

XVII Congreso Internacional de Análisis Organizacional

“Emprendimiento e innovación en las organizaciones de México y América Latina”

Análisis de los conocimientos que el emprendedor tiene sobre el término

Startup

Mesa Temática: 9. Ecosistemas de emprendimiento y competitividad

Modalidad: Investigación Concluida

Dr. Miguel Ángel Olivares Urbina¹

Correo Electrónico: maolivares@ucaribe.edu.mx

998 2033633

Universidad del Caribe

Esq. fracc. tabachines lote 1, manzana 1 región 78, Benito Juárez, Quintana Roo
77528, Cancún México.

Rosiluz Ceballos Povedano

Correo Electrónico: rceballos@ucaribe.edu.mx

998 8814400

Universidad del Caribe

Esq. fracc. tabachines lote 1, manzana 1 región 78, Benito Juárez, Quintana Roo
77528, Cancún México.

Abelardo Castillo Galeana

Correo Electrónico: acastillo@ucaribe.edu.mx

998 8814400

Universidad del Caribe

Esq. fracc. tabachines lote 1, manzana 1 región 78, Benito Juárez, Quintana Roo
77528, Cancún México.

Ciudad de México, México.

9 al 13 de septiembre de 2019

¹ Dr. Miguel Ángel Olivares Urbina1

Análisis de los conocimientos que el emprendedor tiene sobre el término

Startup

Resumen

El término Startup gana popularidad a partir del años 2011, con epicentro en el estado de California en Estados Unidos, su uso se ha generalizado al grado de ser utilizado indistintamente para denominar cualquier nueva empresa o proyecto, la confusión es tal, que los diseñadores programas de apoyo gubernamentales, los inversionistas, no pueden definir claramente a los sujetos de apoyo; por ello en el presente documento se desarrolla un análisis cualitativo, cuantitativo en él cual se identifican los conceptos utilizados por los emprendedores actualmente, con el objetivo de identificar los términos más utilizados por el emprendedor; y así obtener la información necesaria para homogenizar conceptos que el mundo empresarial pueda utilizar en el diseño de estrategias; para ello se abordan temas específicos en entrevistas dirigidas realizadas a 40 emprendedores líderes de startup de diversos estados de la república mexicana, los temas por abordar se sintetizan en 13 preguntas abiertas, con las que se identificara los conocimientos generales que el empresario tiene del tema startup, el resultado de la investigación será de utilidad para el diseñador de políticas públicas, el gestor de organismos intermedios, para los inversionistas y asesores de estos emprendimientos; quienes podrán utilizar los conceptos construidos, así como las tendencias halladas del uso de la terminología para la construcción de estrategias y programas de apoyo público y privado, o para programas de asesoramiento para los emprendimientos creados con un modelos de negocios startup que reúnan las características que se identifican.

Palabras clave

Startup, Emprendedor y Conceptos.

Análisis de los conocimientos que el emprendedor tiene sobre el termino Startup

Modelos de sociedades empresariales.

A diferencia de una empresa tradicional, las start up son modelos de negocios que surgen no por acumulación de capital sino por una idea financiable en términos de mercado y que son los mismos demandantes quienes aportan capital para su constitución. Surgen de la unión de pocos emprendedores especializados en distintas áreas de negocios que en conjunto pueden manejarla sin una estructura administrativa compleja, son más bien horizontales en su manejo y jerarquía. Su principal característica es que los mismos trabajadores son parte de la empresa y que tiene un proceso continuo de creación eliminando el largo plazo como base de creación (Rodríguez, 2016).

Es una consecuencia de la revolución tecnológica que permite distintos tipos de organización empresarial para la satisfacción de necesidades. Ya no se requiere la atención a sectores económicos específicos sino por producto haciendo menos pesada la organización empresarial. Se establece una relación dinámica con el mercado permitida por tener en su origen el uso tecnológico que permite el acercamiento inmediato con el cliente y la adaptación a sus necesidades, sin cambio de infraestructura empresarial. Son una muestra de emprendimiento que abandona la carga de las sociedades empresariales basadas en la formación de capital por acumulación.

Los modelos y clasificaciones de sociedades empresariales adquieren un cambio de dirección de mercado con formas alternativas de organización, las empresas se clasificarán de acuerdo a sus objetivos, si persigue beneficios para sus integrantes, agremiados o para directivos si trata de tener una porción de mercado o desarrollar innovaciones, especializarse a través de sus colaboradores o si bien quiere influir en la sociedad con un objeto social más humanitario. (Razeto, L., & Rufino, A. M. 1990).

Las formas empresariales como pymes, grandes empresas, empresas de participación social, son rebasadas por las empresas emergentes que mejoran la capacidad de asociación tradicionales como sociedad de hecho, sociedad colectiva, sociedad de responsabilidad limitada (SRL), sociedad anónima (SA) y cooperativas. Lozano, M. A. (2010). Las empresas emergentes o start up no requieren una estructura asociativa sino que son autónomas y por el contrario extienden lazos hacia el mercado con relaciones no formales de producción ni organización, que encuentran financiamiento sin vínculo administrativo con los aportadores de capital, sólo utilitario. Para entender este concepto a continuación se discute el concepto.

¿Que son las startup?.

El concepto startup surge del dinamismo e innovación que el emprendedor imprime en el desarrollo de sus actividades Gómez y Botero (2106) conceptualizan como un emprendedor, es aquella persona capaz de lograr cambios tanto económicos como sociales al proporcionar una mayor cantidad y calidad de productos y servicios; el resultado del trabajo de un emprendedor se debe fortalecer según Markman, Phan, Balkin, & Gianiodis, (2005) por la transferencia de tecnología que se da en los parques tecnológicos y en las incubadoras de emprendimiento, el ámbito en el que se desarrollan les permite utilizar los mismos términos y concepciones; por lo tanto el entendimiento de los objetivos es claro y el establecimiento de procesos y sistemas se eficientiza, actividad que fomentan las incubadoras de nuevos emprendimientos, sin embargo estos son entornos cerrados y acotados a regiones específicas, centros de investigación o universidades, Audretsch, Lehmann, & Warning (2005), consideran que las empresas de nueva creación o empresas emergentes y las universidades generan una simbiosis ya que la universidad dota a estas jóvenes empresas de su talento humano innovador y creativo, y una de las características es que salen hablando un lenguaje empresarial y de negocios, los antes mencionados son los que se han convertido en los usuarios del término Startup, aquellos emprendedores que emergen de clusters empresariales, de universidades o de incubadoras de negocios son los que promueven y crean empresas emergentes bajo modelos innovadores que posteriormente se les va denominado startup sin contar con una conceptualización y uso correcto del término.

