla única), el certificado de la organización del código es emitido por la Oficina de Supervisión de Tecnología y de Calidad y el registro para el impuesto estatal y local con la oficina de impuestos. Esta segunda etapa tampoco presenta cargo alguno pero su duración es de 11 días en promedio.

3. Obtener la aprobación para hacer un sello de la empresa desde el departamento de policía. Esta operación es gratuita y tiene una duración de 2 días.
4. Hacer un sello de la empresa. Su costo varía de 200 a 500 yuanes y su duración es de 2 días.
5. Pagar la cuota para el certificado del código de organización emitido por la Oficina de Supervisión de Calidad y Tecnología en el momento de recogerlo. Si es una micro y pequeña empresa se encuentra exenta de dicho cargo y su duración es de 2 días.
6. Registrar la empresa en la oficina local de estadística. Tampoco presenta costo alguno y para realizarlo es necesario 1 día.
7. Abrir una cuenta bancaria de la empresa y depositar el capital registrado. La apertura de la cuenta no tiene costo alguno y su duración es de un día simultáneo con el trámite anterior.
8. Solicitar la autorización para imprimir o comprar facturas / recibos financieros el cual no presenta cargo alguno pero tiene una duración de 10 días.
9. Facturas de compra uniforme. También las micro y pequeñas empresas se encuentran exentas de costos y su duración es de un día.
10. Solicitar el registro de reclutamiento con el Ministerio de Recursos Humanos y Seguridad Social, esto se hace dentro de los 30 días de la contratación de empleados no tiene cargo alguno y el trámite se realiza en un día.
11. El registro en el Centro de Seguro de Bienestar Social también se hace dentro de los 30 días de la creación de la compañía y es un servicio de seguridad social para los empleados. No tiene costo y el trámite se realiza simultáneo con el trámite anterior.

4.3 Conclusiones

En el presente capítulo se ha observado el desarrollo del emprendimiento desde los contextos culturales, económicos y políticos; se analizó el emprendimiento en

Asia del Este, donde se pretende un emprendimiento basado en innovación y desarrollo de nuevos productos; por lo que China busca continuar con esta tendencia, por lo que se han creado políticas que motiven el emprendimiento con un enfoque creativo, sin embargo su historia ha sido motivo para obstaculizar dicha meta. Por lo expuesto anteriormente se puede concluir que China tiene potencial para el desarrollo del emprendimiento; sin embargo se enfrenta a grandes retos, ya que por la historia y el entorno sociocultural, debe de cambiar la mentalidad de la sociedad para crear nuevos emprendedores que asuman riesgos e inicien nuevas empresas.

Capítulo V. Metodología y resultados del emprendimiento en México y China

第五章。

在墨西哥和中國
創業的方法和結果

En este capítulo se describirá la metodología a utilizar en este trabajo de investigación. Primeramente se describirán las variables y los indicadores que medirán dichas variables. Cabe señalar que los tanto los datos como las definiciones fueron obtenidos de fuentes reconocidas a nivel internacional, como lo son el Banco Mundial (BM) y su división de *Doing Business*; así como del Monitor Global de Emprendimiento (GEM). Posteriormente se hablará del Modelo de regresión de mínimos cuadrados, que es la propuesta metodológica que se empleará en la investigación, así mismo se mencionará los datos de panel a utilizar. Finalmente se escribirán las conclusiones.

5.1 Variables y sus indicadores.

Para realizar los cálculos correspondientes según la metodología se consideraron las siguientes variables obtenidas de una previa revisión de la literatura; así como sus indicadores. Además los datos de los indicadores fueron obtenidos de fuentes internacionalmente validas, confiables y objetivas; como lo son el Monitor Global de Emprendimiento (GEM) y el BM:

Tabla 9: Variables y sus indicadores

Variable dependiente	Dimensión	Variables independientes	Indicadores
Total de la actividad emprendedora	Económica	Inversión para iniciar un negocio	Porcentaje del ingreso per cápita por iniciar un negocio
	Del entorno	Programas gubernamentales	Índice de programas gubernamentales
	Personales	Oportunidades percibidas	Tasa de oportunidades percibidas
	Tecnología	Patentes	Número de solicitudes de patentes

Fuente: Elaboración propia con base en el marco teórico (2016).

A continuación se hará una breve descripción de las variables así como de sus indicadores. Cabe mencionar la existencia de cuatro dimensiones que serían la económica, del entorno, personal y tecnológica. Cada dimensión tiene tres o cuatro variables que la caracterizan:

VARIABLE DEPENDIENTE:

Total de la actividad emprendedora: se define como las personas que son emprendedores nacientes, es decir, se encuentran actualmente en convertirse en un empresario, es decir, que participan activamente en la creación de una empresa, de la cual tendrán propiedad o co-propiedad; este negocio no ha pagado los sueldos, salarios, o cualquier otro pago a los propietarios durante más de tres meses; y que son propietarios y administradores de un nuevo negocio, que ya ha pagado salarios, sueldos o algún otro pago a los propietarios por más de 3 meses pero no más de 42 meses. Es medido a través de la **tasa del total de la actividad emprendedora en etapa temprana** la cual es el porcentaje de la población de entre 18 a 64 años que cumplen con las características anteriormente descritas (GEM, 2016).

VARIABLES INDEPENDIENTES:

DIMENSIÓN ECONÓMICA:

Inversión para iniciar un nuevo negocio: se registra como un porcentaje de los ingresos de la economía per cápita. Incluye todas las tarifas oficiales y los honorarios por servicios legales o profesionales si los servicios son requeridos por la ley o comúnmente utilizados en la práctica. Las tarifas para la adquisición y legalización de libros de la empresa se incluyen si estas transacciones son requeridas por la ley. Aunque el registro impuesto sobre el valor añadido puede ser considerado como un procedimiento separado, impuesto al valor agregado no es parte del costo de incorporación. El derecho de sociedades, el código de comercio y los reglamentos y las tablas de tasas específicas se utilizan como fuentes para el cálculo de los costes. En ausencia de tablas de tarifas, la estimación de un funcionario del gobierno se toma como una fuente oficial. A falta de estimación de un funcionario del gobierno, las estimaciones se utilizan por los abogados de incorporación. Si varios abogados de incorporación proporcionan diferentes estimaciones, el promedio de dichos

valores. En todos los casos el coste excluye sobornos (World Bank Group, 2016).

DIMENSIÓN DEL ENTORNO:

Programas gubernamentales: es la ayuda que se ofrece por medio de programas. Se mide a partir del **índice de programas gubernamentales**, que se refiere a la presencia y calidad de los programas que asisten directamente a las MiPyMe's en todos los niveles de gobierno (nacional, regional, municipal) (Global Entrepreneurship Monitor, 2016).

Apoyo gubernamentales y políticas: son todos los subsidios y apoyos por parte del gobierno para fomentar el emprendimiento. Se mide a partir del **índice de apoyo gubernamentales y políticas** que es el grado en que las políticas públicas apoyan el emprendimiento – el emprendimiento como una cuestión económica relevante (Global Entrepreneurship Monitor, 2016). Esta variable se utilizó para dar mayor solidez al modelo econométrico de China

DIMENSIÓN PERSONAL:

Oportunidades percibidas: emprendedores que ven buenas oportunidades para iniciar una empresa en la zona donde ellos habitan. Se mide a partir de **la tasa de capacidades percibidas** que es el porcentaje de personas de 18 a 64 años que ven buenas oportunidades para iniciar una empresa en la zona donde ellos habitan (Global Entrepreneurship Monitor, 2016).

DIMENSIÓN TECNOLÓGICA:

Patentes: es un proceso o producto que presenta una nueva manera de hacer algo o una nueva solución técnica a un problema; es medida a partir del **número de solicitudes de las patentes** que son las solicitudes de patente demostradas por medio del procedimiento del Tratado de Cooperación en materia de Patentes o en una oficina nacional de patentes por los derechos exclusivos sobre un invento (El Banco Mundial, 2016).

5.2 Metodología propuesta: Series de tiempo

Debido a que el objetivo principal de la investigación es identificar los factores determinantes de la actividad emprendedora en México y China durante el periodo 2005-2015, se eligió analizar los resultados mediante series de tiempo. Con el fin de explicar este método se hará primeramente mención al proceso estocástico o aleatorio que es una colección de variables aleatorias ordenadas en el tiempo; son estacionarios si su media y su varianza son constantes en el tiempo y si el valor de la covarianza entre los dos periodos depende sólo de la distancia o rezago entre estos dos periodos, y no del tiempo en el cual se calculó la covarianza; pueden ser proceso estocástico débilmente estacionario, estacionario covariante, estacionario de segundo orden o proceso estocástico en amplio sentido (Gujarati y Porter, 2010).

La estacionalidad son los ciclos u oscilaciones estrictamente periódicas debidas principalmente a las fluctuaciones en diferentes periodos del año. Si una serie de tiempo es estacionaria, su media, su varianza y su covarianza permanecen iguales, sin importar el momento en el cual se midan; es decir, son invariantes respecto del tiempo, y se dirá que exhibe un comportamiento estacional de un período determinado si existen similitudes en la serie cada número de intervalos determinados (Gujarati y Porter, 2010; Mogni, 2013).

Muchas series de tiempo observadas no cumplen con la característica de estacionariedad presentando una tendencia ya sea creciente o decreciente a lo largo del tiempo y con una clara inclinación a permanecer durante largos periodos por encima o por debajo de su media. A estas series de tiempo se les conoce como no estacionarias ya que tienen una media que varía con el tiempo o una varianza que cambia con el tiempo o ambas. La no estacionariedad en media nos dice que su valor medio cambia en el tiempo y como consecuencia presentan una tendencia a través del tiempo; además puede ser determinística, es decir, la media del proceso no estacionario puede ser determinada a través de una función que depende del tiempo. También puede ser no estacionario en la varianza y

autocovarianza. Debido a que las series de tiempo son utilizadas para los pronósticos, se desea saber si estos pronósticos son válidos cuando las series de tiempo sobre las cuales se basa no son estacionarias (Gujarati y Porter, 2010).

Un ejemplo clásico de series de tiempo no estacionarias es el modelo de caminata aleatoria (MCO) según Gujarati y Porter (2010). Existen dos tipos de caminatas aleatorias: la caminata aleatoria sin deriva o sin desvío, es decir, sin término constante o de intercepto; y la caminata aleatoria con deriva o con desvío, es decir, hay un término constante. Además se dice que existe un problema de raíz unitaria si se enfrenta a una situación de no estacionariedad. Por lo explicado anteriormente, se consideran sinónimos los términos de no estacionariedad, caminata aleatoria, raíz unitaria y tendencia estocástica.

Ahora bien surge la duda de ¿por qué las series de tiempo estacionarias son tan importantes? Porque si una serie de tiempo es no estacionaria, sólo podemos estudiar su comportamiento durante el periodo en consideración. Por tanto, cada conjunto de datos perteneciente a la serie de tiempo corresponderá a un episodio particular. En consecuencia, no es posible generalizar para otros periodos. Así, para propósitos de pronóstico, tales series de tiempo (no estacionarias) tienen poco valor práctico (Mogni, 2013; Gujarati y Porter, 2010).

Otro fenómeno importante a explicar dentro de las series de tiempo son las regresiones espurias ya que aunque un coeficiente sea significativo estadísticamente, con un valor de R^2 estadísticamente distinto a cero; no necesariamente se puede concluir que existe una relación significativa entre las variables dependientes e independientes; aunque se pensara que sí (Gujarati y Porter, 2010).

Con el fin de saber si una serie de tiempo es estacionaria o no se utilizan diversas pruebas entre ellas el análisis gráfico y la prueba del correlograma. La primera consiste en graficar la serie de tiempo, y observar a lo largo del periodo de estudio si tiene alguna tendencia, esta es una intuición para el comienzo de una prueba más formal de estacionariedad. Para comprender el segundo es preciso conocer

la función de autocorrelación (FAC) que es una prueba sencilla de estacionariedad y mide la relación estadística entre las observaciones de una serie temporal. Es igual a la covarianza en el rezago k entre la varianza y como la covarianza y la varianza se miden en las mismas unidades, ρ_k es un número sin unidad de medida, o puro. Se encuentra entre -1 y +1, igual que cualquier coeficiente de correlación. Si graficamos ρ_k respecto de k , la gráfica obtenida se conoce como correlograma poblacional (Gujarati y Porter, 2010).

Además para comprobar si la serie de tiempo se utilizará las siguientes pruebas descritas por Gujarati y Porter (2010).

- Prueba de normalidad de Jarque-Bera:

Es una prueba asintótica o de muestras grandes. También se basa en los residuos de MCO. Esta prueba calcula primero la asimetría y la curtosis de los residuos de MCO, con el siguiente estadístico de prueba:

$$JB = n \left[\frac{S^2}{6} + \frac{(K - 3)^2}{24} \right]$$

Donde n = tamaño de la muestra, S = coeficiente de asimetría y K = coeficiente de curtosis. Para una variable normalmente distribuida, $S = 0$ y $K = 3$. Por tanto, la prueba de normalidad JB constituye una prueba de la hipótesis conjunta de que S y K son 0 y 3, respectivamente. En este caso, se espera que el valor del estadístico JB sea igual a cero.

