



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



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

**Valorización de las experiencias del Centro de Desarrollo de Emprendedores e Incubadora de Negocios de la Facultad de Comercio y Administración de Tampico.
(Fomentando la actitud y espíritu emprendedor)**

ÁREA DEL CONOCIMIENTO: EDUCACIÓN Y COMPETITIVIDAD
Estrategias de Facultación Académica para la formación de capacidades competitivas

C. Dr. Humberto Hermosillo Richartt, M.A. Guillermo Willis Fernández, M.A. Carlos Ramos Cacéres.

UAT- FACULTAD DE COMERCIO Y ADMINISTRACIÓN DE TAMPICO
Centro Universitario Tampico-Madero. Avenida universidad s/n. CP 89000.
Teléfono: (833) 241-20-00-Ext.-3718
hhermosi@uat.edu.mx

Resumen

La importancia que en nuestros días han tomado temas como, incubadoras de negocios, emprendurismo, hace que se fomente un cambio de actitud en los que dirigen a las Instituciones Universitarias ,en los jóvenes universitarios y profesores para que su aplicación y generación de conocimientos repercutan en los beneficios que los mismos aportan a nuestra sociedad, el presente trabajo tiene como finalidad explicar la definición del emprendurismo, valorizar las experiencias del Centro de Desarrollo Emprendedores e Incubadora de Negocios de la Facultad de Comercio y Administración de Tampico y un análisis sobre los alcances obtenidos en materia de emprendurismo en las 7 generaciones de emprendedores de esta Incubadora de Negocios.

Palabras clave: *Actitud emprendedora, emprendedor, Incubadora de Negocios*

Abstract

The emphasis today has taken subjects such as, business incubators, emprendurismo makes promotes a change of attitude in those who run the universities, in university students and teachers so that their implementation and impact on knowledge generation the benefits that they bring to our society, this paper aims to explain the definition of emprendurismo, enhancing the experience of the Business Development Center and Business Incubator of Commerce and Administration Faculty of Tampico and an analysis of its achievements on emprendurismo in the 7 generations of entrepreneurs of the Business Incubator.

Keywords: *Entrepreneurialism, entrepreneur, Business Incubator*

INTRODUCCIÓN:

Las condiciones y exigencias del mercado actual demandan empresarios mejor preparados. Si bien es cierto que un grado académico no es garantía para desarrollar exitosamente un negocio, es una realidad que tienen mayores ventajas quienes hoy conocen la información que necesitan y saben cómo aplicarla. De este hecho se explica la nueva ola de emprendedores que egresan de las universidades o que se preparan mediante programas de educación continua.

El crear una empresa competitiva es más difícil que hace 20 años, debido a las transformaciones económico-sociales y culturales, junto con el desarrollo de tecnología y comunicaciones acercando al empresario con mercados regionales y globales aumentando la competitividad empresarial, por otra parte, a nivel nacional y estatal, las tasas de desempleo de egresados por encima del promedio, escasa demanda laboral de los egresados, o egresados ubicados laboralmente en trabajos radicalmente opuestos a aquellas áreas en las que se prepararon, se convierten en una Espada de Damocles para la Universidad y en una seria advertencia sobre la calidad de sus programas.

Estos elementos han propiciado que instituciones universitarias hayan incorporado en sus planes de estudio, de manera operativa y en ciertos casos obligatoria programas de desarrollo empresarial que en algunas ocasiones han lanzado empresas que compiten en el mercado nacional e internacional, incluso han formado alianzas con organizaciones de apoyo.

De las Universidades pioneras en el soporte al emprendedor por medio de incubadoras de negocios sobresalen el Instituto Politécnico Nacional, el Instituto Tecnológico de Estudios Superiores de Monterrey, Instituto Tecnológico Autónomo de México y la Universidad Autónoma de México por nombrar algunas.

Una Incubadora de Negocios, *es un sistema de apoyo para dar asistencia a emprendedores en el desarrollo de un proyecto de empresa, proveyéndolas de una serie de apoyos y servicios que le permiten planear, implantar y desarrollar con éxito sus empresas.* SECOFI (2005),¹ clasificándolas según la Secretaría de Economía, en incubadoras tradicionales, de tecnología intermedia y de alta tecnología.

¹ Secretaría de Comercio y Fomento Industrial, 2005 . Programa de Capacitación y modernización del comercio, citado en el modelo de transferencia, incubadora de empresas.

