



El emprendimiento desde las incubadoras de negocios, una revisión de literatura

Landeros-García, Carlos¹; Mayela-Terán, María Mayela² y Caballero-Campbell, Aldahir³

¹Universidad Autónoma de Nuevo León, Facultad de Contaduría Pública y Administración Monterrey, Nuevo León, México, carlos.landerosg@uanl.edu.mx, Av. Universidad S/N Col. Ciudad Universitaria, (+52) 81 11 84 11 75

²Universidad Autónoma de Nuevo León, Facultad de Contaduría Pública y Administración Monterrey, Nuevo León, México, mayela.teran@gmail.com, Av. Universidad S/N Col. Ciudad Universitaria, (+52) 81 13 11 61 60

³Universidad Autónoma de Nuevo León, Facultad de Contaduría Pública y Administración Monterrey, Nuevo León, México, aldahir.caballero90@gmail.com, Av. Universidad S/N Col. Ciudad Universitaria, (+52) 81 17 78 58 52

Información del artículo arbitrado e indexado en Latindex:

Revisión por pares

Fecha de publicación: 2019

Resumen

Las incubadoras de negocios son entidades que ofrecen a los emprendedores el soporte para transformar ideas innovadoras en emprendimientos de éxito a través de su programa de incubación y su infraestructura instalada. La importancia de estos nuevos emprendimientos radica en su aportación al desarrollo económico pues generan empleabilidad y flujo económico en la entidad residente. El objetivo de esta investigación es realizar un análisis documental para identificar factores clave en el proceso de incubación que impulsen de manera positiva el éxito del proyecto de negocio. Como resultado de la revisión literaria se identifican 4 factores que se encuentran relacionados positivamente al éxito empresarial.

Palabras Clave: Emprendedor, nuevos emprendimiento, incubadoras de negocios, desarrollo económico.

Abstract

Business incubators are entities that offer entrepreneurs the support to transform innovative ideas into successful ventures through their incubation program and their installed infrastructure. The importance of these new ventures lies in their contribution to economic development because they generate employability and economic flow in the resident entity. The objective of this research is to perform a documentary analysis to identify key factors in the incubation process that positively drive the success of the business project. As a result of the literary review, 4 factors are identified that are positively related to business success.

Key Words: Entrepreneur, new borns, business incubators, economic development.

1. INTRODUCCIÓN

1.1 La micro, pequeña y mediana empresa

La micro, pequeña y mediana empresa son de suma importancia para las economías de muchos países pues generan empleabilidad, innovación, bienestar económico tanto local como nacional, entre otros. De acuerdo a la Organización de las Naciones Unidas (2017) estas entidades económicas representan más del 90% del total de empresas, aportan más del 60% de los empleos y son generadoras del 50% del Producto Interno Bruto a nivel mundial. La importancia de las MIPyMES se corrobora a través de la Comisión Europea (2017) pues establece que las estas entidades económicas generan 2 de cada 3 empleos, 9 de cada 10 empresas pertenecen a la categoría Micro y que de cada 100 empresas 99 son micro, pequeña o mediana empresa.

En el contexto mexicano las micro, pequeñas y medianas empresas son la columna vertebral de la economía nacional, pues su aportación es del 72% del empleo total y generan más del 50% del producto interno bruto del país (CONDUSEF, 2015). De acuerdo a la Ley para el Desarrollo de la Competitividad de la Micro, Pequeña y Mediana Empresa (2016), la estratificación de las empresas en México se establece de acuerdo al número de trabajadores con los que cuente, siendo una micro empresa aquella con un máximo de 10 trabajadores, una pequeña empresa entre 11 trabajadores pero no más de 50 y por último las medianas empresas definidas por tener 51 trabajadores y no más de 250. Con datos del último Censo Económico en México se estima que la micro empresa genero cerca de 7.27 mil millones y que de los 29 mil millones de personal ocupado, más de 21 mil millones laboran en este tipo de negocio.

Por su parte y de acuerdo al Directorio Estadístico Nacional de Unidades Económicas (2019) en Nuevo León existen 169,476 unidades económicas. Considerando que en México el 97% de las unidades pertenecen a las MIPyMES, se podría estimar que en el estado operan 164,392 y que su aportación al PIB Nacional es del 7.3%.

