



UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA DE MÉXICO

FACULTAD DE ADMINISTRACIÓN

**“ELABORACIÓN DE UNA PROPUESTA PARA
IMPLEMENTAR UNA INCUBADORA IMPULSANDO EL
ESPÍRITU EMPRENDEDOR DE LOS ALUMNOS EN UNILA
CAMPUS CUERNAVACA”**

T E S I S
QUE PARA OBTENER EL TÍTULO DE:
LICENCIADA EN ADMINISTRACIÓN
P R E S E N T A:

BLANCA ESTELA DÍAZ GALVÁN.



DIRECTOR DE TESIS

MTRA. MARIA ELIZABETH VARGAS

CIUDAD DE MÉXICO, 2019.



Universidad Nacional
Autónoma de México



UNAM – Dirección General de Bibliotecas
Tesis Digitales
Restricciones de uso

DERECHOS RESERVADOS ©
PROHIBIDA SU REPRODUCCIÓN TOTAL O PARCIAL

Todo el material contenido en esta tesis esta protegido por la Ley Federal del Derecho de Autor (LFDA) de los Estados Unidos Mexicanos (México).

El uso de imágenes, fragmentos de videos, y demás material que sea objeto de protección de los derechos de autor, será exclusivamente para fines educativos e informativos y deberá citar la fuente donde la obtuvo mencionando el autor o autores. Cualquier uso distinto como el lucro, reproducción, edición o modificación, será perseguido y sancionado por el respectivo titular de los Derechos de Autor.

DEDICATORIA.

Primero que nada, a quien nos ama más que nadie: Dios, porque durante el camino que él ha preparado para mi me he encontrado con lo más dichoso de la vida y también con aquello de lo que debo aprender. A mis ángeles; uno que está en el cielo: mi padre y aquella que tengo la fortuna de tener a mi lado y que significa todo para mí, a quien no me alcanzara la vida para agradecerle todo lo que soy: mi madre.

La distancia separa cuerpos, pero no sentimientos, no esos que permanecen siempre en el corazón; a mi ángel, mi apoyo y mi ejemplo a seguir: Mi hermano mayor: Miguel. Porque la vida a veces suele decepcionarnos de diversos hechos o personas, pero después nos ejemplifica con lo más cercano que aún hay por qué y por quién luchar; nos demuestra que aún en lo más oscuro se puede ver la luz. A mi pequeño pero grande hermano Saúl por demostrarme que la bondad, gentileza y humildad aún existe en nuestro maravilloso mundo.

A los forjadores de mi camino profesional; mis maestros, desde lo que estuvieron conmigo en mi educación básica hasta los que hoy por hoy reconocen mi esfuerzo y dedicación por la lucha incansable de lograr un solo objetivo; ser una mejor persona para el mundo y ayudar a construir uno aún mejor para las generaciones que vienen adelante.

Pero sobre todo a mi compañero de vida; Ricardo, mi esposo. Quien ha estado conmigo en todo momento, mi más grande admirador y mi alma gemela, gracias por enseñarme lo que de verdad significa el amor, por tu paciencia y dedicación hacia nosotros. Gracias por aceptar acompañarme en esta aventura llamada vida y sobre todo gracias por todo tu amor. Eres mi más grande tesoro, lo más importante para mí y todo lo que soy quiero dedicártelo a ti también; tú y yo contra el mundo.

Con amor,

Blanca.

AGRADECIMIENTOS.

A ti amor mío, te agradezco el que hayas estado en mi vida y me apoyes en todo y por todo, gracias por enseñarme que soy brava y por creer siempre en mí.

A mi familia: porque nunca me ha hecho falta su apoyo y amor en este viaje.

Gracias a todos los maestros, compañeros y amigos que han hecho esta experiencia algo maravilloso.

A mi asesora, quien además de ser una de las mejores profesoras en mi carrera educativa, ahora es quien me ayuda a dar este paso más.

RESUMEN.

En este trabajo se analiza impacto tendría una incubadora de empresas en la Universidad Latina Campus Cuernavaca. S.C

Se ha visualizado el impacto que las incubadoras tienen en las instituciones educativas y sus alumnos, por lo que se pretende en este estudio de caso es poder recomendar la implementación de una incubadora que permita generar entre la comunidad estudiantil, inclusive docente y administrativa, ese espíritu emprendedor que cada vez más se necesita en el país.

Se habla desde ¿Qué es una incubadora de empresas? Hasta los tipos que existen en México, lo necesario para implementar un modelo y los costos que tendría.

También se ha realizado un estudio entre la comunidad estudiantil sobre la posibilidad de tener una incubadora en la universidad, utilizando una encuesta de tipo cerrada de la cual los resultados obtenidos fueron que los estudiantes se encuentran en acuerdo con las ventajas que establecer un modelo de incubadora en la institución tendría.

ÍNDICE

CAPÍTULO I MARCO METODOLÓGICO.....	3
1.1 Planteamiento del problema.....	3
1.2 Justificación.....	3
1.3 Objetivo general.....	4
1.4 Objetivos específicos.....	4
1.5 Hipótesis.....	4
CAPÍTULO II MARCO TEÓRICO.....	5
2.1 Concepto de incubadora.....	5
2.2 Objetivos y funciones de las incubadoras de empresas.....	5
2.3 Tipos de incubadoras de empresas.....	6
2.3.1 Incubadora de Negocios Tradicionales.....	6
2.3.2 Incubadora de Negocios Tecnología Intermedia.....	6
2.3.3 Incubadora de Negocios de Alta Tecnología.....	7
2.4 Antecedentes y situación actual de las incubadoras de empresas.....	7
2.4.1 Antecedentes.....	7
2.4.2 Situación actual.....	8
2.5 El emprendedor.....	9
2.5.1 Concepto.....	9
2.5.2 Tipos de emprendedores.....	9
2.5.3 Características de los emprendedores.....	10
2.6 Limitaciones de los jóvenes para emprender.....	11
2.6.1 Falta de recursos económicos.....	12
2.6.2 Falta de información sobre apoyos y/o financiamientos.....	12
2.6.3 Inseguridad en el Estado de Morelos.....	15
2.6.4 Burocracia en los requisitos del registro de una empresa en el Estado de Morelos.....	16
2.7 Ventajas y desventajas de ser emprendedor.....	20
2.7.1 Ventajas.....	20
2.7.2 Desventajas.....	21

2.8 Proceso para acceder a un plan de asistencia de una incubadora.	22
2.8.1 Proceso.....	22
2.8.2 Asesoría administrativa.....	23
2.8.3 Asesoría legal.....	23
2.8.4 Asesoría financiera.	23
2.8.5 Asesoría de marketing.	24
2.8.6 Diseño.....	24
2.8.7 Estrategias de mercados.	24
2.8.8 Comercialización.	25
2.9 Ventajas de crear una incubadora de empresas.	25
2.10 Estudio del mercado.....	26
2.10.1 Objetivos del estudio de mercado.	26
2.10.2 Herramientas útiles para el estudio de mercado.	26
2.10.3 Tipos de encuestas.....	27
CAPÍTULO III CARACTERIZACIÓN DE LA INSTITUCIÓN.....	29
3.1 Historia.....	29
3.2 Filosofía Institucional.	31
3.2.1 Misión:	31
3.2.2 Visión:	31
3.2.3 Valores:.....	31
3.3 Estructura institucional.	32
3.3.1 Organigrama.....	32
3.3.2 Organigrama Campus Cuernavaca.....	33
3.4 Acreditaciones y reconocimientos.	34
3.5 Oferta educativa Campus Cuernavaca.	36
CAPÍTULO IV: ELABORACIÓN DE PROPUESTA PARA IMPLEMENTAR UNA INCUBADORA DE EMPRESAS EN UNILA CAMPUS CUERNAVACA.	37
4.1 Propuesta a los alumnos UNILA campus Cuernavaca de la carrera Administración y maestría en administración de negocios a través de encuestas.	37
4.2 Análisis de la información de los resultados obtenidos.	40
4.3 Conclusiones a partir de los resultados obtenidos.	45
4.4 Plan de acción para implementar la incubadora UNILA.	45

4.4.1 Trámites para crear una incubadora de empresas.....	45
4.4.2 Programa Nacional de Financiamiento al Microempresario (PRONAFIM).	46
4.4.3 Sistema Nacional de Incubadoras de Empresas (SNIE).....	47
4.4.4 Padrón de Desarrolladoras de Capacidades Empresariales - PADCE ..	47
4.5 Transferencia del modelo de incubación.....	51
4.5.1 Modelos de incubación.	51
4.6 Modelo de Transferencia de la Incubadora de Empresas del Instituto Tecnológico y de Estudios Superiores de Monterrey.	57
4.6.1 Socios participantes en el Modelo de Transferencia.....	57
4.6.2 Modalidades de transferencias del Modelo de Incubación.	58
4.6.3 Beneficios.....	58
4.6.4 Etapas del Proceso de Transferencia	59
4.6.5 Paquete del Modelo de Transferencia	60
4.6.6 Costos.....	61
Conclusiones.....	62
Recomendaciones.....	63
Referencias	64

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1 Organigrama de Rectoría.....	32
Figura 2 Organigrama Campus Cuernavaca.	33
Figura 4 Encuesta.	39
Figura 5 Registro y requisitos para formar parte del PADCE.....	50
Figura 6 Etapas del Proceso de Transferencia.....	59
Figura 7 Etapas del proceso de Transferencia 2.	61

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1 Detalles de los requisitos del registro de una empresa.....	17
Tabla 4: Modelos de Incubación Tradicional reconocidos.....	52
Tabla 5: Modelos de Incubación Tradicional reconocidos para Transferencia.....	53
Tabla 6: Modelos de Incubación de Tecnología Intermedia reconocidos.....	54
Tabla 7: Modelos de Incubación de Tecnología Intermedia reconocidos para transferencia.....	55
Tabla 8: Modelos de Incubación de Alta Tecnología reconocidos.....	56
Tabla 9: Modelos de Incubación de Alta Tecnología reconocidos para Transferencia.	56

INTRODUCCIÓN.

El presente trabajo se ha desarrollado bajo el cuestionamiento de ¿Cuál sería el impacto de tener una incubadora en la Universidad Latina Campus Cuernavaca?, ya que diversas universidades que cuentan con facultades de carácter administrativo, tienen una incubadora que les permite desarrollar ese potencial emprendedor, generar ideas y transformarlas en grandes negocios.

Se sabe que una de las claves para potenciar el desarrollo de la economía en nuestro país es la creación de nuevos empleos, el hecho de hacer circular el dinero hace una economía saludable, se reduciría la brecha tan extrema que hay entre pobres y ricos, puesto que no se concentraría el capital en tan solo unos cuantos.

El hecho de pensar como emprendedor requiere otro tipo de educación, una en la que no sólo nos enfocaríamos en terminar una carrera para ser subordinados, aspirando o no a buenos puestos. La educación a la que se refiere no tan sólo depende de la institución de donde se recibe, sino también de las mismas personas, sólo hay que tomar en cuenta que esas mismas personas necesitan sentirse motivadas y seguras para poder emprender, y esa ayuda puede darla una incubadora que nada mejor que se encuentre en el lugar donde recibos tantas herramientas para ponerlas en práctica.

La estructura del caso se forma de la siguiente manera:

En el **primer capítulo** se muestra el marco metodológico, que va desde el planteamiento del problema hasta la hipótesis a presentar.

En el **segundo capítulo** se presenta el marco conceptual de la investigación, el cual contiene definiciones y conceptos utilizados en la temática; de igual forma se presenta el marco contextual utilizado como soporte de la investigación.

En el **tercer capítulo** se muestra la caracterización de la Universidad Latina Campus Cuernavaca, es decir, su filosofía institucional, oferta educativa, plan estratégico de desarrollo institucional y su estructura organizacional.

En el **cuarto capítulo** incluye la metodología detallada que se utilizará para el análisis, diagnóstico y/o evaluación, así como la generación de una propuesta de implementar una incubadora de empresas en UNILA. Se sustentará bajo un marco teórico, conceptual y/o referencial y estará encaminada a lograr los objetivos trazados.

CAPÍTULO I MARCO METODOLÓGICO.

1.1 Planteamiento del problema.

El problema a resolver es: ¿Qué impacto tendría una incubadora de empresas en la Universidad Latina Campus Cuernavaca?

Es decir; ¿Se cuenta con lo necesario para tenerla? El hecho de ser una institución con más de 40 años de trayectoria implica que el crecimiento que ha tenido y el éxito logrado se han derivado de las buenas decisiones administrativas tomadas, la Institución se caracteriza por ser una aliada de los estudiantes y personal docente y administrativo que labora en ella.

1.2 Justificación.

Se ha visualizado el impacto que las incubadoras tienen en las instituciones educativas y sus alumnos, por lo que se pretende en este estudio de caso es poder recomendar la implementación de una incubadora que permita generar entre la comunidad estudiantil, inclusive docente y administrativa, ese espíritu emprendedor que cada vez más se necesita en el país.