La Universidad Autónoma de Tamaulipas, con la finalidad crear y fomentar una cultura emprendedora y ser congruente en el cumplimiento de sus objetivos y política de calidad que es la de: ***“Formar profesionales emprendedores participativos y capaces de gestionar el conocimiento para contribuir al desarrollo de Tamaulipas y México”***, Leal Gutiérrez J.MA., Rector de la UAT., (2004),² da inicio la idea de desarrollar una Incubadora de Negocios dentro de la FCAT; en el año 2004 es presentada la solicitud ó cédula de participación de esta Incubadora a través del fondo para la Pequeña y Mediana Empresa (PyME), y es hasta el 15 de abril del 2005 cuando el consejo directivo del fondo PyME autoriza el proyecto de la Incubadora de Negocios para emprendedores del Sur de Tamaulipas, para poder obtener la certificación de la Secretaría de Economía fue necesario utilizar el modelo de transferencia de metodología para las incubadoras en forma física, se decide por el modelo que tiene el Tecnológico de Monterrey, mismo que se oficializa mediante la firma de convenio de colaboración entre el ITESM y la UAT en fecha Diciembre de 2004, la metodología de tecnología intermedia por el cual se administra la Incubadora de Negocios para Emprendedores del sur de Tamaulipas

El objetivo de esta investigación es valorizar las experiencias obtenidas de las 7 generaciones de emprendedores adscritos al Centro de Desarrollo de Emprendedores e Incubadora de Negocios de la Facultad de Comercio y Administración de Tampico, teniendo hasta el momento (octubre de 2009), 123 proyectos de negocios inscritos.

1. DEFINICIÓN DEL EMPRENDEDOR

En un contexto como en el que nos encontramos, consideramos esencial que los sujetos emprendedores estén capacitados para la adaptación continua al cambio. Partiendo de un concepto concreto de **capacidad emprendedora**, suponemos que está sujeta a múltiples modificaciones que se correspondan con continuas adaptaciones a esas alteraciones. Es importante destacar la identificación de esas actitudes, con idea de poder comprender como han de modificarse para conseguir una adaptación con éxito, y .a además de la forma más adecuada. (Orti, 2001). Dentro del campo de conocimiento generado por las investigaciones de las ciencias del comportamiento con las disciplinas de la economía se tradujo n una excepcional diversidad conceptual pero que, pese a su magnitud, no han sido suficientemente expresivas de un concepto capaz de identificar claramente el fenómeno del comportamiento emprendedor. De hecho sostiene Louis Jaques Filion ***“el análisis del contenido de las definiciones demuestra la influencia de las disciplinas en la conceptualización de emprendedor”***(Filion, 1998, p.15).

² Universidad Autónoma de Tamaulipas.2004

La generación de empresas ha tenido diversas etapas dentro de la evolución dando lugar a un elevado número de líneas de investigación (Veciana, 1999, Shane y Venkatarama,2000, Quintana ; Barba,2002). En el ámbito de la creación de empresa, y Begun Villasalero (2000), se plantean dos ramas de investigación principales:

1. Las orientadas a la identificación de los factores que impulsan la creación de empresas;
- y
2. Las orientadas a detectar los factores que posibilitan el éxito de las mismas.

Los factores determinantes de la creación de empresas puede ser de diversa índole: económicos, sociales, políticos, psicológicos y / ó tecnológicos. Esta variedad ha dado lugar a una multitud de teorías que aportan luz sobre el fenómeno de la creación de empresas, hasta el punto de poder considerarlo como un programa de investigación científica.

Tras un exhaustivo repaso de las diferentes teorías que contemplan al sujeto emprendedor, y para poder concretar una definición desde una perspectiva interdisciplinar, podemos percibir dos enfoques diferentes:

- a) el economicista
- b) el psicologista con predominio de la psicología conductista

a).- Los criterios economicistas

Para los economicistas el emprendedor es un sujeto que busca nichos de mercado donde desarrollar inversiones lucrativas asumiendo ciertos riesgos. Debiera acreditarse a Schumpeter la consolidación del concepto de emprendedor en la disciplina de la economía (Filion, 1998), dado que el asocio muy claramente al comportamiento emprendedor con la innovación, de un sujeto capaz de crear cosas nuevas o diferentes e impulsar de esa manera el progreso socioeconómico.

Pero el” emprendedor” descrito por Schumpeter tiene poco que ver con los emprendedores que estudiamos actualmente considerando que no solo es emprendedor quien inicia una nueva empresa, sino que también surgen, en las organizaciones modernas, actores que llamaremos “ infra-emprendedores”(Fillon,1998), o emprendedor social (Druker,2002), concibiendo que existe una clara diferencia entre “ emprendedor organizador” y “ emprendedor innovador”.

(Baumol , 1993), en general para la corriente de pensamiento economicista el concepto “ emprendedor” está íntimamente vinculado a una función.

b).- Los criterios conductistas.

En los 70, hasta mediados de los 80, fueron los investigadores de la psicología conductista quienes dominaron en el campo del conocimiento sobre el comportamiento emprendedor,

procurando comprender el declive de los americanos con relación a los soviéticos en la década de los años 50, Mc Clelland y Burrham (1976), analizaron los factores que explican el apego y declive las civilizaciones, concluyeron que las generaciones que precedían al apego fueron fuertemente influenciadas por modelos, héroes que han sido personajes populares en la literatura con los que se encontraban muy identificados, de esta forma se genera un efecto de emulación aumentando la necesidad de conquistas entre los jóvenes para poder aproximarse a esos héroes colectivos. A partir de estas investigaciones, el papel de los **modelos** ocupa un lugar preponderante en el estudio del comportamiento emprendedor.