En los últimos años el panorama de las MIPyMES en el entorno nacional no ha sido fácil, presiones externas a estas entidades económicas como la competencia desleal y un ambiente internacional con mayor presencia ha complicado

la supervivencia de estos negocios dentro de los primeros años de vida, tan solo basta analizar la siguiente información: de cada 100 empresas de reciente creación, en el año 1 tan solo sobrevive el 67%, es decir, una desaparición de 33 empresas; a su vez para el año 5 solo 35 empresas de cada 100 seguirán activas, aumentando la mortalidad de las empresas a un 65%. Ante este panorama y la importancia de las MIPyMes en el entorno mexicano las incubadoras de negocios tienen como finalidad apoyar a la nueva creación de empresas y su apoyo para el éxito empresarial de éstas.

1.2 Nacimiento de las incubadoras de negocio

Los grandes problemas económicos y de empleo provocados por la segunda guerra mundial y la gran depresión —años 20's a 50's— conducen al Estado a buscar una vía para la restauración de la economía mundial mediante firmas de tratados y acuerdos comerciales entre países para la búsqueda de una solución global.

Con mejoras económicas notables, como el abundante capital disponible, un gasto público fuerte, un Estado con funciones empresariales y las empresas ya establecidas aumentando su inversión en vivienda, bienes duraderos, petroquímica, etc., se crearon nuevas regiones industriales llevando de la mano la necesidad del surgimiento de más empresas para cubrir las necesidades del momento (Cabrera, 2013); con este contexto surge la conceptualización de las incubadoras de negocios concebidas como una fuente generadora de empleo y apoyo a los nuevos emprendimientos de negocios, la primera de ellas fue creada en Nueva York por Joseph Mancuso en 1957 (Guceri-Ucar & Koch, 2016).

De acuerdo a Theodorakopoulos, Kakabadse & McGowan (2014), la primera generación de las incubadoras de negocios — 1950 a 1990— se basa en el ofrecimiento de espacios compartidos de bajo costo como medida de apoyo a los nuevos emprendimientos. Con el paso del tiempo y ya con un mercado totalmente globalizado, la necesidad de los emprendedores no solo yace en un espacio físico para laboral sino en un apoyo a mayor detalle en sus proyectos, dando inicio a la segunda generación —1991 a 2000— la cual ofrecía asesorías y servicios de soporte a las ideas en proceso de consolidación.

Para la tercera y actual generación, se aumenta el seguimiento a los nuevos proyectos mediante el coaching, aunado a un desarrollo de red de vinculaciones como apoyo fundamental para fortalecer las ideas de negocio que pronto serán transformadas en empresas que apoyen la economía nacional.

En México el concepto de las incubadoras de negocios es reciente, puesto que los primeros nacimientos datan del año 2000. El mayor auge de las incubadoras se presenta en los años 2004 a 2008, donde fueron creadas y registradas 430 de ellas (ver figura 3). Al 2010, las entidades federativas que contaban con un mayor número de incubadoras eran el estado de México, Distrito Federal, Michoacán, Jalisco y Sonora según Mayer Granados & Jiménez Almaguer (2011).

Actualmente se encuentran establecidas solo 179 incubadoras básicas y 79 de alto impacto en todo México. Los estados con mayor número de las clasificadas como básicas o tradicionales son la ciudad de México con 23, Hidalgo, Jalisco y Sinaloa con 10, mientras que Chihuahua, Nuevo León, Sonora y Veracruz cuentan con 8 incubadoras cada uno. Respecto aquellas de alto impacto, los estados con mayor número son la ciudad de México con 36, Nuevo León y Yucatán con 6, mientras que Aguascalientes, Jalisco y Puebla cuentan con 4 de ellas.

La importancia de las incubadoras de negocio radica en la participación indirecta del desarrollo de la economía tanto en lo local como en lo nacional, pues al fungir como empresa matriz, por su cobijo de las ideas de negocio de los emprendedores, facilitan el surgimiento de nuevas entidades de negocio a través de distintos programas de apoyo e impulso para la supervivencia y crecimiento en sus primeros años, teniendo como objetivo la consolidación de éstas en el tiempo (Peña-Vinces, Bravo, Álvarez, & Pineda, 2011). De acuerdo a Abetti (2004) 30% de empresas de nueva creación mueren antes del año 3 y un 60% no sobreviven los 7 años, por el contrario, aquellas empresas incubadas logran tener tasas de supervivencia de hasta el 85%.

