

Empresas incubadas por el Centro de Incubación de Empresas del TEC: un análisis cualitativo

Juan Carlos Leiva*
Ricardo Monge González
Cristina Morales Sandoval
jleiva@itcr.ac.cr

La creación de nuevas empresas es un elemento dinamizador de la actividad productiva en toda economía, siendo el apoyo a los emprendedores uno de los ejes estratégicos que impactan directamente el crecimiento económico y la generación de empleo (Ministerio de Economía, Industria y Comercio, 2010-2014).

Las incubadoras de empresas han demostrado ser un mecanismo eficiente y comprobado para incrementar la creación y desarrollo de nuevas empresas, por lo cual es necesario garantizar que las incubadoras mantengan estándares de calidad y productividad (Rivero, 2013; Barbero, Casillas, Wright, y Ramos, 2014).

Una incubadora de empresas pretende promover la creación, fortalecimiento y desarrollo de nuevas empresas que pueden por sí solas enfrentar las condiciones competitivas del mercado. Asimismo, son herramientas utilizadas para apoyar el surgimiento de nuevos emprendimientos, en especial de base tecnológica o con un fuerte contenido innovador, creando condiciones específicas que permitan disminuir el nivel de mortalidad de estas organizaciones empresariales en las etapas iniciales de su desarrollo (Ministerio de Economía, Industria y Comercio, 2010-2014).

De acuerdo con la Comisión Europea, el desempeño de las incubadoras de empresas se debería calificar fundamentalmente en términos de los resultados logrados y de acuerdo con los servicios que brindan a las empresas (European Commission Enterprise Directorate-General, 2002).

El Centro de Incubación de Empresas (CIE) es la incubadora de empresas del Tecnológico de Costa Rica (TEC); opera desde 1994 y

se ubica en la provincia de Cartago. El CIE-TEC se dedica al apoyo, fortalecimiento y desarrollo de empresas que optan por procesos de incubación intra (dentro de la incubadora) y extramuros (fuera de la incubadora), aportando valor agregado al desarrollo económico nacional.

Además del acompañamiento estratégico y administrativo que conlleva el proceso de incubación, la empresa puede optar por un espacio físico para el inicio de operaciones (CIE-TEC, 2016).

En función de lo anterior, el objetivo del presente artículo es conocer la percepción que poseen las empresas incubadas sobre los servicios recibidos en el CIE-TEC, así como caracterizar a dichas empresas y a sus fundadores.

Metodología

La metodología utilizada en este artículo es de tipo cualitativo, descriptivo. Los criterios usados en esta investigación para obtener los datos de las empresas fueron: primero, la empresa debió haber recibido algún servicio por parte del Centro de Incubación Empresas (CIE-TEC), ya sea extramuros o intramuros; y, en segundo lugar, la empresa debía estar operando en el año 2014.

Según la información recopilada en el 2014, un total de 88 empresas habían recibido servicios del CIE-TEC desde su creación en 1994. No obstante, no se contó con información de todas las empresas. En concreto, solo 27 empresas fueron localizadas y entrevistadas. Sobre el resto (61), no hay información disponible sobre 43 empresas y sus fundadores; nueve no realizan operaciones actualmente; y nueve se negaron a brindar información.

La técnica aplicada para la recolección de la información entre las 27 empresas que sí aceptaron ser entrevistadas, fue un cuestionario semiestructurado de tres bloques: Bloque I, Perfil de fundadores; Bloque II, Origen de la empresa-servicio CIE-TEC; y Bloque III, Gestión e innovación.

Los cuestionarios fueron dirigidos a los gerentes y aplicados vía telefónica, y fueron correctamente contestados para su posterior tratamiento y análisis.

Resultados

Como parte del perfil que poseían los fundadores de las empresas que respondieron el cuestionario, se identificaron las siguientes.

Como se muestra en la tabla N°1, la principal motivación que los fundadores de las empresas tuvieron para iniciar su negocio fue las oportunidades que ofrecía.

Tabla N°1. Principal motivación que tuvieron los fundadores para crear la empresa.