De acuerdo con la hipótesis nula, la cual afirma que los residuos están normalmente distribuidos, Jarque y Bera mostraron que asintóticamente, es decir, muestras grandes, el estadístico JB sigue la distribución ji cuadrada. Si el valor p calculado del estadístico JB es lo bastante bajo en una aplicación, lo cual sucederá si el valor del estadístico difiere en gran medida de cero, se puede rechazar la hipótesis de que los residuos están normalmente distribuidos. Pero si el valor p es razonablemente alto, lo cual

sucede cuando el valor del estadístico está cerca de cero, no rechazamos la suposición de normalidad.

- Prueba d de Durbin-Watson:

Es la prueba más conocida para detectar correlación serial. Se define como:

$$d = \frac{\sum_{t=2}^{t=n} (\hat{u}_t - \hat{u}_{t-1})^2}{\sum_{t=1}^{t=n} \hat{u}_t^2}$$

que es simplemente la razón de la suma de las diferencias al cuadrado de residuos sucesivos sobre la SCR. El numerador del estadístico d , el número de observaciones es $n - 1$ porque se pierde una observación al obtener las diferencias consecutivas.

Una gran ventaja del estadístico d es que se basa en los residuos estimados, que se calculan de manera rutinaria en los análisis de regresión. Debido a esta ventaja, es frecuente incluir el estadístico d de Durbin-Watson en los informes de análisis de regresión, junto con otros estadísticos de resumen, como R^2 , R^2 ajustada, t y F . Aunque el estadístico d se utiliza ahora en forma rutinaria, es importante observar los supuestos en los cuales se basa:

1. El modelo de regresión incluye el término del intercepto
2. Las variables explicativas, X , son no estocásticas, es decir, son fijas en muestreo repetido.
3. Las perturbaciones u_t se generan mediante el esquema autorregresivo de primer orden y no se pueden utilizar para detectar esquemas autorregresivos de orden superior.
4. Se supone que el término de error u_t está normalmente distribuido.
5. El modelo de regresión no incluye valor(es) rezagado(s) de la variable dependiente como una variable explicativa.
6. No hay observaciones faltantes en los datos.

- Prueba general de heteroscedasticidad de White:

El siguiente modelo de regresión con tres variables (la generalización al modelo con k variables es sencilla):

$$Y_i = \beta_1 + \beta_2 X_{2i} + \beta_3 X_{3i} + \dots + \beta_k X_{ki} + u_i$$

La prueba de White se procede de la siguiente forma:

1. Se estima la ecuación y se obtiene residuos u_i .
2. Se efectúa la siguiente regresión (auxiliar):

$$u_i^2 = \alpha_1 + \alpha_2 X_{2i} + \alpha_3 X_{3i} + \alpha_4 X_{2i}^2 + \alpha_5 X_{3i}^2 + \alpha_6 X_{2i}X_{3i} + v_i$$

Es decir, con el cuadrado de los residuos de la regresión original se hace la regresión sobre las variables o regresoras X originales, sobre sus valores al cuadrado y sobre el (los) producto(s) cruzado(s) de las regresoras. También puede introducirse potencias más altas de las regresoras. Observe que hay un término constante en esta ecuación, aunque la regresión original puede o no contenerlo. Obtenga R^2 de esta regresión (auxiliar).

3. Según la hipótesis nula de que no hay heteroscedasticidad, puede demostrarse que el tamaño de la muestra (n) multiplicado por R^2 obtenido de la regresión auxiliar asintóticamente sigue la distribución ji cuadrada con el gl igual al número de regresoras (sin el término constante) en la regresión auxiliar.
4. Si el valor ji cuadrada obtenido excede el valor ji cuadrada crítico en el nivel de significancia seleccionado, la conclusión es que hay heteroscedasticidad. Si éste no excede el valor ji cuadrada crítico, no hay heteroscedasticidad, la cual quiere decir que en la regresión auxiliar $\alpha_2 = \alpha_3 = \alpha_4 = \alpha_5 = \alpha_6 = 0$.

- Prueba RESET de Ramsey:

Es una prueba general de errores de especificación conocida como RESET (prueba del error de especificación en regresión). La versión más sencilla de la prueba es la siguiente:

$$Y_i = \lambda_1 + \lambda_2 X_i + u_{3i}$$

Donde Y = variable dependiente y X = variable independiente. Ahora al graficar los residuos de u_i obtenidos de esta regresión frente a Y_i , la estimación de Y_i de este modelo se obtiene una gráfica. Aunque $\sum u_i$ y $\sum u_i Y_i$ necesariamente son cero, los residuos en esta figura muestran un patrón en el cual su media cambia sistemáticamente con Y_i . Esto indicaría que si introdujéramos Y_i en alguna forma como regresora(s), debería incrementar R^2 . Y si el incremento en R^2 es estadísticamente significativo sugeriría que la función lineal de la variable dependiente estaba mal especificada.

Empero existe la transformación de las series de tiempo no estacionarias, depende de que las series de tiempo sean procesos estacionarios en diferencias (PED), el cual consiste en que si una serie de tiempo tiene una raíz unitaria, las primeras diferencias de tales series son estacionarias y como consecuencia la solución aquí es tomar las primeras diferencias de las series de tiempo; o bien pueden ser procesos estacionarios con tendencia (PET), que es estacionario alrededor de la línea de tendencia y por lo tanto, la manera más sencilla de convertir en estacionaria una serie de tiempo es hacer la regresión de ella sobre el tiempo y los residuos de tal regresión serán estacionarios (Gujarati y Porter, 2010).

Para llevar a cabo la serie de tiempo se debe considerar que existen modelos lineales en los parámetros, que pueden ser o no lineales en las variables según Gujarati y Porter (2010). Por lo que se debe mencionar que algunos modelos de regresión, incluyendo el presente, pueden ser no lineales en las variables pero si

lineales en los parámetros, o que pueden serlo mediante transformaciones apropiadas de las variables. A continuación se describirán algunos modelos.

1. El modelo lineal

Se le considera lineal cuando la esperanza condicional de Y es una función lineal de X_1 . Geométricamente la curva de regresión en este caso es una recta. También es cuando la esperanza condicional de $E(Y | X_1)$, es una función lineal de los parámetros, los β ; puede ser o no lineal en la variable X (Gujarati y Porter, 2010).

2. El modelo log-lineal, log-log o doble-log

Para explicar el siguiente modelo, se utilizara el modelo de regresión exponencial:

$$Y_i = \beta_1 X_i^{\beta_2} e^{u_i}$$

que también puede expresarse como:

$$\ln Y_i = \ln \beta_1 + \beta_2 \ln X_i + u_i$$

donde \ln = logaritmo natural (es decir, logaritmo en base e y donde $e = 2.718$). Si lo escribimos como:

$$\ln Y_i = \alpha + \beta_2 \ln X_i + u_i$$

donde $\alpha = \ln \beta_1$, este modelo es lineal en los parámetros α y β_2 , lineal en los logaritmos de las variables Y y X , y se estima por regresión MCO. Debido a esta linealidad, tales modelos se denominan modelos log-log, doble-log o log-lineales. Se utiliza el logaritmo para quitar la tendencia y homogeneizar información (Gujarati y Porter, 2010).

3. Modelos semilogarítmicos

Se les considera modelos semilog porque sólo una variable aparece en forma logarítmica. Un modelo en el cual la variable regresada es logarítmica se denomina modelo log-lin. Pero un modelo en el cual la variable regresada es lineal

pero la(s) regresora(s) es (son) logarítmica(s) se le conoce como un modelo lin-log (Gujarati y Porter, 2010).

4. Modelos recíprocos

Según Gujarati y Porter (2010) se les considera recíprocos a los modelos con la siguiente estructura:

$$Y_i = \beta_1 + \beta_2 \left(\frac{1}{X_i} \right) + u_i$$

A pesar de que este modelo es no lineal en la variable X porque entra inversamente o en forma recíproca, el modelo es lineal en β_1 y β_2 , y, por consiguiente, es un modelo de regresión lineal.

Este modelo tiene las siguientes características: a medida que X aumenta indefinidamente, el término $\beta_2 \left(\frac{1}{X_i} \right)$ se acerca a cero (siendo una constante) y Y se aproxima al valor límite o asintótico β_1 . Por consiguiente, algunos modelos contienen un valor asintótico o límite que tomará la variable dependiente cuando el valor de la variable X aumente indefinidamente.

5. El modelo logarítmico recíproco o log hipérbola

Tienen la siguiente forma:

$$\ln Y_i = \beta_1 - \beta_2 \left(\frac{1}{X_i} \right) + u_i$$

La característica de este modelo es que al principio Y se incrementa con una tasa creciente (mostrándose una curva convexa al inicio) y luego aumenta con una tasa decreciente (donde la curva se convierte en cóncava). Por consiguiente, este modelo sería apropiado para representar una función de producción de corto plazo (Gujarati y Porter, 2010).

Por todo lo expuesto en el presente capítulo se llegó a la conclusión de utilizar el método econométrico de series de tiempo, ya que es el modelo que ayudará a

lograr el objetivo de la investigación, además de que se podrán utilizar las variables independientes definidas. Se debe señalar que se utilizarán dos modelos de series de tiempo, uno para México y otro para China. También se utilizará un modelo log-lin, ya que en ambos modelos se utilizarán logaritmos tanto en la variable dependiente como en las independientes. Las pruebas que se utilizarán para verificar ambos modelos serán las de normalidad, autocorrelación, heterocedasticidad y de especificación Ramsey; para cumplir con los objetivos de la investigación.

5.3 Modelo econométrico

Este análisis pretende identificar la existencia de las causas que influyen el emprendimiento desde las dimensiones económicas, del entorno, personales y de la tecnología. Esto con la finalidad de comprender cuáles causas son importantes en el desarrollo del emprendimiento llevándose a cabo de manera asertiva y cuáles pueden mejorarse con el fin de dar propuestas con la finalidad de perfeccionar el fenómeno del emprendimiento en cada país.

Una vez explicada la metodología propuesta y llevada a cabo la recolección de los datos necesarios (la base de datos se puede encontrar en la parte de anexos, así como la gráfica que explique los mismos), se hizo uso del programa *Eviews* para realizar los procedimientos pertinentes. Debido a que se pretende analizar los países México y China durante el período 2005 - 2015, se utilizó el modelo de series de tiempo.

Se aplicaron pruebas para verificar los supuestos de normalidad, no autocorrelación, heterocedasticidad y especificación. Para ello se utilizaron las pruebas de Jarque-Bera, Durbin-Watson, White y RESET de Ramsey. Los resultados fueron las siguientes:

Tabla 10. Resultados de las pruebas del modelo econométrico

	Prueba	México	China
Normalidad	Prob. Jarque-Bera	0.955487	0.741468
	Curtosis	2.584043	3.193329
Autocorrelación	Durbin-Watson	2.536197	2.25539
Heterocedasticidad	White (Prob. F)	0.3819	0.9175
Especificación	RESET de Ramsey (1) (Estadístico F)	0.1918	0.9175

Fuente: Elaboración propia

Interpretando los resultados se puede observar que cumple con el supuesto de normalidad ya que la probabilidad de Jarque-Bera obtenida en ambos modelos es superior a 0.05. Cabe señalar que dentro de este supuesto también se observa la curtosis. La curtosis mide si la distribución normal es alta o baja (Gujarati y Porter, 2010), por lo que debe ser mayor a 3 debido a que mientras más baja indica que existe mayor número de datos alejados de la media. Por lo que los datos obtenidos muestran que los resultados están muy cerca de la media.

La prueba de Durbin-Watson a fin de cumplir con el supuesto de no autocorrelación, en ambos modelos se obtuvo un resultado cercano a 2 (México = 2.536197 y China = 2.25539), lo que indica que no hay autocorrelación de primer orden, positiva o negativa. En la prueba de White obtuvo 0.3819 y 0.9175 en México y China respectivamente, al ser mayores a 0.05 cumple con el supuesto. Finalmente se realizó la prueba de RESET de Ramsey, se obtuvo un valor F significativo, ya que es mayor a 0.05 en ambos modelos; de 0.1918 en el caso de México y de 0.9175 para China.

Incluso si los resultados alcanzados en esta investigación demuestran la importancia de los factores económicos, del entorno, personales y tecnológicos en el desarrollo del emprendimiento, no sugiere que todos ellos afecten a dicho

fenómeno de la misma manera. Así mismo se agregó la variable población para fortalecer el modelo, debido a que la variable de la dimensión personal se mide a través del porcentaje de personas de 18 a 64 años que cumplen con esta condición. Por lo que la variable población demuestra el porcentaje de la población dentro de este rango de edad. Además en el caso de China se agregó la variable Apoyo gubernamental para dar mayor solidez al modelo.

Otro punto importante a señalar es que se llevó a cabo utilizando un modelo log-lineal ya que para obtener los resultados se utilizó logaritmo en la variable dependiente, es decir, la actividad emprendedora y en la dimensión personal representada por la variable oportunidades para el caso de México. Mientras que en el caso de China únicamente se utilizó logaritmo en la variable dependiente o la actividad emprendedora; pero añadiendo la variable de apoyo gubernamental. Los resultados demuestran que todas las variables son significativas en ambos países. Ahora se procederá a explicar cada variable de cada país.

En la tabla 11 se presentan los resultados obtenidos en la presente investigación, considerando como variable dependiente el total de la actividad emprendedora. Como se puede observar se realizaron dos modelos econométricos, uno para cada país. En ambos casos se aplicó el logaritmo en la variable dependiente. Sin embargo en el caso de México se utilizó únicamente logaritmo en la variable independiente de patentes, mientras que en el caso de China se incluyó la variable de apoyo gubernamental.

