

“LA UTILIZACIÓN DE LAS INCUBADORAS DE NEGOCIOS POR PARTE DE LOS EMPRENDEDORES, CASO CIUDAD DE TIJUANA BAJA CALIFORNIA”

TEMÁTICA:

COMPETENCIAS LABORALES (DESARROLLO DE EMPRENDEDORES)

INSTITUCIÓN DE PROCEDENCIA:

UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA DE TIJUANA

AUTORES:

LE. IMELDA YAÑEZ RUIZ
(664) 969 4700 EXT. 4758
imelda.yanez@uttijuana.edu.mx

C.P. DORA ROCÍO GUERRERO MUÑOZ
(664) 969 4700 EXT. 4757
rocio.guerrero@uttijuana.edu.mx.com

M.M. SANTIAGO GONZÁLEZ VELÁSQUEZ
(664) 969 4700 EXT. 4756
santiago.gonzalez@uttijuana.edu.mx

KM. 10 CARRETERA LIBRE TIJUANA-TECATE
EL REFUGIO QUINTAS CAMPESTRE
TIJUANA B.C. C.P. 22685

ÍNDICE

RESUMEN	3
INTRODUCCIÓN	3
PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA	5
MARCO TEÓRICO.....	5
METODOLOGÍA	12
RESULTADOS DE LA INVESTIGACIÓN	14
CONCLUSIÓN.....	21
BIBLIOGRAFÍA	24

LA UTILIZACIÓN DE LAS INCUBADORAS DE NEGOCIOS POR PARTE DE LOS EMPRENDEDORES, CASO CIUDAD DE TIJUANA BAJA CALIFORNIA

RESUMEN

El presente es un trabajo de investigación que identifica las características de los servicios ofrecidos en relación al punto crítico de un proyecto de incubación. El diseño metodológico corresponde al descriptivo transversal no experimental, método que aporta claridad en la obtención inicial de datos. La hipótesis a investigar conduce a identificar los problemas que enfrentan los emprendedores en el proceso de incubación lo que permite observar tal como se da el fenómeno en contexto para ulterior análisis. Considerando que se encuentra en ciernes la utilización de las incubadoras, es necesario identificar aquellos aspectos que puedan aportar mejoras a los procesos que concluyan en proyectos viables en marcha. La información es obtenida de diferentes centros de incubación de la ciudad de Tijuana. Si bien es primordial generar un plan de negocios viable existen otros factores aún no considerados que mellan el proceso de incubación. Factores que inciden en dejar trunco un porcentaje significativo de proyectos, es aquí dónde corresponde anticipar y crear instrumentos que permitan avizorar situaciones (puntos críticos) a los nuevos emprendedores en el proceso de incubación. Sin duda el factor humano es también la variable a tomar en cuenta en el trascurso de la creación de nuevas empresas

PALABRAS CLAVE:

Incubación, Emprendedores, Análisis, Factor humano.

INTRODUCCIÓN

Se entiende por incubadora aquel organismo que proporciona a los nuevos emprendedores espacios e instalaciones que brindan asesoría de administración y ayuda para reducir los costos de operación de los nuevos negocios. El propósito de las incubadoras de negocios es ver que los nuevos negocios salgan del cascarón, crezcan y dejen la incubadora. La mayoría de las incubadoras aunque no todas, son patrocinadas por el gobierno, universidades o cámaras empresariales, y es motivada por el deseo de estimular el desarrollo económico. Aunque el

espacio que brindan es importante, su mayor contribución es el conocimiento de los negocios y el apoyo administrativo que aportan (Longenecker & Moore, 2007).

El emprendedor requiere de acompañamiento para consolidar una idea crear un nuevo negocio con el respaldo de servicios profesionales necesarios para lograr el objetivo común y echar andar con éxito una empresa. Por otro lado un emprendedor es aquella persona que tiene la visión, ahínco y creatividad, y que está dispuesta a correr el riesgo de iniciar y dirigir un negocio para obtener una utilidad o para cambiar a fondo el alcance y el curso de una empresa que ya existe (Gitman & MacDaniel, 2007).

En Tijuana existen distintos organismos tanto públicos como privados que se dedican a otorgar asesoría a emprendedores sobre cómo hacer mejor su negocio, y en donde obtener financiamientos. Sin embargo actualmente 25% de las empresas nuevas cierran en su primer año, por falta de capacitación, asesoría jurídica y empresarial (INEGI, 2011). (CETYS UNiversidad, 2011)

Las personas emprendedoras en la ciudad de Tijuana así como en el resto del país deben tratar con varias dependencias de gobierno a nivel federal, estatal y municipal. Según un estudio realizado por los creadores del programa “tu empresa”, los emprendedores proporcionan la misma información al gobierno federal por lo menos en siete ocasiones, y en algunos casos hasta 18 veces o más. Esta redundancia en los trámites hace que el proceso sea largo y costoso para el emprendedor.

El que un emprendedor concluya exitosamente su plan de negocios depende directamente de dos factores, el tiempo que éste le dedique y de la inversión que se realice. Cabe mencionar que la inversión es propia del emprendedor en un 50% de los casos, el 30% proviene de algún socio o familiar y tan solo el 10% de las inversiones son obtenidas de alguna fuente de financiamiento pública o privada. La Secretaría de Turismo del Estado (Secture) dispone este año de recursos por 3 millones de pesos para ser destinados en apoyo a micro, pequeñas y medianas empresas turísticas, lo anterior como parte del programa de impulso a las Mipymes y la economía de las familias, anunciado por el gobernador del Estado, José Guadalupe Osuna Millán.

PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

Objetivo General

- Identificar los factores que ayudan o entorpecen el proceso de incubación de las nuevas empresas en Tijuana BC.

Objetivos específicos.

- Saber cuáles las incubadoras de negocios con las que cuenta la ciudad de Tijuana BC.
- Conocer el proceso de incubación que proponen las incubadoras de la ciudad de Tijuana BC.