En términos de sus motivaciones, son posibles dos grandes categorías de emprendedores:

1.- Los emprendedores por oportunidad, que son aquellos que libre y espontáneamente inician un negocio para aprovechar las oportunidades que proporciona el mercado; y también están los emprendedores por necesidad, que establecen un negocio por falta de otra opción laboral, es decir como estrategia de supervivencia. El llamado recurso es un tipo especial de emprendimiento por necesidad, pues parte de una persona que en lugar de mendigar o esperar la asistencia de instituciones, prefiere auto emplearse para sobrevivir, ya sea brindando un servicio o proveyendo un producto.

Después de analizar las diversas teorías sobre el emprendedor, podemos aterrizar una definición de emprendedor: **“Emprendedor” es la persona (u organización) que puede planificar y ejecutar estrategias para generar valor, alineando sus expectativas personales y/o organizacionales con una necesidad/ oportunidad identificada en su entorno y con la capacidad de llevar eficaz y eficientemente su idea a la acción.** (Orti,1995).

Bonacoorsi (2007), menciona que el emprendurismo es la tercera función de la Universidad, para desarrollar esta función se requiere identificar cuál es la característica principal de cada Universidad. ¿Cómo está midiendo el conocimiento que se genera en la misma? ¿Cómo fomenta el emprendurismo? Este nuevo paradigma del emprendurismo es un campo amplio en países como Canadá, Estados Unidos, Brasil, Alemania, Israel, países europeos y algunos asiáticos. En México es un fenómeno incipiente que se requiere fortalecer y las Universidad son y serán una pieza clave para ello.

La situación emprendedora de México en cifras.

Según la COPARMEX (Confederación Patronal de la República Mexicana), son precisamente 300 mil los egresados universitarios por año, de los cuales, casi el 80 por ciento no consigue un empleo inmediatamente.

"En los países de primer mundo, la relación entre población y empresas es de aproximadamente 7 por ciento. Si en México somos 109 millones de habitantes, deberíamos contar con 763 mil

empresas. Al comparar esta cifra con las 500 mil firmas que existen, estamos hablando de un déficit de más del 20 por ciento", afirma Mariano Gamboa, funcionario en la Subdirección de Asistencia Técnica de Nacional Financiera, Nafin.

Enrique Álvarez Romero, presidente de ExATec (Asociación de Egresados del Instituto Tecnológico y de Estudios Superiores de Monterrey), observa una buena oportunidad en el ramo de los Servicios, y asegura que las principales ventajas de los recién egresados son sus conocimientos y sus ideas frescas para innovar en el mercado.

Edad

Fomentar el espíritu emprendedor en los jóvenes es un reto importante, ya que sólo el 1 por ciento de los empresarios tiene menos de 20 años de edad:

- 1% Son menores de 20 años
- 23% Entre 21 y 30 años
- 45% Entre 31 y 40 años
- 16% Entre 41 y 50 años
- 15% Son mayores de 51 años

Estudios

Al parecer, hay una relación directa entre el estudio de una licenciatura y la instalación de un negocio propio. Del total de empresarios:

- 8% Tiene estudios a nivel secundaria o menos
- 12% Tiene una carrera comercial
- 19% Bachillerato
- 54% Licenciatura
- 7% Posgrado

Sexo

Menos de una tercera parte de quienes poseen actualmente una empresa son mujeres.

- 69% Hombres
- 31% Mujeres

Fuente: Secretaría de Economía .2008.

2.- INCUBADORA DE NEGOCIOS

Para comprender que es una incubadora de negocios a continuación se citan diversos conceptos de instituciones y diferentes autores especializados en esta temática:

La Asociación Nacional de Incubadoras de Negocios, NBIA por sus siglas en inglés, que es el máximo organismo que regula a las Incubadoras de Negocios en Estados Unidos de América nos brinda la siguiente definición:

“La incubación de empresas es un proceso dinámico de desarrollo de emprendimientos. Las Incubadoras fomentan las nuevas empresas, ayudándolas a sobrevivir y crecer durante el periodo de nacimiento que es cuando son más vulnerables, las incubadoras brindan asesoramiento gerencial, acceso al financiamiento y alcance a los servicios comerciales o técnicos considerados críticos, además ofrecen a las firmas emprendedoras servicios compartidos de oficina, accesos a equipamiento, un alquiler flexible y un amplio espacio todo en el mismo lugar”. (Logegary, 2003).