Las Incubadoras de empresas han logrado impactar en la economía de México en los últimos años, logrando una consolidación en las instituciones educativas, se han convertido en instrumentos populares para el desarrollo económico del país, fomentando el empleo, creando un entorno favorable para la consolidación de nuevas empresas y ayudando a los emprendedores en la creación de las mismas.

1.3 Objetivo general.

Proponer la creación de una incubadora de empresas en la Universidad Latina S.C Campus Cuernavaca, que permita desarrollar a los estudiantes los planes de negocios surgidos en los diferentes niveles educativos, para el fortalecimiento de la economía de la región e impulsar la cultura emprendedora.

1.4 Objetivos específicos.

- Identificar las carreras de oportunidad de la Universidad Latina (UNILA) Campus Cuernavaca a las que estaría dirigida la incubadora de empresas.
- Proporcionar la información necesaria y las ventajas de crear una incubadora de empresas en la Universidad Latina (UNILA) Campus Cuernavaca.
- Proponer la implementación de una incubadora de empresas.

1.5 Hipótesis.

Si se existiera la oportunidad de contar con una orientación y apoyo hacía muchos ideales que tienen los integrantes de la comunidad antes mencionada, los trabajos que se realizan en el aula de clases pasarían de ser simples proyectos escritos y olvidados a verdaderos proyectos puestos en práctica, que no sólo le brindarían a estas personas el impulso que necesitan, sino que también se reconocería a la institución esa labor educativa, dándole prestigio y ayudándola en su proceso de calidad continua.

CAPÍTULO II MARCO TEÓRICO.

2.1 Concepto de incubadora.

Las incubadoras son una herramienta para el desarrollo empresarial y la estimulación del crecimiento más innovador. Una incubadora proporciona un proceso dinámico de desarrollo de las personas, tiendas y negocios. La incubadora proporciona a los empresarios el apoyo activo y la adecuada gestión, las redes financieras, las técnicas y los canales comerciales, aunado a un ambiente creativo con los servicios de oficina asociados.

(Pymes, 2017)

2.2 Objetivos y funciones de las incubadoras de empresas.

Las funciones de las incubadoras van más allá de lo que tenemos pensado, no es sólo el hecho de que te asesoran para poder poner en operación tu negocio, como muchos tienen pensado, sino que se trata de cierto tipo de “*Coaching*” también, ya que su objetivo fundamental es ayudarte a consolidar una empresa de manera que no sea sólo un pequeño negocio que como muchas microempresas familiares se vienen abajo en muy poco tiempo.

La meta de las incubadoras es incrementar la posibilidad de que un negocio sea exitoso, así como reducir el tiempo y el costo. Una buena prueba de esto es que un 80% de los negocios que son incubados logran sobrevivir al segundo año de vida y ser exitosos, en cambio de los negocios que se crean fuera del proceso de incubación tan sólo sobrevive el 30%.

(Martínez, 2016)

Una incubadora brinda al emprendedor un espacio o ambiente para que pueda acceder a las herramientas, recursos y relaciones que necesita para desarrollar su negocio.

Durante el proceso de incubación se brinda asesoría, capacitación, tutoría, herramientas tecnológicas, oportunidades de financiamiento, redes de contactos, entre muchas otras ventajas.

2.3 Tipos de incubadoras de empresas.

2.3.1 Incubadora de Negocios Tradicionales.

Apoya la creación de empresas en sectores tradicionales, cuyos requerimientos de infraestructura física, tecnológica y mecanismos de operación son básicos. Su tiempo de incubación generalmente es de tres meses. Por ejemplo: restaurantes, papelerías, lavanderías, distribuidoras, comercializadoras, joyería, abarrotes y consultorías, entre otros.

2.3.2 Incubadora de Negocios Tecnología Intermedia.

Apoya la constitución de empresas cuyos requerimientos de infraestructura física y tecnológica y mecanismos de operación son semi-especializados e incorporan elementos de innovación. El tiempo de incubación aproximado en estos centros es de 12 meses. Por ejemplo: desarrollo de redes simples, aplicaciones web, tecnología simple para el sector alimentos, telecomunicaciones y software semi-especializados.

2.3.3 Incubadora de Negocios de Alta Tecnología.

Apoya la constitución de empresas en sectores avanzados, tales como Tecnologías de la Información y Comunicación, microelectrónica, sistemas microelectromecánicos (MEM'S), biotecnología, alimentos y farmacéutico, entre otros. Los proyectos que ingresan a estos centros pueden tardar hasta dos años en ser incubados.

(Economía, México Emprende, 2012)

2.4 Antecedentes y situación actual de las incubadoras de empresas.

2.4.1 Antecedentes.

Es curioso como la población mexicana aún no se familiariza con el término de “incubadora de empresas”, realmente son pocos los que identifican dicho término, debido a que en los programas educativos no se ha desarrollado bien este tema y además no se ha logrado dar la difusión que se ha pretendido para dar a conocer que existe algo más allá de ser un empleado más.

El concepto de Incubadora de empresas dio sus primeros pasos en la década de los 50 en Silicon Valley, California, a partir de las iniciativas de la Universidad de Stanford, la cual creó un parque industrial y, posteriormente, un parque tecnológico (Stanford Research Park), con el objetivo de promover la transferencia de tecnología desarrollada en la Universidad hacia las empresas y la creación de nuevas empresas intensivas en tecnología, principalmente del sector electrónico. El éxito obtenido con esa experiencia estimulo la replicación de iniciativas semejantes en otras localidades, dentro y fuera de los Estados Unidos.

(Sarmina, 2015)

En México en 1990 se creó la primera incubadora formal de Empresas de Base Tecnológica en Ensenada (Baja California), (con la participación de NAFINSA y

CONACYT), y el Centro de Investigación Científica y de Educación Superior en Ensenada (CISESE). Posteriormente surgió el Centro de Empresas de Innovación (CEMIT, creado en 1990 en Morelos, bajo el patrocinio del Gobierno Estatal, la Asociación Local de Industrias, CONACYT, NAFINSA y el Instituto de Investigaciones Eléctricas de la UNAM); y el Sistema de Incubación de Empresas Científicas y Tecnológicas de la UNAM (auspiciada por la UNAM CONACYT y NAFINSA).

(Pérez Hernandez & Márquez Estrada, 2006)

Es indudable que el término o uso de las incubadoras para nada es reciente, como muchos lo piensan, ahora sabemos que ya han pasado varias décadas desde que estas existen, y con ello podemos definir que su uso no es para nada arriesgado o que no se puede confiar en ellas.

2.4.2 Situación actual.

Actualmente existen sistemas de incubación en países como China, India, México, Brasil, Reino Unido, Turquía, Polonia, EUA, entre otros.

De acuerdo a datos del INEGI, existen en México cerca de 4 millones de pequeñas y medianas empresas, las cuales generan 72% del empleo formal y contribuyen con 52% del Producto Interno Bruto (PIB); cifras que nos hablan de la importancia que tiene en el desarrollo económico del país, el fomentar la creación de nuevas unidades económicas, así como el crecimiento y fortalecimiento de las mismas.

Hay 189 incubadoras tradicionales, 67 de alto impacto y 47 aceleradoras. Los números son evidentes: el primer semestre de 2018 ha sido histórico para las startups mexicanas, ya que según la Latin America Venture Capital Association (LAVCA), 89 compañías levantaron 154 millones de dólares.

(Neuman, 2019)

La situación actual de las incubadoras es inminentemente positiva, aún en nuestro país la oportunidad de poder acceder a una de ellas es muy factible, sin embargo, el miedo o la falta de información acerca de su sistema es lo que limita el aprovechamiento de su potencial. Es importante que se dé paso a la información acerca de ellas, y sobre todo se sepa que es una de las alternativas más viables y seguras para los jóvenes emprendedores.

2.5 El emprendedor.

2.5.1 Concepto.

Muchas veces, ante la pregunta de qué es un emprendedor, se piensa en las personas que se enfocan a componer una idea de negocio y desarrollarla. Es una imagen certera, pero acaso limitada. Más allá de eso, se refiere a aquellas personas que son capaces de generar proyectos, ponerlos en marcha y asumir con autonomía y responsabilidad las consecuencias que de ellos se derivan.

(Luna, 2018)

2.5.2 Tipos de emprendedores.

➤ Constructor

Estos emprendedores son los máximos jugadores en el juego de los negocios; siempre están buscando estar dos o tres pasos delante de la competencia. Por lo general se describen como enfocados, fríos, despiadados y calculadores. Muchos podrían decir que Donald Trump pertenece a esta categoría.

➤ Oportunista

El Oportunista corresponde a la parte especulativa del emprendedor interno que todos tenemos. Es esa parte de nuestros seres que quiere estar en el momento y lugar indicado, aprovechando el timing para ganar cuánto dinero sea posible.

Si alguna vez te has sentido tentado a aceptar un trato monetario, como comprar una acción o un inmueble, ése es tu lado oportunista hablando.

➤ Especialista

Este emprendedor entrará en una industria y permanecerá en ella de 15 a 20 años. Tienen gran experiencia y conocimiento del sector, pero suelen batallar por destacarse en mercados competitivos. Éstos corresponden a, por ejemplo, diseñadores gráficos, expertos en TI o contadores y abogados independientes.

➤ Innovador

Generalmente encontraremos al emprendedor innovador en el 'laboratorio' del negocio trabajando en un invento, receta, concepto, sistema o producto que pueden ser la base de uno o varios negocios. El reto del Innovador es enfocarse en las realidades del negocio y en las posibilidades verdaderas del producto.

2.5.3 Características de los emprendedores.

- Iniciativa
- Inspiración
- Autonomía
- Ambición
- Pasión
- Creatividad
- Liderazgo

- Organización
- Tolerancia al riesgo
- Capacidad de adaptarse a los cambios

2.6 Limitaciones de los jóvenes para emprender.

A lo largo de su historia México se ha caracterizado por ser un país de falta de oportunidades; carente de educación y por supuesto de trabajo. Esto es algo con lo que los jóvenes hoy en día están luchando. Se dice que los jóvenes son el futuro de México, sin embargo, es un futuro que se ve muy incierto debido a la situación por la que pasa actualmente el país.

Hablar de emprender suena muy bien, de hecho, es muy atractivo para muchos jóvenes, pero al mismo tiempo algo prácticamente inalcanzable, o bien, algo que no se puede desarrollar de la manera que ellos preferirían. Para muchos emprender es sólo poner un pequeño negocio como “hobbie” o por mera diversión sin embargo y en el mayor de los casos se decide ser emprendedor para poder dar soporte a la economía propia y/o familiar, pero esos “pequeños” negocios no se visualizan como algo que pueda dar más, no se concibe un proyecto como tal, esa es la mayor limitación de muchos jóvenes o bien de todos los que pretenden ser emprendedores.

2.6.1 Falta de recursos económicos.

Las fuentes de recursos en las empresas normalmente son internas; al tratarse de que los propietarios aportan directamente su patrimonio, o bien, el de los socios, y; externas, cuando otras entidades ajenas a ella liberan recursos a cambio del pago de intereses y comisiones. En el caso de México, al abordar el tema de capital en las empresas o bien de financiamientos, suele ser que éstos últimos son los que constituyen el mayor énfasis en una conversación sobre este tema.

Lamentablemente los recursos para poder “echar a andar” un proyecto de negocio son escasos; la situación económica del país no es la mejor en la actualidad por lo cual “la pequeña empresa” suele ser la opción más viable para la reactivación de esta economía rota. Son muchos los países que tienen en su mayoría empresas familiares o pequeñas que han sido el motor de su economía, que son casos de éxito gracias a su buena administración; pero se habla de países que cuentan con grandes oportunidades para poder lograrlo, sin embargo en México, esa falta de recursos limita a jóvenes emprendedores en busca de conseguir un sueño; ser su propio jefe, establecer sus propios lineamientos y por supuesto darle oportunidad a más personas a que tengan un mejor nivel de vida, creando fuentes de empleo, que cabe destacar, es la herramienta de la reactivación económica del País.

2.6.2 Falta de información sobre apoyos y/o financiamientos.

En México las MiPyMES pueden recurrir a diversas fuentes de financiamiento cuando requieren recursos económicos para su crecimiento o subsistencia. Normalmente se piensa en la obtención de un crédito bancario o en aportación de su patrimonio. Pero además existen muchas otras opciones para obtener los recursos necesarios que les permitirán operar rentablemente o impulsar sus proyectos de expansión.

Si consideramos que, en los últimos años, específicamente desde la crisis económica que se presentó a finales de 1994, los bancos han limitado y casi eliminado los créditos a las empresas, pensaríamos que la economía del país debería haber decrecido en la misma proporción, pero no fue así, el financiamiento bancario fue sustituido por fuentes alternativas y de hecho la economía ha crecido, poco, pero ha crecido. Aun cuando las alternativas de financiamiento son poco utilizadas por los empresarios en México, la importancia de enunciarlas resulta del mismo hecho de su existencia y posibilidad de crecimiento como alternativas viables para las MiPyMES.