Al observar estos objetivos de investigación, y realizando una investigación exploratoria sobre el tema, podemos identificar las siguientes preguntas de investigación:

- ¿Los proyectos atendidos por las incubadoras de la ciudad de Tijuana, culminan en empresas funcionales?
- ¿El proceso que proponen las incubadoras de la ciudad de Tijuana, es el adecuado para forjar empresas nuevas?
- ¿Son los requerimientos gubernamentales, o de índole financiera, los adecuados para las empresas incubadas?

MARCO TEÓRICO

Incubadoras de negocios caso ciudad de Tijuana Baja California.

En la ciudad de Tijuana existen diversas incubadoras que se distinguen por brindar distintos servicios.

Una de éstas es el Centro Incubador de Empresas y Negocios de la Universidad Tecnológica de Tijuana (CIENUTT) que se integra a la Red de Incubadoras con el modelo

Incubador, con el objetivo de promover la creación de empresas de tecnología intermedia en la región, además de fomentar la cultura emprendedora entre los alumnos y docentes de la Universidad Tecnológica de Tijuana, así como fortalecer el desarrollo de proyectos de investigación en la universidad, apoyándolos para que sean viables y se consoliden en una empresa (Universidad Tecnológica de Tijuana, 2011).

Mientras que el Centro para el Desarrollo Emprendedor Cetys, ofrece un sin número de beneficios como son otorgar consultoría de personal altamente capacitado, capacitación en diferentes áreas con el objetivo de brindar fortalecimiento a las empresas, pláticas con temas de interés para los emprendedores, así como información sobre financiamientos disponibles, los servicios que brinda están orientados a fortalecer el espíritu emprendedor y a apoyar al desarrollo de la micro, pequeña y mediana empresa, en: asesoría en elaboración de plan de negocios; capacitación en distintas áreas de la administración y negocios (CETYS Universidad, 2011)

Otra incubadora que opera en la ciudad de Tijuana es el Programa Nacional de Emprendedores EMPRESER para fomenta la cultura emprendedora, para ello ha diseñado e implementado políticas para la creación y consolidación de incubadoras de empresas que apoyan los esfuerzos, iniciativas y creatividad de los emprendedores, esta se encarga de prestar servicios de consultoría para la elaboración de un plan de negocios y acompañamiento para el inicio de operaciones de la empresa. Es un modelo de incubación de empresas que brinda asesoría gratuita y capacitación para emprendedores que deseen iniciar una empresa con una visión competitiva (EmpreSer, 2010).

El Centro Empresarial de Tijuana COPARMEX trabaja de manera conjunta con EmpreSer y ofrecen: capacitación especializada para apoyo en el financiamiento público de trámites municipales, pago de impuestos y gestiones ante diversas instancias. Estos dos organismos impulsan a la incubación de empresas a través del programa “Emprender” y adicionando con el concepto de “México Emprende”, que integra consultorías para empresas que así lo necesiten. El Centro Empresarial de Tijuana COPARMEX duplicó su meta de casos de éxito en 2010 al pasar de 100 a 200 proyectos, con énfasis en la creación de empleos registrados en el IMSS de la ciudad de Tijuana (COPARMEX, 2010).

Las incubadoras pueden crear empresas en diversos sectores como en el Tradicional, cuyos requerimientos de operación son básicos; tales como servicios, comercios e industrias ligeras. Hay incubadoras de empresas de tipo Rural o Social que apoyan la creación de empresas en sectores rurales o urbano populares, estas organizaciones se desarrollan entre 6 y 8 meses. Incubadoras de negocios de Tecnología Intermedia, apoya la constitución de empresas cuyos requerimientos de infraestructura física, tecnológica, así como sus mecanismos de operación y procesos son semi-especializados, desarrollándose entre 12 y 18 meses. Incubadoras de Negocios de Alta Tecnología apoya la constitución de empresas en sectores especializados, tales como Tecnologías de la Información y Comunicación, microelectrónica, sistemas micro electromecánicos (MEM'S), biotecnología y farmacéutico, entre otro y se desarrollan entre 18 a 24 meses (EmpreSer, 2010).

Tipos de emprendedores.

Según Gitman (2007) los emprendedores se dividen en varias categorías: los emprendedores clásicos, los emprendedores múltiples y los emprendedores internos. Los emprendedores clásicos son personas que corren riesgo e inician sus compañías con base en sus ideas innovadoras. Algunos emprendedores clásicos son microempresarios que inician pequeños negocios y quieren que se queden de ese tamaño. Con frecuencia inician sus negocios por mera satisfacción personal y estilo de vida. Dentro estos existen los emprendedores orientados al crecimiento quieren que sus negocios se conviertan en grandes compañías. La mayor parte de las compañías de tecnología avanzada han sido formadas por emprendedores que quieren que crezcan.

Los emprendedores múltiples son aquellos que inician una serie de compañías. Les encantan los retos que entraña crear un nuevo negocio y verlo crecer. De hecho, más de la mitad de los altos ejecutivos de las 500 compañías de la lista "Inc. 500" dice que si vendieran la empresa que tienen iniciarían otra compañía (Inc, 2011).

Emprendedores internos algunos emprendedores no son dueños de su compañía, sino que aplican su creatividad, visión y disposición a correr riesgos dentro de una compañía grande.

Estos empleados llamados emprendedores internos gozan de libertad para alimentar sus ideas y para desarrollar productos nuevos, mientras que sus empleadores les proporcionan sueldos fijos y respaldo financiero. Los emprendedores internos gozan de grado importante de autonomía para dirigir sus propias mini empresas dentro de una compañía más grande. Comparten muchos rasgos de personalidad con los emprendedores clásicos, pero corren menos riesgos personales (Gitman & MacDaniel, 2007).