Ries (2012), uno de los precursores en utilizar el término startup en las empresas emergentes, considerándolas una institución que busca satisfacer una necesidad la cual tiene que flanquear incertidumbre para lograr que el emprendimiento prospere; la definición están incluyente que se popularizo en poco tiempo llegado a formar parte del vocabulario de diferentes sectores productivos, su nacimiento se da en un ecosistema de innovación tecnológica y cambios continuos.

Lo que la startup busca es idear un modelo de negocio que por prueba y error sea capaz de alcanzar a todo aquel consumidor que a la vista de todos se encuentra desatendido, logrando de esta forma un posicionamiento global, (Luna, 2014) (Ries, 2012).

(Llamas & Fernández, 2018) se generan la pregunta de si las startup son un experimento en el cual identifican una serie de oportunidades para todos aquellos que identifiquen un área de oportunidad en las cadenas productivas o de valor que hacen posible la satisfacción de un cliente por medio de cumplir sus necesidades, para ellos la gran pregunta a responder es si el producto por crear es el pertinente, ya que lo que han observado es que cuando un emprendedor tiene una idea hace un plan de negocios pide un financiamiento realiza todos los procesos hasta lanzar su producto al mercado, solo hasta ese momento recibe una retroalimentación de las necesidades reales del cliente, siendo en ocasiones tanta la relevancia de la diferencia entre lo que el cliente quiere a lo que se presenta que llega a ser fatal para el desarrollo de ese proyecto innovador.

Baum & Silverman (2004) establecen para el nacimiento y desarrollo del startup los actores de financiamiento tiene una alta relevancia ya que además de la inversión financiera esta puede venir acompañada de mentores y asesores la relevancia puede ser llegara a ser de tanto impacto que deciden el éxito o el fracaso del startup.

Objetivos,

Se establece que los estudios del término startup son insipientes y tiene diversas perspectivas y el concepto raíz es tan ambigua que surge la necesidad de identificar que es lo que los usuarios del termino piensan y como lo usan por lo que la presente investigación tienen como **objetivo general**; identificar los términos y definiciones que el emprendedor utiliza de forma cotidiana, y como **objetivos específico** establecer una definición la cual se pueda utilizar de forma generalizada dado el uso que ya se le da al termino, por lo se considera como hipótesis única que si se cuenta con un análisis metodológico y estructurado del uso del término Startup se puede redactar una definición incluyente del término Startup con diversas perspectivas.

Metodología.

Con objetivo identificar términos y definiciones que el emprendedor utiliza cotidianamente; que permita obtener información necesaria para que el lenguaje o términos utilizados tengan un mayor impacto en el mundo empresarial. Se estableció una metodología cuali-cuantitativa de investigación consistente en tres pasos: a)Diseño de investigación, b)recolección de información y, c)análisis de información.

a) Diseño de investigación, se enmarca bajo la perspectiva teórica del emprendurismo que intenta observar la adaptación de la sociedad empresarial a las formas emergentes de empresa bajo métodos cualitativos y cuantitativos. Para el primero se diseñó un cuestionario (Anexo, 1) que permitiera aplicar entrevistas semi estructuradas con 13 preguntas guía a empresarios. Cada una de éstas fue realizada de manera abierta y subdividida en términos startup, estos derivan de la revisión teórica del concepto, tratando de homogeneizar la información. El segundo, el cuantitativo, consiste en el conteo de veces, frecuencias estadísticas, que se obtuvieron de los términos en el total de observaciones o entrevistas realizadas.

b) Recolección de información, las fuentes de información fueron 40 emprendedores ubicados en las ciudades mexicanas de Guadalajara, Monterrey, Cancún, Mérida, Puebla, Ciudad de México y la ciudad española de Madrid. La selección fue con base en muestra criterio para emprendedores que lideran startup que cumplieran las condiciones de estudio y estuvieran dispuesto a colaborar. Las entrevistas se realizaron por estudiantes capacitados en temas de investigación que pertenece al programa DELFIN, un programa de verano para prácticas en proyectos de investigación. Las entrevistas fueron grabadas en teléfonos inteligentes y transcritas posteriormente en archivos de texto.

c) Análisis de información, una vez transcritas las entrevistas se realizó el análisis de los datos a través en dos fases. La fase de diseño y selección de términos y la fase de vaciado de información. El diseño consiste en la lectura de las entrevistas y cotejo con la teoría para establecer términos coincidentes y redundantes entre los

entrevistados. El vaciado se realizó en una matriz de datos (Anexo 2), en el programa Excel, que relaciona cada observación con los términos coincidentes y asigna un uno cada vez que son mencionados en las entrevistas. Esto permite hacer un recuento final por columnas para conocer la suma total o frecuencias estadísticas. De las 40 entrevistas sólo 36 pudieron utilizarse en el análisis. El análisis de la información se presenta en gráficas que resaltan las coincidencias por término.

Resultados.

A continuación, se muestran los resultados obtenidos del análisis desarrollado con la información obtenida de las entrevistas dirigidas..