“Las fuentes alternativas de financiamiento a las que pueden recurrir las MiPyMES, son:

- a) El crédito de proveedores.
- b) Las tarjetas de crédito o de tiendas departamentales.
- c) La venta o renta de activos obsoletos o no estratégicos.
- d) Arrendamiento de activos del fabricante.
- e) Patrocinio, subsidios y apoyos de proveedores.

Una de las principales fuentes de recursos de las PyMES en México, ha sido el crédito de los proveedores. Según el Banco de México, de acuerdo a la “Encuesta de Evaluación Coyuntural del Mercado Crediticio” que realiza trimestralmente, el porcentaje de empresas que recurren a esta fuente de financiamiento en México, el instituto precisó que, entre abril y junio, el 78.5 por ciento de empresas utilizó financiamiento de proveedores, lo que representa un avance frente al trimestre anterior (enero-marzo), cuando fue de 76.9 por ciento.

(Noticias, 2019)

Existen diversas opiniones acerca del ¿por qué? Los microempresarios no optan por un financiamiento o crédito para hacer crecer su negocio, o bien, los

emprendedores para poder implementar su nueva empresa. Un autor nos refleja un poco de su opinión al respecto:

“Las empresas han tenido dificultad para obtener recursos a través del sistema financiero nacional por la escasa disponibilidad de los mismos, en particular por el tamaño del sistema financiero mexicano, que, medido en proporción del PIB, alcanzó prácticamente el mismo nivel que tenía en 1994, ubicando al sistema financiero mexicano en un nivel de desarrollo bajo con relación a los estándares internacionales.

Una de las propuestas más importantes del sexenio anterior, fue la de implementar las medidas de regulación al sistema financiero mexicano y de aumentar los recursos para proyectos productivos a través de la banca de desarrollo, si la banca comercial no presta dinero a los emprendedores mexicanos, dueños de las PyMES, entonces lo haría el Gobierno Federal.

La dificultad para obtener recursos se debe principalmente a que la mayor parte de dichos recursos son absorbidos por el sector público. Entre 1995 y 2000 los Requerimientos Financieros del Sector Público (RFSP), representaron más del 55% del flujo de ahorro financiero de la economía”.

(Echavarría Sánchez, Morales Cano, & Varela Salas, 2007)

De acuerdo a este artículo y retomando el tema del límite que ven los emprendedores derivado a la falta de información sobre financiamientos, se puede observar que en la mayoría de los casos los mexicanos deben desarrollar un sentido de tomar los riesgos, porque la desconfianza de muchos emprendedores o propietarios de MiPyMES es tal que no se han percatado que las intereses para préstamos de este tipo han disminuido considerablemente en los últimos años, esto debido al interés que se tiene por estos proyectos que tienen un futuro muy prometedor.

2.6.3 Inseguridad en el Estado de Morelos.

Otra de las barreras que tienen la mayoría de los jóvenes emprendedores es sin duda alguna la crisis de inseguridad por la que está pasando el país, y más aún el Estado de Morelos. La preocupación sobre tener un negocio o empresa propios crece a medida que se dé el éxito en este caso, puesto que se ha observado a microempresarios que van creciendo o fortaleciendo sus empresas, son acosados por organizaciones criminales que más allá de pedir dinero o bien, el llamado “derecho de piso”, han llegado a convertirse en amenazas contra la vida misma y de la familia.

Un artículo relacionado al tema de inseguridad en el Estado de Morelos revela lo siguiente:

“De acuerdo con datos del Secretariado Ejecutivo del Sistema Nacional de Seguridad Pública (SESNSP), durante el primer trimestre de este año se iniciaron 236 carpetas por asesinatos. En comparación, en el mismo periodo del año anterior se abrieron 177 expedientes por este delito.

Las 236 indagatorias del primer trimestre de este año son casi la mitad de las iniciadas durante todo 2017, cuando se registraron 575 casos de homicidio doloso. Por número de asesinatos, Morelos ocupa este año el lugar 12 del país, por debajo de Guanajuato, Estado de México, Baja California, Jalisco, Chihuahua, Guerrero, Ciudad de México, Veracruz, Michoacán, Puebla y Nuevo León.

No obstante, si se toma en cuenta la tasa de homicidios dolosos por cada 100 mil habitantes para este primer trimestre, Morelos salta al quinto sitio, sólo por debajo de Colima, Baja California, Chihuahua y Guanajuato.

De acuerdo con el SESNSP, en dicho delito la entidad gobernada por Blanco registra una tasa de 11.75 asesinatos por cada 100 mil personas, el doble del promedio nacional, que es de 5.75 homicidios dolosos.

En cuanto al secuestro, a marzo pasado se abrieron 19 carpetas en todas las modalidades del delito, cuando en el primer trimestre de 2018 sumaron sólo cuatro. Al igual que en los asesinatos, el dato de este año prácticamente representa la mitad de toda la incidencia registrada en el estado durante 2017, con 42 expedientes iniciados.

Sobre la extorsión, entre enero y marzo de 2019, las autoridades de Morelos han abierto 39 casos. En el mismo periodo de 2018 se iniciaron cinco, y nueve en el primer trimestre de 2017. El total en la incidencia de este delito para estos últimos dos años fue de 24 y 43 carpetas, respectivamente.”

(Mendoza, 2019)

A raíz de esta información, se puede observar que el campo que pisan los emprendedores, no es seguro y es lo que también hace que la inversión extranjera no entre al país, sin embargo, hay esperanza; la esperanza de acrecentar los empleos y con ello evitar la delincuencia, logrando así tener un Estado, y sobre todo un país más seguro.

2.6.4 Burocracia en los requisitos del registro de una empresa en el Estado de Morelos.

Muchos mexicanos se quejan de la burocracia que hay en el país, lo difícil que es poder lograr hacer un simple trámite, ahora bien, los microempresarios tienen el mismo problema, lo que hace que eso los desaliente a seguir un procedimiento de por ejemplo registrar su marca o el hecho de poder “bajar” recursos para financiar su negocio.

Ver tabla No. 1

Tabla 1 Detalles de los requisitos del registro de una empresa.

	Procedimientos	Tiempo	Costo	Comentario
1	Obtener la autorización de utilizar el nombre de la empresa del Ministerio de Relaciones Exteriores (Secretaría de Relaciones Exteriores)	2 Días	Sin cargo	
2	Acta constitutiva ante notario	2 días	Entre 10,000 y 15,000 MXN	Los procesos notariales son generalmente altos en México, muchas veces varían dependiendo de la notaría, pero generalmente van de 10,000 a 15,000 MXN. Algunos notarios en la ciudad de México han firmado un convenio con la Secretaría de Hacienda y Crédito Público, a través del Sistema de Administración Tributaria (SAT) con el fin de conceder el número de registro fiscal de la empresa, todo esto para agilizar dicho trámite, sin embargo, el notario que me emite el número de registro fiscal también deberá entregar la escritura de constitución. El programa requiere un software específico y equipos que son una práctica común.
3	Dar de alta a la empresa escritura ante el registro público de comercio	3 días	1,800 MXN	
4	Registro en la Secretaría de Hacienda y Crédito Público (SHCP), para obtener el número de identificación fiscal: Registro Federal de Contribuyentes	De 2 a 7 días	Sin cargo	Se deberá realizar una cita ante la SHCP para obtener el número de identificación fiscal, que se concede después de 7 días.

	“RFC”. Trámite de la CIEC y la FIEL			
5	Registrarse en el Instituto Mexicano del Seguro Social (IMSS)	De 2 a 5 días o más	Sin cargo	La empresa debe registrarse ante el IMSS y el Instituto de Vivienda Nacional de trabajadores del Instituto del Fondo (INFONAVIT) y abrir cuentas de ahorro individuales de retiro para los empleados. La inscripción se realizará ante la delegación de la jurisdicción del IMSS. En promedio.
6	Registro con la administración tributaria local para los impuestos sobre nómina	1 día	Sin cargo	La empresa debe registrarse ante la administración tributaria local después de registrarse en el IMSS.
7	Anunciar la apertura de un establecimiento mercantil ante el gobierno local	1 día	Sin cargo	El aviso tiene que ser dado después de recibir el número de registro fiscal. Desde febrero de 2004, el aviso se puede dar a través de Internet.

8	Registrarse ante el sistema de información empresarial (SIEM)	1 día	Los costos varían van de \$100 a \$670 MNX	El registro SIEM ha estado en vigor desde 1997. La empresa se registrará con la cámara específica correspondiente a su objeto social o actividades. El costo varía según el número de empleados y actividades de la empresa, como se muestra a continuación:
				Tasas por actividades relacionadas con la industria (tarifas máximas)
				De 6 a más empleados \$670
				De 3 a 5 empleados \$350
				Hasta 2 empleados \$150
				Tasas por actividades relacionadas con comercio y servicios (tarifas máximas)
				De 4 o más empleados \$640
				De 3 o menos empleados \$300
				Hasta 2 empleados \$100
				Los costos pueden variar de \$100 a \$670 MXN

Fuente: Elaboración propia a partir de: Doing Business.

Como se puede observar en esta tabla, los requisitos son muchos, y claro dependen del tipo de empresa que se pretenda implementar, es por ellos que muchos jóvenes visionarios más allá de ambicionar tener una empresa “seria” o “formal” recurren a ver su sueño como sólo eso; un sueño, no pueden llegar a materializarlo y se quedan con el simple “negocio familiar”.

Para finalizar, se cita un texto que parece prometedor en cuanto a los avances que está teniendo el Gobierno a raíz de las frecuentes quejas que se han revelado en cuanto al tema de la burocracia en el Estado:

“En México las autoridades competentes han puesto empeño en que los emprendedores recurran a la menor burocracia posible, de tal manera que la creación de empresas aumente y, por tanto, fortalezca el desarrollo y la innovación del país, ya que un país que no esté experimentando una economía empresarial presenta un menor crecimiento de los niveles de productividad y mayores niveles de desempleo”.

(Escamilla, 2012)

2.7 Ventajas y desventajas de ser emprendedor.

2.7.1 Ventajas.

Actualmente México se encuentra en una situación de incertidumbre, como ya se había mencionado anteriormente, la crisis económica y social por la que pasamos es muy difícil, sin embargo, aún hay esperanza, esa esperanza radica en los jóvenes emprendedores que más allá de ser “el futuro” de México, son el presente, son el ahora, los catalizadores de ideas que pueden generar y generar cuanto ellos quieran. Los jóvenes que tienen ese espíritu emprendedor son en quienes más están puestas las esperanzas, ya que no sólo están viendo por su futuro, sino que también piensan en ayudar a consolidar un futuro para una sociedad mejor.

Algunas de las ventajas que conlleva ser un emprendedor son:

- Ser tu propio jefe.
- Autonomía.
- Satisfacción personal.
- Luchar por algo propio.
- Mayores y propios ingresos.
- Prestigio social (Al lograr posicionarte como microempresario).
- Horarios libres para laborar (Poder trabajar de lunes a domingo o de martes a jueves o tan sólo unas cuantas horas).

2.7.2 Desventajas.

Como en toda situación de la vida, también existe un lado oscuro; las desventajas, aquellas situaciones que ponen muchas veces en duda lo que se puede lograr hacer, es bueno conocerlas porque así se visualiza un campo más amplio acerca de lo que se va a trabajar, pero no es recomendable estancarse en ellas, no detenerse porque al parecer haya más desventajas que ventajas, pues las desventajas deben aprender a verse como áreas de oportunidad, se debe canalizar la energía y solucionar problemas que se generen a partir de ellas.

Algunas desventajas que se podrían presentar son:

- Inseguridad emocional.
- Riesgo económico.
- Incertidumbre.
- Carga de trabajo al inicio del proyecto.

2.8 Proceso para acceder a un plan de asistencia de una incubadora.

2.8.1 Proceso.

Las incubadoras son excelentes herramientas para impulsar el nacimiento de empresas, gracias a la detallada asistencia. Dicha asistencia se divide en tres etapas.

- Pre-incubación, donde se le brinda al emprendedor una orientación para el desarrollo de su empresa.
- La incubación, es el tiempo en que se revisa y da seguimiento a la implantación, operación y desarrollo del negocio. Se desarrolla el plan de negocios y se comienza con la operación del negocio. (Durante esta etapa la Incubadora asesora a los proyectos sobre los diferentes programas de financiamiento a los que puede acceder, pero no financia proyectos).
- La Post-incubación, que va después de haber puesto en marcha el negocio, con el fin de mejorarlo continuamente (hasta por 12 meses). Se ofrece consultorías especializadas para que la empresa se consolide.

2.8.2 Asesoría administrativa.

La asesoría administrativa nos señala, por ejemplo, la presentación de diferentes proyectos para poder obtener un buen financiamiento, también la elaboración de diferentes manuales o libros que lleven registros del funcionamiento de la empresa, y por supuesto, el sector más importante en el cual la asesoría administrativa nos ayuda muchísimo, es en la selección del personal, el pago de los salarios correspondientes, los planes de desarrollo y capacitación del personal, planes de negocio, etc. Además, nos ayuda para la solución de los problemas de organización que padecen frecuentemente las empresas.