Tabla 11: Resultados del modelo econométrico

Variable	México				China			
	Coefficiente	Estadístico t	Error estándar	Prob	Coefficiente	Estadístico t	Error estándar	Prob
Inversión para iniciar un negocio	0.10853	5.154255	0.021056	0.0036	0.286998	8.082585	0.035508	0.0013
Programas gubernamentales	-0.022169	-1.246274	0.017788	0.2679	0.849116	4.914521	0.172777	0.008
Oportunidades percibidas	0.048046	7.221376	0.006653	0.0008	0.030223	8.420461	0.003589	0.0011
Patentes	-3.650642	-11.36453	0.321231	0.0001	4.21E-06	7.552845	5.58E-07	0.0016
Población	126.9314	11.32347	11.20958	0.0001	66.34065	12.53054	5.294315	0.0002
Apoyo gubernamental					-0.57221	-4.652951	0.122978	0.0096
R ²		0.985317				0.964773		
R ² Ajustado		0.970634				0.911934		
Estadístico F		67.10654				18.25846		

Fuente: Elaboración propia.

En el caso de México se observó que el valor estadístico en la variable inversión para iniciar un negocio es de 5.154255, siendo superior al valor crítico de las tablas de la distribución *t-Student*, el cual para 10 grados de libertad y nivel de significancia de 0.05 es de 1.812, además de que el valor Prob es menor a 0.05 lo que indica que para la variable inversión para iniciar un negocio se rechaza la hipótesis nula de que $\beta \neq 0$ por lo que se concluye que la variable tiene un impacto en la variable de la actividad emprendedora a un nivel de 0.05. Además de que el signo del coeficiente es positivo lo que señala una relación positiva con la variable dependiente, es decir a mayor inversión para iniciar un negocio mayor actividad emprendedora.

Continuando con México se observó que el valor estadístico en la variable programas gubernamentales es de -1.246274, siendo inferior al valor crítico de las tablas de la distribución *t-Student*, el cual para 10 grados de libertad y nivel de significancia de 0.05 es de 1.812, además de que el valor Prob es mayor a 0.05 lo que indica que para la variable costo para iniciar un negocio se acepta la hipótesis nula de que $\beta \neq 0$ por lo que se concluye que la variable programas gubernamentales no tiene un impacto en la variable de la actividad emprendedora a un nivel de 0.05. Otro elemento importante es el signo en el coeficiente resultando negativo, lo que indica una relación inversa con la variable dependiente; es decir a mayor número de programas gubernamentales menor actividad emprendedora. Esto se contrasta con la teoría donde señala que a pesar de que existe un gran número de programas de emprendimiento por parte del gobierno no se les da seguimiento.

También en este país se observó que el valor estadístico en la variable oportunidades percibidas es de 7.221376, siendo superior al valor crítico de las tablas de la distribución *t-Student*, el cual para 10 grados de libertad y nivel de significancia de 0.05 es de 1.812, además de que el valor Prob es menor a 0.05 lo que indica que para la variable oportunidades percibidas se rechaza la hipótesis nula de que $\beta \neq 0$ por lo que se concluye que la variable oportunidades percibidos tiene un impacto en la variable de la actividad emprendedora a un nivel de 0.05.

La variable patentes de este país se observó que el valor estadístico es de -11.36453, siendo superior al valor crítico de las tablas de la distribución *t-Student*, el cual para 10 grados de libertad y nivel de significancia de 0.05 es de 1.812, además el valor Prob es menor a 0.05 lo que indica que para la variable patentes se rechaza la hipótesis nula de que $\beta \neq 0$ por lo que se concluye que la variable variables tiene un impacto en la variable de la actividad emprendedora a un nivel de 0.05. Sin embargo el signo del coeficiente es negativo lo que indica una relación inversa con la variable dependiente; es decir a mayor número de patentes menor actividad emprendedora. Lo descrito anteriormente tiene una relación con la literatura ya que señala que los negocios emprendidos en México son de bajo riesgo y hacen poco uso de la tecnología. Además de que tal parece que quien genera las patentes lejos de explotarla la vende a otra empresa ya constituida para que haga uso de ella.

Para concluir con las variables propuestas para el país de México se analizó la variable población. La cual obtuvo un valor estadístico de 11.32347, siendo superior al valor crítico de las tablas de la distribución *t-Student*, el cual para 10 grados de libertad y nivel de significancia de 0.05 es de 1.812, además de que el valor Prob es menor a 0.05 lo que indica que para la variable población se rechaza la hipótesis nula de que $\beta \neq 0$ por lo que se concluye que la variable población tiene un impacto en la variable de la actividad emprendedora a un nivel de 0.05. Y muestra un signo positivo en el coeficiente lo que indica una relación positiva con la variable dependiente, por lo que a mayor población mayor actividad emprendedora; al igual que las variables inversión para iniciar un negocio y oportunidades percibidas.

Concluyendo con la explicación del fenómeno del emprendimiento en México cabe señalar que el valor de R^2 es de 0.985317, lo que indica que el 98.53% de la actividad emprendedora es explicada por las variables propuestas y el resto, 1.47%, se explica mediante otras variables.

El caso en China difirió ya que se observó que el valor estadístico en la variable inversión para iniciar un negocio es de 8.082585, siendo superior al valor crítico de

las tablas de la distribución *t-Student*, el cual para 10 grados de libertad y nivel de significancia de 0.05 es de 1.812, además de que el valor Prob es menor a 0.05 lo que indica que para la variable ingreso a la economía por iniciar un negocio se rechaza la hipótesis nula de que $\beta \neq 0$ por lo que se concluye que la variable tiene un impacto en la variable de la actividad emprendedora a un nivel de 0.05. Además de que el signo del coeficiente es positivo lo que señala una relación positiva con la variable dependiente, es decir a mayor ingreso a la economía por iniciar un negocio mayor actividad emprendedora.

Continuando con México se observó que el valor estadístico en la variable programas gubernamentales es de 4.914521, siendo superior al valor crítico de las tablas de la distribución *t-Student*, el cual para 10 grados de libertad y nivel de significancia de 0.05 es de 1.812, además de que el valor Prob es mayor a 0.05 lo que indica que para la variable costo para iniciar un negocio se acepta la hipótesis nula de que $\beta \neq 0$ por lo que se concluye que la variable programas gubernamentales tiene un impacto en la variable de la actividad emprendedora a un nivel de 0.05. Otro elemento importante es el signo en el coeficiente resultando positivo, lo que indica una relación positiva con la variable dependiente; es decir a mayor número de programas gubernamentales mayor actividad emprendedora.

También en este país se observó que el valor estadístico en la variable oportunidades percibidas es de 8.420461, siendo superior al valor crítico de las tablas de la distribución *t-Student*, el cual para 10 grados de libertad y nivel de significancia de 0.05 es de 1.812, además de que el valor Prob es menor a 0.05 lo que indica que para la variable oportunidades percibidas se rechaza la hipótesis nula de que $\beta \neq 0$ por lo que se concluye que la variable oportunidades percibidos tiene un impacto en la variable de la actividad emprendedora a un nivel de 0.05. También el signo del coeficiente fue positivo, lo que indica que a mayor número de oportunidades percibidas existe una mayor actividad emprendedora.

La variable patentes de este país se observó que el valor estadístico es de 7.552845, siendo superior al valor crítico de las tablas de la distribución *t-Student*, el cual para 10 grados de libertad y nivel de significancia de 0.05 es de 1.812,

además el valor Prob es menor a 0.05 lo que indica que para la variable patentes se rechaza la hipótesis nula de que $\beta \neq 0$ por lo que se concluye que la variable variables tiene un impacto en la variable de la actividad emprendedora a un nivel de 0.05. El signo del coeficiente es positivo lo que indica una relación con la variable dependiente; es decir a mayor número de patentes menor actividad emprendedora.

También se analizó la variable población. La cual obtuvo un valor estadístico de 12.53054, siendo superior al valor crítico de las tablas de la distribución *t-Student*, el cual para 10 grados de libertad y nivel de significancia de 0.05 es de 1.812, además de que el valor Prob es menor a 0.05 lo que indica que para la variable población se rechaza la hipótesis nula de que $\beta \neq 0$ por lo que se concluye que la variable población tiene un impacto en la variable de la actividad emprendedora a un nivel de 0.05. Muestra un signo positivo en el coeficiente lo que indica una relación positiva con la variable dependiente, por lo que a mayor población mayor actividad emprendedora.

Finalmente se analizó la variable apoyo gubernamental de la dimensión del entorno para dar una mayor solidez al modelo. Esta variable obtuvo un valor estadístico de -4.652951, siendo inferior al valor crítico de las tablas de la distribución *t-Student*, el cual para 10 grados de libertad y nivel de significancia de 0.05 es de 1.812, además de que el valor Prob es menor a 0.05 lo que indica que para la variable Apoyo gubernamental se rechaza la hipótesis nula de que $\beta \neq 0$ por lo que se concluye que la variable apoyo gubernamental tiene un impacto en la variable de la actividad emprendedora a un nivel de 0.05. Sin embargo se obtuvo un signo negativo en el coeficiente lo que indica una relación negativa con la variable dependiente, por lo que a mayor apoyo gubernamental menor actividad emprendedora. Contrastando con la teoría que señala que la mayoría de las empresas creadas en China fueron debido a iniciativa privada.

Concluyendo con la explicación del fenómeno del emprendimiento en China cabe señalar que el valor de R^2 es de 0.964773, lo que indica que el 96.48% de la

actividad emprendedora es explicada por las variables propuestas y el resto, 3.52%, se explica mediante otras variables.

En conclusión, el total de la actividad emprendedora es explicada en su mayoría por las variables seleccionadas de diferentes dimensiones. Además se pudo verificar que un área de oportunidad tanto en el emprendimiento en México como en China. En México se resalta la necesidad de innovar o utilizar la tecnología para iniciar nuevas empresas, esto con la finalidad de volver más competente el emprendimiento. Mientras que en China el área de oportunidad es en el entorno, ya que es necesario propiciar un entorno que fomente el emprendimiento.

5.4 Comparación teórica entre emprendimiento de México y de China

El emprendimiento en México y China se ha desarrollado de manera diferente entre ambas naciones. Mientras que México ha tenido una historia pro emprendedora desde un punto de vista oportunista, sin embargo han existido factores político, económico y social donde se demuestra que existen más impedimentos que motivaciones, China ha observado ciertas limitantes institucionales por parte del Estado para llevar a cabo este fenómeno; sin embargo poco a poco se ha ido corregido para fomentar un emprendimiento más especializado.

Además de que socialmente el emprendimiento en México es observado para personas de un estatus más alto pero en China era relacionado con un estatus de minoría. Otro elemento importante en el emprendimiento chino es la importancia del vínculo *guanxi* que va más allá de las relaciones de negocios, está enfocado a ser amigos, después hablar de negocios y ya después se decidirá si hacen tratos o no; en México no existe una situación similar. La importancia de la familia se

debe de considerar además en el emprendimiento chino ya que aportan una parte importante en los sectores sociales e industriales.

En cuanto a las características de los emprendedores, existen mayores diferencias que similitudes entre ellos. Las similitudes son que ambos asumen riesgos y además la importancia del entorno político y económico. Las diferencias consisten desde el número de personas que crean el negocio, ya que en México está fundada únicamente por un emprendedor mientras que en China se crea a partir de una familia y tiene mucha importancia las relaciones interpersonales; hasta el tipo de negocio que se inicia, ya que en México se inician negocios de bajo riesgo con ganancias rápidas y en China se busca iniciar negocios en torno al internet y con un mayor riesgo. Otra diferencia notable es que los emprendedores chinos tienen una mayor educación. Una última diferencia, y no menos importante, es que el emprendimiento mexicano se lleva principalmente en las zonas rurales, mientras que el gobierno chino pretende fomentar el emprendimiento en estas áreas.

Por lo descrito anteriormente se pueden observar algunos retos para ambos países. El reto principal para México, como se pudo observar en esta investigación, es el de emprender en sectores económicos con alto crecimiento y con mayor valor agregado; no buscar emprender únicamente en negocios que aporten ganancias a corto plazo sino iniciar negocios que pueda atraer más en un futuro, esto únicamente se logrará con una mayor innovación en los nuevos negocios. Otro problema por resolver en México es su sistema político, ya que por factores como la corrupción, poca transparencia, no se genera un ambiente óptimo para el emprendimiento innovador con un mayor riesgo.

La situación en China es un poco diferente, ya que sus retos radican en innovar los mecanismos institucionales del gobierno y políticas financieras con el objetivo de promover el emprendimiento, aspecto que ya se ha ido mejorando en México. China es un país que, gracias a sus países vecinos como Singapur, Corea del Sur, Japón, busca emprender en el área de la tecnología e innovación. Otro reto

importante en este país asiático es el de la formación de emprendedores, es decir gente con iniciativa de crear nuevos negocios.

Si bien se observaron diferencias entre ambos países, también se observaron similitudes notables. A pesar de que tanto México como China han tratado de fomentar el emprendimiento se puede observar que han tenido fortalezas en algunos elementos pero también áreas de oportunidad. Por ejemplo en México existen instituciones y políticas que fomentan el emprendimiento además de personas con espíritu emprendedor, dispuestos a asumir riesgo; sin embargo no existe una tendencia a la innovación o a negocios de alto riesgo ni un ambiente propicio para llevarlo a cabo. La situación en China es opuesta, ya que se buscan negocios enfocados en la innovación y con alto riesgo; pero no se cuenta con instituciones y políticas que lo fomenten, por lo que existen pocos emprendedores.