“Edificio o grupo de edificios próximos a una instalación académica o de investigación, en los que se habilitan espacios para que individuos o grupos de individuos emprendan actividades de investigación y desarrollo de prototipos, persiguiendo que en un emprendedor transforme su idea en producto comercial, transcurrido un plazo deben abandonar las instalaciones”. Camacho, 1998).

La primera incubadora de negocios que se tiene registro fue creada en el año de 1959 en Nueva York por el alcalde de Watertown, Frank Macuso, quién reconvirtió una edificación antes utilizada para la incubación de pollos para proveer de espacio a las empresas que estaban en reciente creación. A pesar de lo anterior Logegaray (2003) en su investigación titulada” Gestión de empresas innovadoras: Las Incubadoras de empresas en Argentina” nos ofrece un experiencia relacionada con el campo de la incubación en a1937 cuando dos estudiantes recibieron el apoyo necesario para la formación de su empresa por parte de la Universidad de Stanford, Estados Unidos, esta empresa hoy reconocida en el mundo por sus desarrollos en la rama de la computación es la Heweltt Packard. (www.pts.org.ve). Sin embargo el surgimiento de las incubadoras de negocios se da a finales de los años 1970`s y principios de los 80`s, en ese momento las Universidades buscan apoyar a la creación de empresas y a los emprendedores, es la época de un entorno socio-económico que se caracterizaba por el aumento en la tasa de desempleo y el colapso de las industrias, tanto en Estados Unidos como en Europa, la idea llegó a México, gracias a un grupo de empresarios que se propuso fomentar el espíritu emprendedor en escuelas y universidades, propiciando la creación de nuevas empresas(Cohen,1998), por otra parte, de acuerdo a la información proporcionada por la Secretaría de Economía ,existen en México más de (200) incubadoras, clasificándolas en tres tipos de incubadoras:

A).- Incubadoras Tradicionales, se apoya a la creación de empresas de sectores tradicionales cuyos requerimientos de infraestructura física y tecnológica, así como sus mecanismos de operación básicos; involucran procesos y procedimientos estandarizados y su tiempo de incubación es de hasta 3 meses.

B).- Incubadoras de Tecnología Intermedia, apoyo a la constitución de empresas cuyos requerimientos de infraestructura física y tecnológica, así como sus mecanismos de operación son semi-especializados e involucran procesos y procedimientos semi-desarrollados, es decir, incorporan elementos de innovación por lo que deben de estar vinculadas a centros e institutos de conocimiento, o fuentes generadoras de proyectos o empresas como podrían ser conglomerados industriales, grandes empresas o redes estratégicas de innovación, su tiempo de incubación es máximo de 12 meses.

C).- Incubadoras de alta Tecnología: sistema que apoya la creación de empresas de sectores especializados o avanzados entre los que se encuentran los siguientes: Tecnologías de información y comunicaciones, que incluyen sectores tales como: software especializado, computación, consultoría de tecnologías de información intermedia, microelectrónica, biotecnología, etc. sus requerimientos de tecnología física y tecnológica, así como sus mecanismos de operación son altamente especializados e involucran procesos y procedimientos innovadores.

Principales ventajas de recibir apoyo de las incubadoras de negocios:

Cada incubadora tiene distintas políticas de apoyo, pero en general se destacan las siguientes ventajas:

a.- **Incrementa la probabilidad de éxito de la empresa** al recibir asistencia práctica y diversos servicios de soporte técnico y empresarial durante los primeros años de de operación que por lo general, son 3 años.

b.- **Recibe la asesoría y el apoyo de expertos de negocios.**

c.- **Mejor acceso al capital de riesgo** y a una red afiliada de recursos de financiamiento.

d.- **Enfocarse a la ejecución del plan de negocios** y a la puesta rápida de productos y servicios en el mercado.

e.- **Reduce la probabilidad de cometer los mismos errores** que otros miembros del ramo.

Barrood (2009)

3.- VALORIZACIÓN DE LAS EXPERIENCIAS DEL CENTRO DE DESARROLLO DE EMPRENDEDORES E INCUBADORA DE NEGOCIOS DE LA FACULTAD DE COMERCIO Y ADMINISTRACION DE TAMPICO.

La Universidad Autónoma de Tamaulipas, con la finalidad crear y fomentar una cultura emprendedora y ser congruente en el cumplimiento de sus objetivos y política de calidad que es la de: *“Formar profesionales emprendedores participativos y capaces de gestionar el conocimiento para contribuir al desarrollo de Tamaulipas y México “*, Leal Gutiérrez J.MA., Rector de la UAT.,

(2004),³ incorpora en el sistema educativo Milenium III dentro de la mayoría de los planes de estudio de las carreras que ofrece, de manera obligatoria, programas de desarrollo empresarial que en algunas ocasiones han lanzado empresas que compiten en el mercado nacional e internacional, incluso han formado alianzas con organizaciones de apoyo.