2.8.3 Asesoría legal.

La asesoría legal se encarga de brindar la información jurídica a quien necesite de ello para la resolución de asuntos que tienen que ver con la aplicación de las leyes, normativas, reglamentos en cualquier materia del Derecho que nos indica, entre muchas otras cosas. Además, esta asesoría nos permite saber el tipo de documentación se necesitan para los trámites necesarios para la creación de una empresa

2.8.4 Asesoría financiera.

Las decisiones de carácter estratégico y operativo deben analizarse desde una perspectiva financiera para conocer cuál es el impacto económico sobre el negocio. Estas decisiones necesitan un análisis profundo de sus implicaciones en todos los ámbitos: estructura económica, resultados, nivel de endeudamiento óptimo, variación de la liquidez, etc. Esta asesoría al crear una empresa nos permite poder fijar metas financieras y personales, poder evaluar tu estado financiero, desarrollar un plan coherente y realista para que se puedan llevar a cabo las metas financieras y así poner en marcha el plan de acción y realizar el seguimiento correspondiente.

2.8.5 Asesoría de marketing.

La asesoría de marketing lleva a cabo un estudio muy profundo acerca de las tendencias actuales del mercado, para poder determinar cuáles serán las estrategias más convenientes para que la empresa emplee como arma de competencia. Esto nos permite la gestión comercial de las empresas con el objetivo de captar, retener y fidelizar a los clientes a través de la satisfacción de sus necesidades.

2.8.6 Diseño.

En esta asesoría los diseños se elaboran a medida de las necesidades exactas de los productos, servicios, mercado y cadena de suministro. También se dan soluciones orientadas al mercado y avaladas por investigaciones de mercado. Además, se puede incluir aspectos relacionados con imagen pública, imagen personal o colectiva, línea de atuendo, etc. Analizando y criticando creativamente para desarrollando siempre un perfil con sentido ético, logrando la satisfacción personal.

2.8.7 Estrategias de mercados.

Consisten en acciones que se llevan a cabo para alcanzar determinados objetivos relacionados con el marketing, tales como dar a conocer un nuevo producto, aumentar las ventas o lograr una mayor participación en el mercado. He ahí su importancia de cómo posicionarse en el mercado mediante un análisis que permita la elección de una estrategia para aumentar las ventas.

El propósito de las estrategias de mercado es el de brindar a la empresa u organización una guía útil acerca de cómo afrontar los retos que encierran los diferentes tipos de mercado; por ello, son parte de la planeación estratégica a nivel

de negocios. Ahora, durante la etapa de planeación, específicamente durante la selección y elaboración de las estrategias de mercado, es preciso realizar un análisis cuidadoso de las características de la empresa u organización, su mezcla de mercadotecnia, el mercado meta en el que realizará la oferta y las características de los competidores con la finalidad de elegir la o las estrategias más adecuadas. En otras palabras, es indispensable realizar un estudio del entorno (tanto externo como interno) de la empresa u organización antes de tomar una decisión acerca de las estrategias de mercado que se van a implementar.

2.8.8 Comercialización.

Según el autor Jerome Mc. Carthy define que la comercialización es la realización de las actividades comerciales que orientan el flujo de bienes y servicios del productor al consumidor o usuario con el fin de satisfacer a los clientes y realizar los objetivos de la empresa.

En la comercialización se realiza un conjunto de actividades desarrolladas con el objetivo de facilitar la venta de una determinada mercancía, producto o servicio, es decir, la comercialización se ocupa de aquello que los clientes desean.

2.9 Ventajas de crear una incubadora de empresas.

- La creación de incubadoras genera una cadena que fomenta el desarrollo, es decir, si se crean incubadoras apoyarán a otros en la creación de sus empresas
- En México el 98% de empresas son PyMES, las cuales requieren de los servicios de asesoría y consultoría para desarrollarse y ser más competitivas en el mercado en que se desenvuelven dentro de la economía mexicana y en el extranjero.

- Para emprender una incubadora se puede solicitar financiamiento a la Secretaría de Economía.
- Apoyo por parte del Programa Nacional de Emprendedores con financiamiento para:
 - ✓ Transferencia: Apoyo para adoptar un modelo exitoso de incubación.
 - ✓ Equipamiento: Mobiliario, equipo de operación de la incubadora, capacitación y actualización de software.
 - ✓ Infraestructura: Construcción, remodelación y adaptación de la incubadora.
 - ✓ Fortalecimiento: Diagnóstico para implementar medidas de mejora en conocimientos, procesos y logren obtener el certificado de calidad para incubadoras de empresas.

(Briseño, 2005)

2.10 Estudio del mercado.

2.10.1 Objetivos del estudio de mercado.

El objetivo de este estudio es determinar cuál es la posible demanda sobre el servicio de una incubadora de empresas, considerado que puede esperarse sea atendida por la propuesta que se presenta. El alcance de este estudio sólo se dirigirá a los que se considera como mercado potencial; Maestría en Administración de Negocios y Licenciatura en Administración.

2.10.2 Herramientas útiles para el estudio de mercado.

- Encuestas
- Cuestionarios
- Entrevista
- Cámara de Geselle

2.10.3 Tipos de encuestas.

Según sus **objetivos** existen dos clases de encuestas de opinión:

Encuestas descriptivas: estas encuestas buscan reflejar o documentar las actitudes o condiciones presentes. Esto significa intentar descubrir en qué situación se encuentra una determinada población en el momento en que se realiza la encuesta.

Encuestas analíticas: estas encuestas en cambio buscan, además de describir, explicar los por qué de una determinada situación. Este tipo de encuestas las hipótesis que las respaldan suelen contrastarse por medio de la exanimación de por lo menos dos variables, de las que se observan interrelaciones y luego se formulan inferencias explicativas.

Según las **preguntas**:

De respuesta abierta: en estas encuestas se le pide al interrogado que responda con sus propias palabras a la pregunta formulada. Esto le otorga mayor libertad al entrevistado y al mismo tiempo posibilitan adquirir respuestas más profundas, así como también preguntar sobre el porqué y cómo de las respuestas realizadas. Por otro lado, permite adquirir respuestas que no habían sido tenidas en cuenta a la hora de hacer los formularios y pueden crear así relaciones nuevas con otras variables y respuestas.

De respuesta cerrada: en estas los encuestados deben elegir para responder una de las opciones que se presentan en un listado que formularon los investigadores. Esta manera de encuestar da como resultado respuestas más fáciles de cuantificar y de carácter uniforme. El problema que pueden presentar estas encuestas es que no se tenga en el listado una opción que coincida con la respuesta que se quiera dar, por esto lo ideal es siempre agregar la opción "otros".

Según **la forma** en que se realiza la entrevista:

Por correo: en estas se requiere que una determinada muestra llene un cuestionario. La encuesta es enviada por correo junto con sobres de respuesta, con sus correspondientes sellos, para que sean devueltos a los investigadores.

Por teléfono: estas se realizan vía telefónica y las hacen un equipo de personas entrenadas que serán las encargadas de verbalizar las preguntas y apuntar las respuestas. Lo que debe lograrse es que el encuestador no influya de ninguna manera en las respuestas de los encuestados, por esto su entrenamiento.

Personal: estas entrevistas se realizan cara a cara. Pueden hacerse tanto en el lugar de trabajo u hogar del entrevistado, a personas que caminan por la calle o bien, que los entrevistados sean invitados a una sede para realizarla. Las encuestas personales pueden ser estructuradas, es decir que las preguntas ya fueron fijadas previamente, así como también el orden en que se realizarán las mismas. En las encuestas que no están estructuradas, en cambio, el encuestador tiene mayor libertad para intervenir en la conversación ya que las preguntas son más generales.

CAPÍTULO III CARACTERIZACIÓN DE LA INSTITUCIÓN.

3.1 Historia.

La Universidad Latina fue creada a mediados de la década de los sesenta para contribuir con el Estado a atender, en el Distrito Federal, la creciente demanda de educación, derivada del crecimiento demográfico y económico que enfrentaba el país.

La institución que dio origen a la Universidad Latina fue la Escuela de Contabilidad y Administración de la Ciudad de México (ECAM), fundada en enero de 1967 para impartir la Licenciatura en Contaduría, incorporada a la Universidad Nacional Autónoma de México (UNAM). En 1969, la ECAM amplió su oferta al introducir la Licenciatura en Administración de Empresas. En 1973 la ECAM cambio de nombre, para convertirse en lo que actualmente es la Universidad Latina (UNILA).

En 1977 la oferta de la UNILA se amplió a la educación media superior. Primero impartió el bachillerato del Colegio de Ciencias y Humanidades (C.C.H.) y, posteriormente, introdujo el correspondiente a la Escuela Nacional Preparatoria, ambos con incorporación a la UNAM.

En los últimos quince años la UNILA ha tenido un notable incremento tanto en su capacidad instalada como en su oferta educativa, misma que además se ha diversificado. En 1996 abrió su segundo campus en la zona sur de la Ciudad de México. En el año 2000 extendió su cobertura al Estado de Morelos, donde inaugura su tercer campus en la Ciudad de Cuernavaca y, a partir de ese año, ha ofrecido la oportunidad de realizar estudios de posgrado; su cuarto campus empezó a funcionar en 2006 en el Municipio de Cuautla.

En la actualidad, la Universidad Latina es una institución particular del Sistema Educativo Nacional que presta servicios educativos de nivel superior, medio superior y de educación secundaria, en cuatro campus denominados: Roma y Sur en el Distrito Federal, Cuernavaca y Cuautla en el Estado de Morelos.

La Universidad Latina es una universidad de calidad académica certificada desde el año 1997, cuando obtuvo por vez primera la acreditación que otorga la Federación de Instituciones Mexicanas Particulares de Educación Superior (FIMPES), organismo facultado para evaluar y acreditar a las universidades particulares.

La UNILA ha logrado esta acreditación gracias a que cumple con los criterios establecidos por el organismo evaluador y mantiene estándares de calidad definidos. Además, el cumplimiento constante de estas condiciones de calidad le permitió a la UNILA renovar su acreditación por siete años más en septiembre de 2005.

(UNILA, 2019)

Así, a 47 años de su fundación, la UNILA se ha consolidado como una institución educativa de calidad que tiene sus puertas abiertas a todos los sectores de la población y brinda a sus estudiantes oportunidades de desarrollo integral, asumiendo como tarea sustantiva formarlos para que sean agentes de cambio, emprendedores y competitivos, capaces de enfrentar los retos del presente, con la mirada en el futuro, en búsqueda de un mejor país.

3.2 Filosofía Institucional.

3.2.1 Misión:

“Formar personas dignas y eficaces mediante una educación integral de calidad, conforme a un modelo pedagógico que promueve aprendizajes significativos en el desarrollo de competencias y actitudes para la vida, logrando así una mejor sociedad”.

3.2.2 Visión:

“En el año 2020 la Universidad Latina se consolida como una institución educativa de calidad, incluyente y generadora de oportunidades, donde se forman personas para ser agentes de cambio, emprendedoras, competitivas y comprometidas con el desarrollo integral de su entorno, mediante programas pertinentes e innovadores desarrollados en un ambiente globalizado, que impulsan la investigación, la sustentabilidad, la cultura, el deporte y el uso de las tecnologías de la información, a través de profesores de excelencia y una administración eficiente”.

3.2.3 Valores:

- Dignidad
- Honestidad
- Justicia
- Respeto
- Responsabilidad
- Solidaridad.

(UNILA, 2019)

3.3 Estructura institucional.

3.3.1 Organigrama.

Ver Figura No. 1



Figura 1 Organigrama de Rectoría.