5.5 Conclusiones y recomendaciones

En la presente investigación se han analizado elementos, tanto teóricos como prácticos, muy importantes que ayudan a comprender el fenómeno del emprendimiento en dos países: México y China. Por lo que ha manera de conclusión primero se hará mención de dichos elementos para posteriormente hablar de limitaciones en la investigación, así como de futuras líneas de investigación dentro de esta problemática.

El primer elemento a señalar es que el emprendimiento se encuentra en un contexto de globalización, por lo que tratar de entender este concepto únicamente como la creación de nuevas empresas es muy reduccionista; ya que esta nueva firma en algún momento dejaría de innovar por lo que podría desaparecer. Es el problema actual en México, ya que únicamente se busca crear nuevos negocios de bajo riesgo sin pensar en el futuro de estos, lo más importante es obtener ganancias lo antes posible (Fabre y Smith, 2003). Mientras que el emprendimiento

en países asiáticos, como China, buscan emprender en nuevos negocios, pero además se busca innovar en las firmas ya establecidas; esto con la finalidad de ser más competitivos a nivel internacional (Kantis, Ishida, y Komori, 2002).

Esta explicación está muy relacionada con la teoría adoptada para esta investigación, el emprendimiento estratégico (Hitt, Ireland, Camp y Sexton, 2001). La cual explica que la actividad emprendedora es mucho más compleja que sólo iniciar un negocio, desarrollar nuevos productos o aquellas definiciones descritas por los primeros autores de las corrientes del emprendimiento como lo fueron Schumpeter (1911) y Kirzner (1973); se trata de emprender no sólo al inicio de un negocio sino en todas las etapas de su desarrollo. Se explica como un proceso que incluye los elementos ya definidos por la teoría de la creatividad y del descubrimiento como es el uso adecuado de los recursos, el innovar, la búsqueda de oportunidades, todo esto dentro de un ambiente emprendedor. Por lo que dentro de un marco de globalización esta definición podría ser la más acertada al hablar de emprendimiento.

Una vez explicada la problemática y los aportes teóricos que se han hecho en torno a este tema se habló de la situación actual tanto en México como en China. Para entenderlo mejor se compararon con países semejantes, a México se le posicionó dentro de América Latina, con los países con los que tiene una mayor similitud en cuanto cultura y estilos de vida; y a China se le ubicó dentro de Asia del Este, ya que también comparte ciertas características.

En México se encontraron diferencias y similitudes con los países latinoamericanos, pero además se observó que comparte ciertos patrones con Estados Unidos de América, buscando seguir su modelo (Fabre y Smith, 2003). Algunas características distintivas de los emprendedores mexicanos son: negocios de bajo riesgo con ganancias inmediatas, poca búsqueda de financiamiento externo, sin experiencia previa en ese ámbito además poca preparación escolar, y con una mayor competencia ya que es un país que cuenta con una economía muy abierta al firmar muchos tratados internacionales; sin embargo los emprendedores reconocen que reciben apoyo de las instituciones gubernamentales y privadas

para lograr sus objetivos, así mismo cuentan con una serie de características personales que los identifica como emprendedores competentes (Kantis, Ishida y Komori, 2002).

Ante esta situación México se encuentra ante ciertos retos los cuales debe lograr para obtener un mayor crecimiento económico dentro de esta área, el reto más importante es el de formar empresas con un mayor riesgo y enfocado hacia la tecnología. Sin embargo esto únicamente se logrará con un trabajo en equipo por parte de las instituciones tanto públicas como privadas, ya que el gobierno debe ser el regulador de esta transferencia de tecnología de los sectores públicos, como son las universidades o centros de investigación, hacia los privados como lo son las empresas. Otra cuestión importante fue que los programas gubernamentales no influyen en el emprendimiento en muchos países, siendo el caso de México y China, como lo menciona Djankov, La Porta, Lopez-de-Silanes y Shleifer (2002).

El caso de China es un poco diferente ya que se encuentra en un contexto cultural incomparable. Cabe señalar que los países asiáticos se han distinguido por su gran desarrollo en ciencia y tecnología en los últimos años, de hecho a Japón se le ha considerado un país pionero en esta área, sin embargo el caso de China es un poco diferente por su recorrido histórico (Menkhoff y Gerke, 2003). Es importante enfatizar que China era un país comunista por lo que buscar independizarse de su empleo es un poco contradictorio a sus principios; además de que le es un poco imposible llegar a imaginar eso por su situación económica y laboral de largas jornadas con un salario mínimo. Por lo que buscan ser emprendedores dentro de su propia empresa, lo que se le conoce como *intrapreneurship*, esta característica forma parte de la teoría anteriormente explicada en el emprendimiento estratégico; por lo que buscan empleados cada vez más capacitados.

Sin embargo algunos de ellos se arriesgan a emprender, pero lo hacen de forma conjunta con la familia, de hecho un integrante de la familia se debe dedicar completamente a este nuevo negocio. Otro punto importante de este país, que se debería de implementar en México, es que buscan internalizar las políticas de

emprendimiento que han funcionado en sus países vecinos exitosos como ha sido Singapur, Corea del Sur, Japón, entre otros, no tratando de implementar tales políticas tal cual sino que adaptarlas a su cultura y a su población (Yeung, 2003). El reto para China se encuentra precisamente en formar más personas con espíritu emprendedor que arriesguen su situación actual, el gobierno chino ha tratado de impulsarlo a través de ejemplos exitosos, la mayoría de ellos dentro del sector del internet; así que tratan que la gente emprenda dentro de ese mismo ámbito, esto se pudo contrastar con la presente investigación ya que el apoyo gubernamental no resultó ser una variable significativa, mientras que la dimensión de la tecnología tuvo una gran importancia (Liao y Sohmen, 2001; Liu, Xi y Li, 2011).

Posteriormente al contrastar la teoría con un procedimiento cuantitativo, se encontraron resultados diversos. En primer lugar se buscaron variables que explicarían las dimensiones propuestas, una vez establecidas estas variables se buscó la metodología más adecuada para medirlo; fue por eso que se seleccionó una medida de series de tiempo. Sin embargo al hacer los cálculos correspondientes las respuestas diferían de la teoría o investigaciones realizadas anteriormente. En la dimensión económica resultó que a mayor inversión para iniciar un negocio, existe un mayor emprendimiento en ambos países. En cuanto a la dimensión del entorno se observó que los programas gubernamentales son estadísticamente significativos y tienen una relación positiva con el emprendimiento en China, sin embargo, en México no son significativos y tienen una relación negativa; por lo que a pesar de que existe un gran número de programas gubernamentales en México como lo señala Moreno y Espíritu (2010), estos no fomentan el emprendimiento en México. En China, a pesar de que no existe un gran número de programas porque es una actividad con un mayor auge recientemente, si fomentan el emprendimiento en este país.

La variable de la dimensión personal tuvo gran importancia en el emprendimiento, siendo estadísticamente significativa y con signo positivo, es decir, acertada para ambas países. La creación de patentes, en cuanto a la dimensión de tecnología,

resultó estadísticamente significativa, pero en el caso de México obtuvo un signo negativo lo que señala la poca importancia que tiene esta dimensión en la creación de nuevas empresas, como se pudo observar en algunos autores que señalan que los negocios son de bajo riesgo y poca inversión. Además se concluye que los desarrolladores de las patentes, lejos de comercializarlas e iniciar sus propios negocios, la venden a empresas ya constituidas.

En la dimensión del entorno se agregó la variable de apoyo gubernamental en China con la finalidad de profundizar en la explicación de esta dimensión del país. Se profundizó dentro de esta dimensión porque hasta los últimos años el gobierno buscó fomentar esta actividad. Lo relevante fue que los resultados lo comprueban, a pesar de que la variable fue significativa muestra una relación inversa con el emprendimiento. Esto se ve reflejado en que la mayor parte del financiamiento ha sido otorgado por iniciativa privada.

Una vez analizado las situaciones de ambos países cabe señalar algunas recomendaciones para ambos países. Por la parte de México se debería buscar emprender hacia el área de la tecnología o de empresas donde se haga uso de la investigación y desarrollo; esto se hará con una mayor inversión y un mayor riesgo, de acuerdo con Fabre y Smith (2003). Si bien no observará ganancias inmediatas pero un largo plazo tendrá mayores beneficios, esto considerando todas las ventajas con las que cuentan los emprendedores mexicanos tanto personales como del entorno, ya que favorecen dicho fenómeno, Además puede internalizar políticas de países exitosos en esta área pero adaptándolas al contexto mexicano, como lo ha hecho China (Yeung, 2003). Respecto a China se debería de buscar fomentar el espíritu emprendedor desde las universidades para que, al conocer los beneficios que existen para la sociedad, logren ser personas con ideas emprendedoras en diversas áreas (Liao y Sohmen, 2001).

Existieron algunas limitaciones dentro de esta investigación como lo fue que no se hizo diferenciación entre los tipos de industrias ni el tamaño de las mismas donde se llevaba a cabo el fenómeno. Por lo que podría ser una línea de investigación futura dentro de esta área. Así mismo, por falta de datos, se tomó un período de

tiempo relativamente corto donde no se podía observar con precisión la evolución del emprendimiento. Una última limitación fue que en China se dio mayor importancia a este tema en el año 2016, de hecho acaba de promulgar ciertas políticas en torno a esta temática, donde se busca una mayor innovación y una mayor participación por parte del gobierno.

Bibliografía y fuentes de información

書目和研究信息來源

- Acs, Z., & Amorós, J. (2008). Entrepreneurship and competitiveness dynamics in Latin America. *Small Business Economics*, 305-322.
- Acs, Z. J., & Audretsch, D. B. (2010). *Handbook of entrepreneurship research*. Dordrecht, Netherlands: Springer.
- Ács, Z., Szerb, L., & Autio, E. (2016). *Global Entrepreneurs Index 2016*. Washington: GEDI. Obtenido de Sitio web de GEI.
- Amorós, J., & Cristi, O. (2008). Longitudinal Analysis of Entrepreneurship and Competitiveness Dynamis in Latin America. *International Entrepreneurship and Management Journal*, 381-399.
- Aguilar, L. (2009). Políticas del cambio en educación y gestión de la innovación. *Innovar*, 9-24.
- Alvarado, O., & Rivera, W. (2011). Universidad y emprendimiento, aportes para la formación de profesionales emprendedores. *Cuadernos de Administración. Universidad del Valle*, 27(45), 61-74.
- Alvarez, S. (2004). Two Theories of Entrepreneurship: Alternative Assumptions and the Study of Entrepreneurial Action. *Group Entrepreneurship, Growth and Public Policy*, 1-43.
- Alvarez, S., & Barney, J. (2007). Discovery and creation: alternative theories of entrepreneurial action. *Organizações em contexto*, 123-152.
- Banco de México. (18 de Junio de 2016). *Glosario*. Obtenido de sitio web de Banco de México: <http://www.banxico.org.mx/divulgacion/glosario/glosario.html#l>
- Barney, J. (1986). Strategic Factor Markets: Expectations, Luck, and Business strategy. *Management science*, 1231-1241.
- Barney, J. (1991). Firm Resources and Sustained Competitive Advantage. *Journal of Management*, 17(1), 99-120.

- Barney, J. (2001). Is the resource-based "view" a useful perspective for strategic management research? Yes. *Academy of Management Review*, 41-56.
- Begley, T., & Tan, W.-L. (2001). The Socio-Cultural Environment for Entrepreneurship: A Comparison Between East Asian and Anglo-Saxon Countries. *Journal of International Business Studies*, 32(3), 537-553.
- Bell, P. (May de 1969). A quaitative Study of Entrepreneurship and Its Determinants in Asia. *The Canadian Journal of Economics/Revue canadienne d'Economique*, 2(2), 288-298.
- Bertoglio, O. J., y Johansen, O. (1982). Introducción a la teoría general de sistemas. Editorial Limusa.
- Bonilla, J. C. L. (2013). ¿ Nacen empresas de las actividades de fomento al espíritu emprendedor?: Un vistazo a empresas surgidas del Concurso Nacional de Emprendedores y el Programa de Formación en Espíritu Emprendedor del Instituto Tecnológico de Costa Rica. *Tec Empresarial*, 2(1), 16-27.
- Borjas, G. (2005). Mexican Entrepreneurship: A Comparison of Self-Employment. *National Bureau of Economic Research*, 123-158.
- Busenitz, L., & Barney, J. (1997). Differences between entrepreneurs and managers in large organizations: biases and heuristics in strategic decision-making. *Journal of Business Venturing*, 9-30.
- Cámara de Diputados del H. Congreso de la Unión. (2016). Artículo 16. *Código Fiscal de la Federación*, 11.
- Cantillon, R. (1755). *Essai sur la nature du commerce en generale*. London: Macmillan.
- Castillo, A. (1999). Estado del Arte en la Enseñanza del Emprendimiento. *INTEC-CHILE*, 1-21.