Motivación	%
Oportunidades de negocios	66,67%
Independencia	25,93%
Autoempleo	7,41%
Total	100%

Fuente: Elaboración propia.

Por otra parte, se consultó a los fundadores si habían creado otras empresas antes de la actual y el 44,44% de las empresas que contestaron el cuestionario indicaron haberlo hecho antes. Asimismo, el 42,31% de los fundadores de las empresas habían ocupado puestos de gerencia anteriormente y un 33,33% indicaron que habían laborado en una empresa multinacional con anterioridad a fundar la empresa.

En relación con el origen de las empresas, el 55,56% de ellas iniciaron operaciones entre el 2001 y el 2010. Además, el 66,67% estuvieron incubadas bajo el sistema intramuros, mientras que el 33,33% recibieron servicios extramuros.

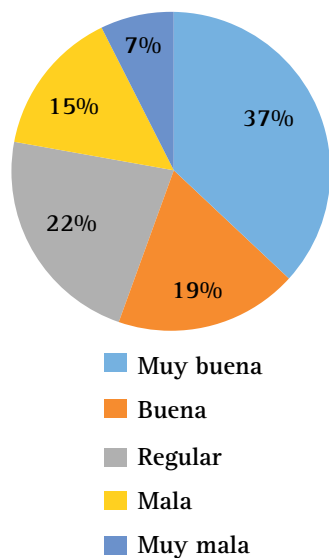
Como se observa en la tabla N°2, entre los principales servicios brindados por parte del CIE-TEC, el más utilizado por parte de las empresas incubadas en ambos sistemas fue la capacitación (81,48%), seguido de instalaciones y servicios de apoyo.

Tabla N°2. Servicios recibidos por parte del CIE-TEC.

Servicios	Sí
Capacitación	81,48%
Sala de reuniones	70,37%
Cooperación	66,67%
Comunicación (teléfono, fax, correo electrónico, etc.)	62,96%
Limpieza	59,26%
Seguridad	55,56%
Entrenamiento empresarial	51,85%
Secretaría	48,15%
Promoción	37,04%
Evaluación de la empresa	33,33%
Finanzas	29,63%
Marketing	25,93%
Mensajero	22,22%
Legal	11,11%

Fuente: Elaboración propia.

En el gráfico N°1 se muestra la calificación obtenida sobre la calidad de los servicios brindados por el CIE-TEC a las empresas encuestadas; un 37% lo califica como muy bueno y un 19% como bueno, para un total de empresas satisfechas del 56%.



Con respecto a la gestión e innovación de las empresas que respondieron el cuestionario, la tabla N°3 muestra las principales actividades de gestión durante el año 2014. Como puede verse el desarrollo de un plan de mercadeo es la principal debilidad de las empresas incubadas por el CIE-TEC. Varias fortalezas son mostradas por estas mismas empresas, entre ellas el contar con una definición clara de mercados y clientes, conocimiento sobre la competencia, sistema y análisis de finanzas, así como objetivos claros y bien definidos. En cuanto a actividades de I+D, la mayoría de empresas (63,64%) llevó a cabo procesos

Tabla N°3. Actividades que realiza actualmente en la gestión de la empresa.

Actividad	Sí
Una definición clara de los mercados y clientes	90,91%
Conocimiento claro de las características de su competencia	81,82%
Un sistema para el control y análisis de las finanzas de la empresa (estados, balances, flujos de caja)	77,27%
Objetivos definidos y escritos	72,73%
Un plan de negocios el cual se ejecuta	59,09%
Seguimiento y control de los planes de la empresa	59,09%
Un plan de mercadeo claramente diseñado y en ejecución	22,73%

Fuente: Elaboración propia.

de investigación para la elaboración de sus productos o mejorar los servicios durante los años 2012 y 2013. No obstante, el apoyo recibido por parte de programas de ciencia y tecnología, así como de promoción industrial ha sido mínimo (16,00%).

También en la tabla N°4 se muestra un dato importante: menos de la mitad (40,91%) de las empresas mantienen una vinculación con centros académicos o de investigación en los años 2012 y 2013; además, un bajo porcentaje de las empresas no desarrollaron una nueva marca en el mercado nacional ni internacional en los años mencionados. Sin embargo, el 81,82% de las empresas llevaron a cabo actividades enfocadas a la mejora en los productos y servicios que se ofrecen al mercado nacional.