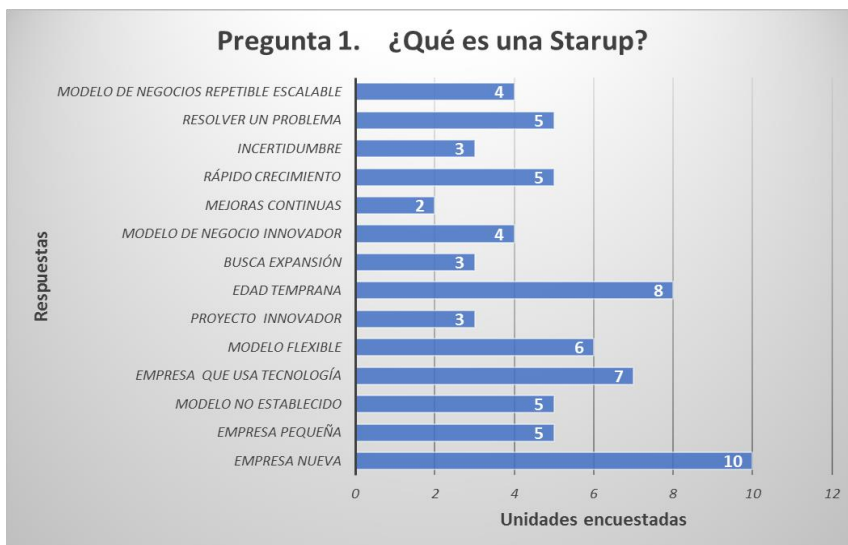


Figura 1. La mayoría de los emprendedores describen las Startup como empresas nuevas y de edad temprana, con rápido crecimiento, basadas en un proyecto innovador principalmente tecnológico. Las consideran como empresas pequeñas que van en busca de expansión a través de mejoras continuas para resolver un problema en un ambiente de incertidumbre, guiados en un modelo no establecido, flexible, innovador, repetible y escalable.

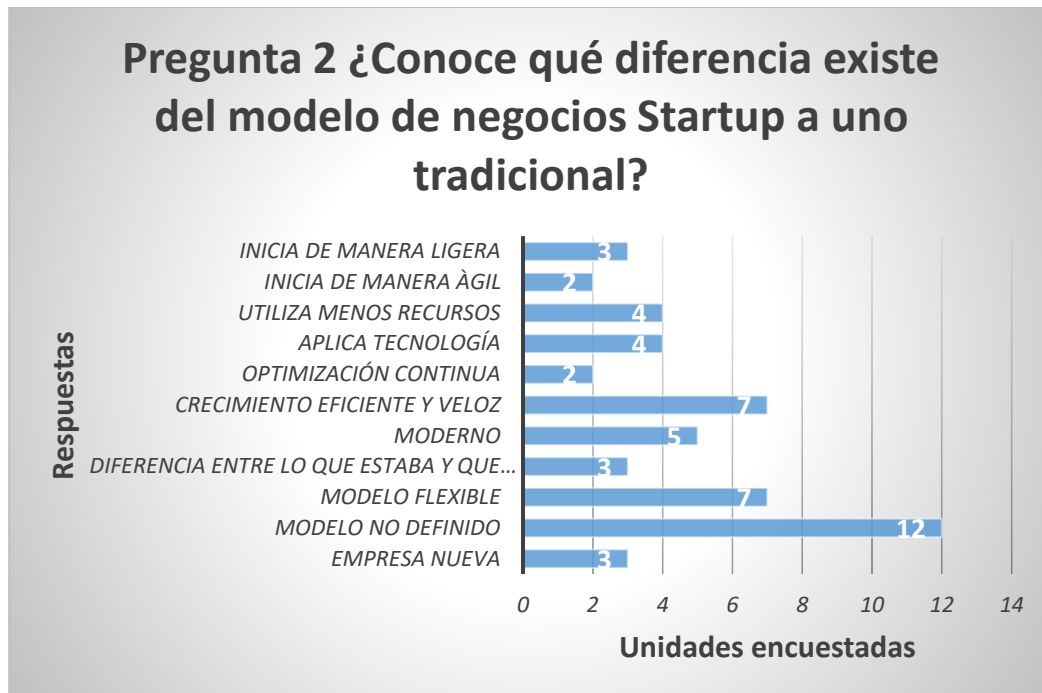


Figura 2. La diferencia que identifican entre un modelo de negocios Startup a uno tradicional radica en que son empresas nuevas con un modelo no definidos, de crecimiento eficiente, marcando un modelo de negocio moderno, utilizando de manera ágil y ligera; menos recursos aplicando tecnología.



Figura 3. Los emprendedores coinciden que las Startup nacen a partir de la detección de una idea innovadora o de una necesidad o problemática aceptada por el mercado, y algunos más, mencionan que es mediante el impulso de los jóvenes y la creación de equipos que tienen una necesidad económica y utilizan las herramientas generadas a raíz de la Revolución Digital.