- Chen, X.-p., & Chen, C. (2004). On the intricacies of the Chinese Guanxi: A Process Model of Guanxi Development. *Asia Pacific Journal of Management*, 21, 305-324.
- China-Israel Investors Summit & B2B BIO Event. (1 de Junio de 2016). *Participants*. Obtenido de Sitio Web de Israel Innovation Authority: <https://www.b2match.eu/china-investors2016/participants?utf8=%E2%9C%93&q=INCUBATORS>
- Claudio, P. (01 de Junio de 2016). *China: el estado más poblado del mundo. Revolución China Mao Tse Tung*. Obtenido de Historia y Biografías: <http://historiaybiografias.com/china/>
- Coduras, A., Guerrero, M., & Peña, I. (2011). Emprendimiento corporativo en España. *GEM España-Fundación Xavier de Salas para la Dirección General de Política de la Pyme*, 1-66.
- Coraggio, J., & Cesar, R. (1999). ¿Qué debe hacer el gobierno local ante los grandes emprendimientos en el comercio minorista? *EURE*, XXV(75), 2-23.
- Dana, L. P. (1999). *Entrepreneurship in Pacific Asia. Past, Present and Future*. Singapur: World Scientific.
- Dana, L. P. (2001). The education and training of entrepreneurs in Asia. *Education + Training*, 43, 405-416.
- David, F. R. (2003). *Conceptos de administración estratégica*. Pearson Educación.
- De la Dehesa, G. (2000). Comprender la Globalización. *Revista del Ministerio de Trabajo y asuntos sociales*, 165-169.
- De la Fuente, S. (2011). Análisis factorial. *Universidad Autónoma de Madrid*, 2-34.
- Díaz, L. (2011). *El emprendimiento en México, una respuesta limitada para la formación empresarial*. México, D.F.: Universidad Nacional Autónoma de México.

- Díaz, P., & Fernández, P. (2002). Determinación del tamaño muestral para calcular la significación del coeficiente de correlación lineal. *Unidad Epidemiol. Clínica y Bioestad.*, 1-6.
- Dictionary.com. (2017). *Dictionary*. Obtenido de Definitions: <http://www.dictionary.com/>
- Djankov, S., La Porta, R., Lopez-de-Silanes, F., & Shleifer, A. (2002). The regulation of entry. *The quarterly Journal of economics*, 117(1), 1-37.
- Duarte Cuevas, F. (julio de 2007). Emprendimiento, empresa y crecimiento empresarial. *Contabilidad y negocios*(3), 46-56.
- Drucker, P. (1998). The discipline of innovation. *Harvard business review*, 76(6), 149-157.
- Ebner, A. (2007). Public policy, governance and innovation: entrepreneurial states in East Asian economic development. *International Journal of Technology and Globalisation*, 3(1), 103-124.
- Echeverri, H. (2009). Investigación sobre redes sociales y emprendimiento: revisión de la literatura y agenda futura. *Innovar*, 19-33.
- Economía 48. (2017). *La gran Enciclopedia de Economía*. Obtenido de Diccionario de Economía: <http://www.economia48.com/>
- El Banco Mundial. (19 de Junio de 2016). *Indicadores*. Obtenido de sitio web del Banco Mundial: <http://datos.bancomundial.org/indicador>
- Enciclopedia Britannica Publishers. (1992). *Enciclopedia Hispánica* (Vol. 5). Kentucky, Estados Unidos de América: Enciclopedia Britannica Publishers, INC.
- Expansión. (01 de Junio de 2016). *China: Economía y demografía*. Obtenido de Datos macro: <http://www.datosmacro.com/paises/china>

- Expansión. (29 de Mayo de 2016). *México: Economía y demografía*. Obtenido de Datos macro: <http://www.datosmacro.com/paises/mexico>
- Fabre, F., & Smith, R. (2003). Building an Entrepreneurial Culture in Mexico. *Nacional Financiera, SNC*, 1-58.
- Fontaine, P. (1999). Classical Political Economy between Two Fires: Jean-Baptiste Say and Frank H. Knight on the Enterprise Economy. *History of Political Economy*, 1-29.
- Formichella, M. (2004). El concepto de emprendimiento y su relación con la educación, el empleo y el desarrollo local. *Instituto Nacional de Tecnología Agropecuaria*, 1-35.
- Foss, N. (2011). Entrepreneurship in the Context of the Resource-based View of the Firm. *Perspective in Entrepreneurship*, 1-26.
- Gartner, W. (1988). "Who is an Entrepreneur?" Is the Wrong Question. *ET&P*, 47-67.
- GEM. (2015). *Global Entrepreneurship Monitor*. Recuperado el 16 de Julio de 2015, de Global Entrepreneurship Monitor Key indicators: <http://www.gemconsortium.org/data/key-indicators>
- Global Entrepreneurship Monitor. (18 de Junio de 2016). *Key Indicators*. Obtenido de sitio web de Global Entrepreneurship Monitor: <http://www.gemconsortium.org/data/key-indicators>
- Gobierno de México. (29 de Mayo de 2016). *Tratado de Asociación Transpacífico*. Obtenido de sitio web de gob.mx: <http://www.gob.mx/tpp>
- Gómez, O. (2008). Medición de la Capacidad Emprendedora de ingresantes a la Facultad de Ingeniería. *Industrial Data*, 11(2), 18-23.
- Gujarati, D., y Porter, D. (2010). *Econometría* (Quinta ed.). México, D.F.: Mc Graw Hill.

- Guzmán Vásquez, A. (2008). Emprendimiento social - revisión de literatura. *Elsevier*, 24(109), 105-125.
- Hayek, F. (1968). *Economic Thought VI: The Austrian School*. New York: McMillan.
- Hernández, R., Fernández, C., & Baptista, P. (2010). *Metodología de la investigación* (Quinta ed.). México, D.F.: Mc Graw Hill.
- Hernández Y Rodríguez, S. (2006). *Introducción a la Administración*. México D.F.: Mc Graw Hill.
- Herrera, C., y Montoya, L. (2013). El emprendedor: una aproximación a su definición y caracterización. *Punto de vista*, IV(7), 7-30.
- Hitt, M., Ireland, R., Camp, S., & Sexton, D. (2001). Guest editors' Introduction to the special issue Strategic Entrepreneurship: entrepreneurial strategies for wealth creation. *Strategic Management Journal*, 22, 479-491.
- INEGI. (29 de Mayo de 2016). *Principales resultados de la Encuesta Intercensal 2015 Estados Unidos Mexicanos*. Obtenido de sitio web del Instituto Nacional de Estadística y Geografía: http://www.inegi.org.mx/est/contenidos/proyectos/encuestas/hogares/especiales/ei2015/doc/eic2015_resultados.pdf
- INEGI. (2012). *Instituto Nacional de Estadística y Geografía*. Recuperado el 10 de Julio de 2015, de Esperanza de vida de los negocios en México: <http://www.inegi.org.mx/inegi/contenidos/investigacion/Experimentales/Esperanza/default.aspx>
- Ireland, D., Hitt, M., & Sirmon, D. (2003). A Model of Strategic Entrepreneurship: The Construct and its Dimensions. *Journal of Management*, 963-989.
- Ireland, R., Hitt, M., Camp, S., & Sexton, D. (2001). Integrating entrepreneurship and strategic management actions to create firm wealth. *ACAD MANAGE PERSPECT*, 49-63.

- Iversen, J., Jorgensen, R., & Malchow-Moller, N. (2008). Defining and measuring entrepreneurship. *Foundations and Trends in Entrepreneurship*, 1-63.
- Jones, V. (2012). Entrepreneurship in Mexico. En E. Brenes, & J. Haar, *The Future of Entrepreneurship in Latin America* (págs. 190-214). Seattle: University of Seattle.
- Kantis, H., Ishida, M., & Komori, M. (2002). Empresarialidad en Economías emergentes: Creación y desarrollo de nuevas empresas en América Latina y el Este de Asia. *Banco Interamericano de desarrollo*, 57-74.
- Kantis, H., Ishida, M., & Komori, M. (2002). Entrepreneurship in emerging economies: The creation and development of new firms in Latin America and east Asia. *Inter-American Development Bank*, 1-123.
- Kirzner, I. (1973). *Competition and Entrepreneurship*. Chicago: University of Chicago Press.
- Kirzner, I. (1997). Entrepreneurial discovery and the competitive market process: An austrian approach. *Journal of Economic Literature*, 60-85.
- Kirzner, I. (2002). Entrepreneurs and the entrepreneurial function. En N. Krueger, *Entrepreneurship. Critical perspectives on business and management* (Vol. I, págs. 59-68). London & New York: Routledge.
- Kirzner, I. (2009). The alert and creative entrepreneur: a clarification. *Small Business Economics*, 32, 145-152.
- Knight, F. (1942). Profit and entrepreneurial functions. *The Journal of Economic History*, 126-132.
- Knight, F. (1964). *Risk, Uncertainty and Profit*. New York: Reprints of Economic Classics.

- Kosacoff, B., & Bezchinsky, G. (1993). De la sustitución de importaciones a la globalización. Las empresas transnacionales en la industria argentina. *Documentos de trabajo*, 28.
- Kshetri, N. (December de 2007). Institutional changes affecting entrepreneurship in China. *Journal of Developmental Entrepreneurship*, 12(4), 415-432.
- Larroulet, C., & Ramírez, M. (2007). Emprendimiento: Factor clave para la nueva etapa de Chile. *Estudios Públicos*, 93-116.
- Ley no. 1004 de 2006. El Congreso de Colombia, Bogotá, Colombia, 26 de enero de 2006.
- Li, J., Zhang, Y., & Matlay, H. (2003). Entrepreneurship education in China. *Education + Training*, 45, 495-505.
- Liao, D., & Sohmen, P. (2001). The Development of Modern Entrepreneurship in China. *Stanford Journal of East Asian Affairs*, 27-33.
- Lieberman, M., & Montgomery, D. (1988). First-Mover Advantages. *Strategic Management Journal*, 41-58.
- Listerri, J., Kantis, H., Angelellu, P., & Tejerina, L. (2006). Is Youth Entrepreneurship a Necessity or an Opportunity?: A first exploration of household and new enterprise surveys in Latin America. *Inter-American Development Bank*, 1-18.
- Liu, W.-z., Xi, F.-r., & Li, X.-d. (2011). Improvement of college entrepreneurial education system based on entrepreneurial education essence. *Journal of University of Science and Technology Liaoning*, 1, 024.
- Manual de Oslo. (2006). Manual de Oslo. Guía para la recogida e interpretación de datos sobre innovación. Europa: Grupo Tragsa.
- Marshall, A. (1890). *Principles of Economics*. London: Macmillan.

- Menkhoff, T., & Gerke, S. (2003). Asia's transformation and the role of the ethnic chinese. En T. Menkhoff, & S. Gerke, *Chinese Entrepreneurship and Asian Business Networks* (págs. 3-19). London: Routledge Curzon.
- Mises, L. (1980). *La acción humana* (4ta ed.). Madrid: Unión Editorial.
- Mogni, A. P. (2013). *Modelos de Series de Tiempo con aplicaciones en la industria*. Buenos aires: Universidad de Buenos Aires.
- Mok, K. H. (2012). The Quest for Innovation and Entrepreneurship in the Asia-Pacific Region: Strategies and Responses of Higher Education. *Globalisation, Societies and Education*, 10(3), 317-335.
- Mok, K. H., Yu, K. M., & Ku, Y.-w. (2013). After massification: the quest for entrepreneurial universities and technological advancement in Taiwan. *Journal of Higher Education Policy and Management*, 35(3), 264-279.
- Molina, I., Kucel, A., & Raya, J. (29 de Mayo de 2016). *An empirical analysis of entrepreneurship in Mexico*. Obtenido de Revecap: <http://www.revecap.com/encuentros/trabajos/f/pdf/190.pdf>
- Moreno Zacarías, H., & Espíritu Olmos, R. (2010). Análisis de las características del emprendimiento y liderazgo en los países de Asia y Latinoamérica. *Portes*, 101-122.
- Namakforoosh, M. (2003). *Metodología de la investigación* (Segunda ed.). México: Limusa.
- National bureau of statistics of China. (01 de Junio de 2016). *China Statistical yearbook 2014*. Obtenido de Sitio Web de National bureau of statistics of China: <http://www.stats.gov.cn/tjsj/ndsj/2014/indexeh.htm>
- Navarro Chávez, J. C. (2014). *Epistemología y metodología*. México, D.F.: Grupo editorial Patria.

- Núñez, R. (2007). *Introducción a la Econometría. Enfoques tradicional y contemporáneos*. México, D.F.: Trillas.
- OECD (2016), OECD Factbook 2015-2016; *Economic, Environmental and Social Statistics*, OECD Publishing, Paris
- Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económicos. (31 de Mayo de 2016). *Facilidad y rapidez para la creación de empresas en México*. Obtenido de El Portal tuempresa.gob.mx: <https://www.oecd.org/centrodemexico/medios/43843217.pdf>
- Ortiz, C., Duque, Y., & Camargo, D. (2008). Una revisión a la investigación en emprendimiento femenino. *Revista Facultad de Ciencias Económicas: Investigación y Reflexión*, 85-104.
- ParatodoMexico. (29 de Mayo de 2016). *Fronteras de México*. Obtenido de sitio web de ParatodoMexico: <http://www.paratodomexico.com/geografia-de-mexico/fronteras-de-mexico.html>
- Penrose, E. (1995). *The theory of the growth of the firm*. Oxford: Oxford University Press.
- Pindyck, R., & Rubinfeld, D. (2001). *Econometría: modelos y pronósticos* (Cuarta ed.). México, D.F.: Mc Graw Hill.
- Pistrui, D., Huang, W., Oksoy, D., Jing, Z., & Welsch, H. (2001). Entrepreneurship in China: Characteristics, Attributes, and Family Forces Shaping the Emerging Private Sector. *Family Business Review*, 14(2), 141-152.
- Poutziouris, P., Wang, Y., & Chan, S. (2002). Chinese entrepreneurship: the development of small family firms in China. *Journal of Small Business and Enterprise Development*, 9(4), 383-399.
- Priem, R., & Butler, J. (2001). Is the resource-based "view" a useful perspective for strategic management research? *Academy of Management Review*, 22-39.