Características de los emprendedores de éxito

El perfil del emprendedor no es solo cuestión de personalidad, un simple patrón de comportamiento, o un tipo de mentalidad orientada a las ganancias; es verdaderamente un estilo de vida que se refleja en las personas que desean hacer cambios a sus vidas para mejorarlas, y definitivamente su iniciativa, tendrá una influencia e impacto en todas las personas que se encuentren en su trayectoria emprendedora (Silva Duarte, 2009).

Para ser un emprendedor de éxito se requiere un ahínco especial, perseverancia pasión y espíritu de aventura, además de la capacidad administrativa y técnica. No basta con tener una idea estupenda también debe tener capacidad para desarrollar y dirigir la compañía que pone en práctica esa idea. Además, los emprendedores son la compañía; es decir no pueden dejar los problemas en la oficina cuando salen de trabajar. La mayor parte de los emprendedores suele trabajar muchas horas y, una vez que constituye la compañía, tomar pocas vacaciones (Silva Duarte, 2009).

También comparten algunas otras características como las de la personalidad del emprendedor. Muchos estudios sobre la personalidad de los emprendedores han encontrado que estos comparten ciertos rasgos básicos. La mayor parte de ellos son ambiciosos. Los emprendedores tienen una enorme necesidad de competir y alcanzar logros. Independientes son personas que inician solas y prefieren dirigir que seguir (Alcaraz Rodríguez, 2011).

También son individualistas. Seguros de si mismos entienden los retos que implica iniciar un negocio, pero tienen determinación y fe en su capacidad para resolver problemas. Tomadores de riesgos los emprendedores no eluden los riesgos, pero los más exitosos prefieren situaciones con un grado moderado de riesgo, los cuales les ofrecen la posibilidad de encontrar el resultado

en vez de las aventuras demasiado arriesgadas que dependen de la suerte. Son visionarios pues la capacidad de los emprendedores para percibir tendencias y para actuar en consecuencia les distingue de los dueños y directores de empresas pequeñas. Son creativos, saben que para competir con las empresas más grandes deben de ser creativos al diseñar productos, estrategias de marketing y soluciones para problemas administrativos (Gitman & MacDaniel, 2007).

Plan de negocios.

Un plan de negocios es una descripción formal que explica con detalle, por escrito la idea para un negocio nuevo y como será llevada a la práctica; incluye una descripción general de la compañía, las calificaciones de los dueños, una descripción del producto o servicio, un análisis del mercado y plan financiero. Cuando se haya definido el concepto básico del producto será posible entonces la elaboración de un plan para estructurar el negocio. Este es uno de los pasos más importantes para reducir los riesgos. Un buen plan de negocios puede determinar si la empresa triunfa o fracasa. Un plan de negocios permitirá operar su negocio en seco, sin invertir fondos ni correr riesgos. Un plan general bien preparado, por escrito permite que los dueños del negocio vean con mirada crítica y objetiva su empresa y fijen metas que les servirán para administrarla y para vigilar su crecimiento y desempeño (Baca Urbia, 2008).

Preparar un buen plan de negocios toma muchos meses. Muchos emprendedores en su afán por empezar sus actividades, pasan por alto la planeación. De inmediato se ven atrapados por las operaciones diarias y tienen poco tiempo para ser planes. No obstante, tomarse el tiempo necesario para prepara un buen plan de negocios paga buenos réditos. Redactar el plan obliga a analizar su concepto detenidamente y a tomar decisiones respecto al marketing, la producción, el personal y el financiamiento; sin embargo en algunas ocasiones los emprendedores deciden aprovechar la oportunidad y el momento es crucial y aún más en nuestro país el poner en marcha un negocio de inicio resulta turbulento. En algunos de los casos el comenzar a operar lo más pronto posible resulta una prioridad. Se ha visto que los emprendedores que tienen poco capital no pueden hacer mucha planeación previa (Gitman & MacDaniel, 2007).

El potencial de utilidades es limitado, y la gran incertidumbre de la oportunidad que suelen perseguir, también hace que los beneficios sean pocos en comparación de los costos (Longenecker & Moore, 2007), por lo que el uso más común de los planes de negocios es convencer a los acreedores y a los inversionistas de que financien la empresa. La información detallada del plan de negocios les sirve para decidir si invertirán o no. La redacción del plan de negocios puede haber tomado varios meses, pero este debe de captar el interés del posible inversionista en tan solo unos cuantos minutos. Gitman (2007) señala que el plan de negocios debe de ser un documento dinámico y debe de ser revisado y actualizado con regularidad.

Actualmente existe un número aún no determinado de emprendedores que después de poner en marcha un negocio deciden hacer el plan de negocios en las distintas instituciones que brindan el servicio de incubadoras.

Gitman (2007) dice que el plan de negocios se estructura de los siguientes apartados:

1. Portada. Contiene los nombres, domicilio y número telefónico de la empresa, de sus dueños y el personal administrativo, la fecha de su elaboración, el número de copias y el nombre del responsable.
2. La tabla de contenido incluye el índice de las secciones fundamentales del plan de negocios con su correspondiente número de página.
3. El resumen ejecutivo presenta un panorama general, de entre una y tres páginas, del plan completo de negocios. Se escribe después de haber terminado las otras secciones y destaca los puntos más importantes; lo ideal es que resulte lo bastante atractivo como para obligar al lector a seguir leyendo.
4. Visión y enunciado de la misión describe en forma concisa, la filosofía de la empresa y la estrategia para conseguir que la misión se haga realidad.
5. La perspectiva de la empresa define la actividad básica de la compañía, por ejemplo, fabril, minorista o de servicios; presenta información de los antecedentes de la compañía si esta ya existe, y describe la forma en que ha sido constituida (empresa individual, sociedad en nombre colectivo o sociedad anónima) Esta sección debe de incluir además del nombre y la ubicación de la compañía, sus objetivos, la índole del negocio y su