MILENIUM III PLAN DE ESTUDIOS

CARRERA	PERIODO VII	PERIODO VIII
LIC. ADMINISTRACIÓN		MATERIA: EMPRENDEDORES
CONTADOR PUBLICO		EMPRENDEDORES
LIC.EN INFORMATICA		EMPRENDEDORES
NEGOCIOS INTERNACIONALES	DESARROLLO DE HABILIDADES EMPRESARIALES	

Fuente: Facultad de Comercio y Administración de Tampico. 2009

Por otra parte da impulso a la creación del Centro de Desarrollo de Emprendedores e Incubadora de Negocios de la Facultad de Comercio y Administración de Tampico(agosto 2005), cuya misión es: *Promover la creación y desarrollo de empresas en la región, contribuyendo con los recursos necesarios para transformar las ideas y los proyectos de emprendedores en empresas exitosas y competitivas para el bienestar de la comunidad,*⁴ *el CDEIN es creado para servir de guía y apoyo en capacitación y asesoramiento de las diferentes áreas que se necesitan para la realización de proyectos de negocios, no sólo a sus estudiantes y egresados, sino también a toda comunidad con espíritu emprendedor y una buena idea de negocio.*

Valorizando las experiencias obtenidas de las 7 generaciones de emprendedores adscritos al Centro de Desarrollo de Emprendedores e Incubadora de Negocios de la Facultad de Comercio

³ Universidad Autónoma de Tamaulipas.2004

⁴.- Centro de Desarrollo de Emprendedores e Incubadora de Negocios de la Facultad de Comercio y Administración de Tampico. Agosto 2009

y Administración de Tampico⁴, se tiene hasta el momento (octubre de 2009), 123 proyectos de negocios inscritos, ⁵de los cuáles 23 proyectos accedieron a los recursos provenientes de la Fundación Mexicana para la Innovación y transferencia de Tecnología en la Pequeña y Mediana Empresa (FUNTEC, A.C.) y 12 proyectos se encuentran en espera de ratificación por parte del FUNTEC A.C.

La comunidad estudiantil (alumnos y egresados) de la Facultad de Comercio y Administración de Tampico, ha mostrado un gran interés y motivación en la creación y desarrollo de empresas y de sentirse auténticos empresarios, **28%** del total de proyectos empresariales adscritos al Centro de Desarrollo Empresarial e Incubadora de Negocios, corresponden a este segmento, contemplándose de esta manera el impacto al incorporar en los planes de estudio, de manera operativa programas de desarrollo empresarial para el fomento de la actitud y espíritu emprendedor.

La incubación de un negocio dentro del Desarrollo Empresarial e Incubadora de Negocios, se lleva básicamente en tres etapas que son la columna vertebral para que la empresa que se está incubando termine su preparación con éxito , dichas etapas son:

I.- PREINCUBACIÓN: Inicia con la recepción de ideas de negocios, se continúa con selección de ideas de negocios por parte del Grupo de Revisión de Ideas de Negocios, las ideas aprobadas se inscriben al Seminario y ó Taller de Planes de negocios, que tiene una duración de 3 meses, el emprendedor recibe además los servicios de tutores, asesores, capacitación constante sobre la claridad de la idea y la elaboración del plan de negocios en sus diferentes áreas administrativas, concluido el plan de negocios, el emprendedor presenta ante un Consejo Técnico quién será el que autorice y valide el proyecto a ser viable o factible de seguirse apoyando y obtener financiamiento.(su duración es de 6 meses)

II.- INCUBACIÓN: El emprendedor con el plan de negocios sólido y aprobado por el Consejo Técnico puede acceder entonces a la segunda fase y considerarse listo para recibir “capital semilla”, en esta etapa cada emprendedor recibe adicionalmente por parte de la incubadora, servicios de: tutoría, asesoría, capacitación, apoyo administrativo y un espacio físico, todo este proceso tiene un tiempo máximo de 2 años.

⁴.- Centro de Desarrollo de Emprendedores e Incubadora de Negocios de la Facultad de Comercio y Administración de Tampico . Agosto 2009

Se debe señalar que algunos emprendedores ya cuentan con una pequeña empresa, por lo que ya han elaborado un plan de negocios y de ser considerado pertinente puede llegar directamente a la etapa de incubación y elaborar debidamente su proyecto para tener acceso al capital semilla.

III. – POSTINCUBACIÓN: Es esta fase se busca afianzar y desarrollar el proyecto, sin el riesgo de un posible quebranto o fracaso ya que existen estadísticas que nos indican que de un 100 por ciento de las empresas nuevas solo un 20 % sobreviven, es por ello nuestra preocupación de acompañamiento hasta que la empresa cuente con la experiencia necesaria para salir adelante.

A continuación se presentan estadísticas sobre el comportamiento de la actividad emprendedora dentro de la Incubadora de Negocios de la Facultad de Comercio de Tampico.