- Puffer, S., McCarthy, D., & Boisot, M. (Mayo de 2009). Entrepreneurship in Russia and China: The Impact of Formal Institutional Voids. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 34(3), 441-467.
- RAE. (2017). *Diccionario*. Obtenido de Sitio web de Real Academia Española: <http://dle.rae.es/?id=DglqVCc>
- Robbins, L. (1966). *The Theory of Economic Development in the History of Economic Thought*. London : Macmillan.
- Rodríguez, A. (1987). Algunas consideraciones sobre la utilización del coeficiente de Pearson como índice de acuerdo entre observadores. *Anuario de psicología/The UB Journal of psychology*(36), 51-68.
- Rodríguez, A. (2008). El emprendimiento en Colombia. *Entramado*, 4(2), 20-37.
- Rodríguez, J., & Gómez , M. (en prensa). University spin-offs and technology transfer in Canada and Europe: a comparative analysis from the perspective of the national systems of entrepreneurship. *Int. J. Globalisation and Small Business*.
- Rumelt, R., Schendel, D., & Teece, D. (1991). Strategic Management and Economics. *Strategic Management Journal*, 5-29.
- Sabino, C. (1991). *Diccionarios de Economía y Finanzas*. Caracas: Panapo.
- Saboia, F., & Martín , N. (2006). Los rasgos psicológicos del emprendedor y la continuidad del proyecto empresarial: un estudio empírico de los emprendedores brasileños. *REAd*, 12(2), 1-17.
- Say, J. (2001). *Tratado de Economía Política*. México: Fondo de Cultura Económica.
- Schultz, T. (1975). The value of the ability to deal with disequilibria. *Journal of Economic Literature*, 827-846.

Schumpeter, J. (1911). *The Theory of Economic Development*. Cambridge: Harvard University Press.

Secretaría de Economía. (30 de Mayo de 2016). *Acceso al portal*. Obtenido de sitio web de Secretaría de Economía: <https://sidse.economia.gob.mx/samlso?SAMLRequest=nZNRb9owFIXf9ysv5NAmDpkkVSMqloktmWQ9qFvrrlQS46d%2BTqE%2FfvZCax5WBGt5Cf7%2Bpzj717Pb4%2BVIgewKI1O6SQaUwJamK3U%2B5Q%2BIPejGb3NPs2RV6pmi8a96DX8bgAdWSCCdf7a0mhsKrAbsAcp4GG9SumLczWL47Ztl9dAVVtAHu3Nc1Qd49pYx1UcJ>

Shane, S. (2003). *A General Theory of Entrepreneurship: The Individual-opportunity Nexus*. Cheltenham: Edward Elgar Publishing, Inc.

Shapiro, A., & Sokol, L. (1982). The Social Dimensions of Entrepreneurship. *Encyclopedia of Entrepreneurship*, 72-90.

Stevenson, H. H., & Jarillo, J. (1990). A Paradigm of Entrepreneurship: Entrepreneurial Management. *Strategic Management Journal*, 17-27.

Suhir, E., & Kovach, Z. (2003). Administrative barriers to Entrepreneurship in Central Asia. *CIPE*, 1-8.

Tanigawa, T., Sasaki, H., & Takata, M. (2011). The role and impact of universities in national and regional innovation systems: Kyushu University's experience. En P.-K. Wong, *Academic Entrepreneurship in Asia* (págs. 29-68). Cheltenham: MPG Books Group, UK.

Tarapuez, E., & BoteroVilla, J. J. (2007). Algunos aportes de los neoclásicos a la teoría del emprendedor. *Cuaderno de Administración*, 39-63.

The State Council the People's Republic of China. (1 de Junio de 2016). *China boosts mass entrepreneurship and innovation*. Obtenido de Sitio Web de The State Council the People's Republic of China:

http://english.gov.cn/policies/latest_releases/2015/06/16/content_281475128473681.htm

- Timmons, J. (1989). *The Entrepreneurial Mind*. Andover: Brick House Publishing Co.
- Tracy, N., & Lever-Tracy, C. (2003). Synergies between the Chinese diaspora and Chinese business organizations in the People's Republic of China and Vietnam. En T. Menkhoff, & S. Gerke, *Chinese Entrepreneurship and Asian Business Networks* (págs. 65-83). London: Routledge Curzon.
- Trails of Indochina. (01 de Junio de 2016). *Mapa de China*. Obtenido de Sitio web de Trails of Indochina: <http://www.trailsofindochina.es/china/map>
- Urbano, D., y Toledano, N. (2008). *Invitación al emprendimiento. Una aproximación a la creación de empresas*. Barcelona: UOC.
- Vargas-Hernández, J. (2012). Government Public Policy of Mexico and Entrepreneurship What Can Mexican Government Do For Enhancing Entrepreneurship In Mexico? *Global Journal of Human Social Science*, 1-12.
- Wernerfelt, B. (1984). A Resource Based View of the Firm. *Strategic Management Journal*, 5(2), 171-180.
- William, F., & Jatusripatak, S. (1994). Exploring Entrepreneurship Cultures in Southeast Asia. *Enterprising Culture*, 02, 687-700.
- Williamson, O. (1991). Strategizing, Economizing, and economic organization. *Strategic Management Journal*, 75-94.
- Wong, P.-K., Ho, Y.-P., & Singh, A. (2011). Contribution of universities to national innovation systems in Asia: technology commercialization and academic entrepreneurship. En P.-K. Wong, *Academic Entrepreneurship in Asia. The Role and Impact of Universities in National Innovation Systems* (págs. 1-28). Cheltenham: MPG Books Group, UK.

- Wong, P.-K., Ho, Y.-P., & Singh, A. (2011). Towards a "Global Knowledge Enterprise": the entrepreneurial university model of the National University of Singapore. En P.-K. Wong, *Academic Entrepreneurship in Asia. The Role and Impact of Universities in National Innovation Systems* (págs. 165-198). Cheltenham: MPG Books Group, UK.
- Wonglimpiyarat, J. (2013). The role of equity financing to support entrepreneurship in Asia - The experience of Singapore and Thailand. *Technovation*, 33(4), 163-171.
- World Bank Group. (29 de Mayo de 2016). *Measuring Regulatory Quality and Efficiency*. Obtenido de Doing Business 2016: <http://www.doingbusiness.org/~media/GIAWB/Doing%20Business/Documents/Annual-Reports/English/DB16-Full-Report.pdf>
- World Bank Group. (1 de Junio de 2016). *Starting a Business in China-Beijing*. Obtenido de Doing Business: <http://www.doingbusiness.org/data/exploreeconomies/beijing/starting-a-business/>
- World Bank Group. (18 de Junio de 2016). *Methodology*. Obtenido de Doing Business: <http://www.doingbusiness.org/methodology/methodology>
- Yang , J. Y., & Li, J. (Junio de 2008). The development of entrepreneurship in China. *Asia Pacific Journal of Management*, 25(2), 335-359.
- Yeung, H. (2003). Transnational entrepreneurship and Chinese business networks: the regionalization of Chinese business firms from Singapore. En T. Menkhoff, & S. Gerke, *Chinese Entrepreneurship and Asian Business Networks* (págs. 184-215). London: Routledge Curzon.
- Zhi-rong, M. (2006). Research on the mode of entrepreneurship education for undergraduates in China. *Journal of Higher Education*, 11, 013.

Anexos

附件

Anexo 1: Base de datos

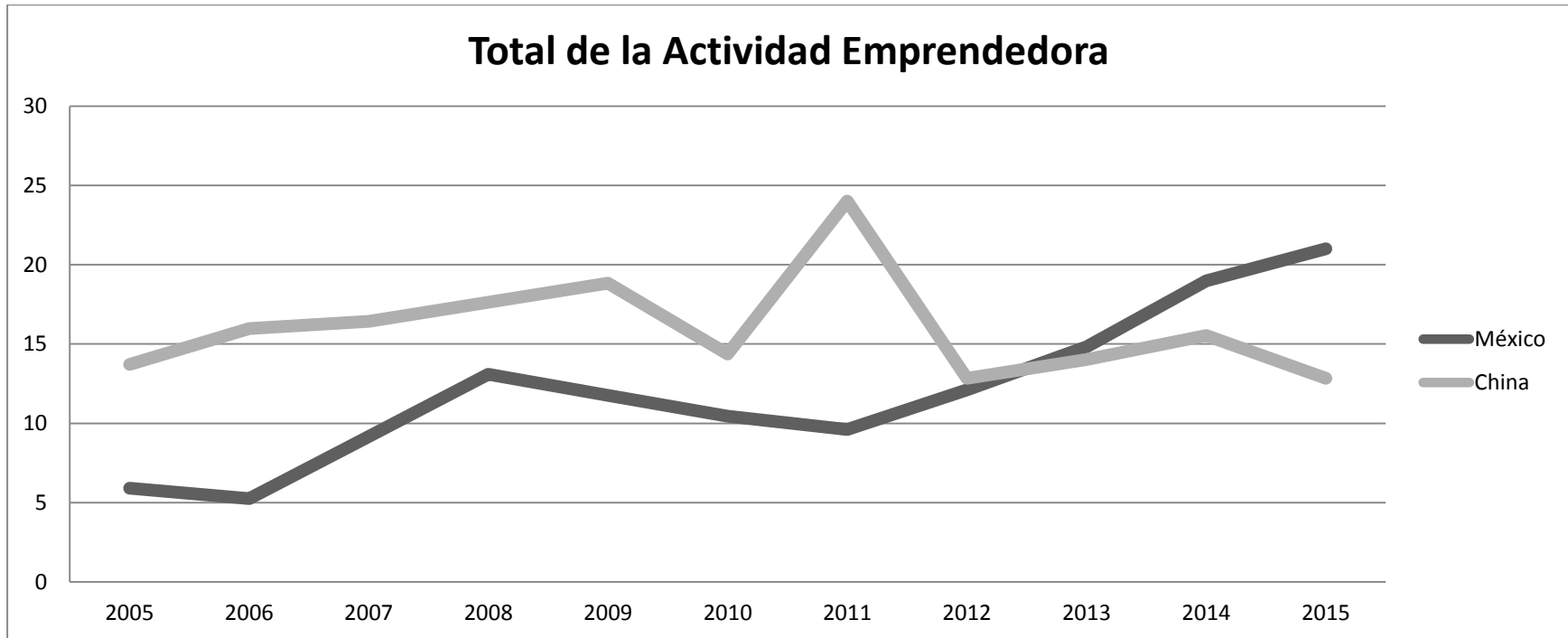
País	Año	Variable dependiente: TOTAL DE LA ACTIVIDAD EMPRENDEDORA	Variable económica: Inversión (% del ingreso per cápita)	Variable del entorno: Programas gubernamentales	Variable personal: Oportunidades percibidas	Variable de la tecnología: Aplicaciones de patentes, residentes	Población (% de la población de 18 a 64 años)
México	2005	5.91	28.5	0	33.17	584	0.62233
México	2006	5.26	26.2	0	27.07	574	0.62624
México	2007	9.175	24.1	0	37.21	629	0.63001
México	2008	13.09	22.9	2.93	47.35	685	0.63326
México	2009	11.77	21.5	3.02	51.455	822	0.63758
México	2010	10.45	19.3	3.11	55.56	951	0.64149
México	2011	9.62	20.8	2.87	43.46	1008	0.64535
México	2012	12.11	18.8	2.89	44.99	1065	0.64918
México	2013	14.83	20	3.06	53.6	1294	0.65288
México	2014	18.99	18.4	2.69	48.87	1210	0.65627
México	2015	21.01	18.7	5.05	44.73	1246	0.65928

Fuente: Elaboración propia con base en BM, Doing Business y GEM (2016)

País	Año	Variable dependiente: TOTAL DE LA ACTIVIDAD EMPRENDEDORA	Variable económica: Inversión (% del ingreso per cápita)	Variable del entorno: Programas gubernamentales	Variable personal: Oportunidades percibidas	Variable de la tecnología: Aplicaciones de patentes, residentes	Población (% de la población de 18 a 64 años)
China	2005	13.71	15.9	0	21.31	93485	0.72419
China	2006	15.97	13.6	0	31.2	122318	0.72966
China	2007	16.43	9.3	2.78	39.19	153060	0.73486
China	2008	17.635	8.4	2.665	32.255	194579	0.73918
China	2009	18.84	8.4	2.665	25.32	229096	0.74208
China	2010	14.37	4.9	2.55	36.17	293066	0.74339
China	2011	24.01	4.5	2.53	48.84	354447.5	0.74353
China	2012	12.83	3.6	2.51	32.24	415829	0.74219
China	2013	14.02	2.1	2.62	33.07	535313	0.73956
China	2014	15.53	1.9	2.54	31.88	704936	0.73612
China	2015	12.84	0.9	4.38	31.71	801135	0.73217