2. MARCO TEÓRICO

Las incubadoras de negocio han sido definidas de distintas formas, la Asociación Nacional de

Incubadoras de Negocios (2015) menciona que una incubadora de negocios son procesos dinámicos de negocio los cuales aceleran la creación y proveen a los emprendedores recursos y servicios a través de la incubadora o su red de contacto. Por su parte, Allen & McCluskey (1990) establecen que son organizaciones que proveen oficinas, servicios administrativos y asesoría en un mismo lugar, mientras que ANPROTEC (2017) menciona que son entidades que ofrecen a los emprendedores el soporte para transformar ideas innovadoras en emprendimientos de éxito. Mientras que Albort & Ribeiro (2015, pág. 1776) las mencionan como una “organización designada para acelerar el crecimiento y el éxito empresarial a través del soporte de negocio que incluye espacios físicos, acceso a fondos, coaching y creación de vinculaciones empresariales”. Por lo anterior, una incubadora de negocios es una herramienta para los emprendedores en su proceso de nuevos emprendimientos.

El proceso de incubación de negocios se encuentra dividido en 3 etapas: pre-incubación, incubación y post incubación. La pre incubación está concebida en la identificación de una idea factible para su desarrollo; la etapa de incubación se enfoca al ofrecimiento de diversos servicios profesionales con la finalidad de impulsar el proyecto de negocio hacia llegar al arranque del mismo; por último, se continúa en la fase de post incubación mediante lazos de apoyo entre la incubadora y el nuevo emprendimiento a través de la red de contactos establecida en la incubadora de negocios (Fernández Fernández, Blanco Jiménez, & Cuadrado Roura, 2015).

La revisión de distintos trabajos de campo han permitido identificar ciertos factores que se encuentran relacionados al objetivo principal de las incubadoras de negocios: el éxito de los proyectos de negocio. Por tal motivo, enseguida se presenta un análisis de los factores encontrados (Cerdán Chiscano, Jiménez Zarco, & Torrent Sellens, 2013) y su relación con el éxito empresarial.

2.1 Éxito empresarial

El término éxito empresarial puede llegar a ser muy ambiguo en la práctica, puesto que su amplia forma de referirse a éste puede ser desde términos

ligados a recursos humanos hasta financieros. Aumento de ventas (Georgellis, Joyce, & Woods, 2000; Al Roomi & Ibrahim, 2004), productividad, utilidad (Chang-Soo & Davidson, 2004), así como cumplimiento de objetivos organizacionales (Westhead, 2003; González-Benito, 2010) y calidad de los productos y servicios (Forker, Vickery, & Droge, 1996; Löfsten, 2014) han sido utilizados como indicadores para la medición del éxito empresarial (Chand & Katou, 2007), teniendo una mayor frecuencia en estudios de emprendimiento, economía y psicología (Korunka, Kessler, Frank, & Lueger, 2010).

Simpson, Tuck, & Bellamy (2004) presenta una definición del término éxito y del fracaso empresarial, pues establece como éxito la continuidad del negocio relacionada al crecimiento, rentabilidad y trabajo en equipo, mientras que fracaso la define como el paro de operaciones.

De acuerdo a Watson, Hogarth-Scott, & Wilson (1998) más que una relación de las competencias del emprendedor para el éxito empresarial, el éxito debe de estar relacionado a la competencia de la empresa en la acumulación de capital humano, haciendo referencia al incremento del personal contratado.

De manera empírica autores como Alasadi y Abdelrahim (2008) han utilizado como indicadores del éxito empresarial la utilidad y las ventas. Eschker, Gold y Lane (2017) analizaron el éxito empresarial desde la perspectiva de continuidad del negocio, incremento de personal, apertura de nuevas sucursales, generación de utilidades y crecimiento del negocio. Ahora bien, tal como lo propone Reijonen & Komppula (2007), la dimensión financiera y sus indicadores tradicionalmente analizados ya no son una métrica fiable del éxito empresarial, puesto que nuevas dimensiones no financieras surgen debido al estado cambiante del emprendedor, siendo un ejemplo la satisfacción del emprendedor.

Por lo anterior, el análisis del éxito empresarial está en constante cambio y su continua investigación da la oportunidad a la generación de nuevas métricas.