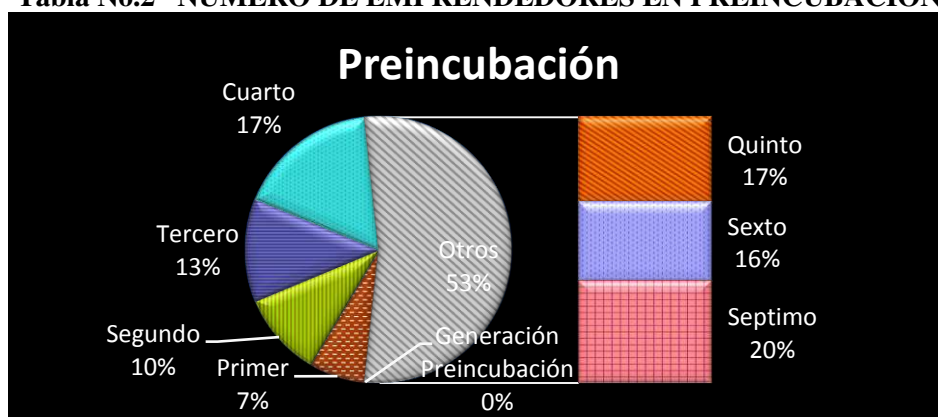
Tabla No.1 NÚMERO DE EMPRENDEDORES POR STATUS EMPRENDEDOR



Fuente: Centro de Desarrollo de Emprendedores e Incubadora de Negocios. (2009)

Preincubación	88
Incubación	35

Tabla No.2 NÚMERO DE EMPRENDEDORES EN PREINCUBACIÓN



Fuente: Centro de Desarrollo de Emprendedores e Incubadora de Negocios. (2009)

Generación	No. Preincubandos
Primera	6
Segunda	9
Tercera	11
Cuarta	15
Quinta	15
Sexta	14
Séptima	18

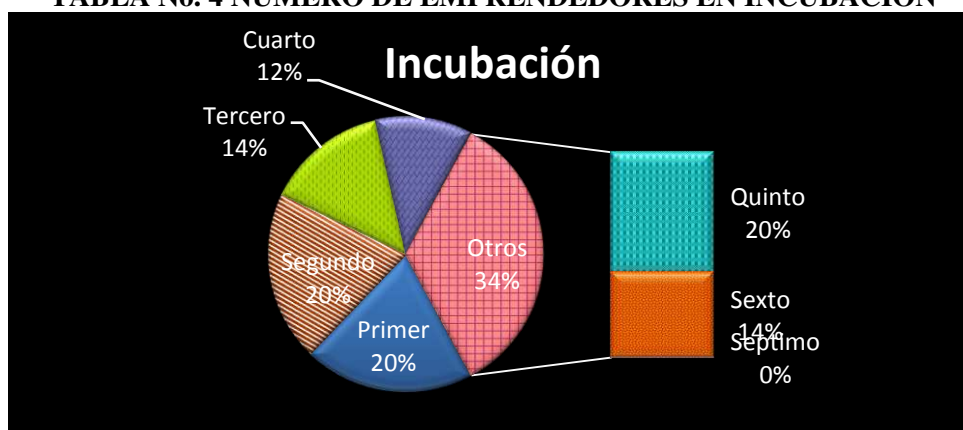
Tabla No.3 SECTOR ECONOMICO EN EL QUE PARTICIPAN LOS PREINCUBANDOS



Fuente: Centro de Desarrollo de Emprendedores e Incubadora de Negocios. (2009)

Sector Económico	No. Preincubandos
Agropecuario	2
Comercial	57
Industrial	13
Servicios	16

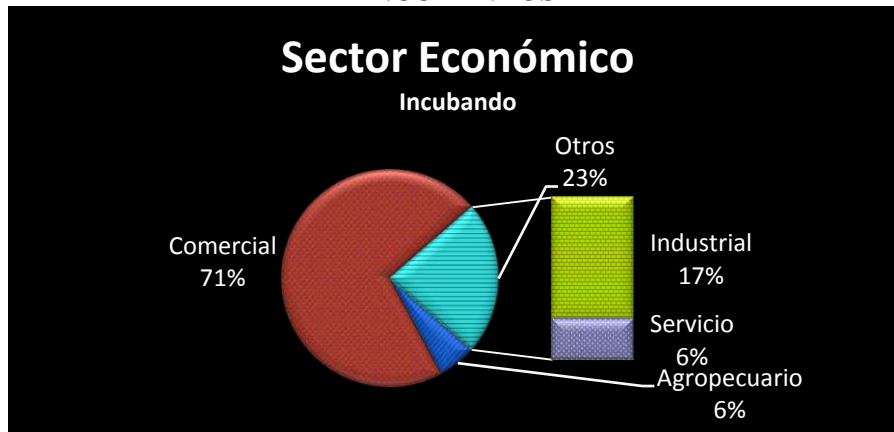
TABLA No. 4 NÚMERO DE EMPRENDEDORES EN INCUBACIÓN