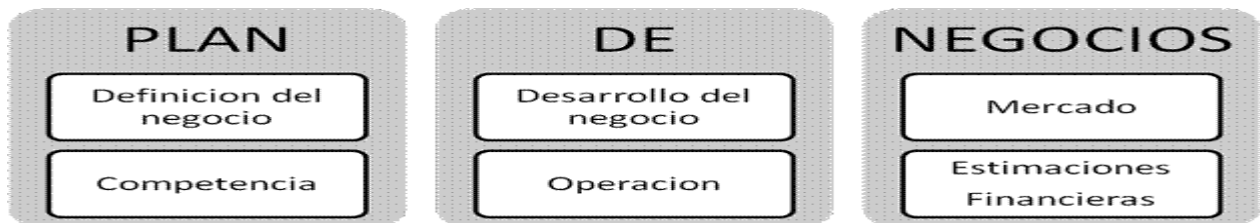
principal producto o servicio, su condición actual y nueva (nueva adquirida o expansión) su historia en su caso y la figura jurídica que está constituida o se piensa constituir.

6. El plan del producto o servicio. Describe el producto o servicio, señala sus características singulares y explica y explica por qué las personas lo comprarán. Esta sección debe de ofrecer las descripciones siguientes: el producto o el servicio las características de éste que ofrece una ventaja competitiva de la empresa la protección legal existente, patentes, derechos patrimoniales, marcas registradas, los peligros de la obsolescencia, técnica o estilo.
7. Plan de marketing. Señala quienes serán los clientes de la empresa y que tipo de competencia afrontará ésta, esboza la estrategia de marketing y especifica la ventaja competitiva de la empresa. Esta sección debe de ofrecer las descripciones siguientes un análisis de mercado meta y un perfil de cliente meta, los métodos para identificar y atraer a los clientes, el enfoque de ventas, los tipos de ventas y los canales de distribución, los tipos de promociones de ventas y publicidad y las políticas de precios y de créditos.
8. El plan de administración identifica los actores clave, inversionistas activos, equipo de administradores y directivos, se menciona la experiencia y las atribuciones de cada uno. Esta sección debe de incluir las descripciones del equipo de administradores, los inversionistas externos y/o directores y sus calificaciones, los asesores externos y sus calificaciones y los planes para reclutar y capacitar a sus empleados.
9. Plan de operaciones. Explica el sistema fabril o de operaciones que se usará, describe las instalaciones, el trabajo las materias primas y los requisitos para procesar el producto. Esta sección debe de ofrecer las descripciones siguientes los métodos de fabricación o de operación, las instalaciones de las operaciones (ubicación espacio y equipo), los métodos de control de calidad los procedimientos para controlar el inventario y operaciones las fuentes de suministro y las fuentes para las adquisiciones.
10. El plan financiero. Especifica las necesidades financieras y las fuentes de financiamiento que se tienen consideradas, presenta proyecciones de ingresos costos y utilidades. Esta sección debe de ofrecer las descripciones de los estados financieros correspondientes a tres o cinco años anteriores o los que estuvieran disponibles (en caso de un hacer una reingeniería), los estados financieros proforma correspondientes a tres o cinco años,

incluidos los estados de perdidas y ganancias, los balances generales, los estados de flujo de efectivo y los presupuestos de caja (preferentemente mensuales para el primer año y trimestrales para el segundo año). Los análisis del punto de equilibrio para las utilidades y los movimientos de caja y las fuentes de financiamiento proyectadas.

11. Apéndice de documento de soporte. Esta sección debe de contener el curriculum de los miembros del equipo y administradores y todos los demás datos importantes que sustente la información contenida en el plan de negocios así como el código de ética de la empresa (Gitman & MacDaniel, 2007), en la figura 1 se muestran las etapas del plan de negocio.

Figura 1. Contenido general del plan de negocios.



Fuente. Baca Urbina, Gabriel. "Evaluación de Proyectos".

METODOLOGÍA

Hipótesis:

- 1). El alto nivel de burocracia en la tramitación de los permisos correspondientes para operar un negocio, desmotivan al emprendedor para ejecutar el proyecto empresarial.
- 2). La información financiera plasmada en el plan de negocios no corresponde a las necesidades reales del proyecto.

Tipo de Diseño.

Basando los aspectos metodológicos en el libro Metodología de investigación de Hernández Sampieri, el tipo de diseño metodológico a utilizar es no experimental transversal, ya que solo se observarán las situaciones que encierran el proceso de elaboración de un plan de negocios, con el

propósito de detectar las causas que originan que un proyecto no se lleve a cabo. La información se recolectará de centros intubadores de la ciudad de Tijuana Baja California en un tiempo único.

Tipo de Estudio.

El tipo de estudio seleccionado para llevar a cabo la investigación será descriptivo-explicativo con enfoque cualitativo (Hernández Sampieri, 2010). Ya que con la recolección de datos antes mencionada, se buscarán y recolectaran datos sobre los diferentes elementos y/o factores que originan el desaliento de los incubandos a continuar con el proceso de desarrollo de un plan de negocios.

Método de investigación.

El método de investigación es el método general de inducción, ya que la conclusión de la investigación se formulará a partir de la información recopilada en los diferentes centros de incubación de Tijuana, a través del análisis de los resultados obtenidos por el cuestionario aplicado en cada una de ellas.

Fuentes y técnicas de investigación.

La fuente primaria principal con la cual se recopilará información fidedigna es una encuesta directa a los representantes de las incubadoras a través de un cuestionario, la fuente secundaria será la información en autores de libros conocidos como: Metodología de investigación (Hernández Sampieri), Plan de negocios para emprendedores al éxito (Diana M. González Salazar), Como hacer una tesis (Mercado 3er. Edición), Paginas de Web basadas en Pymes, planes de negocios y planes estratégicos de empresas para poder sustentar toda la investigación.

Presentación de la información.

Los distintos formatos u opciones que facilite presentar la información analizada por el tipo de datos que se obtengan siendo éstos las gráficas en formato de pastel, para que quede de una forma más clara, sencilla y veraz, la constancia de toda la información que se recabará en resultados fidedignos de las diferentes encuestas que se realizarán.