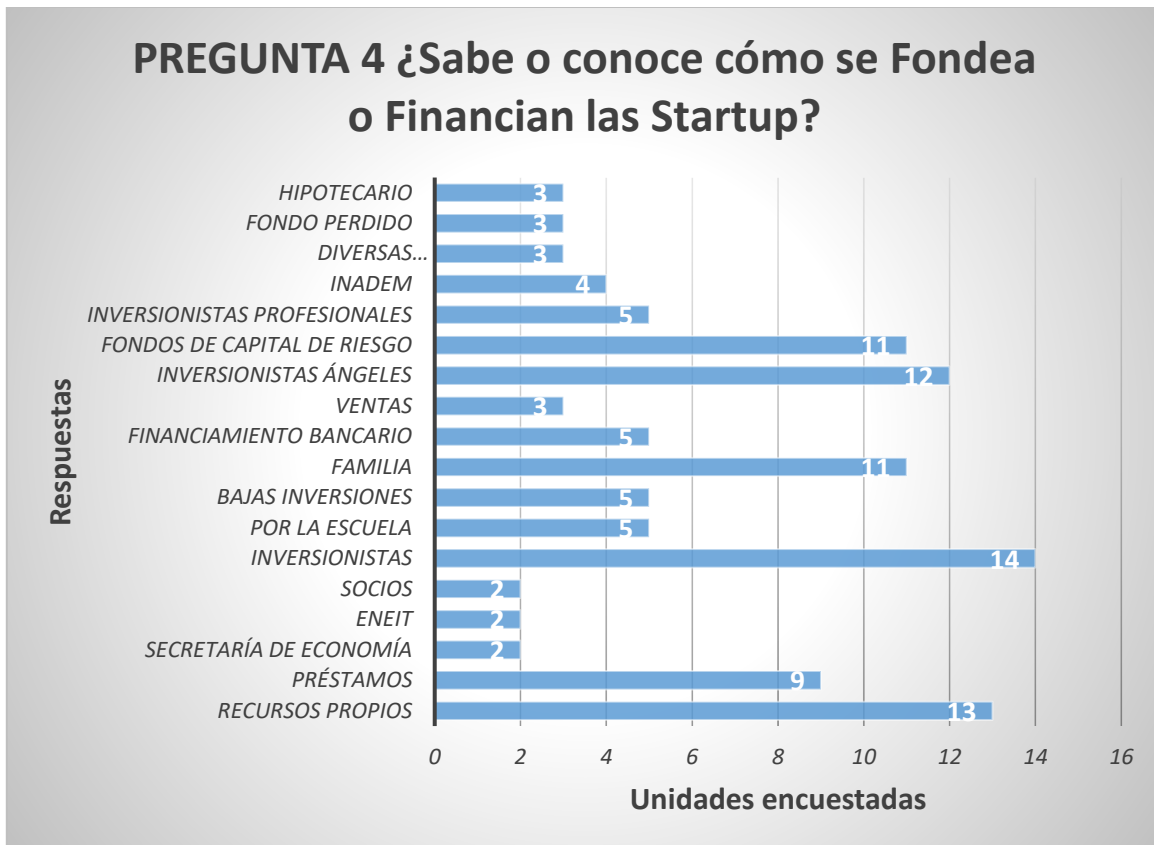


Figura 4 Las principales fuentes de financiamiento para las Startup conocidas por lo emprendedores son las aportaciones de inversionistas, los recursos propios, los inversionistas ángeles, capital de riesgo y prestamos familiares. Entre las menos conocidas están socios, financiamiento mediante escuelas, financiamientos bancarios, inversionistas profesionales, por medio de la Secretaría de Economía, INDADEM, ENEIT, capital revolvente, fondo perdido, financiamiento hipotecario, entre otras formas.



Figura 5. Cabe destacar que los emprendedores tienen un desconocimiento sobre políticas públicas que apoyan a las Startup. Sin embargo, algunos otros reconocen ciertas políticas brindadas por organismos como la Secretaría de economía, ENEIT, INADEM, Secretaría de Innovación, Asociación Mexicana de emprendores, Sociedad Anónima de Inversión, y esfuerzos estatales.

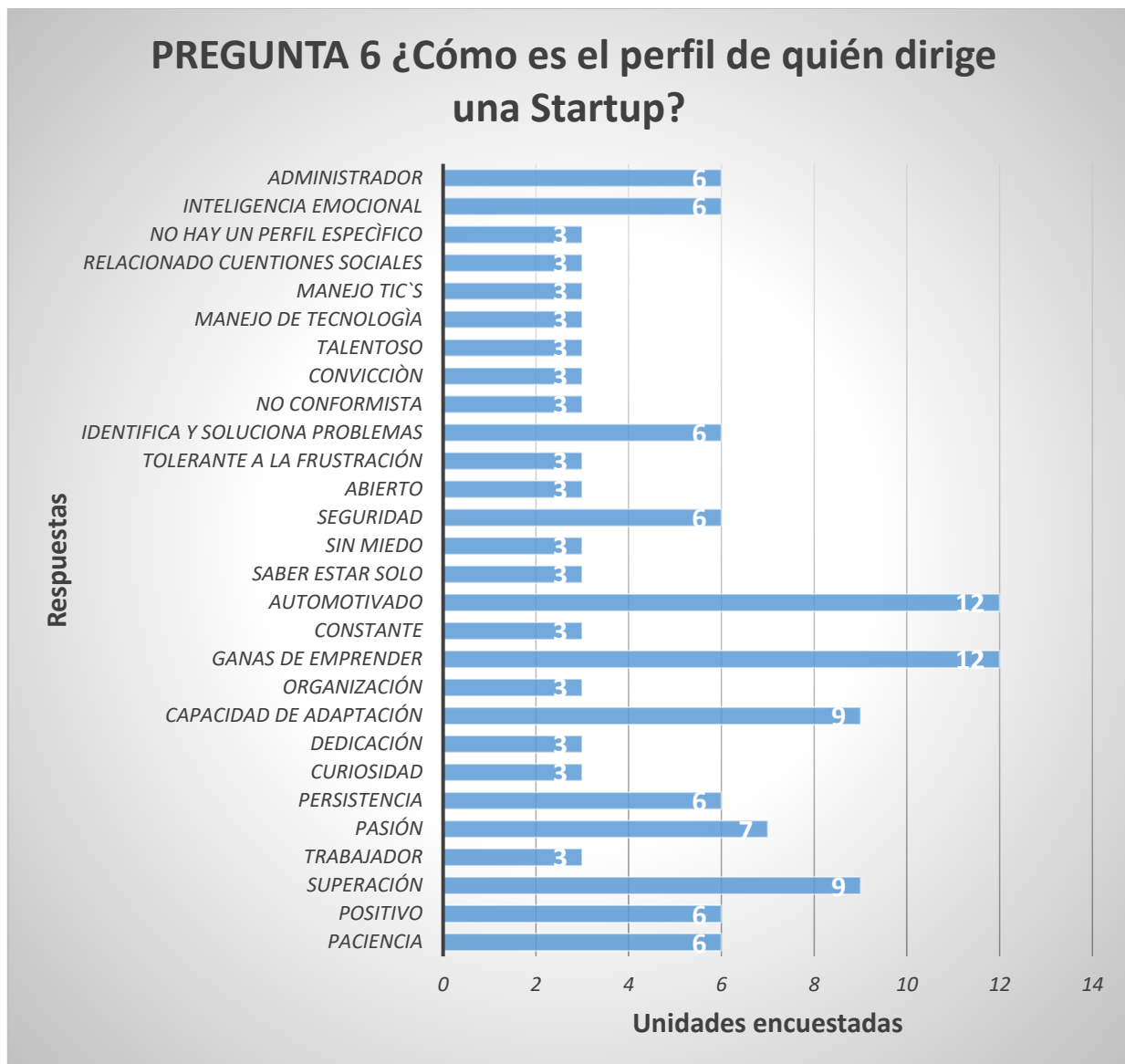


Figura 6. La automotivación y las ganas de emprender son las aptitudes que sobresalen como características principales de las personas que dirigen una Startup, mientras que los demás entrevistados agregan al perfil que deben ser personas positivas, que buscan superación personal, constantes, pacientes, con pasión, persistencia, que logran identificar y solucionar problemas con facilidad de adaptarse al cambio y algunas veces saber estar solo. Por último, trabajador, curioso, dedicado, organizado, seguro, sin miedo, tolerante a la frustración, no conformista, con convicción, talentoso, manejo de las Tecnologías de la Información y Comunicación (TIC's) con inteligencia emocional, y administrador. Ajeno a ello otros consideran que no hay un perfil específico que los caracterice.