Fuente: Centro de Desarrollo de Emprendedores e Incubadora de Negocios. (2009)

Generación	No. Incubandos
Primera	7
Segunda	7
Tercera	5
Cuarta	4
Quinta	7
Sexta	5
Séptima	--

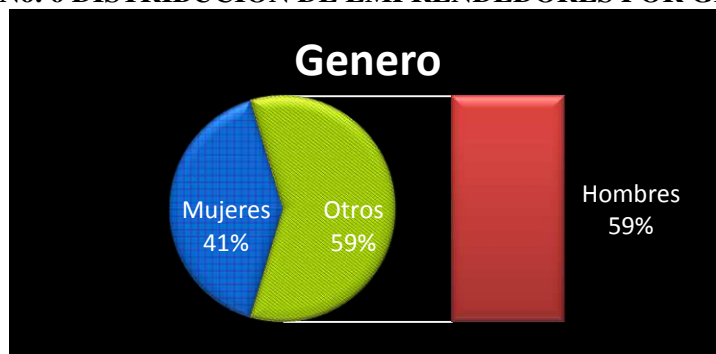
Tabla No.5 SECTOR ECONOMICO EN EL QUE PARTICIPAN LOS INCUBANDOS



Fuente: Centro de Desarrollo de Emprendedores e Incubadora de Negocios. (2009)

Sector Económico	No. Incubandos
Agropecuario	2
Comercial	25
Industrial	6
Servicios	2

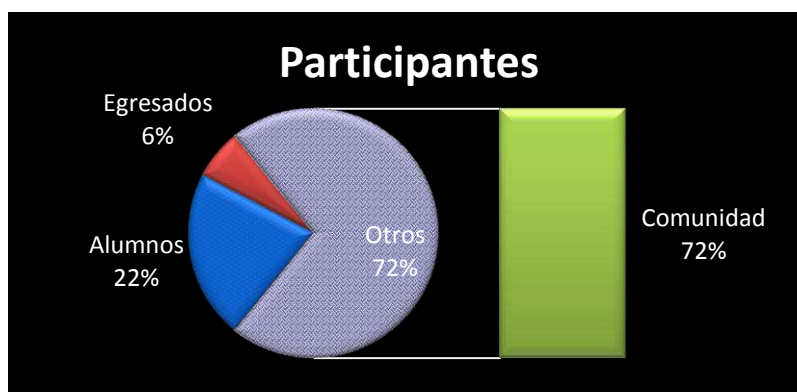
Tabla No. 6 DISTRIBUCIÓN DE EMPRENDEDORES POR GENERO



Fuente: Centro de Desarrollo de Emprendedores e Incubadora de Negocios. (2009)

Género	No. Emprendedores
Femenino	50
Masculino	73

Tabla No. 7 SEGMENTOS DE LA POBLACIÓN ATENDIDA



Fuente: Centro de Desarrollo de Emprendedores e Incubadora de Negocios. (2009)

Segmento	No, Participantes
Alumnos	27
Egresados	8
Comunidad	88

CONCLUSIONES

El primer obstáculo a vencer para abrir un negocio es el capital requerido. Sin embargo, esto no es un algo insuperable si el futuro emprendedor le pone creatividad e imaginación para lograrlo.

Muchos emprendedores tienen la habilidad para hacerse de los recursos necesarios para comenzar una organización comercial: solicitan préstamos a su familia, proponen sociedades a sus amigos, venden sus autos u otras pertenencias, se unen con otros emprendedores... El verdadero problema radica en contar con los conocimientos necesarios para convertir una buena idea en un negocio rentable y capaz de abrirse camino no sólo entre las firmas nacionales, sino competir dentro de un ámbito internacional".

El emprendedor debe considerar que ya cuenta con un amplio capital para emprender: sus ideas y conocimientos. Es decir, su capital intelectual. Para comenzar su empresa, debe traducir ese capital en un plan de negocios. Después, ya podrá buscar el financiamiento. Con un plan de negocios sólido, ya podría solicitar, incluso, fuentes de financiamiento público.

Los errores más comunes en que cae un empresario novel son:

- * La falta de visión y experiencia les dificulta estructurar un buen plan de negocios. Al futuro empresario le cuesta mucho trabajo aterrizar sus ideas y definir las en términos concretos, prácticos y realistas.

- * Muchos tienen buenas ideas, pero, por lo general, son poco claras, aun para ellos mismos, especialmente en lo que se refiere a la manera de llevarlas a la práctica.

Para solucionar esta falta de visión y experiencia de los emprendedores están las incubadoras de negocios donde se les puede orientar para hacer realidad esa idea de un negocio que quisieran convertir en empresa.

En los últimos años **México** ha sido uno de los países que ha desarrollado un destacado concepto emprendedor. Así, diversas instituciones de distintos ámbitos del país han realizado campañas convocando a los ciudadanos a invertir en negocios dentro de la República Mexicana, en especial frente a la actual situación económica mundial.