RESULTADOS DE LA INVESTIGACIÓN

El Centro para el Desarrollo Emprendedor CETYS campus Tijuana, ofrece a partir del año 2010 los servicios de incubadora de tecnología intermedia (CETYS Universidad, 2011). De acuerdo con la Política de Desarrollo Empresarial, factor clave para el impulso estratégico del Estado, coadyuvar en su desarrollo económico creando una cultura emprendedora y empresarial a través del desarrollo de emprendedores, incubadoras, investigación aplicada, creación, asesoría y capacitación de las PYMES. Busca promover la cultura emprendedora e impulsar la formación de líderes emprendedores y la creación de empresas competitivas además de acelerar el crecimiento de empresas a partir del segundo año de gestación.

De acuerdo a los datos obtenidos por la Licenciada Lizet Salgado, responsable del Centro para el Desarrollo Emprendedor del CETYS Universidad, desde su nacimiento ha logrado incubar veintitrés proyectos emprendedores enfocados a ofrecer los servicios de Tecnologías Computacionales, los cuales tienen un tiempo promedio de incubación de un año ocho meses; periodo por lo cual hasta el momento ninguno de estos proyectos ha logrado concluir dicho proceso. Los proyectos emprendedores que buscan apoyo en el Centro para el Desarrollo Emprendedor no cuentan con avances de ningún tipo en su plan de negocios, son solo ideas viables de nuevos negocios innovadores que son apoyados por los propios alumnos del CETYS Universidad de los áreas administrativas, en la elaboración de su Plan de Empresa y son estos los que a su vez, buscan que la Secretaría de Economía sea la encargada de financiar el costo total de estos planes empresariales. Del total de los proyectos que iniciaron este proceso, solo seis incubandos decidieron no continuar con su proyecto empresarial. De acuerdo a la experiencia de

la Licenciada Lizet, esto es debido a que el periodo necesario para incubar un negocio les resulta exhaustivo por lo que deciden renuncia.

La COPARMEX nace el 26 de Septiembre de 1929, por iniciativa del industrial regiomontano Don Luis G. Sada, quien en la Convención de Delegaciones Industriales de la Confederación de Cámaras Nacionales de Comercio e Industria, dio a conocer su idea de formar una organización distinta a las Cámaras constituidas por disposición legal.

El trabajo integral de la COPARMEX ha influido en la adopción, por parte del gobierno, de políticas más acordes al pensamiento empresarial y ha posibilitado la creación de otras organizaciones como son por ejemplo: el Consejo Nacional Agropecuario CNA; el Instituto de Propositiones Estratégicas IPE; la Comisión de Educación del Sector Empresarial CESE; Consejo Empresarial de Inversión y Desarrollo del Sureste CEIDES; la Fundación para el Desarrollo Sostenible en México: FUNDES y Sistema de Desarrollo Empresarial Mexicano: DESEM (COPARMEX, 2010)

En la COPARMEX trabaja por lograr una armonía en las relaciones de los empresarios entre sí y con los trabajadores, a través de promover una nueva cultura laboral, promueve el desarrollo de una economía de mercado con responsabilidad social, motivados por la participación activa de los socios, orientada a generar las condiciones necesarias para el bien común, defender los legítimos derechos de los asociados en su carácter de empresarios e impulsar las reformas sociales, económicas, jurídicas y políticas que fomenten el desarrollo nacional.

Su misión es pugnar mediante la unión y representación de los empresarios afiliados voluntariamente, por la excelencia de la empresa, el cabal establecimiento de un modelo de economía de mercado con responsabilidad social y la participación ciudadana, en aras de la edificación de un México más justo, libre, próspero y respetuoso de la persona humana, de la verdad y del derecho y, por tanto, más apto para la consecución del bien común. Los objetos son de representar, servir, formar, comunicar unir, defender, proponer, participar.

En el año 2010 en el Centro Empresarial de Tijuana COPARMEX se dieron de alta 135 emprendedores para conformar empresas nuevas, 50% en el ámbito del comercio, 40% de

servicios y 10% industrial, sin embargo únicamente el 10% concluyó, los emprendedores que tenían ya un plan estructurado duraron un promedio de cinco meses en incubación, el tiempo corresponde al periodo en el cual terminaron sus capacitaciones y COPARMEX finalizó con la gestión requerida (COPARMEX, 2010).

El 95% de los emprendedores realizan individualmente su plan de negocios y posteriormente recurren a cuatro financiadores: Fondo Emprendedor/Emprende Empresarial .Mi crédito CAE. Desarrollo Social Capital Semilla. Este plan se desarrolla con la velocidad e importancia que pauten el emprendedor. “El desarrollo de un plan de negocios varía ya que el emprendedor es quien envía o no la información y de este dependemos para acelerar nuestros procesos, el tiempo mínimo ha sido dos semanas y el máximo un año, esto es porque depende de la iniciativa de cada persona” nos dijo el Sr Gutiérrez en la entrevista que se hizo, el emprendedor se enfrenta frecuentemente con la falta de iniciativa y responsabilidad del emprendedor, los financiamientos piden una aportación de un 20% comprobable (facturas o notas de compra de cosas ya invertidas) y finalmente, no todos cumplen con los requisitos para acceder a un financiamiento y el 90% de los emprendedores no buscan para obtener un financiamiento, al no cumplir con lo anterior deciden dejar su proceso de incubación (COPARMEX, 2010).

