

# Incubadoras de empresas en colombia

Enterprise incubators in Colombia

Saulo Braco García, Ph.D (c)

sbravo@usc.edu.co

Universidad Santiago de Cali

## Resumen

Con base en la metodología de investigación del estudio de caso, este artículo analiza las principales características que condicionan la supervivencia de las empresas generadas por las incubadoras de empresas de Colombia. Utiliza como instrumento un análisis exploratorio de NODRIZA y diferentes artículos de fuentes nacionales e internacionales en materia de política empresarial, modelos de incubadoras y el tema de capital social como generador de desarrollo empresarial sostenible y sustentable. Los resultados revelan cómo en el mundo, en promedio, cerca del 70% de las empresas nuevas fracasan, mientras que en las que pasan por una incubadora la tasa de fracaso se reduce a un rango del 10% al 15% (Nodriza, 2005). Su origen les permite sobrevivir en el mercado nacional e internacional.

## Palabras clave

Incubadora de empresas; pilares de supervivencia empresarial; redes; estudio de casos

## Abstract

Based on the methodology of case study research, this article analyses the main characteristics that determine the survival of firms generated by incubators in Colombia. Using NODRIZA as an exploratory analysis tool and several articles about national and international business policy, models of incubators and the issue of social capital as a source of sustainable business and sustainable development. The results show how in the world, on average, about 70% of new businesses fail, while incubated enterprises passing through the failure rate is reduced to a range of 10% to 15% (Nodriza, 2005) . Its origin allows them to survive in the domestic and international markets.

## Keywords

Enterprise incubator; business survival pillars; networks; case studies.

Fecha de recepción: Mayo 15, 2011

Fecha de aceptación: Junio 14, 2011.

## I. Introducción

La evolución y logros alcanzados por las incubadoras de empresas en Colombia han servido de soporte para el desarrollo socioeconómico del país; sin embargo, se han presentado situaciones en las que no se ha logrado alcanzar los objetivos. Muestra clara de esto es el alto porcentaje de empresas creadas dentro del proceso de incubación que no han logrado sostenerse en el mercado. Según GEM (2005), la tasa de mortalidad de empresas en Colombia es una de las más altas de Latinoamérica (10,35%), lo que indica que estos modelos de desarrollo empresarial requieren aún de ajustes para lograr un mejor nivel de sostenibilidad de los emprendedores, en los mercados locales y extranjeros (i.e, supervivencia empresarial).

En esta investigación los modelos de incubadoras de empresas y parques tecnológicos se convierten en instituciones que acompañan a personas emprendedoras en la creación, impulso y consolidación de empresas innovadoras (Lalkaka, 2002). Ofrecen apoyo de capacitación, elaboración de un plan de negocio y un ambiente propicio para desarrollar el pensamiento empresarial, lo que requiere, además, vínculos con redes de apoyo públicas y privadas, a través de diferentes alianzas estratégicas (Hu, Liu y Qiu, 2009; López, Vallejo, y González, 2009).

Este estudio analiza los principales modelos que existen en Colombia y su influencia en la supervivencia empresarial, utilizando para ello el análisis de diferentes artículos nacionales e internacionales y como guía el documento de Nodrizza (2005). El artículo se estructura de la siguiente manera: en el primer apartado se hace una breve revisión de la literatura sobre modelos de las incubadoras de empresas, lo que permite comprender el fenómeno de estudio; el siguiente apartado está dedicado al análisis exploratorio del impacto de las incubadoras en Colombia, teniendo como base la política de desarrollo empresarial, es decir, que en él se da a conocer la forma como este se ha desarrollado, así como los lineamientos que permitan orientar otros estudios alrededor de la temática. Se utilizan instrumentos de medida utilizados para el análisis de información cualitativa, que luego puedan tener carácter cuantitativo, con el fin de establecer un análisis comparativo para identificar cuál sería el comportamiento del rol de las incubadoras a nivel nacional. En el penúltimo apartado se resumen los principales resultados obtenidos mediante la observación de datos secundarios. Y finalmente se presentan las principales conclusiones e implicaciones de gestión producto de los resultados aquí obtenidos.

## II. Marco teórico

### A. Modelos de incubadoras

El modelo incubación de empresas ha tenido cambios desde su inicio. No está solo en acompañar, dar soporte, asesoría y conseguir inversionistas para las ideas empresariales, sino que se debe pretender posicionarse en los mercados externos y consolidarse como un puente entre la investigación y el desarrollo de las universidades la forma como los jóvenes logran hacer empresa para mejorar la competitividad de cada una de sus regiones, en concordancia a la clasificación entre tipos y categorías según Aernoud (2004).

La siguiente matriz enseña el modelo que busca la aplicación del concepto y su implicación en el desarrollo empresarial, en concordancia con la política empresarial (M.I.C.T, 1990).



Matriz 1. Características Incubadoras en Colombia

La matriz muestra la importancia del modelo de incubadora de empresas, las cuales entiende como entidades creadas para ofrecer espacios a empresas incubadas y facilitarles la interconexión, a precios asequibles.

En efecto estos modelos evolucionaron en dos fases: la primera hacia una asesoría con redes de contactos y la posibilidad de que los incubados accedieran a servicios de consultoría y



Figura 1. Modelo tradicional Colombia

búsqueda de financiación. Y la segunda hacia el desarrollo tecnológico, posicionamiento en el exterior y crecimiento del negocio. Tradicionalmente se han observado inicialmente dos modelos, como se representan en el siguiente gráfico.