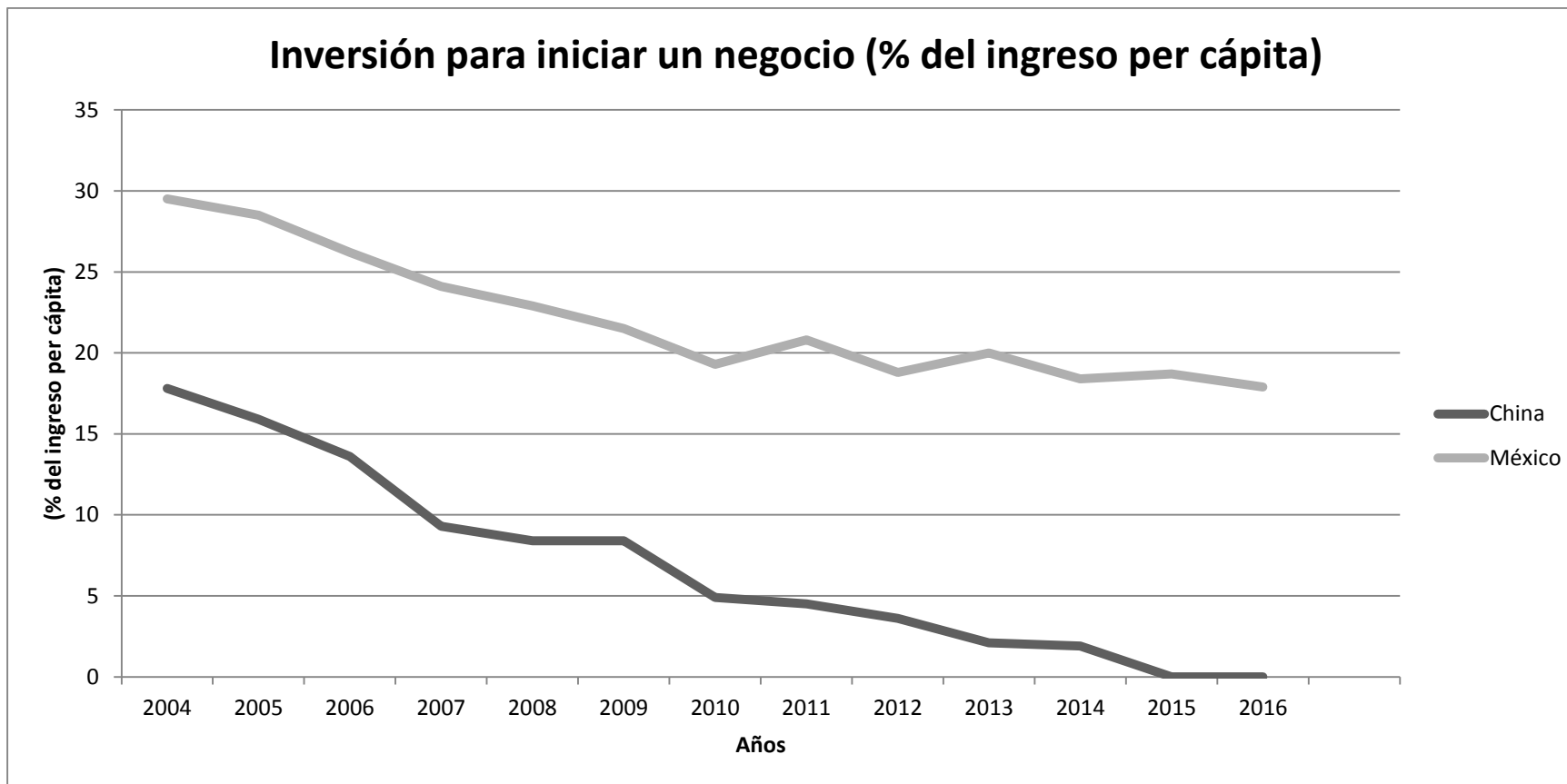
Fuente: Elaboración propia con base en BM, Doing Business y GEM (2016)

Anexo 2: Gráficos



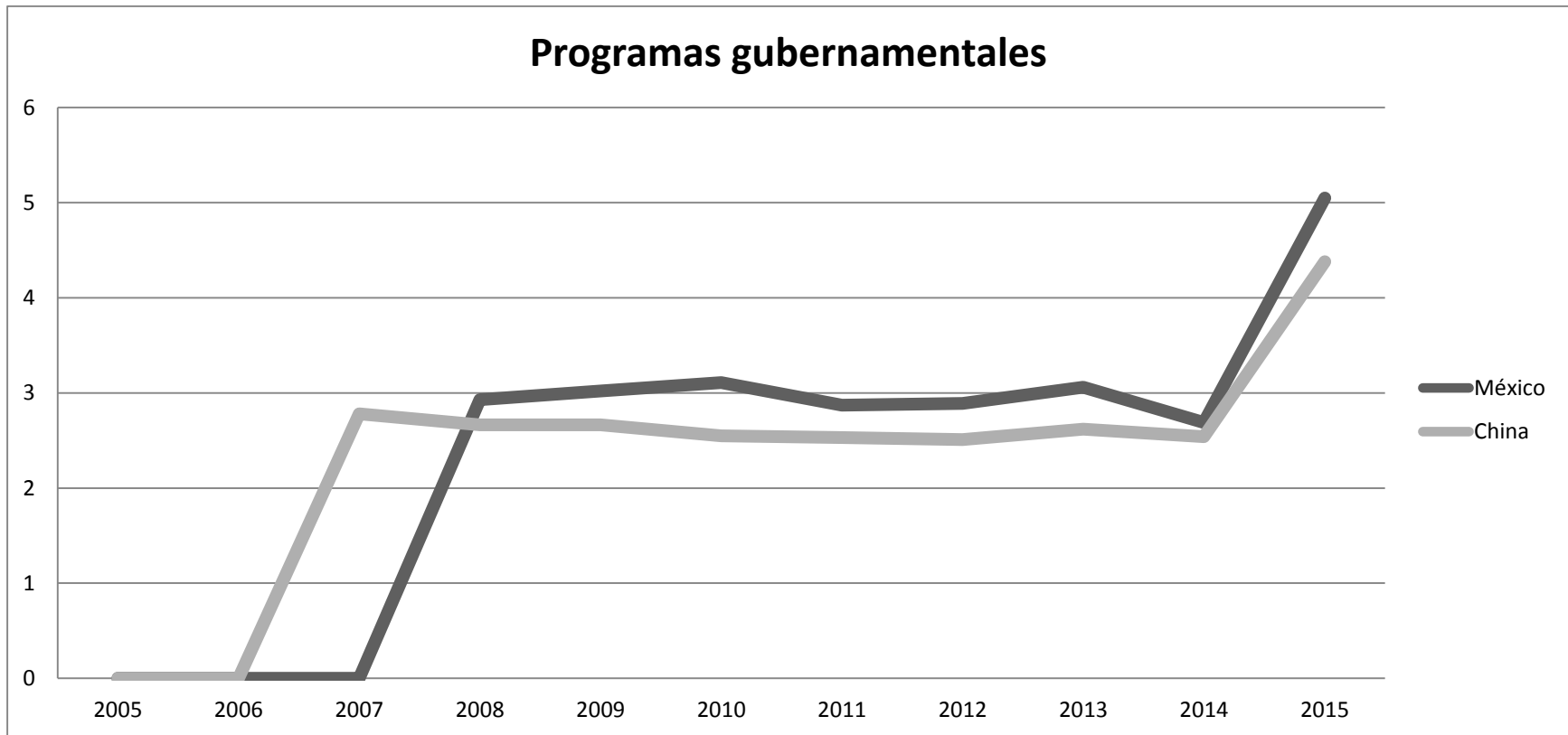
Fuente: Elaboración propia con base en GEM (2016)

Esta gráfica muestra la variable dependiente que es el total de la actividad emprendedora, se puede observar que existió un mayor número de emprendedores en México que en China desde 2013, sin embargo en años anteriores existieron mayor número de emprendedores en China. La tendencia en México es creciente con excepción del año 2011, pero en general ha ido aumentando; mientras que en China la situación es un poco diferente ya que en 2011 tuvo su mayor punto pero en general se va constante.



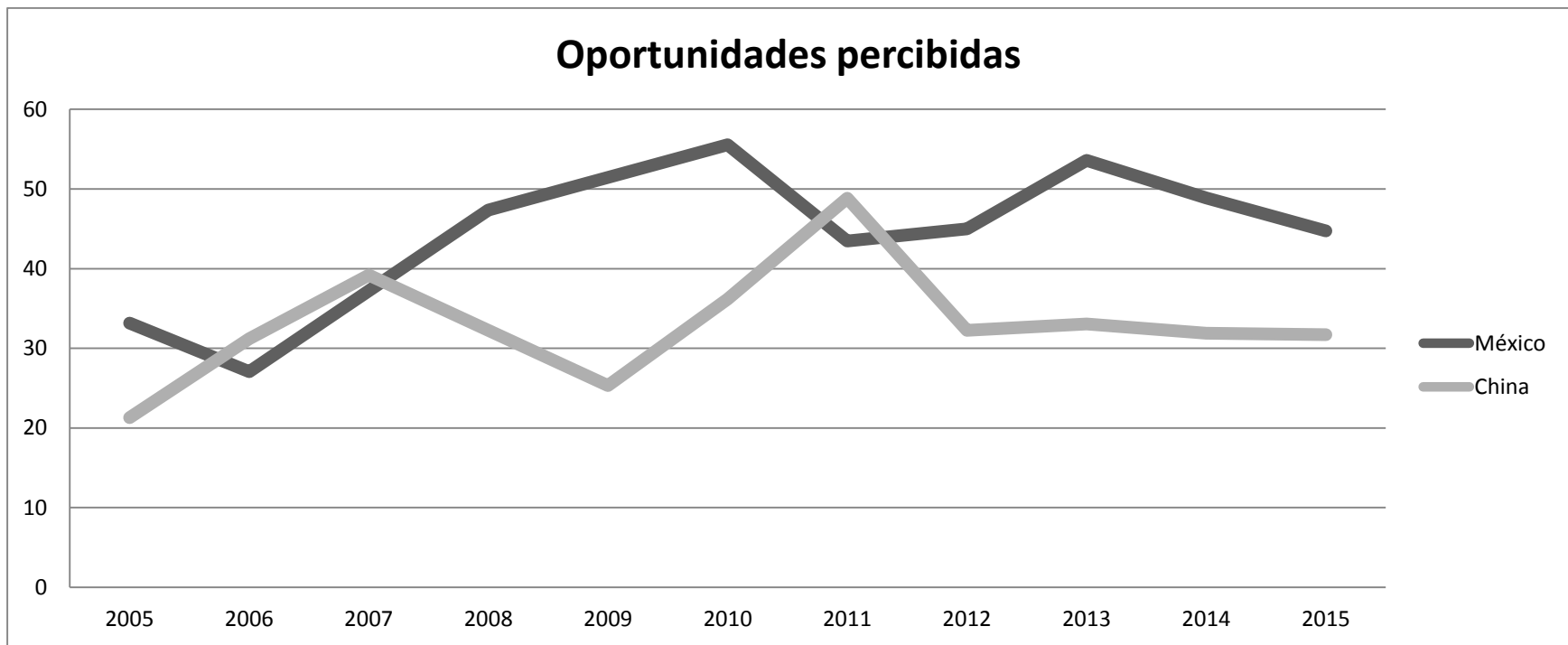
Fuente: Elaboración propia con base en Doing Business (2016)

Esta gráfica muestra que en México existe un menor porcentaje de los ingresos de la economía per cápita para iniciar un nuevo negocio, además de que esta tendencia se muestra decreciente. Igualmente China muestra una tendencia decreciente, sin embargo el porcentaje es mayor que en México.