Fuente: Elaboración propia a partir de:

<http://www.unila.edu.mx/conocenos/organigrama-institucional.html>

3.3.2 Organigrama Campus Cuernavaca

Ver figura No. 2

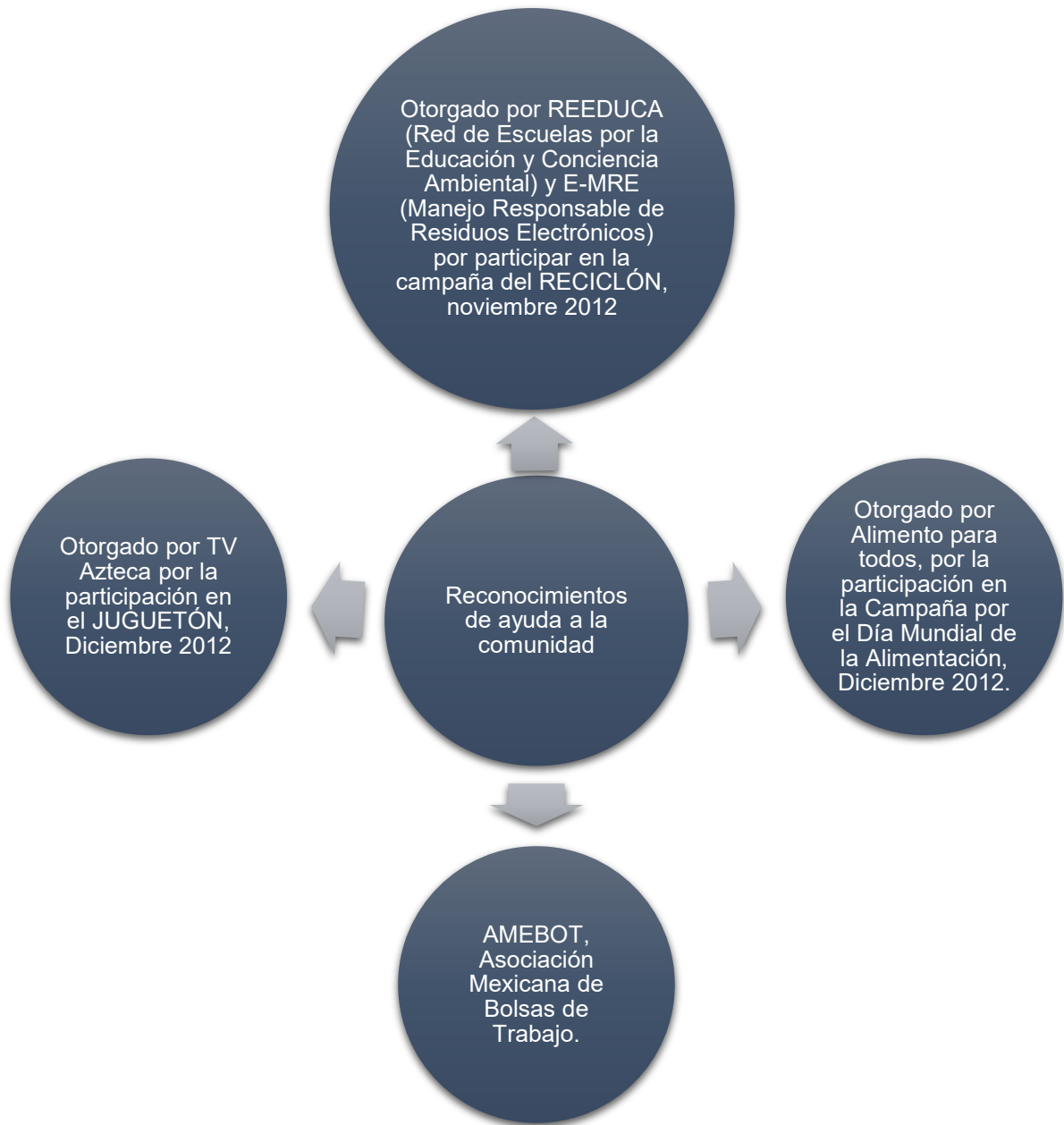


Figura 2 Organigrama Campus Cuernavaca.

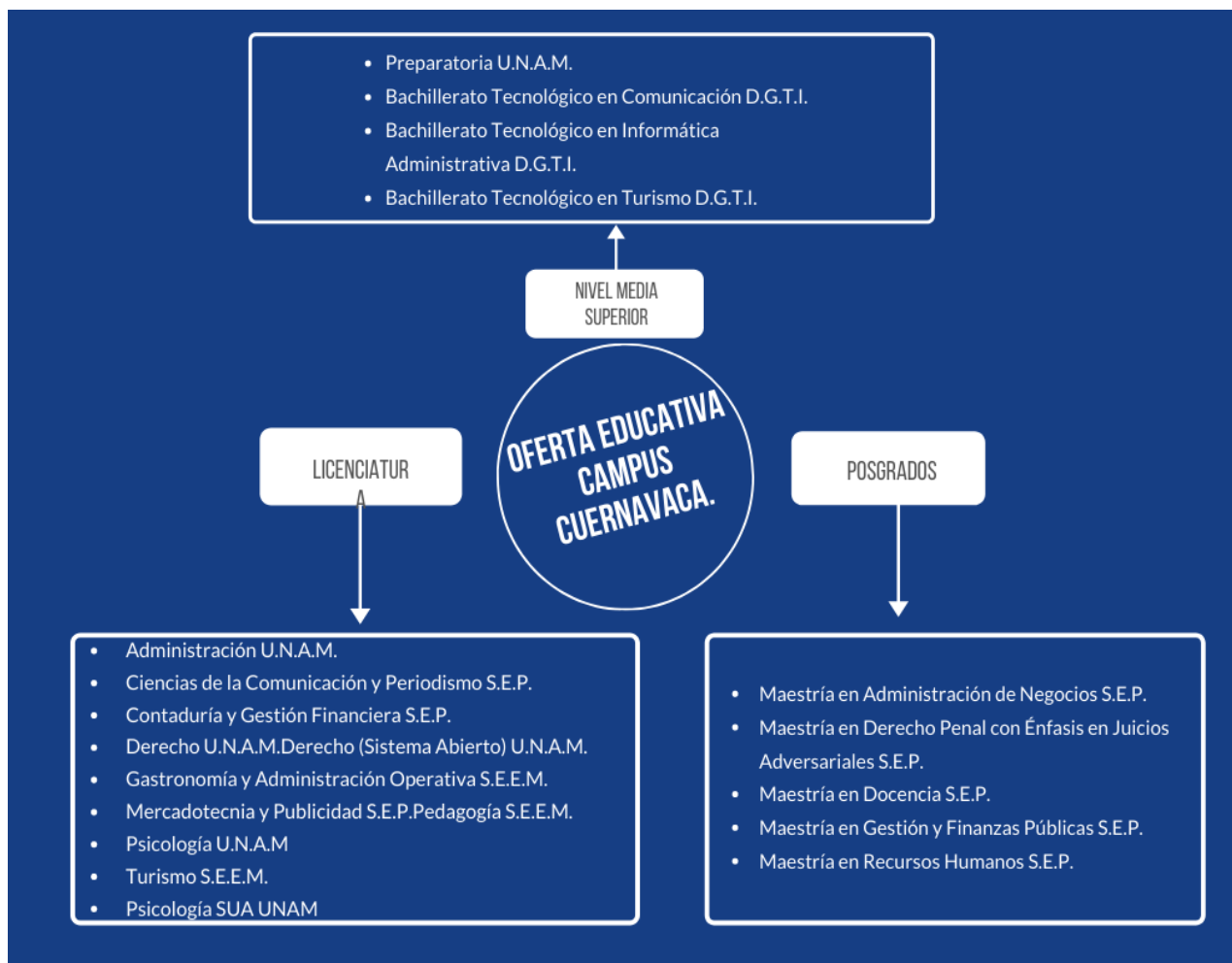
Fuente: <http://www.unila.edu.mx/conocenos/organigrama-institucional.html>

3.4 Acreditaciones y reconocimientos.





3.5 Oferta educativa Campus Cuernavaca.



CAPÍTULO IV: ELABORACIÓN DE PROPUESTA PARA IMPLEMENTAR UNA INCUBADORA DE EMPRESAS EN UNILA CAMPUS CUERNAVACA.

4.1 Propuesta a los alumnos UNILA campus Cuernavaca de la carrera Administración y maestría en administración de negocios a través de encuestas.

Para elaborar la propuesta acerca de la implementación de una incubadora en la UNILA campus Cuernavaca, el primer paso que se dio fue investigar con cuántos alumnos de la Maestría en Administración de Negocios (Que para efectos prácticos en algunos párrafos se encontrará como “MAN”) y en la Lic. En Administración cuenta el campus, esto con el fin de validar el target y saber si es viable la propuesta debido a la demanda que pudiese presentarse.

Los datos fueron proporcionados por la Dirección del campus Cuernavaca.

Alumnos inscritos en la Lic. de Administración: **68**

Alumnos inscritos en la Maestría de Administración de negocios: **55**

De acuerdo a los datos obtenidos, se concluyó que en la actualidad la UNILA campus Cuernavaca cuenta con 68 Alumnos estudiando la Lic. En Administración y 55 la Maestría en Administración de Negocios, dando un gran total de 123 alumnos que contarán como el target para esta propuesta.

Se decide hacer un trabajo de campo para recaudar los datos necesario con los que se trabajaran para realizar las estrategias necesarias con el fin de presentar una propuesta viable para el comité directivo en beneficio para ellos y para los alumnos de la Institución. Este trabajo se realizó mediante una encuesta (Ver figura No. 4) para la cual la muestra representativa es de 93 alumnos, o bien el % de la población, dato que se obtuve mediante el uso del programa “MACORR” para fines técnicos. Ver Figura No. 3

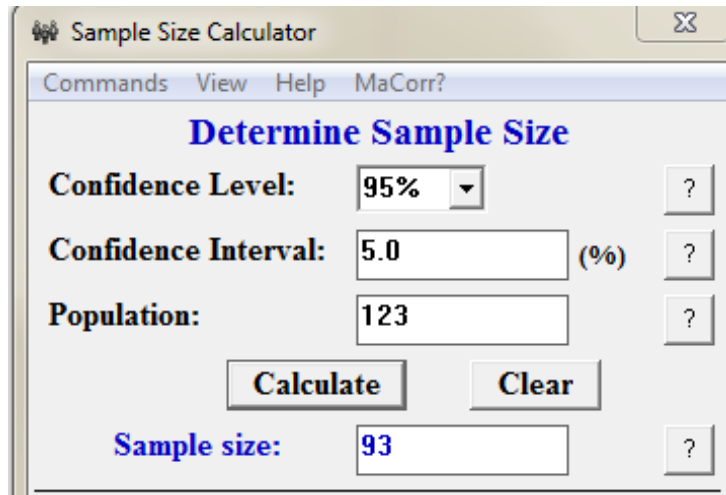


Figura 3 Cálculo de muestra representativa para levantamiento de encuestas.
Fuente: MACORR.

Cabe mencionar que para llegar a este dato se tomó un nivel de confianza de un 95% y un 5% de error.

Como ya se había mencionado el instrumentó con el cual se trabajo fue una encuesta de elaboración propia. La cual cuenta con las siguientes características:

- De objetivo analítico.
- De respuestas cerradas y abiertas.
- De forma personal.

Ver Figura No. 4

Carrera: _____
Semestre / Cuatrimestre: _____



Esta encuesta tiene como fin recaudar información respecto al interés que tienen los alumnos de esta universidad, específicamente de la Licenciatura en Administración y la Maestría en Administración de Negocios, acerca de que se desarrolle una incubadora de empresas en el campus.

Favor de subrayar la respuesta.

1. **¿Sabes qué es una incubadora de empresas?**
 - a) Sí
 - b) No. **En caso de responder “no” pasar a la pregunta # 5**
2. **¿Conoces los beneficios que te otorga una incubadora de empresas a ti como emprendedor?**
 - a) Sí
 - b) No **¿Por qué?**
 1. Nunca me ha interesado.
 2. No hay suficiente promoción.
 3. La información que me han dado es incompleta.
3. **¿Alguna vez te has acercado a una incubadora de empresas para obtener información acerca de los servicios que prestan?**
 - a) Sí
 - b) No **¿Por qué?**
 1. No me interesa
 2. No se cómo
4. **¿Conoces alguna incubadora de empresas en el Estado de Morelos?**
 - a) Sí **¿Cuál?**
 1. Incubadora de la UTEZ
 2. Incubadora Tecnológico de Monterrey
 3. Incubadora UAEM
 4. Incubadora CRIE
 5. Otra
 - b) No.
5. **¿Actualmente cuentas con un negocio familiar o propio?**
 - a) Sí. **Especifique el giro:** _____
 - b) No
6. **¿Has considerado la posibilidad de tener tu propio negocio?**
 - a) Sí
 - b) No
 - c) Tal vez

*Una **incubadora de empresas** es una organización diseñada para acelerar el crecimiento y asegurar el éxito de proyectos emprendedores a través de una amplia gama de recursos y servicios empresariales que puede incluir renta de espacios físicos, capitalización, coaching, networking (es decir acceso a una red de contactos) y otros servicios básicos como telecomunicaciones, limpieza o estacionamiento. Su **propósito primordial es ayudar a crear y crecer empresas** jóvenes proveyéndolas con el apoyo necesario de servicios técnicos y financieros.*

7. **De acuerdo a la información anterior, te gustaría que hubiese una incubadora de empresas en UNILA?**
 - a) Sí
 - b) No
 - c) Me es indiferente

Figura 3 Encuesta

Fuente: Elaboración propia.

4.2 Análisis de la información de los resultados obtenidos.

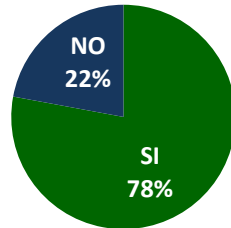
Los resultados obtenidos fueron los siguientes:

Pregunta Núm. 1



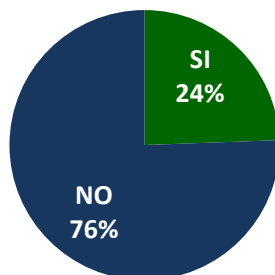
De acuerdo con los resultados de la encuesta , se demuestra que el 76% de los encuestados tienen conocimiento del tema, por lo tanto es satisfactorio para promover la creación de una incubadora en la Universidad Latina Campus Cuernavaca. El 24 % de los encuestados no tienen conocimiento del tema , por lo tanto se debe comunicarles las ventajas que ofrece la creación de la incubadora.