Figura 7 Los encuestados consideran que las Startup se diseñan dependiendo del producto o servicio a ofrecer con base a una idea o bien partiendo de la identificación de un problema y contar con un equipo multidisciplinario para lograr un rápido crecimiento. No existen pasos precisos debido a que se lleva a cabo una experimentación constante, con el método científico por medio de observaciones e hipótesis, o bien utilizando un modelo de negocios, ya sea Leane Startup o el modelo de negocios Canvas.

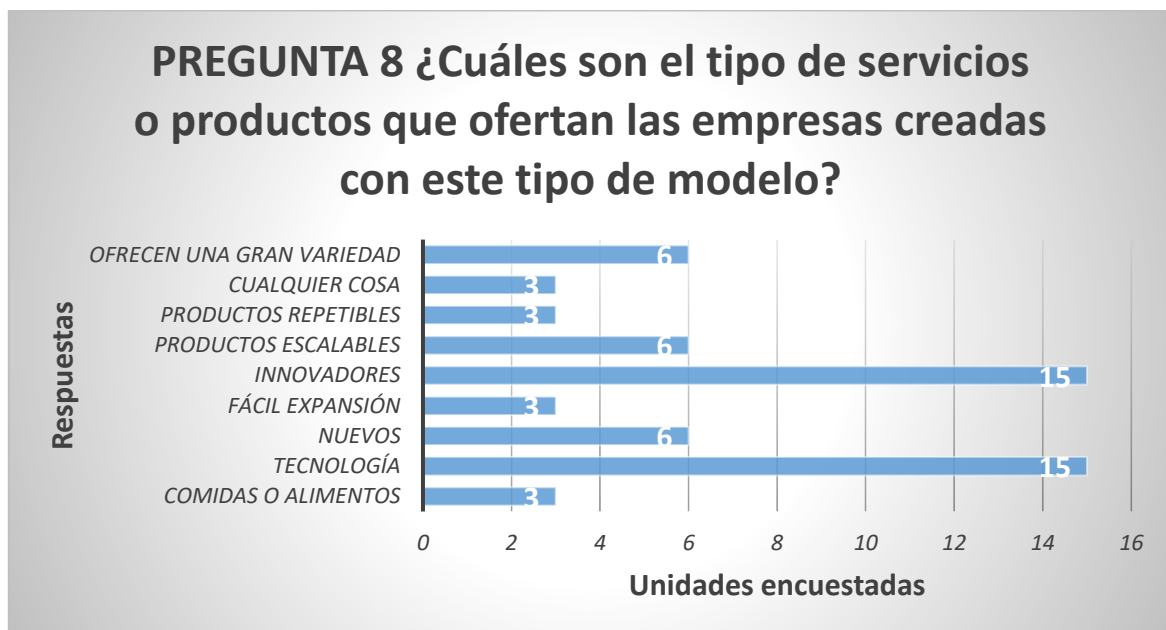


Figura 8. Las Startup se concentran en brindar productos o servicios tecnológicos e innovadores, no obstante, este tipo de empresas ofrece al mercado productos de fácil expansión, escalables y repetibles.

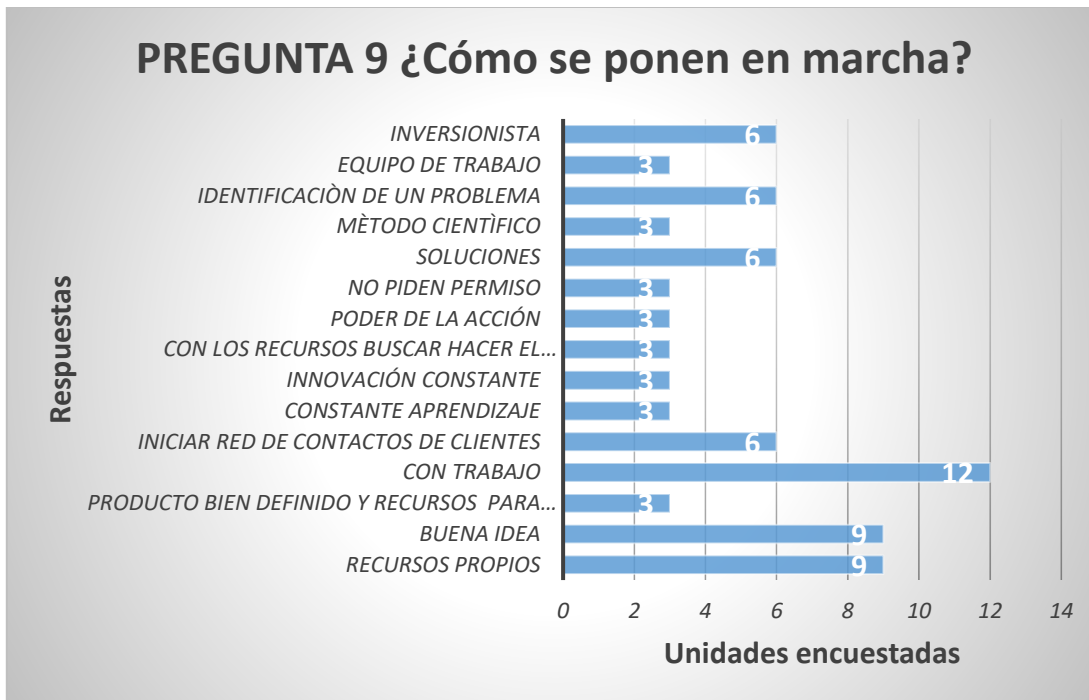


Figura 9. La implementación de una Startup mediante una buena idea se lleva a cabo con trabajo y recursos propios, a la cual se le incorporan innovaciones y un aprendizaje constante y creando una red de contactos con inversionistas y clientes. Otro concepto, es contar con un producto definido y los recursos necesarios para darlo a conocer al mercado, todo esto con un buen equipo de trabajo que identifica un problema y da solución.