EmpreSer es una Asociación Civil que brinda asesoría gratuita y capacitación para emprendedores que deseen iniciar una empresa con visión competitiva, que genere empleos formales. Dicha organización tuvo sus inicios en el año 2001 en la ciudad de Mexicali, B.C. como respuesta al rápido crecimiento experimentado en los últimos 30 años en los sectores Agropecuario e Industrial que estuvo acompañado de la alta tecnología y el incremento de los niveles de importación de productos extranjeros, lo cual generó desempleo y cierre de micro y pequeñas empresas en la ciudad de Mexicali. Con el pasar de los años EmpreSer se fue extendiendo a otros municipios y estados de la República Mexicana; obteniendo en el 2004 la certificación Nacional de Incubadora de Negocios Tradicionales y de transferencia de metodología ante la Secretaría de Economía. En la actualidad EmpreSer de México, AC, ha logrado abrir más de 4,400 empresas a nivel nacional en los Estados de Baja California, Sonora, Sinaloa y Guanajuato. En base a información proporcionada por la coordinadora de EmpreSer,

Lic. Mariana Rodríguez, un 55% de los emprendedores que solicitan asesoría culmina con la metodología, es decir, desarrollan su plan de negocios e inician operaciones considerándolos “Casos de Éxito” (EmpreSer, 2010).

El giro del sector servicios es el que los emprendedores eligen con mayor frecuencia. Por otra parte comentó que el 80% de los proyectos incubados se inician de manera individual y el 20% restante en algún tipo de sociedad. Dichos proyectos obtienen su financiamiento de tres fuentes principales, el primero es el financiamiento otorgado por el Gobierno a través de la Secretaria de Economía, el segundo es algún préstamo familiar y en tercer lugar el financiamiento de alguna entidad financiera privada.

Un negocio tarda un aproximado de 12 semanas en incubación, desde el momento en que llega a EmpreSer con una idea hasta que se le capacita e inicia la empresa con la tramitología requerida. Por otra parte para aquellos emprendedores que ya cuentan con el plan de negocios estructurado el tiempo de incubación se puede reducir hasta 3 semanas para iniciar los trámites. Actualmente más del 40% de las Pymes se da de baja o cierra antes de los dos años de operación a consecuencia al alto pago de impuestos, o porque el negocio no funcionó como se esperaba. Por último la Lic. Mariana Rodríguez nos comentó que de acuerdo a su experiencia los puntos críticos o cuellos de botella a los que los emprendedores se enfrentan es con mayor frecuencia es la falta de capital, el hecho de que el incubando no tenga la idea del negocio muy clara y en otros casos el miedo o resistencia a realizar la tramitología requerida. Estas últimas tres situaciones son las que provocan que el emprendedor no inicie su propia empresa (EmpreSer, 2010)

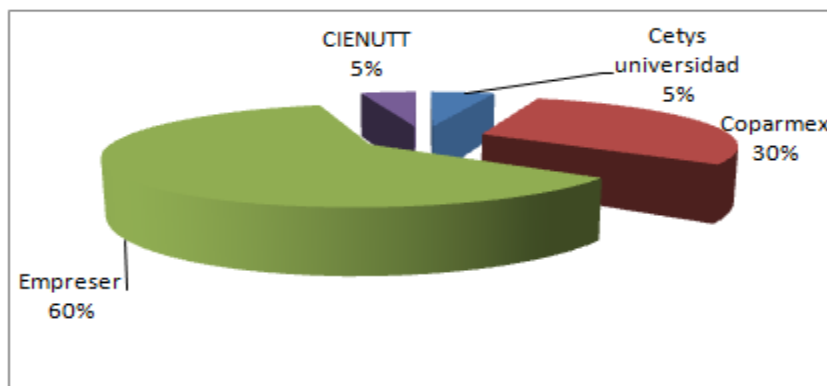
Con el propósito de impulsar la educación superior en Baja California, en el 2007 la UTT se integra a la Red de Incubadoras poniendo en marcha el “Centro Incubador De Empresas Y Negocios De La Universidad Tecnológica De Tijuana” (CIENUTT), manejando mecanismos semi-especializados o que involucran procesos y procedimientos semi-desarrollados que incorporen elementos de innovación. Los principales objetivos del CIENUTT son: promover la creación de empresas de tecnología intermedia en la región, fomentar la cultura emprendedora entre los alumnos y docentes de la Universidad Tecnológica de Tijuana, fortalecer el desarrollo de proyectos de investigación en la universidad apoyándolos para que sean viables y se consoliden en una empresa (UTT, 2011). Con ello procura beneficiar a la comunidad ofreciendo

servicios de consultoría de personal altamente capacitado, capacitación en diferentes áreas para brindar fortalecimiento a las empresas, pláticas con temas de interés para los emprendedores, información sobre financiamientos disponibles, entre otros.

A través de una entrevista con el Coordinador General del CIENUTT, M.B.A. Josué Espinoza Muñoz, pudimos obtener datos relevantes acerca del proceso al que se someten aquellos proyectos que se incuban en esta organización, uno de los datos más importantes que obtuvimos es que el 80% de los incubandos concluyen exitosamente su plan de negocios. La demanda de sectores empresariales se divide en un 80% sector servicios, 15% sector industrial y por último un 5% al sector agrícola. Respecto a las fuentes de financiamiento a las que recurren los incubandos son en su mayoría recursos propios, otros lo obtienen de algún familiar o socio y por último el financiamiento es obtenido de alguna institución pública o privada. El factor que mayor impacto tiene en el desarrollo y consecución del plan de negocios que se está incubando es, la dedicación y desempeño que el propio emprendedor ponga. Comentó el M.B.A. Josué Espinoza que regularmente los proyectos tienen un tiempo de incubación de 6 a 8 meses, y hace hincapié en que dicho periodo depende directamente de la dedicación del emprendedor, además el tiempo de incubación puede disminuir cuando el proyecto a incubar ya cuentan con un avance en la estructuración del plan de negocios (Universidad Tecnológica de Tijuana, 2011).

A continuación se puede observar el análisis del total de empresas incubadas en Tijuana durante el año 2011.