Tabla N°4. Actividades que las empresas llevaron a cabo en los años 2012 y 2013.

Actividad	Sí
Mejoras en los productos o servicios que ofrece al mercado nacional	81,82%
Lanzamiento de un nuevo producto o servicio a mercados nacionales	77,27%
Mejoras en los procesos productivos	68,18%
Cambios en la organización de su empresa	54,55%
Cambios en la comercialización de sus productos o servicios	40,91%
Vinculación con centros académicos o de investigación	40,91%
Mejoras en los productos o servicios que ofrece al mercado internacional	36,36%
Lanzamiento de un nuevo producto o servicio a mercados internacionales	36,36%
Desarrollo de una nueva marca en el mercado nacional	22,73%
Desarrollo de una nueva marca en el mercado internacional	9,09%

Fuente: Elaboración propia.

Conclusiones

El estudio tiene limitaciones. Esto, por cuanto no fue posible contactar a todas las empresas apoyadas por el CIE-TEC, debido a que existe carencia de información y registros sobre muchas de ellas. Por ende, es importante que las autoridades del CIE-TEC procedan a mejorar sus sistemas de registros para futuras evaluaciones.

No obstante, nuestro trabajo permitió caracterizar con un perfil básico a las empresas y emprendedores que aceptaron participar del estudio según se vio en los resultados. Desde el punto de vista del CIE-TEC, el desarrollo de los servicios enfocados a mejorar

el área estratégica de las empresas estudiadas ha sido de los que menos se han brindado y, sin embargo, una de las mayores debilidades en las actividades actuales de las empresas se encuentra precisamente en el seguimiento y control de los planes. Esto lleva a pensar que el CIE-TEC podría enfocar esfuerzos en fortalecer dichas áreas que son las más demandadas en las empresas estudiadas.

Además, gran parte de las empresas que fueron entrevistadas no contaron con el apoyo de regímenes de promoción y apoyo económico por parte de programas dirigidos a pymes lo cual, según las respuestas obtenidas, pudo dificultar el desarrollo de capacidades para alcanzar mayores resultados en los productos y procesos. Finalmente, según los resultados obtenidos de las empresas en el estudio, se recomienda al CIE-TEC tomar acciones de orientación y asesoría a los emprendedores. Además, brindar acceso a redes e implementar mejoras en la relación con la universidad y programas de ciencia y tecnología. También, la vinculación con los centros académicos o de investigación para generar pymes competitivas creadoras de alto valor agregado, con una orientación a la innovación, tecnología e internacionalización.

Bibliografía

- Barbero, J., Casillas, J., Wright, M., & Ramos, A. (2014). Do different types of incubators produce different types of innovations? *Journal of Technology Transfer*, 39:151-168.
- Ministerio de Economía, Industria y Comercio. (2010-2014). Retrieved from Política Pública de Fomento a las pyme y el emprendedurismo: <http://www.pyme.go.cr/media/archivo/normativas/Politica%20PubFomentoPYMEEmpre.pdf>
- European Commission Enterprise Directorate-General. (2002). Centre for Strategy & Evaluation Services. Retrieved from <http://www.cses.co.uk/upl/File/Benchmarking-Business-Incubators-main-report-Part-1.pdf>
- CIE-TEC. (2016). Retrieved from <http://www.cietec.org/>
- Rivero, R. I. (2013). ITESM. Retrieved from Instrumento para la evaluación de las incubadoras de empresas en la ciudad de chihuahua utilizando parámetros internacionales.: <http://www.chi.itesm.mx/investigacion/wp-content/uploads/2013/11/NEG23.pdf>
- Barbero, J., Casillas, J., Wright, M., & Ramos, A. (2014). Do different types of incubators produce different types of innovations? *Journal of Technology Transfer*, 39:151-168. ■

*Los autores son profesores de la Escuela de Administración de Empresas del Tecnológico de Costa Rica.