La contribución de las instituciones educativas por su parte ha consistido en el desarrollo de programas académicos que sustenten una fundamentada elaboración del negocio, que resguarde y propicie la estabilidad del mismo.

Así, encontramos en la oferta de las Universidades del país cursos, licenciaturas, especialidades, educación continua y posgrados que contemplan diversos aspectos de la creación, administración, producción, publicidad y crecimiento de un negocio, así como una tendencia periódica para la creación de estudios cada vez más específicos.

Por otra parte pero en el mismo sentido, el Gobierno Federal y Gobiernos Locales desarrollan programas que otorguen mayores facilidades a los emprendedores para poder generar nuevos negocios.

Así, en el caso de **México** por ejemplo se ha desarrollado el **programa México Emprende por la Secretaría de Economía**, el cual destinó en inicialmente un total de 50 millones de pesos al desarrollo de diversas vertientes que apoyen y asesoren a los inversionistas mexicanos.

Así trabajando de forma conjunta con instituciones educativas e instituciones privadas se buscará el ofrecer el soporte necesario para lograr el desarrollo de nuevos esquemas de negocios, con el objetivo de que uno de cada diez ciudadanos se convierta en dueño de su propio negocio en nuestro País.

Consultoras, incubadoras de negocios y **franquicias** serán las tres opciones que tendrán los inversores para lograr la meta emprendedora. De tal manera las probabilidades de éxito al emprender serán mayores

BIBLIOGRAFIA

- Barba, V. (2000). *La motivación para crear una empresa y su efecto en la satisfacción del empresario*. Tesis Doctoral. España: Universidad Castilla-La Mancha
- Barba, V. (2002). La decisión de crear una empresa: una aplicación de la teoría de las expectativas. XII Congreso Nacional de ACEDE, Zaragoza. Consultada en acede.uib/sesión1.h
- Barrod, J. (2009). *Las Incubadoras Tecnológicas*. Consultado en Entrepreneur.com <http://www.soyempreneur.com/página.htm?N=11634%Ad=s>
- Bonacoorsi, A. (2007). Universities and Strategic Knowledge Creation. *Evolution of ivory tower to entrepreneurial paradigm, research policy*, 29, 313-330
- Camacho, P. J.A. (1998). *Incubadoras ó viveros de empresas de base tecnológica; la reciente experiencia europea como referencia para las actuales y futuras iniciativas latinoamericanas*. Universidad de Texas.
- Cohen, B. V., (2005). Incubadoras de Negocios, una verdadera administración, en línea. *Revista Entrepreneur*.
- Centro de Desarrollo de Emprendedores e Incubadora de Negocios de la Facultad de Comercio y Administración De Tampico (2009). Centro Universitario Tampico-Madero, 09
- Consejo Nacional de Investigaciones Científicas Y Técnicas. (2002). *Desgaste y posicionamiento laboral*. Buenos Aires Argentina: Universidad de la Marina Mercante
- Filion, L.J. (1998). Entrepreneurship: entrepreneurs and small business owner managers2: En The state of the Art in Small Business and Entrepreneurship. Cap 4, pp: 117-119/128-440. Ed. Julien
- Logegary, V. (2003). *Gestión de empresas innovadoras; Las incubadoras de empresas en Argentina*. Centro de Estudios de Sociología del Trabajo, Universidad de Buenos Aires.
- Orti, G., A. M. (1995). *Empresarios Universitarios, los Juniors Empresas. Administrando para la sociedad*, 177-199. Ed. Diputación de Sevilla.
- Orti G., A.M. (2001). *Componentes subjetivos del éxito emprendedor. Aporte de la teoría social cognitiva. La Autoeficacia percibida*: Publicación en homenaje al prof. D. Manuel Ortigueira Bouzada. Ed. AEDEM, Sevilla, España.
- Raymond, L. (1982). Economía de la Educación. *Educación*, 40 (3), 23-26
- Secretaría De Comercio Y Fomento Industria (2005). Programa de Capacitación y modernización del comercio. Modelo de transferencia, incubadora de empresas. México
- Shane, S., Venkataraman (2000). Entrepreneurship as a Field of Research. *Academy of Management Review*, 25(1), 217-226
- Shane, S., Venkataraman (2001). Entrepreneurship as a Field of Research” a response to Zara and Dess, Sing and Erikson. *Academy of management Review*, 26(1), 13-16
- Universidad Autónoma de Tamaulipas. Subsecretaría Académica. Ciudad Victoria, Tamaulipas. (2004)
- Villa, L. (2000). Curso de Economía de la Educación: Con énfasis en Educación Superior *Universidad de los Andes -Magíster en Dirección Universitaria-* Bogotá, Colombia.
- Veneciana, V., J.M. (1999). Creación de empresas como programas de Investigación científica. *Europea de Dirección; Economía de la empresa*, 8(3), 11-36.