2.2 Perfil del emprendedor

En años recientes la figura del emprendedor ha sido de interés tanto en lo económico como en lo psicológico, pues se sabe que su importancia radica en su participación en la creación de nuevas entidades de negocio pues generan y aportan un flujo positivo a la economía local y en la generación de nuevos empleos en la entidad. Un emprendedor es aquella persona que crea, organiza y opera negocios de nueva creación, independientemente si existe o no innovación en ellos (Raposo, do Paço, & Ferreira, 2008).

Korunka, et al., (2010) establecen 8 atributos psicológicos en los emprendedores que los con llevan al éxito empresarial siendo estos la necesidad de logro, locus de control, auto eficacia, tolerancia a la ambigüedad, propensión a la toma de riesgos, innovación, autonomía e independencia y optimismo. La necesidad de logro se refiere al deseo del emprendedor a obtener un éxito empresarial, visto con mayor amplitud en la tabla anterior en la dimensión de logro; locus de control por su parte, hace referencia a la creencia de la persona que sus logros son consecuencia de sus acciones; auto eficacia se enfoca a esa capacidad de la persona para lograr cumplir un objetivo; tolerancia a la ambigüedad referente a la habilidad de la persona de encontrar situaciones dudosas o con un riesgo inherente como situaciones deseables, interesantes y desafiantes; la propensión a la toma de riesgos es vista como la tendencia y la habilidad de una persona a la toma de riesgos; mientras que la innovación es un componente de importancia en los emprendedores y que a través de ella generan nuevas oportunidades de negocio; autonomía e independencia, se asocia a esa responsabilidad del emprendedor a actuar por si solo y no esperar a la opinión de terceros; y por último el optimismo el cual describe la actitud del emprendedor hacia la realización de una tarea. Los anteriores atributos son confirmados por Caliendo & Kritikos (2008).

Por otra parte Watson, et al., (1998) identificó características distintas de los emprendedores de éxito entre las cuales están una mayor ambición y objetivos del negocio, mayores habilidades técnicas y capacitación.

Por lo anterior descrito, el perfil del emprendedor es un factor que toma importancia para el éxito

2.3 Vinculación empresarial

Sí bien el término de vinculación se puede explicar cómo una combinación de dos o más computadoras mediante el uso de sistemas de comunicación, las vinculaciones empresariales tienen un enfoque más hacia los negocios, pues por medio de estas pueden llegar a establecerse ventajas competitivas mediante la combinación de 2 o más individuos (De Klerk & Kroon, 2007). O'Donnell, Gilmore, Cummins, & Carson (2001) establecen una vinculación empresarial como aquellos individuos que pueden o no conocerse entre sí pero que aportan conocimiento al emprendedor. Por otra parte

La construcción y utilización de estas vinculaciones empresariales son consideradas como uno de los factores clave para la competitividad en mercados internacionales (Rahman Faroque, Morrish, & Shahriar Ferdous, 2017). Así mismo toda interacción del emprendedor con su medio afecta directamente al éxito empresarial en dos vertientes: competitividad y generación de utilidades (de Klerk & Saayman, 2012).

Diversos investigadores han evidenciado la importancia de estas durante el proceso emprendedor (Apa, Grandinetti, & Sedita, 2017; Kjaer & Berg, 2016), así como dentro de las incubadoras de negocio pues al compartir espacios y otros recursos ofrecidos se genera una sinergia positiva en los emprendedores. Pinho & Sampaio de Sá (2014) identifica que las vinculaciones empresariales juegan un papel importante en el proceso emprendedor, pues une a emprendedores con organizaciones estableciendo lazos positivos que contribuyen al crecimiento de pequeños negocios.

Las vinculaciones empresariales no son solo aquellas llevadas a cabo con empresas, también son de importancia las conferencias o talleres impartidos, puesto que a los emprendedores se le brinda la oportunidad de relacionarse con otros emprendedores (McAdam & Marlow, 2008).