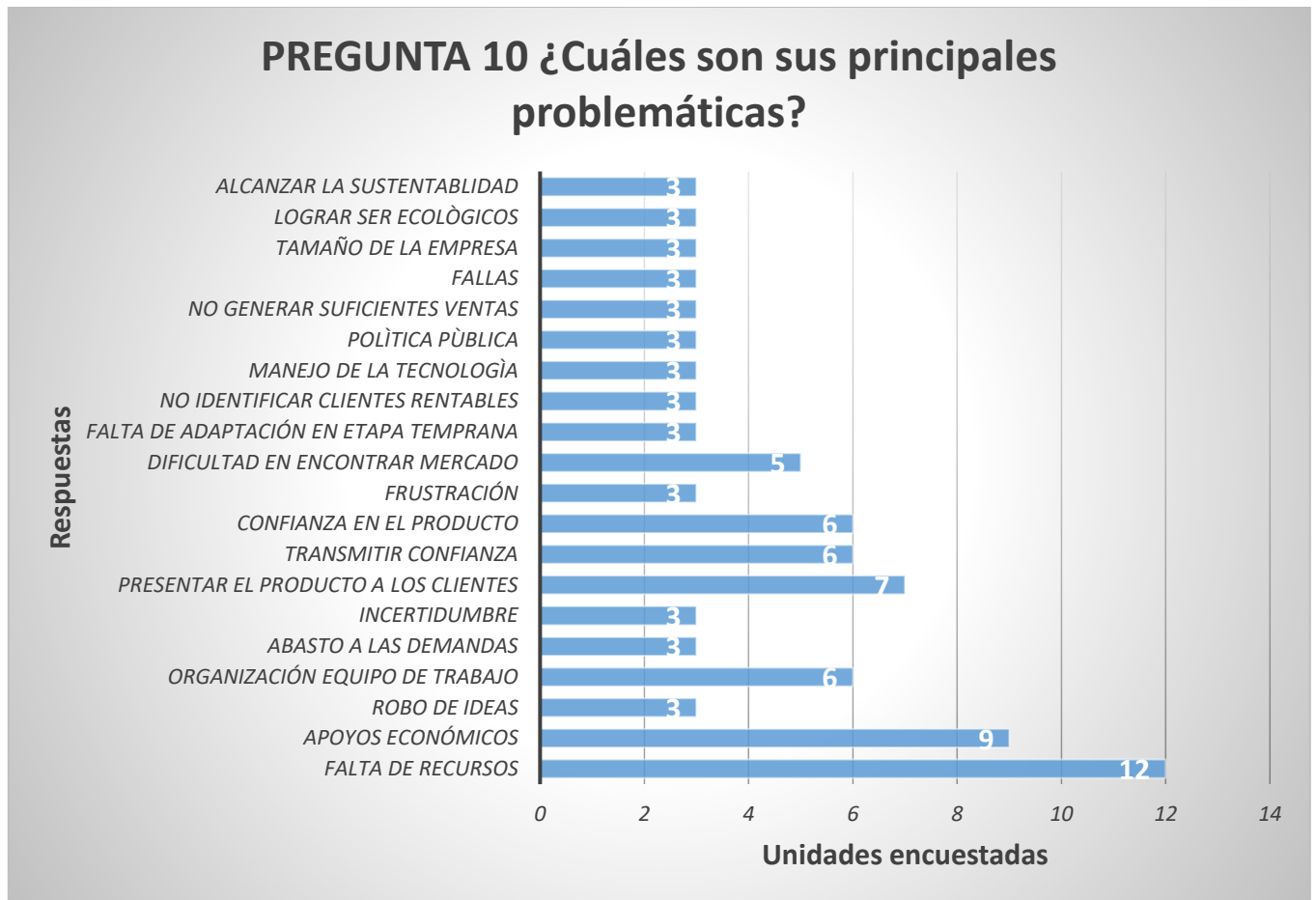


Figura 10 De acuerdo a la experiencia de los entrevistados los principales problemas a los que se enfrenta una Startup es la falta de recursos, mientras que con menor frecuencia se encuentran la mala organización del equipo de trabajo, afrontar la incertidumbre del entorno, el dar a conocer el producto a los clientes y el transmitir confianza por medio de un buen producto.

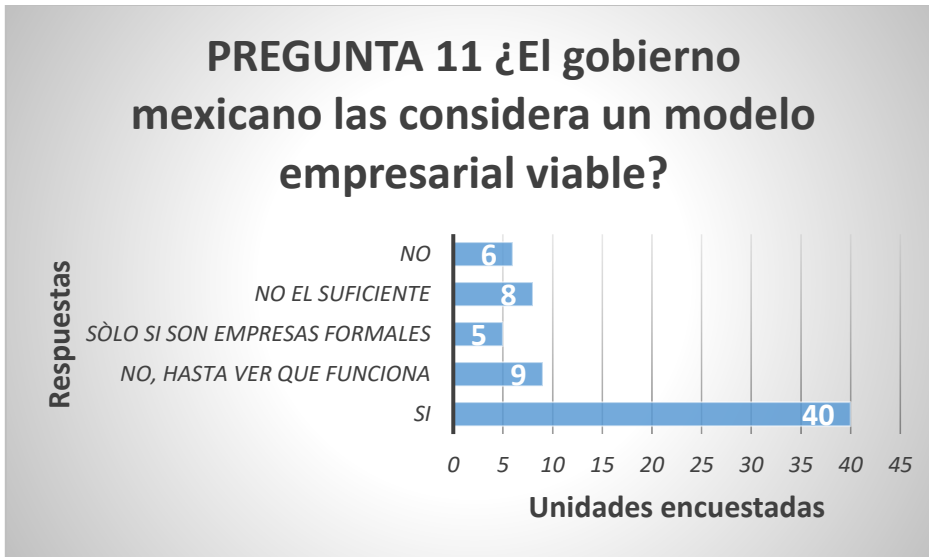


Figura 11. La percepción de los emprendedores entrevistados es que el gobierno mexicano considera a la startup un modelo empresarial viable.