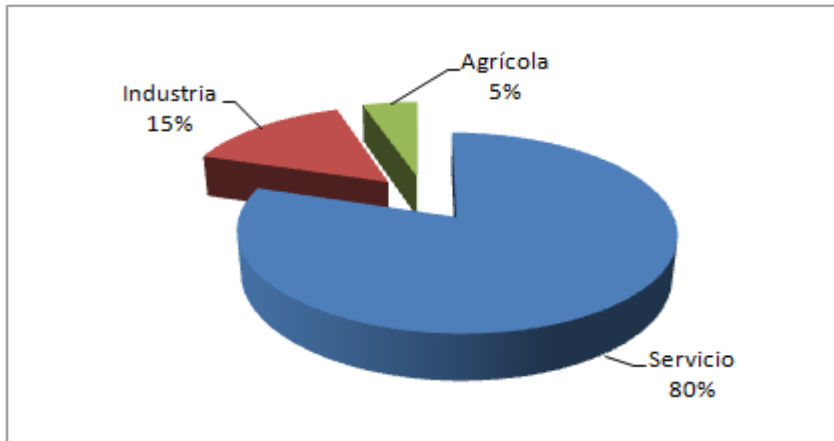
Figura 2. Total de proyectos incubados



Fuente: Elaboración propia de los resultados obtenidos.

Se puede observar en la figura dos, que del total de proyectos incubados en las incubadoras analizadas, el 60% pertenecen a EmpreSer y el 30% a COPARMEX, se entiende que estos organismos integran el 90% del total de empresas incubadas, teniendo las incubadoras de los centros de educación una participación del 10%.

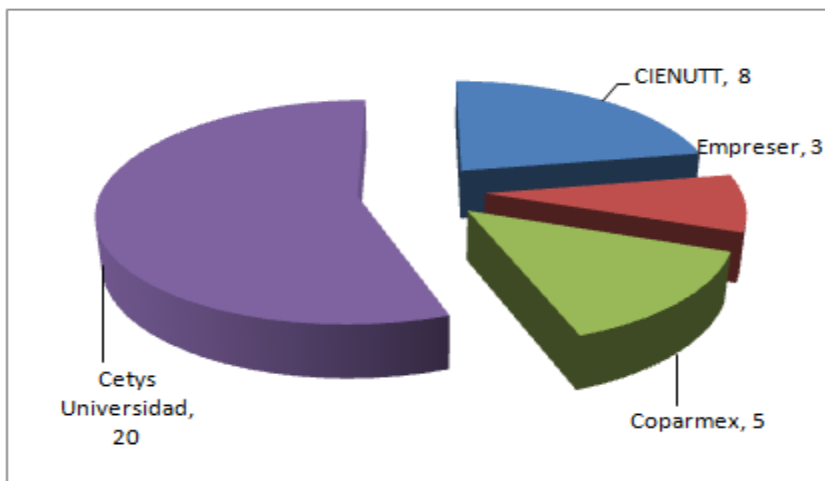
Figura 3. Empresas incubadas en CIENUTT, por sector



Fuente: Elaboración propia de los resultados obtenidos.

En la figura 3 se puede observar que el CIENUTT incubó un 80% de empresas del sector servicio, un 15% industrial y un 5% agrícola, lo que resume que el sector servicio es el más demandado por parte de los nuevos empresarios.

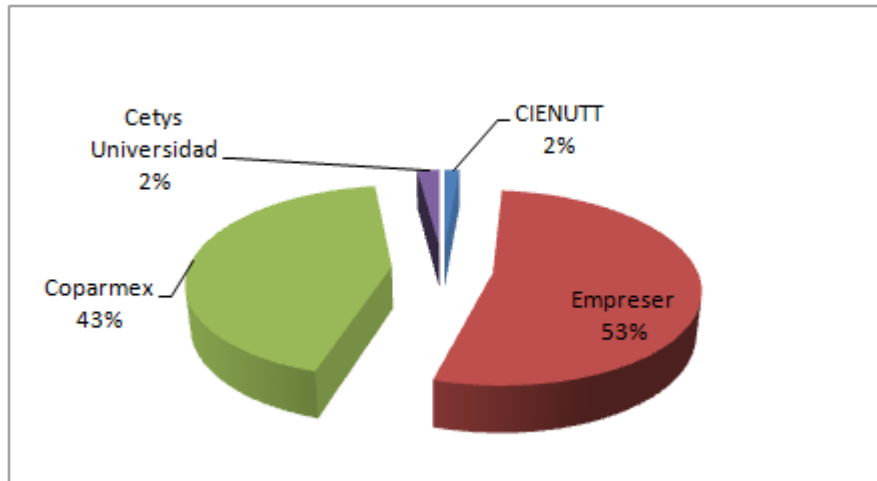
Figura 4. Tiempo promedio de incubación de las nuevas empresas en meses.



Fuente: Elaboración propia de los resultados obtenidos.

Se observa en la figura 4 que el periodo de incubación mas amplio se lleva a cabo en la incubadora de Cetys Universidad, mientras que en CIENUTT es de 8 meses, en COPARMEX de 3 y en EmpreSer de 3 meses.

Figura 5. Resultado anual de proyectos liberados de las incubadoras 2011.



Fuente: Elaboración propia de los resultados obtenidos.

La figura 5 muestra los resultados de empresas incubadas anualmente, EmpreSer cubre el 53% de empresas incubadas, COPARMEX incuba el 43%, Tanto Cetys Universidad como CIENUTT incuban anualmente el 2 % del total de empresas incubadas en Tijuana respectivamente.

Figura 6. Principal problema detectado en las incubadoras en mención en Tijuana Baja California datos 2011.

CIENUTT	Falta de dedicación del emprendedor
COPARMEX	Falta de iniciativa del emprendedor
EMPRESER	Falta de capital y miedo a la tramitología
CETYS UNIVERSIDAD	Tiempo de incubación

Fuente: Elaboración propia de los resultados obtenidos.