2.4 Coaching

Los orígenes del coaching datan de los años 30, sin embargo es a partir de los años 90's cuando su aplicación y definición empieza a ser de uso general como una técnica para el cumplimiento de objetivos personales o de negocio previamente establecidos (Rekalde, Landeta, & Albizu, 2015). El coaching alimenta a los individuos con herramientas y habilidades con miras al crecimiento en dos vías: personal y de la organización. De acuerdo a Audet & Couteret (2012), el coaching es una ayuda individual al emprendedor cuyos negocios están en una etapa temprana de crecimiento o de desarrollo y tiene como objetivo adquirir o desarrollar habilidades a través del aprendizaje en uno o más campos de la administración para llegar a ser independiente. Bacon (2003) define el coaching como un proceso en el que una persona que desea mejorar sus habilidades acepta ser ayudada por un tercero para lograr lo deseado. De una manera general el coaching es un método de ayuda a los emprendedores a aprender a través de la experiencia con que cuenta el coach, siendo así un proceso de soporte y ánimo mediante un método socrático, es decir, una forma de empujar al individuo a buscar y encontrar soluciones para ellos (Vidal Salazar, Ferrón Vélchez, & Cerdón Pozo, 2012).

Investigaciones aplicadas han hecho visible el beneficio del coaching en el ámbito empresarial, tal como lo muestra Vidal Salazar, et al. (2012) en cuyo estudio se analizaron 40 pequeñas compañías ubicadas en la ciudad de Ceuta, en el norte de África con la finalidad de detectar áreas de oportunidad que posteriormente serían subsanadas. Teniendo las propuestas para subsanar las áreas de mejora a 20 de ellas se les entregó solo plan de trabajo para que lo implementaran, mientras que a las 20 restantes se les entregó plan de trabajo y un coach para su implementación.

Los resultados muestran que el coaching facilita la implementación de las mejoras en las organizaciones, un mayor entendimiento de las mejoras propuestas y un mayor índice de éxito en su implementación.

Por otra parte Nuñez-Cacho Utrilla & Grande Torraleja (2013) en estudio cuyo objetivo fue determinar la importancia de la mentoría y

coaching en el desempeño de una organización lograron identificar a través de una muestra de 630 compañías un impacto positivo y significativo de la variable coaching hacia el crecimiento de la organización.

3. MÉTODO

Este trabajo se centra en la revisión y análisis de la literatura encontrada con respecto a los factores intervinientes dentro de los programas de incubación en las incubadoras de negocios del estado de Nuevo León, México. Con base en la revisión documental se establecen factores clave que apoyan el éxito empresarial de proyectos incubados. Dicha revisión se llevó a cabo en artículos publicados en las bases de datos electrónicas, libros y revistas de actualidad con la finalidad de cumplir con el objetivo propuesto.

4. RESULTADOS

Las incubadoras de negocio cuentan con programas de incubación que tienen la finalidad de desarrollar cualquier proyecto de negocio presentado por los emprendedores interesados, con este antecedente se realizó una revisión de literatura en la cual se identifican factores clave que interactúan de manera positiva con el éxito de las empresas, es decir con el producto final de una incubadora de negocios.

El éxito empresarial puede ser ambiguo en la práctica debido a sus distintas métricas de medición existentes. Métricas financieras como no financieras como el crecimiento en ventas, de utilidades, de personal, de sucursales han sido aplicadas con éxito de forma empírica, Sin embargo nuevas métricas como la satisfacción del personal han surgido, por lo cual la importancia de seguir ahondado en el tema.

3 factores clave han sido identificados, el primero de ellos es el coaching, cuya finalidad es de dotar al emprendedor con las herramientas y habilidades necesarias para lograr un objetivo ya establecido, el cual dentro de las incubadoras de negocio es el desarrollo y arranque de los proyectos de negocio.

Como segundo factor se encuentra el perfil del emprendedor que forma parte importante en el proceso emprendedor puesto que

identifica los atributos del perfil que influyen en el éxito empresarial. Atributos como la necesidad de logro, propensión a la toma de riesgos, la innovación, la experiencia, entre otros, han sido demostrados empíricamente.

Por último, la importancia de la vinculación empresarial se establece en la unión de emprendedores con organizaciones fomentando a los individuos relacionados con herramientas y habilidades con miras al crecimiento empresarial.

Con base en lo anterior, enseguida se presentan las conclusiones de la presente investigación.

5. CONCLUSIONES

Las incubadoras de negocio funcionan como servicios de apoyo para el emprendedor durante el desarrollo de nuevos proyectos de negocio, estos servicios tienen como finalidad impulsar estos proyectos hacia el éxito empresarial. Las incubadoras de negocio cobran importancia en años recientes debido a su producto final: el desarrollo de micro, pequeña y mediana empresa. Estas nuevas entidades financieras influyen directamente en la economía de un país, puesto que generan empleabilidad y desarrollo económico. Tan solo basta recordar que las MIPyMES son el bastión de la economía mexicana ya que generan el 72% del empleo total y generan más del 50% del producto interno bruto del país.