¿Conoces los beneficios que te otorga una incubadora de empresas a ti como emprendedor?

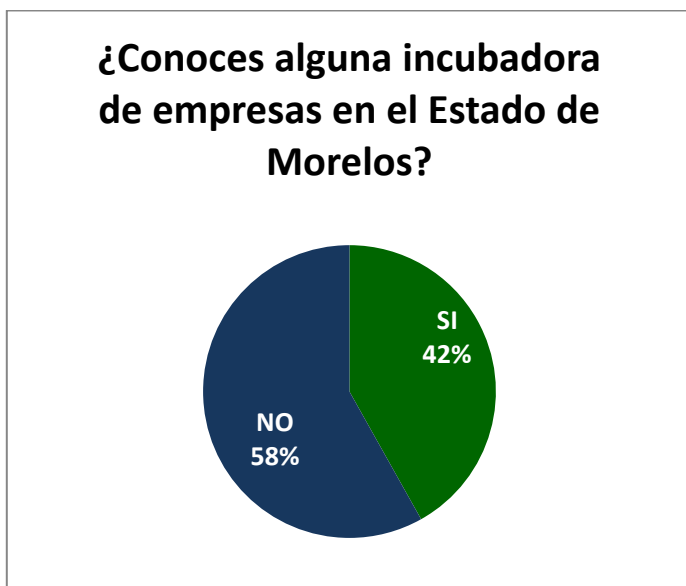


De acuerdo con los resultados de la encuesta, se demuestra que el 78% de los encuestados tienen conocimiento de los beneficios, por lo tanto es satisfactorio para promover la creación de una incubadora en la Universidad Latina Campus Cuernavaca. El 22 % de los encuestados no tienen conocimiento del tema, por lo tanto se debe comunicarles en qué les beneficiaría la creación de la incubadora.

¿Alguna vez te has acercado a una incubadora de empresas para obtener información acerca de los servicios que prestan?

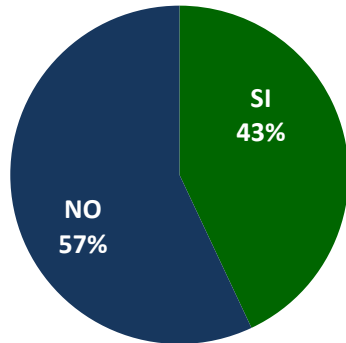


De acuerdo con los resultados de la encuesta , se demuestra que el 76% de los encuestados nunca se han acercado a una incubadora para saber los servicios que proporciona la misma, mientras que el 24% de los encuestados sí lo han hecho, por lo tanto se pretende informar a todo el alumnado acerca de los servicios que ofrece una incubadora de empresas.



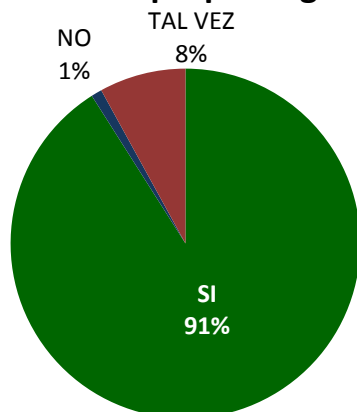
De acuerdo con los resultados de la encuesta , se demuestra que el 58% de los encuestados no conocen alguna incubadora en el Estado de Morelos, por lo tanto se puede hacer una campaña informativa en donde se den a conocer dichas incubadoras. El 42% de los encuestados sí tienen conocimiento de alguna incubadora en el Estado, por lo que pueden ser de apoyo para transmitir boca a boca el tema.

¿Actualmente cuentas con un negocio familiar o propio?

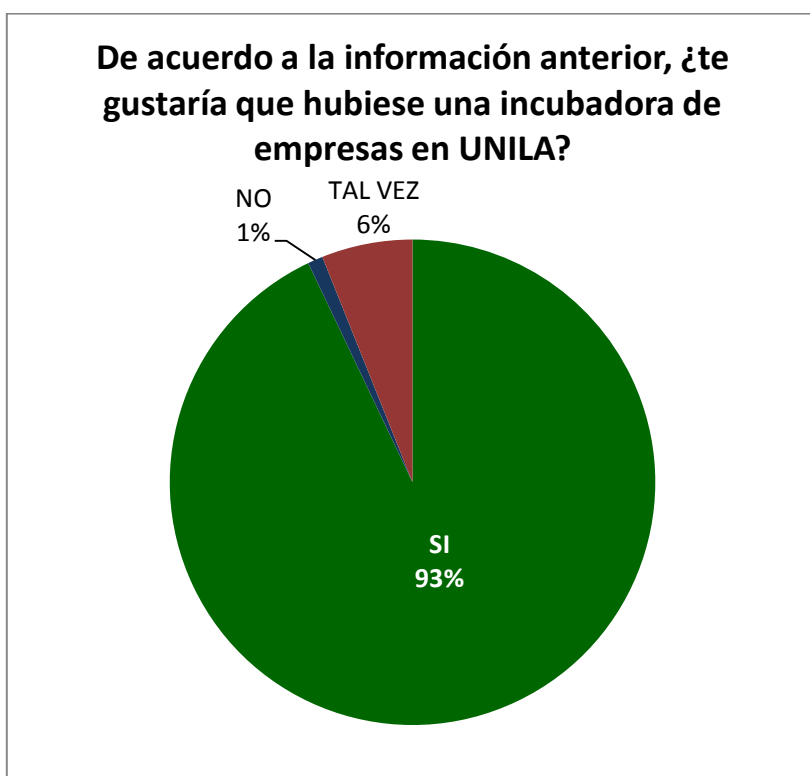


De acuerdo con los resultados de la encuesta, se demuestra que el 57% de los encuestados no cuentan con un negocio familiar o propio, aquí se refleja la falta de emprendedurismo o desinformación para la creación de una empresa. Mientras que el 43% de los encuestados sí cuentan con algún negocio, a quienes les serviría una incubadora para poder hacer crecer su negocio, o bien seguir creando más.

¿Has considerado la posibilidad de tener tu propio negocio?



De acuerdo con los resultados de la encuesta , se demuestra que el 91% de los encuestados han considerado la posibilidad de tener su propio negocio, por lo tanto es satisfactorio para promover la creación de una incubadora en la Universidad Latina Campus Cuernavaca. El 8 % de los encuestados lo han considerado, mientras que solo el 1% no lo ha considerado, a este porcentaje de la población se le puede informar sobre los beneficios que tendrían y además se les ofrecería el apoyo de una incubadora.



De acuerdo con los resultados de la encuesta , se demuestra que el 93% de los sí están de acuerdo con la implementación de una incubadora en la Universidad Latina Campus Cuernavaca. El 6 % de los encuestados lo han considerado, mientras que solo el 1% no les gustaría. De igual manera implementado una campaña de información, al menos el 6% que lo considera se podría convertir en un sí.

4.3 Conclusiones a partir de los resultados obtenidos.

De acuerdo a los resultados obtenidos se puede concluir que la propuesta de implementar una incubadora de empresas resulta ser viable, puesto que los alumnos están sumamente interesados en que exista una, en que se les dé el apoyo necesario para poder iniciar su propio negocio.

El 93% de los encuestados; todo alumno activo de la UNILA considera que tener una incubadora de empresas en la institución es una gran idea para fomentar el espíritu emprendedor de la comunidad teniendo como último fin la creación de sus propios negocios.

El tema de creación de empresas está presente en la mayoría de las materias que se cursan en estas carreras; los proyectos finales que presentan los alumnos suelen ser de creación de negocios, administración de PyMEs, o bien desarrollo creativo de productos, por lo que el espíritu emprendedor está presente en los alumnos, es sólo que falta impulsarlos, quitarles el miedo de arriesgar por una empresa propia y que sepan no están solos y que mejor que la universidad que los ha instruido para ello, sea la que también los impulse.

4.4 Plan de acción para implementar la incubadora UNILA.

4.4.1 Trámites para crear una incubadora de empresas.

Como primer paso se debe registrar el proyecto de incubadora especificando si se empleará un modelo de operación propia o uno transferido, mismo que sea reconocido por Fondo PyME. Además, dicho proyecto debe apegarse a las reglas de operación de Fondo PyME, que se encuentran estipuladas en la página web de dicha dependencia este documento incluye en su anexo 3 los requisitos para constituir una empresa, así como el manual de procedimientos para este tipo de empresas y el tipo y cantidad de apoyo económico que se les brinda, así como las restricciones.

4.4.2 Programa Nacional de Financiamiento al Microempresario (PRONAFIM).

- Misión:

Impulsar a que los y las microempresarias emprendan, desarrollen y consoliden sus negocios, mediante el otorgamiento de servicios de microfinanzas integrales para incrementar la productividad de sus negocios y mejorar sus condiciones de vida.

Esto se realiza con la intermediación de Instituciones de Microfinanzas (IMFs) y Organizaciones capacitadoras e incubadoras mediante las siguientes acciones:

- Financiamiento estratégico a IMFs para colocar mejores microcréditos (es decir, acompañados de capacitación, o de ahorro con capacitación, o con tasas de interés más bajas que el promedio de mercado, o mayor acceso geográfico).
- Apoyos a Organizaciones para promover la incubación de actividades productivas y la capacitación de personas microacreditadas por el Programa.
- Apoyos a IMFs para la ampliación de la cobertura geográfica de los servicios de microfinanzas.

4.4.3 Sistema Nacional de Incubadoras de Empresas (SNIE).

Para postular una incubadora en el Fondo Pyme y ser acreedor de un apoyo, se necesita hacer lo siguiente:

- 1 Registrar el proyecto de incubadora especificando si se empleará un modelo de operación propia o uno transferido, el cual debe ser reconocido por el Fondo Pyme.
- 2 El proyecto debe apegarse a las reglas de operación de Fondo Pyme.
- 3 Si en este proceso se quiere obtener el apoyo que brinda también la Unidad Administrativa a cargo del Sistema Nacional de Incubación de Empresas (SNIE) se debe anexar un estudio de factibilidad, que debe incluir:
 - Ficha técnica anexa al estudio, la cual se obtiene en la Unidad Administrativa a cargo del Sistema Nacional de Incubación de Empresas (SNIE) en donde incluya: introducción, justificación, estudio de mercado, estudio técnico, estudio financiero y seguimiento de la incubadora. Dicha Ficha técnica anexa al estudio, la cual se obtiene en la Unidad Administrativa a cargo del Sistema Nacional de Incubación de Empresas (SNIE)

4.4.4 Padrón de Desarrolladoras de Capacidades Empresariales - PADCE

Es el Padrón de Desarrolladoras de Capacidades Empresariales, el cual será integrado por organizaciones, empresas e instituciones académicas con experiencia probada en esta materia y que contarán con el aval de la Secretaría de Economía para llevar a cabo esta importante tarea, con el objeto de contribuir al fortalecimiento de las micro, pequeña y medianas empresas (MIPYMES) que más lo requieran.

El PADCE tiene como objetivo contribuir al fortalecimiento de las capacidades de las empresas mexicanas que más lo requieren, con el fin de que éstas incrementen

sus perspectivas de competitividad y crecimiento, contribuyendo a un crecimiento incluyente en

México.

Según el INEGI, la estructura empresarial mexicana se caracteriza por una alta concentración de las empresas de menor tamaño –el 99.8% de todas las empresas en México son micro, pequeñas o medianas. En su conjunto, generan el 73.8% de todo el empleo en el país. A pesar de su importancia, estas empresas enfrentan enormes retos que limitan su potencial como fuente de crecimiento y bienestar. Entre estos retos destacan: a)

el acceso al financiamiento: sólo 10% de las micro, 30% de las pequeñas y 40% de las medianas tienen acceso a crédito; b) el vínculo con cadenas de valor: menos del 10% de todas estas empresas participan en cadenas de valor, y 75% de las empresas que no lo hacen, declaran una falta total de información al respecto; c) falta de capacitación o asistencia técnica: sólo el 12.6% de las empresas en cuestión tiene acceso a capacitación, y apenas 9.8% de las micro, 30.8% de las pequeñas y 43.6% de las medianas cuentan con esquemas de mejora continua de sus procesos productivos (ENAPROCE 2015).

Asimismo, el PADCE será un instrumento que promoverá competencia en el mercado de la capacitación, asistencia técnica y/o certificación de MIPYMES, y al mismo tiempo garantizará la transparencia en el ejercicio de recursos públicos destinados a la consecución de este objetivo.

La operación del PADCE tiene dos etapas: la primera es la conformación del padrón por parte de aquellas DCE que cumplan con los requisitos y criterios de calidad referidos en el numeral 4; y la segunda, una clasificación de las DCE que contemplará la revisión de la calidad de las metodologías, la satisfacción de las empresas atendidas y los resultados en el desarrollo de las mismas. Esto como parte de un proceso de mejora continua que tiene el propósito de que las DCE realicen sus actividades con estándares de calidad y pertinencia.