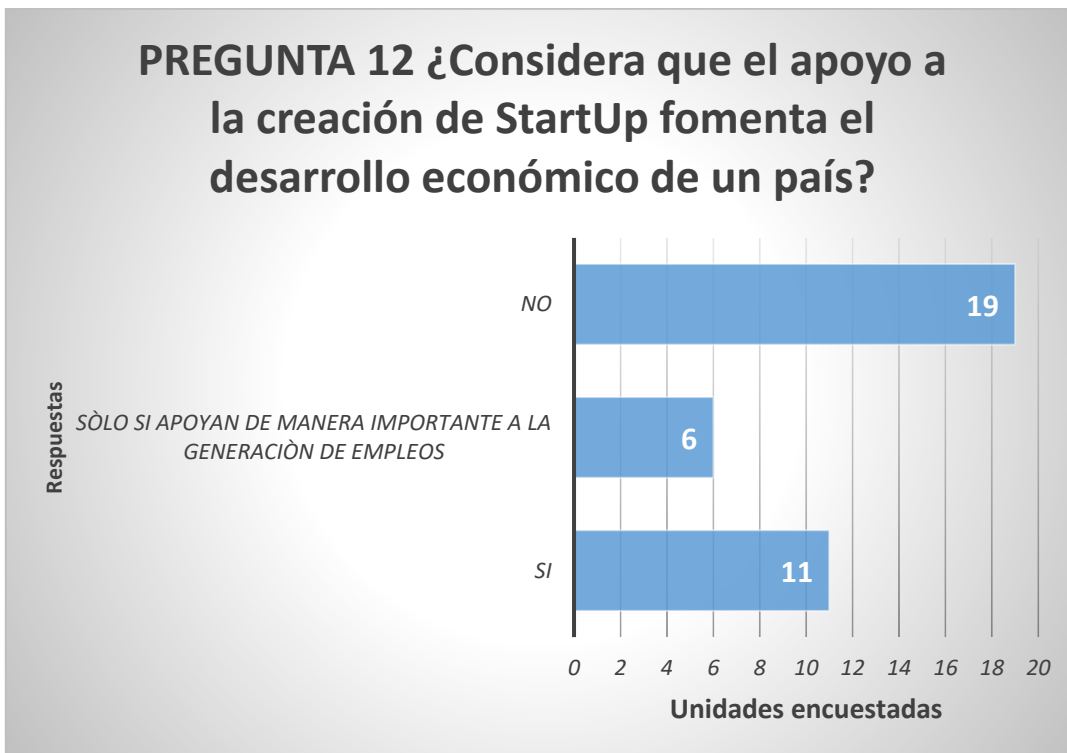


Figura 12. El apoyo a la creación de las Startup no fomenta el desarrollo económico del país, de acuerdo a la percepción de los encuestados.

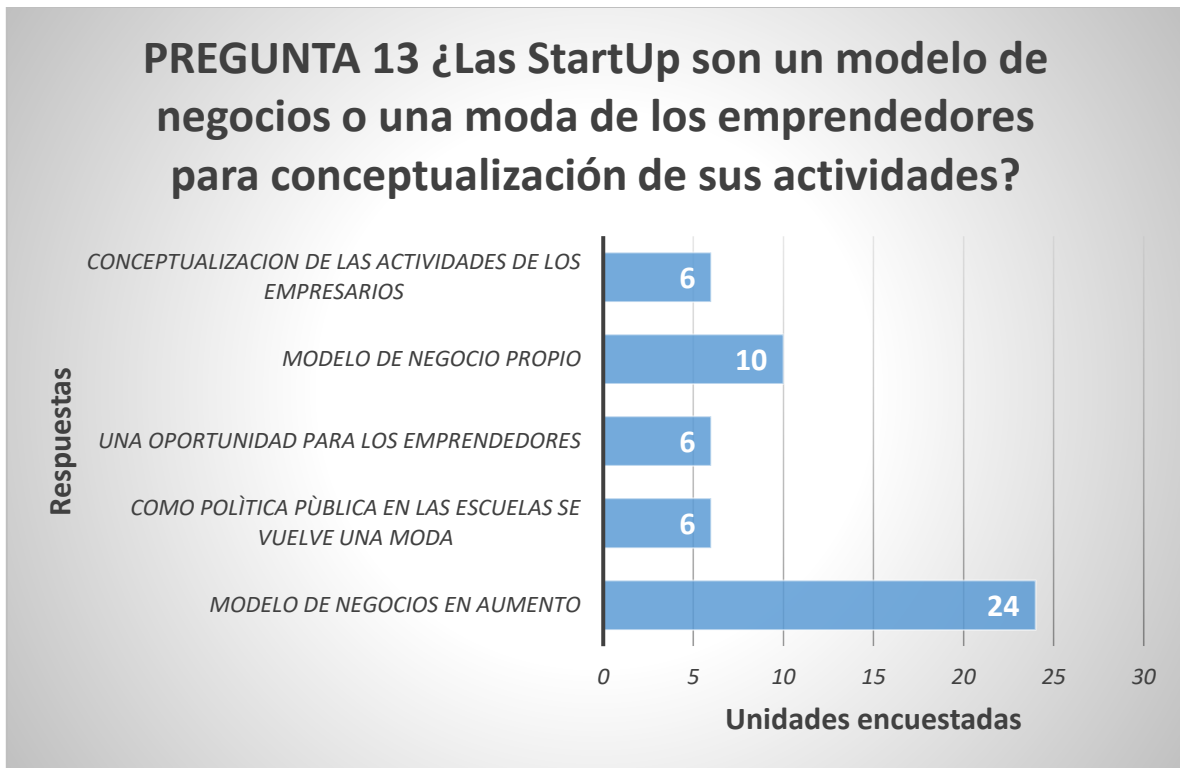


Figura 13. La mayoría llegan a la conclusión de que las Startup son un modelo de negocio, cuya aceptación va en aumento principalmente para emprendimientos tecnológicos.