En este sentido la identificación de factores clave que influyan de manera positiva en el éxito empresarial de las MIPyMES toma importancia. Factores como el perfil del emprendedor, coaching y la vinculación empresarial han sido identificados con una relación positiva hacia el éxito empresarial. Por tal motivo se debe de prestar especial atención a estos factores dentro de los programas de incubación en las incubadoras de negocio con el fin de aumentar los casos de éxito de los proyectos incubados.

Para finalizar, la presente revisión de literatura da la pauta para identificar otros factores que apoyen el éxito empresarial generando así nuevas líneas de investigación.

REFERENCIAS

- Abetti, P. A. (2004). Government-supported incubators in the Helsinki region, Finland: infrastructure, results, and best practices. *The Journal of Technology Transfer*, 29(1), 19-40.
- Al Roomi, O., & Ibrahim, M. (2004). Performance Determinants of Home-Based Businesses in Dubai. *Journal of Economic and Administrative Sciences*, 20(2), 61-82.
- Alasadi, R., & Abdelrahim, A. (2008). Analysis of small business performance in Syria. *Education, Business and Society: Contemporary Middle Eastern Issues*, 1(1), 50-62.
- Albort, G., & Ribeiro, D. (2015). A bibliometric analysis of international impact of business incubators. *Journal of Business Research*, 69, 1775-1779.
- Allen, D., & McCluskey, R. (1990). Structure, policy, service, and performance in the business incubation industry. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 61-77.
- ANPROTEC. (2017, Abril 2017). *Asociación Nacional de Entidades Promotoras de Emprendimientos Innovadores*. Retrieved from Asociación Nacional de Entidades Promotoras de Emprendimientos Innovadores: <http://anprotec.org.br/site/menu/incubadoras-e-parques/perguntas-frecuentes/>
- Apa, R., Grandinetti, R., & Sedita, S. (2017). The social and business dimension of a networked business incubator: the case of H-Farm. *Journal of small business and enterprise development*, 24(2).
- Audet, J., & Couteret, P. (2012). Coaching the entrepreneur: features and success factors. *Journal of Small Business and Enterprise Development*, 515-531.
- Bacon, T. (2003). Helping people change. *Industrial and Commercial Training*, 35(2), 73-7.
- Caliendo, M., & Kritikos, A. (2008). Is entrepreneurial success predictable? An ex-ante analysis of the character-based approach. *Kyklos*, 61(2), 189-214.
- Cerdán Chiscano, M., Jiménez Zarco, A., & Torrent Sellens, J. (2013). Valorando los programas de apoyo en las incubadoras de empresas en Cataluña. *Revista Venezolana de Gerencia*, 408 - 433.
- Chand, M., & Katou, A. (2007). The impact of HRM practices on organisational performance in the Indian hotel industry. *Employee Relations*, 29(6), 576-594.
- Chang-Soo, K., & Davidson, L. (2004). The effects of IT expenditures on banks' business performance: using a balanced scorecard approach. *Managerial Finance*, 30(6), 28-45.
- Comisión Europea. (2017, Marzo 07). *Comisión Europea*. Retrieved from https://ec.europa.eu/growth/smes/business-friendly-environment/sme-definition_en
- CONDUSEF. (2015). *Pymes*. Retrieved from <http://www.condusef.gob.mx/Revista/PDF-s/2015/180/cuento.pdf>
- De Klerk, S., & Kroon, J. (2007). Networking in South African businesses. *Management Decision*, 45(1), 89-103.
- De Klerk, S., & Saayman, M. (2012). Networking as key factor in Artpreneurial success. *European Business Review*, 382-399.
- Eschker, E., Gold, G., & Lane, M. (2017). Rural entrepreneurs: what are the best indicators of their success? *Journal of Small Business and Enterprise Development*, 24(2), 278-296.
- Fernández Fernández, M., Blanco Jiménez, F., & Cuadrado Roura, J. (2015). Business incubation: innovative services in an entrepreneurship ecosystem. *The Service Industries Journal*, 783-800.
- Forker, L., Vickery, S., & Droge, C. (1996). The contribution of quality to business performance. *International Journal of Operations & Production Management*, 16(8), 44-62.
- Georgellis, Y., Joyce, P., & Woods, A. (2000). Entrepreneurial action, innovation and business performance: the small independent business. *Journal of Small Business and Enterprise Development*, 7(1), 7-17.
- González-Benito, J. (2010). Supply strategy and business performance: An analysis based on the relative importance assigned to generic competitive objectives. *International Journal of Operations & Production Management*, 30(8), 774-797.
- INEGI. (2016). *Instituto Nacional de Estadística y Geografía*. Retrieved from Instituto Nacional de Estadística y Geografía: <http://www.inegi.org.mx/est/contenidos/proyectos/cn/pibt/default.aspx>