En la figura 6 se definen los principales problemas detectados por las incubadoras, del que se rescatan que la dedicación e iniciativa del emprendedor tiene que ver con el éxito de la empresa; así mismo de la información financiera y la tramitología es causante de problemas al querer incubar una empresa.

Figura 7. Financiamiento utilizado por las incubadoras en mención en Tijuana Baja California datos año 2011.

	CIENUTT	COPARMEX	EMPRESER	CETYS UNIVERSIDAD
Secretaría de economía				
Fondo emprendedor				
Desarrollo social				
Capital semilla				
Mi cred. cae				
Recursos propios				

Fuente: Elaboración propia de los resultados obtenidos.

La figura 7 muestra que los fondos proporcionados por la Secretaría de Economía son los más utilizados para financiar proyectos de empresas nuevas, seguidor por el Fondo Emprendedor. En menor participación están la Secretaría de Desarrollo Social, Capital Semilla otorgado por el Gobierno del Estado, así como financiamientos de empresas privadas.

CONCLUSIÓN

Como parte de los servicios que ofrece un centro de incubación es la asesoría que proveen en el desarrollo del plan de negocio ya que es eficiente y oportuna, debido a que las incubadoras están organizadas de tal manera que otorgan la orientación a las personas que desean emprender un

negocio sin embargo hay un alto nivel de burocracia en la tramitación de los permisos correspondientes que desmotivan al emprendedor para ejecutar un proyecto empresarial, además del tiempo que se requiere en los procesos de incubación que resulta excesivo, ocasionando la deserción de un número significativo de incubandos, según la información recolectada en el estudio, lo que comprueba la hipótesis número 1.

No obstante el aspecto financiero tiene un impacto inicial en la mente del emprendedor, conforme se desarrolla el proyecto dentro de la incubadora, este va adaptándose a las necesidades del financiamiento, ya que las incubadoras tienen como objetivo fomentar la iniciativa emprendedora para la creación de nuevas empresas formales apuntalada en la innovación empresarial, con el fin de que los incubandos sean generadores de nuevos empleos e impulsen la economía del país. Para esto se ofrecen diversos apoyos que facilitan la culminación de dichos proyectos tratando de asegurar el éxito. Lamentablemente debido a diversas situaciones ocurridas en el pasado, el proceso de los financiamientos otorgados por programas gubernamentales se ha extendido dificultando así, la obtención de estos apoyos. Esto aunado a la extensa tramitología y los mitos urbanos que la rodean tienden a desmotivar a los incubandos orillándolos a renunciar a su proyecto empresarial. Se puede así comprobar la hipótesis 2, determinando que la información financiera que se plasma en el plan de negocios no corresponde a las necesidades reales del proyecto, pues se ajustan a requerimientos de las instituciones financieras con la finalidad de conseguir créditos

La motivación y la certidumbre que los emprendedores tengan en su proyecto y en ellos mismos será el punto de partida que verdaderamente les asegurará el éxito. Estos factores también son determinantes para que la empresa nueva tenga éxito. La práctica de test de coeficiente empresarial en las instituciones que albergan incubadoras como en el caso de EmpreSer, previo al proceso de incubación es oportuna, con el fin de minimizar el riesgo de deserción de proyectos. Para disminuir este problema se considera la pertinencia de realizar una prueba de perfil emprendedor aclarando que éstas deben ser empleadas con especialista en el área para medir el perfil del emprendedor y la factibilidad de poder enfrentar cada una de las fases de incubación de los proyectos; Si esta propuesta se aplica en las incubadoras de esta ciudad de Tijuana las posibilidades de incrementar los casos de éxito aumentarán considerablemente.

Los rasgos de personalidad de un emprendedor como: seguridad de si mismos, tomadores de riesgos, visionarios, vitales, comprometidos entre otras, por que son el factor humano a valorar por las incubadoras que sin embargo necesariamente habrá que ser evaluado de manera enfocada y profesional. El reto es compartido de las instituciones que brindan el servicio de incubación, así como del emprendedor que igualmente necesita trabajar en si mismo y forjarse humana y empresarialmente.

BIBLIOGRAFÍA

- Alcaraz Rodríguez, R. (2011). *El emprendedor de éxito*. México DF: Mc Graw Hill.
- Baca Urbia, G. (2008). *Evaluación de proyectos*. México DF: Mc Graw Hill.
- CETYS Universidad. (2011, Mayo 15). *CETYS Universidad*. Retrieved diciembre 2011, from <http://www.cetys.mx/>
- COPARMEX. (n.d.). *coparmex.org.mx*. Retrieved febrero 03, 2012, from <http://www.coparmex.org.mx/nuevositio/php/nosotrosInfo.php?idDoc=57>
- EmpreSer. (2010, enero 15). *EmpreSer.org*. Retrieved febrero 6, 2012, from <http://empreser.org>
- Gitman, L. J., & MacDaniel, C. (2007). *El futuro de los negocios 5a. edición*. México, D.F.: Thomson.
- Hernández Sampieri, R. (2010). *Metodología de la Investigación*. México DF: Mc Graw Hill.
- Inc, 5. (2011, enero). *inc.com*. Retrieved enero 26, 2012, from <http://www.inc.com/inc5000/2011/top-lists.html>
- INEGI. (2011, diciembre). *Perspectiva Estadística Baja California 2011*. Retrieved enero 12, 2012, from <http://www.inegi.gob.mx/est/contenidos/espanol/sistemas/perspectivas/perspectiva-bc.pdf>
- Longenecker, J. G., & Moore, C. W. (2007). *Administración de pequeñas empresas*. México DF: CENGAGE Learning.
- Silva Duarte, J. E. (2009). *Crear su propia empresa*. Madrid: Starbook Editorial.
- Universidad Tecnológica de Tijuana. (2011, febrero). *uttijuana.edu.mx*. Retrieved diciembre 18, 2011, from www.uttijuana.edu.mx
- UTT. (2011). *uttijuana*. Retrieved Julio 06, 2011, from www.uttijuana.edu.mx