El proceso de registro y evaluación del cumplimiento a los requisitos de las Desarrolladoras de Capacidades Empresariales (DCE) garantizará que cuenten con metodologías de calidad.

(Economía, Padrón de Desarrolladoras de Capacidades Empresariales - PADCE, 2019)

Acerca del registro y requisitos para formar parte del PADCE, ver figura 5:



Figura 4 Registro y requisitos para formar parte del PADCE

Fuente: <https://www.gob.mx/se/acciones-y-programas/desarrollo-productivo-padce>

Cada incubadora tiene tres fases, la “fase fundamental” que dura más o menos dos años, y por su puesto se enfocan a cierto tipo de clientes.

La fase “en desarrollo” comprende, o supone que el maduramiento en la cual se enfoca a la mercadotecnia de la empresa y ofrecer servicios para incrementar la cartera de clientes, además se comenzará con las evaluaciones para fomentar la mejora de la empresa.

La “fase desarrollada” supone un servicio de alta calidad, flexible, etc. La importancia radica en analizar qué nivel de importancia representa dicho sector en el centro.

4.5 Transferencia del modelo de incubación.

La transferencia se refiere al apoyo para adoptar un modelo exitoso de incubación. La ventaja de esta modalidad es que se evita hacer el procedimiento para la creación de una incubadora propia, además de que el capital de inversión es mucho menor, también existen apoyos gubernamentales que facilitan en términos económicos la transferencia de un modelo de incubación a una institución que así lo desee.

4.5.1 Modelos de incubación.

Según el Sistema Nacional de incubación de empresas (SNIE) se presentan los modelos que son factibles de ser transferidos a otras instituciones.

(SNIE, 2012).

Ver tablas No.4 - No.9

Tabla 2: Modelos de Incubación Tradicional reconocidos.

Modelos de Incubación Tradicional reconocidos	
> Centro de asesoría para la creación de nuevas empresas para Ensenada (CDNE Ensenada)	> Incubadora de Empresas del Municipio de Monterrey, Nuevo León
> Centro de asesoría para la creación de nuevas empresas para Tijuana (CANE Tijuana)	> Incubadora de Empresas del Municipio de Nuevo Laredo, Tamaulipas
> Centro de Innovación Empresarial de Aguascalientes (CIEA)	> Incubadora de Empresas del Municipio de San Pedro, Nuevo León
> Consultaría en Mercadotecnia Emprendedora (COMEM/CUVATE)	> Incubadora de ProEmpleo Productivo A.C. (Proempleo)
> Empreser de México A.C. (Empreser)	> Jóvenes Futuros Empresarios por México (JEMAC)
> Universidad Tecnológica de Tabasco	> Multidisciplina Aplicada
> Fundación Activa	> Instituto Tecnológico y de Estudios Superiores de Monterrey
> Incubaempresas (Asociación de Empresarios de Iztapalapa)	> Centro Regional de Incubación Empresarial de Morelos
> Incubech (Municipio de Chihuahua)	

Fuente: <http://www.contactopyme.gob.mx/snie/ModelosReconocidosSNIE.asp>

Recordemos que las incubadoras de negocios tradicionales centran sus esfuerzos en la creación de empresas cuyos requerimientos de infraestructura física, tecnológica y mecanismos de operación son básicos como los sectores de comercio, servicio o industria ligera. Esta opción te servirá si estás pensando en un negocio como un restaurante, papelería, lavandería, distribuidora, comercializadora, una tienda de abarrotes, entre otros.

(Castro, 2015)

Tabla 3: Modelos de Incubación Tradicional reconocidos para Transferencia

Modelos de Incubación Tradicional reconocidos para Transferencia

MODELO	CONTACTO	TELÉFONO	CORREO
Centro de Innovación Empresarial de Aguascalientes (CIEA)	Lic. Marcela Ruiz Esparza Martell	(449) 9941726	mruiz@creceags.org.mx
Fundación ProEmpleo Productivo, A.C.	Act. Norma Castillo Padilla	(55)55 14 03 85	ncastillo@proempleo.org.mx
Empreser de México, A.C.	Lic. Adriana Montaña Sanabria	(686)566 40 67 Y 74	amontano@empreser.org
Instituto Tecnológico y de Estudios Superiores de Monterrey	C.P. Karla Giordano Martínez	(81) 8358 2000 y 8328 1400 ext. 4474	Red.incubadoras@servicios.itesm.mx
Incubaempresas (Asociación de Empresarios de Iztapalapa)	Lic. Carmen Valencia Ugalde	(55)55 81 50 77 y 56 46 32 60	incubizta@hotmail.com

Fuente: <http://www.contactopyme.gob.mx/snie/ModelosReconocidosSNIE.asp>

Estos modelos son los que han sido reconocidos por la Unidad Administrativa responsable como factibles de ser transferidos.

Tabla 4: Modelos de Incubación de Tecnología Intermedia reconocidos

Modelos de Incubación de Tecnología Intermedia reconocidos

> Instituto Politécnico Nacional	> Promotora de Economías Alternativas A.C.
> Empresas en Negocios Electrónicos y Tecnología de Información de la Universidad Tecnológica de México S.C. (UNITEC)	> Universidad Autónoma de Hidalgo
> INCUBAJÍO	> Universidad de Guadalajara
> INCUBASK, Universidad Autónoma del Estado de México (UAEM)	> Programa de Transferencia de Tecnología TX, Universidad de Sonora
> Instituto Tecnológico y de Estudios Superiores de Monterrey	> Centro de Desarrollo Empresarial y Liderazgo, A.C.
> Universidad Autónoma de Nuevo León	> Subsistema de Universidades Tecnológicas

Fuente: <http://www.contactopyme.gob.mx/snie/ModelosReconocidosSNIE.asp>

Apoya la creación, desarrollo y consolidación de empresas cuyo modelo de negocio, involucra procesos que incorporan elementos de innovación. Atiende empresas en: consultoría, telecomunicaciones, desarrollo de franquicias, servicios de software, construcción, agro negocios y comercio entre otros.

(Monterrey, 2018)

Tabla 5: Modelos de Incubación de Tecnología Intermedia reconocidos para transferencia.

Modelos de Incubación de Tecnología Intermedia reconocidos para Transferencia

MODELO	CONTACTO	TELÉFONO	CORREO
INCUBASK, Universidad Autónoma del Estado de México	C.P. Carlos A. Fano Jiménez	(55) 5934 6569 AL 73	incubask@uamex.mx
Instituto Politécnico Nacional	Ing. Oscar Súchil Villegas	(55)5342 4612	osuchil@ipn.mx
Incubadora de Empresas en Negocios Electrónicos y Tecnología de Información (UNITEC)	C.P. Guillermo Vega Laing	(55) 50 77 19 00 EXT. 4725	gvegalai@mail.unitec.mx
Instituto Tecnológico y de Estudios Superiores de Monterrey	C.P. Karla Giordano Martínez	(81) 8358 2000 y 8328 1400 ext. 4474	Red.incubadoras@servicios.itesm. mx
Programa de Transferencia de Tecnología TX, Universidad de Sonora	Dr. Luis Efraín Regalado	(662) 259 22 77	eregalad@txtec.uson.mx

Fuente: <http://www.contactopyme.gob.mx/snie/ModelosReconocidosSNIE.asp>

Estos modelos son los que han sido reconocidos por la Unidad Administrativa responsable como factibles de ser transferidos.

Tabla 6: Modelos de Incubación de Alta Tecnología reconocidos.

Modelos de Incubación de Alta Tecnología reconocidos	
> Instituto Politécnico Nacional	> Connect Universidad de California en San Diego (CONNECT)
> Instituto Tecnológico y de Estudios Superiores de Monterrey	> IC2 Universidad de Texas en Austin (IC2)
> Meridian Technology Center, Universidad de Oklahoma (MTC)	

Fuente: <http://www.contactopyme.gob.mx/snie/ModelosReconocidosSNIE.asp>

Apoya a empresas que hacen un uso intensivo de la tecnología para agregar valor a sus productos, como suele ocurrir con las compañías de dispositivos médicos, de agrobiotecnología, de TI, energía, aeroespacial y automotriz, entre otras.

Tabla 7: Modelos de Incubación de Alta Tecnología reconocidos para Transferencia.

Modelos de Incubación de Alta Tecnología reconocidos para Transferencia			
MODELO	CONTACTO	TELÉFONO	CORREO
Instituto Politécnico Nacional	Ing. Oscar Súchil Villegas	(55)5342 4612	osuchil@ipn.mx
Instituto Tecnológico y de Estudios Superiores de Monterrey	C.P. Karla Giordano Martínez	(81) 8358 2000 y 8328 1400 ext. 4474	Red.incubadoras@servicios.itesm.mx
Programa de Transferencia de Tecnología TX, Universidad de Sonora	Dr. Luis Efraín Regalado	(662) 259 22 77	eregalad@txtec.uson.mx

Fuente: <http://www.contactopyme.gob.mx/snie/ModelosReconocidosSNIE.asp>

Estos modelos son los que han sido reconocidos por la Unidad Administrativa responsable como factibles de ser transferidos.

4.6 Modelo de Transferencia de la Incubadora de Empresas del Instituto Tecnológico y de Estudios Superiores de Monterrey.

Se elige el modelo del Instituto Tecnológico y de Estudios Superiores de Monterrey porque es uno que engloba los 3 modelos de incubación reconocidos, además del prestigio que precede a la institución, así como el alcance que tenemos con el instituto.

“La Incubadora de Empresas ofrece a la comunidad interesada en la transferencia de un Modelo de Incubación de Empresa, el cual promueve el desarrollo económico, mediante el fomento a la creación de pequeñas y medianas empresas con la finalidad de transformar proyectos emprendedores en empresas que generen valor agregado a nuestro país.”

(Sada, 2015)

4.6.1 Socios participantes en el Modelo de Transferencia.

- Instituciones académicas
- Gobierno municipal y estatal
- Organismos empresariales
- Organizaciones civiles

4.6.2 Modalidades de transferencias del Modelo de Incubación.

Virtual:

La transferencia de la Modalidad Virtual de Incubación se basa en el Portal.

Presencial:

Para la transferencia de la Modalidad Presencial se requiere: Crear instalaciones físicas y definir servicios de apoyo en formato presencial.

4.6.3 Beneficios.

Algunos beneficios en el uso de la MODALIDAD VIRTUAL son:

- Rápida implantación de un modelo de Incubadora apoyado en herramientas tecnológicas
- Acceso a Tutores y Asesores que se encuentran disponibles en el portal Emprendetec.com de la Red de Incubadoras
- Disminución de costos en el arranque del Modelo de Transferencia
- Esfuerzo enfocado en la selección de proyectos de valor agregado para tener una posición competitiva
- Desarrollo de Emprendedores con una cultura de trabajo basada en las nuevas tecnologías de información.

Algunos beneficios en el uso de la MODALIDAD FÍSICA son:

- Provee a las empresas en incubación con espacios físicos y servicios enfocados al soporte empresarial

- Tutores y Asesores capacitados de acuerdo a su perfil de proyectos y enfocados a una atención presencial
- Alta interacción y retroalimentación en tiempo real entre el equipo de Emprendedores y los expertos en el desarrollo de negocios
- Esfuerzo enfocado en el seguimiento y control de proyectos de alto nivel agregado para tener una posición competitiva
- Administración del conocimiento entre el equipo experto que contribuye al rápido aprendizaje de los nuevos integrantes a la Modalidad Física.

4.6.4 Etapas del Proceso de Transferencia

Ver figura No. 6

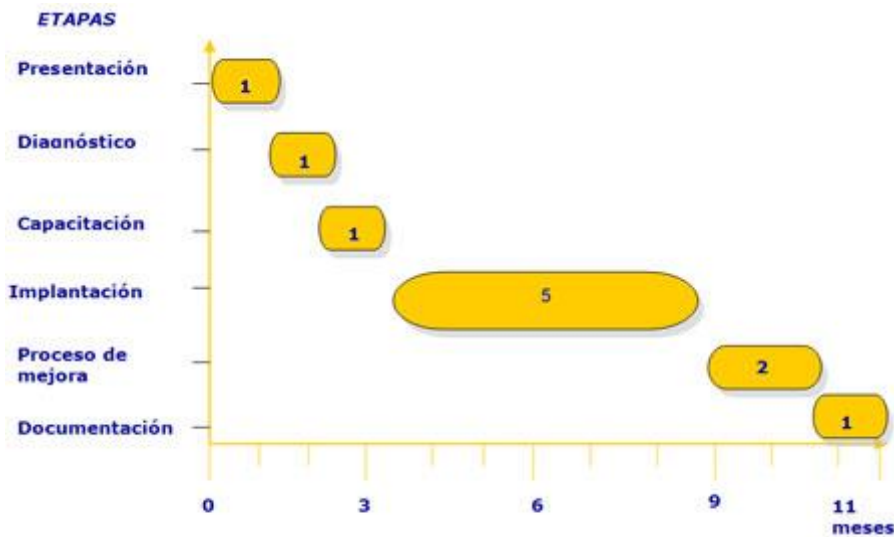


Figura 5 Etapas del Proceso de Transferencia.