- INEGI. (2019, Marzo 08). *Directorio Estadístico Nacional de Unidades Económicas*. Retrieved from <https://www.inegi.org.mx/app/mapa/denue/>
- Kjaer, C., & Berg, S. (2016). How do entrepreneurs characteristics influence the benefits form the various elements of a business incubator? *Journal of Small Business and Enterprise Development*, 22(4), 224-239.
- Korunka, C., Kessler, A., Frank, H., & Lueger, M. (2010). Personal characteristics, resources, and environment as predictors of business survival. *Journal of Occupational and Organizational Psychology*, 83, 1025-1051.
- Löfsten, H. (2014). Product innovation processes and the trade-off between product innovation performance and business performance. *European Journal of Innovation Management*, 17(1), 61-84.
- McAdam, M., & Marlow, S. (2008). A preliminary investigation into networking activities within the university incubator. *International Journal of Entrepreneurial Behavior & Research*, 14(4), 219-241.
- Núñez-Cacho Utrilla, P., & Grande Torraleja, F. Á. (2013). The importance of mentoring and coaching for family business. *Journal of Management and Organization*, 19(4), 386-404.
- O'Donnell, A., Gilmore, A., Cummins, D., & Carson, D. (2001). The network construct in entrepreneurship research: a review and critique. *Management Decision*, 39(7), 749-760.
- Organización de las Naciones Unidas. (2017, Marzo 7). *Organización de las Naciones Unidas*. Retrieved from <http://www.un.org/es/events/smallbusinessday/>
- Peña-Vinces, J., Bravo, S., Álvarez, F., & Pineda, D. (2011). Análisis de las características de las incubadoras de empresas en Colombia: un estudio de caso. *Journal of Economics, Finance and Administrative Science*, 16-30.
- Pinho, J. C., & Sampaio de Sá, E. (2014). Personal characteristics, business relationships and entrepreneurial performance, some empirical evidence. *Journal of Small Business and Enterprise Development*, 21(2), 284-300.
- Rahman Faroque, A., Morrish, S., & Shahriar Ferdous, A. (2017). Networking, business process innovativeness, and export performance: the case of South Asian low-tech industry. *Journal of Business & Industrial Marketing*, 32(6).
- Raposo, M., do Paço, A., & Ferreira, J. (2008). Entrepreneur's profile: a taxonomy of attributes and motivations of university students. *Journal of Small Business and Enterprise Development*, 15(2), 405-418.
- Reijonen, H., & Komppula, R. (2007). Perception of success and its effect on small firm performance. *Journal of Small Business and Enterprise Development*, 14(4), 689-701.
- Rekalde, I., Landeta, J., & Albizu, E. (2015). Determining factors in the effectiveness of executive coaching as a management development tool. *Management Decision*, 53(8), 1677-1697.
- Simpson, M., Tuck, N., & Bellamy, S. (2004). Small business success factors: the role of education and training. *Education + Training*, 46(8/9), 481-491.
- Vidal Salazar, M. D., Ferrón Vílchez, V., & Córdón Pozo, E. (2012). Coaching: an effective practice for business competitiveness. *Competitiveness Review: An International Business Journal*, 22(5), 423-433.
- Watson, K., Hogarth-Scott, S., & Wilson, N. (1998). Small business start-ups: success factors and support implications. *International Journal of Entrepreneurial Behavior & Research*, 4(3), 217-238.
- Westhead, P. (2003). Company performance and objectives reported by first and multi-generation family companies: a research note. *Journal of Small Business and Enterprise Development*, 10(1), 93-105.