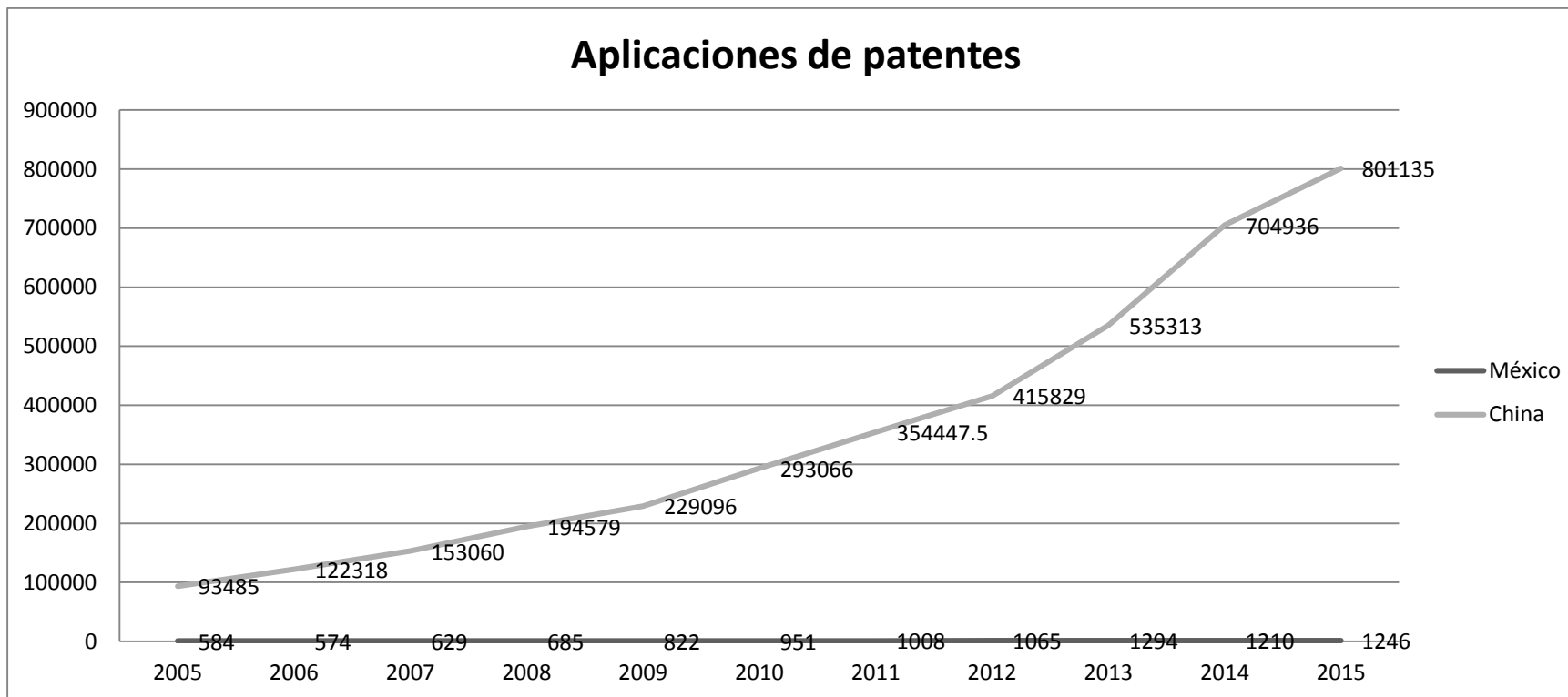
Fuente: Elaboración propia con base en GEM (2016)

Además de mayores subsidios y apoyos por parte del gobierno, también se han creado programas con mayor presencia y calidad de programas que asisten a las MiPyMe's tanto en México como en China. En ambos países se ha mostrado un aumento considerable en los últimos años.



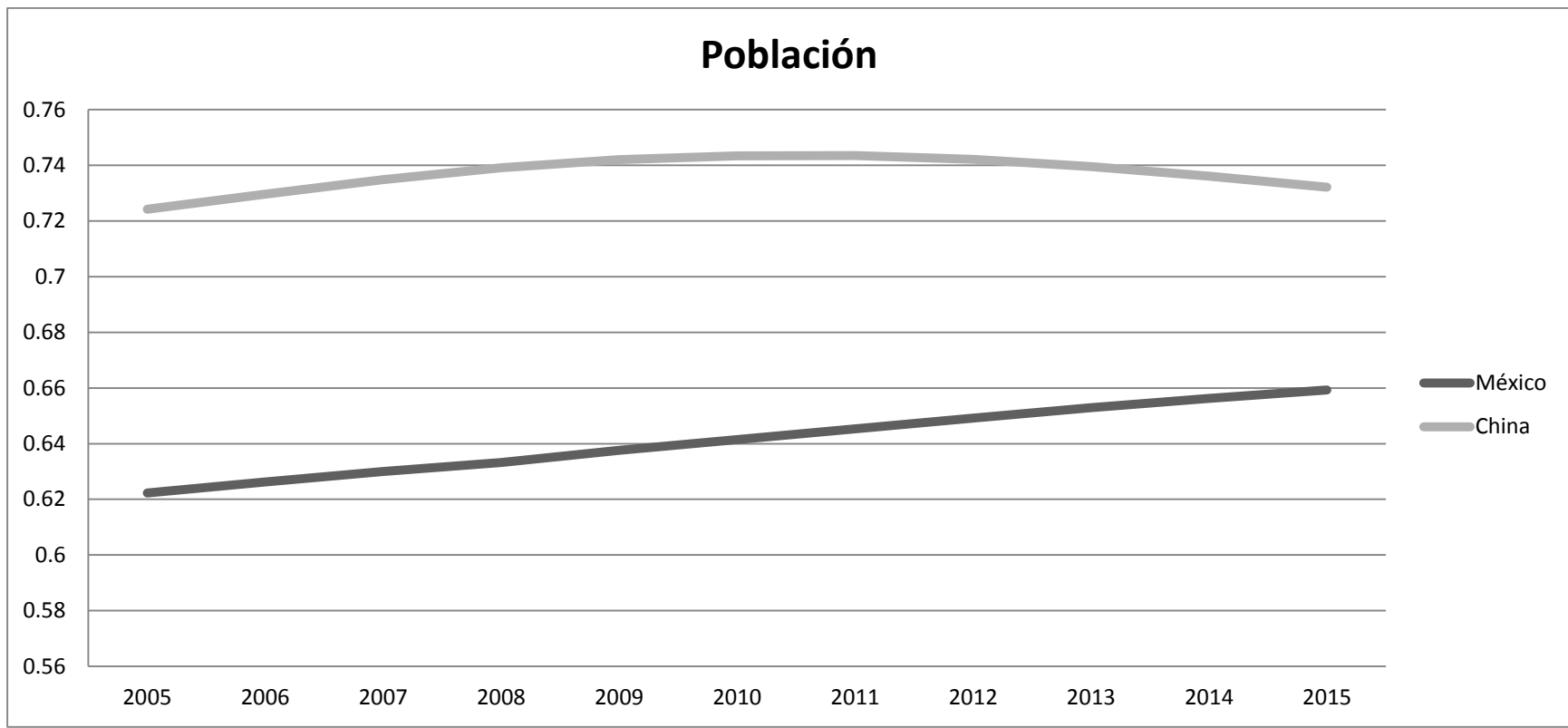
Fuente: Elaboración propia con base en GEM (2016)

Respecto a las oportunidades percibidas, en México existe un mayor porcentaje de personas que las perciben, sin embargo, esta visión de buenas oportunidades ha ido en decremento los últimos años. En China, también se ha observado un decremento, sin embargo no existe tanta diferencia desde 2012. Sólo en el año 2011 se observó una mejor percepción de las oportunidades en China con relación a México.



Fuente: Elaboración propia con base en BM (2016)

A pesar de que en ambos países ha existido un aumento en la creación de patentes, existe una diferencia enorme entre los productos o procesos patentados en China en comparación con México. Lo que indica una mayor innovación en el emprendimiento por parte del país asiático.

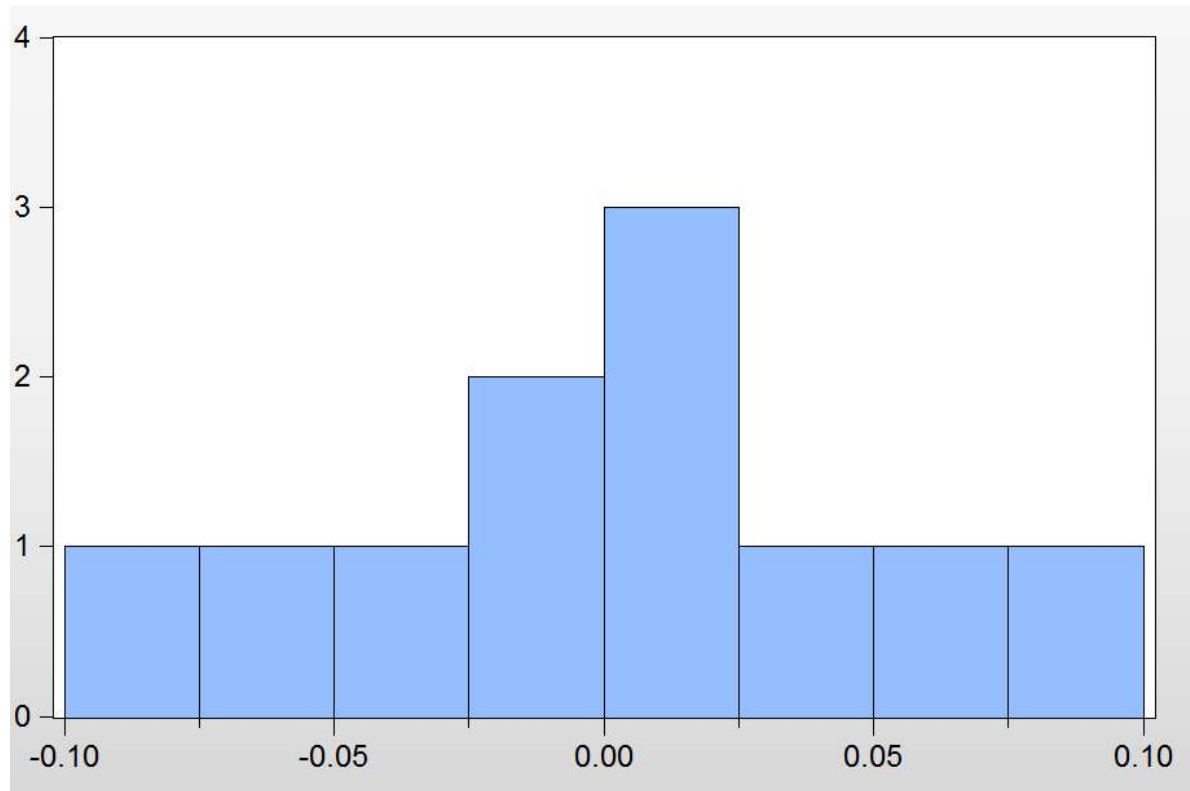


Fuente: Elaboración propia con base en BM (2016)

Como se puede observar en la gráfica la población en China ha disminuido desde el año 2011, mientras que en el caso de México se ha mantenido creciente su población; no obstante existe una mayor población en el país asiático.

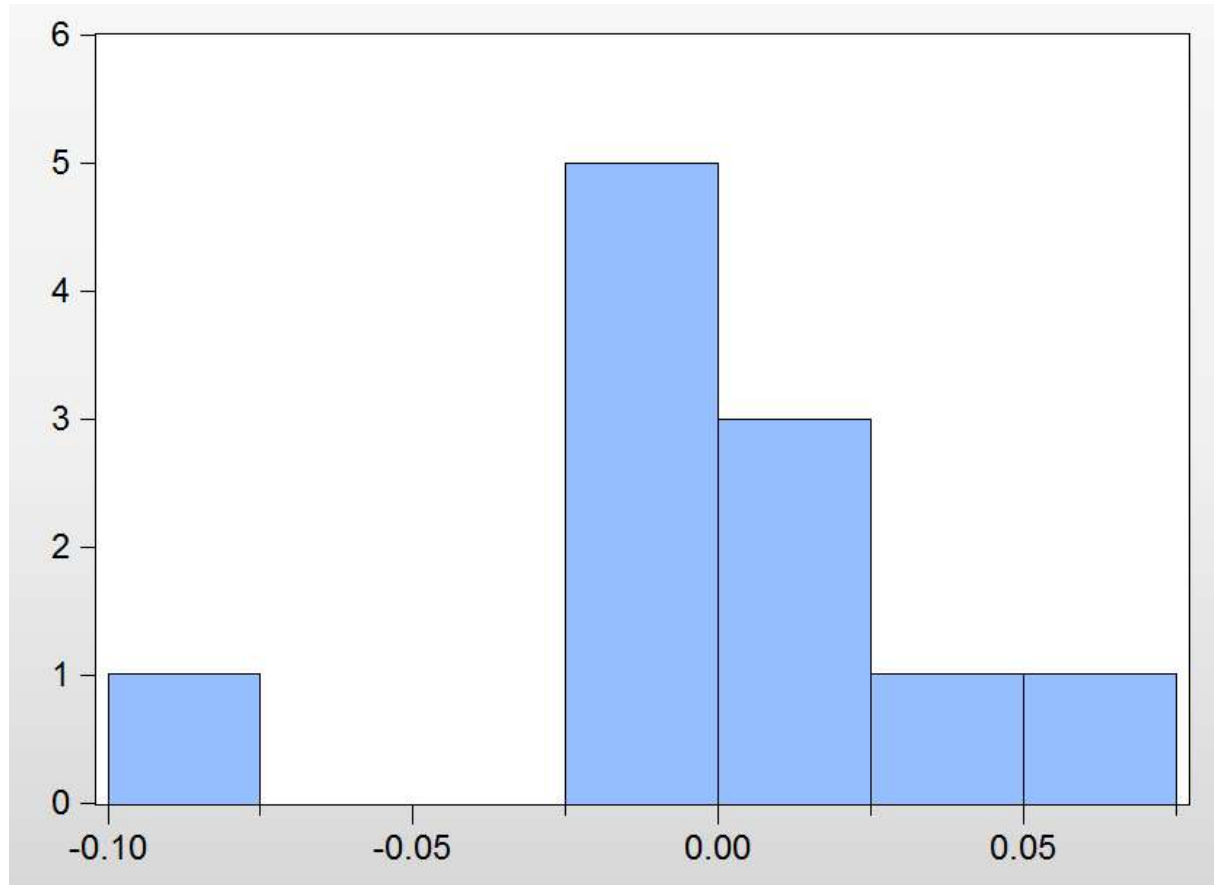
Anexo 3: Gráficos del modelo econométrico.

Gráfica del modelo econométrico de México



Fuente: Elaboración propia

Gráfico del modelo econométrico de China



Fuente: Elaboración propia