Fuente: http://ide.itesm.mx/servicios_modelo_2.php

4.6.5 Paquete del Modelo de Transferencia

- Inducción del Modelo de Transferencia a la Institución en cuanto al plan de implantación (Alcance técnico, organizacional y estratégico):
Desarrollando un análisis y descripción del negocio, contemplando al menos un resumen ejecutivo, estudio de mercado, análisis técnico y análisis financiero.
- Aplicación y análisis del Diagnóstico de Implantación:
Una vez diagnosticadas las fortalezas, así como las debilidades de la institución se aplicarán estrategias para la correcta instauración del modelo.
- Capacitación dirigida a los directivos responsables de la Institución que adopta el Modelo (máximo 15 participantes):
Identificando las funciones y necesidades del personal de la universidad, ayudándoles a mejorar las habilidades relacionadas con la correcta implementación de las estrategias diseñadas con anterioridad.
- Manual de Operación del Modelo de Transferencia de la Incubadora de Empresas:
Con el objetivo de que los involucrados en el proyecto conozcan los procesos y técnicas de implementación del mismo se les brindará un manual de operación.
- Materiales del curso sobre la implantación del Modelo de Transferencia:
Para conocer el uso de los recursos digitales y tecnológicos disponibles en el proceso, optimizando así la productividad del modelo.
- Asesoría durante la implantación del Modelo y seguimiento continuo durante el proceso de implantación según la duración del convenio:
Brindando todo el apoyo necesario y acompañamiento durante el proceso.

Ver figura No. 7 Para mayor detalle:

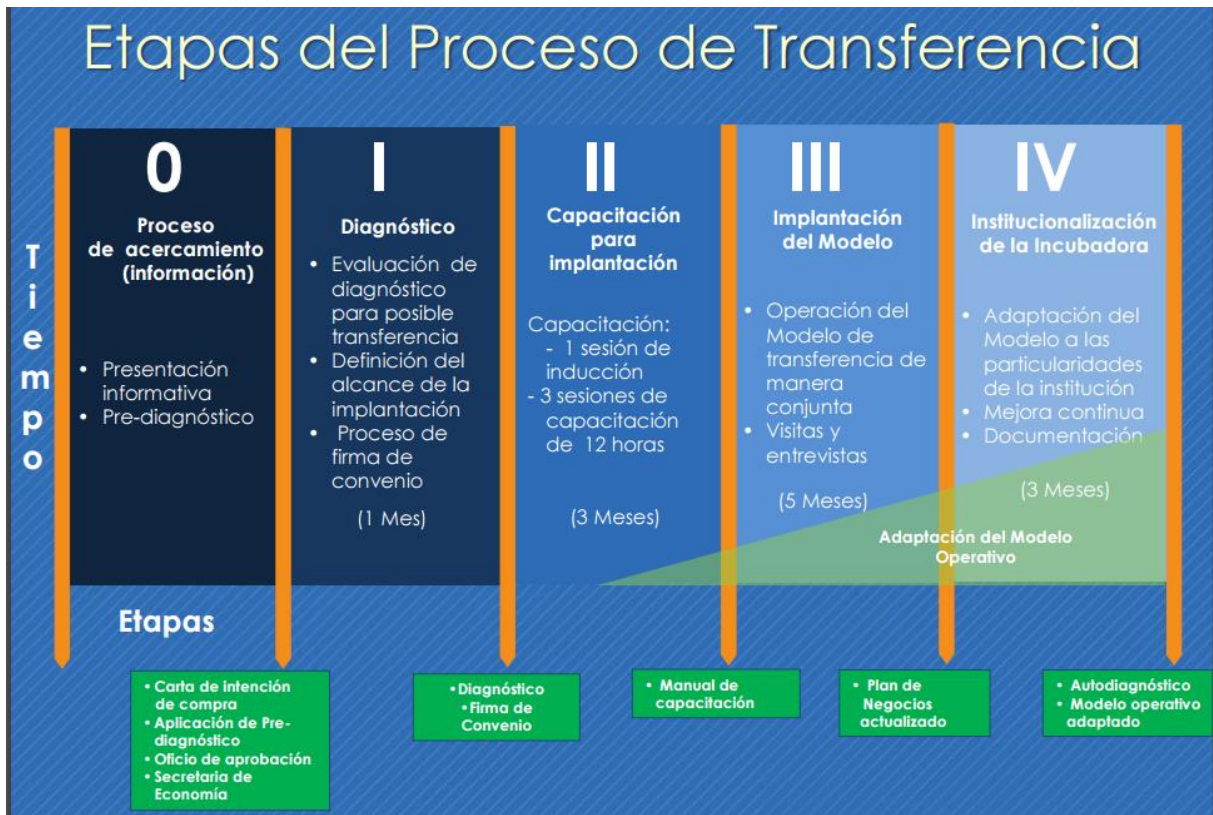


Figura 6 Etapas del proceso de Transferencia 2.

Fuente: http://ide.itesm.mx/servicios_modelo_2.php

4.6.6 Costos

Costo de Inversión del Modelo de Transferencia de la Incubadora de Empresas:

Entre \$700mil y \$900mil pesos.

Conclusiones.

1. Si se continúa inculcando la cultura de la innovación y el emprendedurismo en la Universidad Latina, las empresas que se creen serán más competentes a nivel nacional e internacional, ya que hoy México forma parte de una globalización que se debe aprovechar para allegarnos de recursos, ya sean materiales, tecnológicos, financieros o incluso humanos.
2. El punto es desarrollar la actitud emprendedora y explotarla sin perder el objetivo de contribuir para apoyar el crecimiento de la economía mexicana.
3. Se mencionaron anteriormente los beneficios de poseer una incubadora de empresas en la institución, sin embargo, el principal es el poder interactuar con el alumnado e incluso el personal docente y administrativo, acercándonos a sus proyectos empresariales dándoles la orientación, capacitación y apoyo para que sean catalizadores de sueños, pero sobre todo contribuyan al desarrollo económico, cultural y social del país.
4. Es más viable obtener un modelo de transferencia en cuanto a incubadoras de empresas; en resumen, por dos puntos muy importantes: el recurso económico y la experiencia para que el modelo funcione en la institución.
5. De acuerdo a los resultados obtenidos en el desarrollo de encuestas aplicado a una parte significativa del alumnado, la implementación de una incubadora de empresas en la Universidad Latina es un proyecto viable, por ahora en el Campus Cuernavaca, pero más adelante podríamos ser la catapulta para que los campus hermanos adopten esta modalidad y juntos se cree una sinergia que tenga como único objetivo el desarrollo del potencial creativo y empresarial de alumnos, docentes y personal administrativo.

Recomendaciones.

1. Ponerse en contacto con el personal encargado del departamento de incubadoras y aceleradoras de empresas del Tecnológico de Monterrey para mayor formalidad acerca del modelo de transferencia que anteriormente se presentó.
2. Tomar en cuenta los apoyos que brinda el Gobierno Federal para la implementación de incubadoras en las instituciones.
3. Canalizar a personal docente, administrativo y alumnado en general que tengan propuestas de negocios o bien que ya cuenten con un negocio deseen fortalecerlo, esto con el fin de general una cartera de clientes fundadores que prevea el éxito de la incubadora de empresas.
4. Asignar a un equipo de trabajo especial para el desarrollo del proyecto de la incubadora de empresas que apoyado en este trabajo pueda presentar una propuesta definitiva a la directiva de nuestra institución.
5. Dar apoyo a personal docente, administrativo y alumnado en general tanto en aspectos de gestión empresarial, como en el acceso a instalaciones y recursos a muy bajo costo e incluso de forma gratuita, bajo el objetivo de disminuir el riesgo inherente a la creación de un nuevo negocio.
6. Realizar un plan de acción en donde se refleje cada una de las etapas a seguir para iniciar el proyecto de modelo de transferencia de incubación.
7. Continuar con el levantamiento de encuestas de manera regular con el fin de potenciar las áreas en las que se requiera el apoyo.

Referencias

- Briseño, A. (14 de Diciembre de 2005). Creación de la incubadora de emprendimientos culturales en el municipio de Othón P. Blanco en el Estado de Quintana Roo. *Creación de la incubadora de emprendimientos culturales en el municipio de Othón P. Blanco en el Estado de Quintana Roo.*, 49. Juan Sarabia, Quintana Roo, México. Recuperado el 30 de 09 de 2019, de http://www.itzonamaya.edu.mx/web_biblio/archivos/res_prof/ige/ige-2015-35.pdf
- Castro, M. (14 de 04 de 2015). *MILENIO*. Recuperado el 14 de 11 de 2019, de MILENIO: <https://www.milenio.com/negocios/incubadora-tradicional-o-de-alto-impacto>
- Echavarría Sánchez, A., Morales Cano, J. R., & Varela Salas, L. (2007). Alternativas de financiamiento para las pequeñas y medianas empresas (PyMES) mexicanas. *Observatorio de la Economía Latinoamericana*, 80. Recuperado el 15 de 01 de 2015, de <http://www.eumed.net/cursecon/ecolat/mx/2007/aes.htm>
- Economía, S. d. (2012). *México Emprende*. Recuperado el 15 de 01 de 2015, de Secretaría de Economía: <http://www.2006-2012.economia.gob.mx/mexico-emprende/casos-de-exito/19-mexico-emprende/281-sistema-nacional-de-incubacion-de-empresas>
- Economía, S. d. (16 de Julio de 2019). *Padrón de Desarrolladoras de Capacidades Empresariales - PADCE*. Recuperado el 30 de 09 de 2019, de Padrón de Desarrolladoras de Capacidades Empresariales - PADCE: <https://www.gob.mx/se/acciones-y-programas/desarrollo-productivo-padce>
- Escamilla, Z. (Noviembre de 2012). Burocracia y Financiamiento ¿inhibidores del emprendimiento en México? Un breve análisis. *Anuario Electrónico de Estudios en Comunicación Social "Disertaciones"*, 159. Recuperado el 30 de 09 de 2019, de <https://revistas.urosario.edu.co/index.php/disertaciones/article/view/3878>
- Luna, N. (03 de Mayo de 2018). ¿Qué es un emprendedor? *Entrepeneur*, 1. Recuperado el 30 de 09 de 2019, de <https://www.entrepreneur.com/article/312134>
- Martínez, O. (07 de 06 de 2016). *Pepe y Toño*. Recuperado el 30 de 09 de 2019, de <https://www.pepeytono.com/herramientadeapoyo?id=1465316124854>
- Mendoza, A. (12 de 05 de 2019). Índices delictivos se disparan con El Cuau; Morelos es el quinto lugar en asesinatos. *EXCELSIOR*, pág. 1. Recuperado el 30 de 09 de 2019, de <https://www.excelsior.com.mx/nacional/indices-delictivos-se-disparan-con-el-cuau-morelos-es-el-quinto-lugar-en-asesinatos/1312496>
- Monterrey, T. d. (2018). *Red de Incubadoras de Empresas*. Recuperado el 30 de 09 de 2019, de Red de Incubadoras de Empresas.: <https://tec.mx/es/emprendimiento/red-de-incubadoras-de-empresas>
- Neuman, J. (06 de 03 de 2019). *PULSO PYME*. Recuperado el 30 de 09 de 2019, de <https://www.pulsopyme.com/el-futuro-del-emprendimiento-en-mexico/>

- Noticias, A. (22 de 08 de 2019). *Aristegui Noticias*. Recuperado el 30 de 09 de 2019, de <https://aristeguinoticias.com/2208/mexico/proveedores-y-banca-fuentes-de-financiamiento-mas-utilizadas-por-empresas-banxico/>
- Pérez Hernandez , P., & Márquez Estrada, A. (19 de 06 de 2006). Análisis del Sistema de Incubación de Empresas de Base Tecnológica de México. Ciudad de México, México. Recuperado el 30 de 09 de 2019, de <https://www.oei.es/historico/memoriasctsi/mesa11/m11p03.pdf>
- Pymes, M. (2017). *Mundo Pymes*. Recuperado el 28 de 09 de 2019, de <https://mundopymes.org/finanzas/incubadoras>
- Sada, E. G. (2015). *ITESM*. Recuperado el 14 de 01 de 2015, de http://ide.itesm.mx/servicios_modelo_2.php
- Sarina, E. R. (31 de 07 de 2015). *PULSO PYME*. Recuperado el 28 de 09 de 2019, de <https://www.pulsopyme.com/incubacion-de-empresas-una-opcion-hacia-el-exito/>
- SNIE. (2012). *Sistema Nacional de Incubación de empresas*. Recuperado el 28 de 09 de 2019, de Sistema Nacional de Incubación de empresas: <http://www.contactopyme.gob.mx/snief/ModelosReconocidosSNIE.asp>
- UNILA. (2019). *UNILA*. Recuperado el 30 de 09 de 2019, de UNILA. Universidad Latina: <https://www.unila.edu.mx/conocenos>