Conclusiones

Con la finalidad de concluir y dar cumplimiento con el objetivo general de esta investigación se establece que Las startup en específico son un modelo de negocios que se diseñan como; la respuesta acelerada que el emprendedor tiene para satisfacer las necesidades de la sociedad por medio de productos o servicios, los cuales pueden resolver problemas nuevos que generan los cambios sociales o problemas ya resueltos a los que se les insertan herramientas tecnológicas para eficiente el resultado esperado por el cliente.

Se determina que el modelo de negocios de startup, se diferencian de los modelos tradicionales, por la incertidumbre con la que nace el emprendimiento, se diseña para ser flexible y responder a los cambios que el ecosistema empresarial le presenta, busca tener un crecimiento acelerado, nace de ideas innovadoras que responden a necesidades específicas de un mercado, son financiadas en la mayoría de las veces con recursos propios o inversionistas a los que les atraen las innovaciones tecnológicas, ya que el apoyo de financiamiento gubernamental no es identificado por los emprendedores.

Se reconoce como principal característica de los líderes de estos modelos de negocios a la automotivación, con esta fortaleza diseña su emprendimiento enfocado en el producto o servicio que ofertan, sin perder de vista cómo satisface a su cliente, el cual en estos modelos den negocio prefiere productos o servicios de base tecnológica; los principales problemas que se identifican para este tipo de modelos de negocios son el financiamiento de ideas innovadoras, las cuales en ocasiones rompen paradigmas, por lo que aceptación se dificulta.

Desde el punto de vista del emprendedor la participación del gobierno en el fomento y apoyo de las startup es poca, por lo que considera que el impacto en el desarrollo del país es nulo, es sentido opuesto establecen que el gobierno debería contar con estrategias específicas para el fomento y desarrollo de estos modelos de negocio ya que son importantes para el ecosistema empresarial.

Para futuras investigaciones, partiendo de los resultados obtenidos, es pertinente plantear estrategias y alternativas de fomento al emprendimiento en las que los usuarios de los modelos de startup sean incluidos para convertirse en una opción de fomento y desarrollo de emprendimientos que detonen el crecimiento del país.

Lista de referencias

- Almeida, P., Dokko, G., & Rosenkopf, L. (2003). Startup size and the mechanisms of external learning: increasing opportunity and decreasing ability?. *Research Policy*, 32(2), 301-315.
- Arora, A., Fosfuri, A., & Gambardella, A. (2001). Markets for technology and their implications for corporate strategy. . *Industrial and corporate change*, 10(2), 419-451.
- Audretsch, D. B., Lehmann, E. E., & Warning, S. (2005). University spillovers and new firm location. . *Research policy*, 34(7), 1113-1122.

Baum, J. A., & Silverman, B. S. (2004). Picking winners or building them? Alliance, intellectual, and human capital as selection criteria in venture financing and performance of biotechnology startups. *Journal of business venturing*, 19(3), 411-436.

Bosma, N., Van Praag, M., Thurik, R., & De Wit, G. (2004). The value of human and social capital investments for the business performance of startups. *Small Business Economics*, 23(4), 227-236.

Davila, A., Foster, G., & Gupta, M. (2003). Venture capital financing and the growth of startup firms. *Journal of business venturing*, 18(6), 289-708.
doi:10.1016/S0883-9026(02)00127-1

Gómez, M. E., & Botero, J. C. (2016). Startup y spinoff: una comparación desde las etapas para la creación de proyectos empresariales. *Revista Ciencias Estratégicas*, 24(36), 365-378. DOI: rces.v24n36.a7

Instituto Colombiano para el Desarrollo de la Ciencia y la Tecnología Francisco José de Caldas. (2007). Las empresas de base tecnológica e innovadoras y su relación con los fondos de inversión en capital. Bogotá: Colciencias.

Llamas, F. J., & Fernández, J. C. (2018). La metodología Lean Startup: desarrollo y aplicación para el emprendimiento. *Revista EAN(84)*, 79-95.
DOI:10.21158/01208160.n84.2018.1918

Luna González, L. (2014). Startups, modelo para una economía emergente y creativa. *Revista Digital Universitaria*, 15(1), 1-4.

Markman, G. D., Phan, P. H., Balkin, D. B., & Gianiodis, P. T. (2005). Entrepreneurship and university-based technology transfer. *Journal of business venturing*, 20(2), 241-263.

Ries, E. (2012). *El método Lean Startup: Cómo crear empresas de éxito utilizando la innovación continua*. Grupo Planeta (GBS).

Stark, D. (2011). *The sense of dissonance: Accounts of worth in economic life*. . Princeton University Press.

Rodríguez Reina, C. (2016). *Estudio de las Startups*.

Razeto, L., & Rufino, A. M. (1990). *Las empresas alternativas*.

Lozano, M. A. (2010). Modelos de asociatividad: estrategias efectivas para el desarrollo de las Pymes. *Revista EAN*, (68), 175-178.

Anexo 1

Cuestionario de identificación de términos y definiciones al emprendedor

1. ¿Sabe qué es una Startup?
2. ¿Conoce qué diferencia existe del modelo de negocios Startup a uno tradicional?
3. ¿Sabe cómo nacen las Startup?
4. ¿Sabe o conoce cómo se Fondea o Financian las Startup?
5. ¿Sabe qué políticas públicas para apoyar las Startup?
6. ¿Cómo es el perfil de quien dirige una Startup?
7. ¿Cómo se diseña este tipo de empresas?
8. ¿Cuáles son el tipo de servicios o productos que ofertan las empresas creadas con este tipo de modelo?
9. ¿Cómo se ponen en marcha?

Análisis del emprendedor startup

10. ¿Cuáles son sus principales problemáticas?
11. ¿El gobierno mexicano las considera un modelo empresarial viable?
12. ¿Considera que el apoyo a la creación de StartUp fomenta el desarrollo económico de un país?
13. ¿Las StartUp son un modelo de negocios o una moda de los emprendedores para conceptualización de sus actividades?

Anexo 2

Matriz de coincidencia y recuento de términos al emprendedor

Pregunta:1,..13	Término, 1	...	Término, n
Observación 1			
Observación ...			
Observación 36			