En el primero están la gran mayoría de las incubadoras. Normalmente tiene un sitio físico donde las empresas incubadas inician sus procesos de aprendizaje y desarrollo empresarial para construir una empresa a partir de un negocio o una idea.

Este proceso tiene una duración de dos años, en promedio, el cual finaliza cuando en la empresa se ha aprendido el manejo, tiene consolidado su producto o servicio y cuenta con inversionistas de riesgo.

Las incubadoras que han seguido este modelo son la de Antioquia (IEBTA), la de Bucaramanga Emprendedora, la Corporación Innovar de Bogotá e Incubar Caribe, entre otras.

Aunque en el Eje Cafetero se ha presentado una variación en el modelo: no se incluye la actividad intramuros sino extramuros de manera directa y se adiciona red de apoyo de región.



Figura 2. Modelo extramuros en Colombia

En el Eje Cafetero se da acompañamiento de gestión empresarial desde la idea preliminar, empresa en operación, en forma directa con incubación extramuros y red de apoyo de región.

Por otro lado, existe un modelo que se diferencia de las incubadoras clásicas, en el que las empresas no salen de su espacio físico, y cuya idea es el lanzamiento de productos innovadores y empresas competitivas y la conformación de un conglomerado. Su principal fortaleza es la unión, y tiende al crecimiento empresarial.

Este modelo trae muchos beneficios a los emprendedores, que comparten experiencias con sus colegas en temas como precios y estrategias, y sirve como factor motivador para los nuevos emprendedores.

*Lara (2005). Estar alrededor de otros empresarios da la sensación de que a pesar de las dificultades sí será posible sacar adelante la empresa de uno*” (Comentario de uno de los emprendedores).

Esta experiencia es la que se vive en Parquesoft, en Cali, en

donde para el desarrollo de sus objetivos se ha innovado un modo de soporte estratégico que trabaja cinco macroobjetivos. Estos macroobjetivos se soportan en dieciséis estrategias sinérgicas que apoyan el desarrollo de las empresas, la investigación y desarrollo.

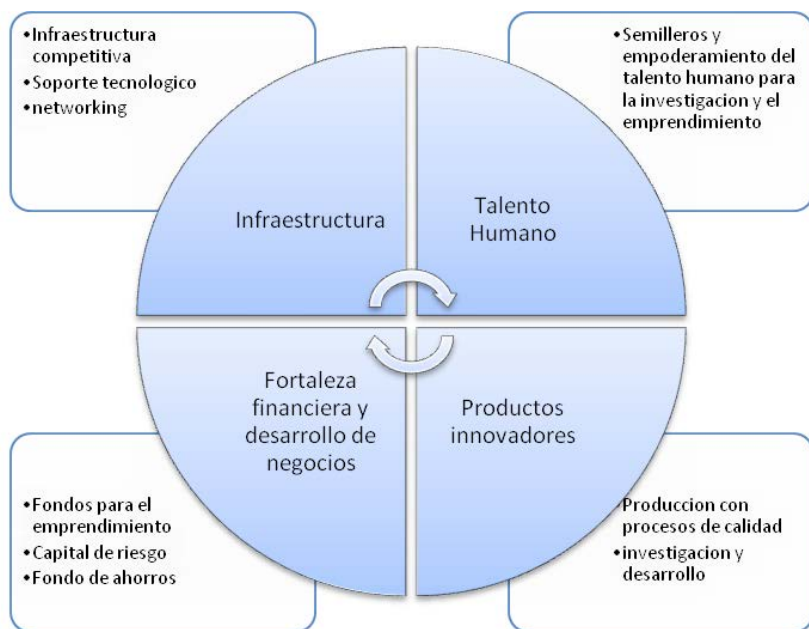
El Cuadro 1 representa los objetivos y estrategias que indican la actividad emprendedora del modelo parque soft.

El cuadro anterior muestra un esquema de un modelo generador de sinergia entre emprendedores y el proceso sistémico que ofrece el parque tecnológico. Se establecen los objetivos en función de actividades de gestión estratégica dentro de un marco de estructura física adecuada y funcional para los usuarios inquilinos, la formación idónea para dar respuesta al sector empresarial, productos y servicios con ventajas competitivas al mercado, orientación y capacidad financiera para su sostenibilidad y con un soporte de mercadeo adecuado a LA generación y desarrollo de negocios. El enunciado anterior se acerca la Figura 3.

Los anteriores modelos pueden establecer una relación entre los esfuerzos de política empresarial (Leyes 590, 550, 1286, 1014) en Colombia y las características de algunos emprendedores que se identifican con la teoría de Smith (1967).

Objetivos	Estrategias
Infraestructura para el desarrollo y soporte de los negocios	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Infraestructura competitiva</li> <li>- Soporte tecnológico (Telco, Networking, Videoconferencia, Data Center).</li> <li>- Comunicaciones efectivas (Internet, Intranet y Medios).</li> </ul>
La mejor gente para la industria	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Empoderamiento de Talento Humano</li> <li>- Preparatoria para la Industria de Software</li> <li>- Semilleros para la investigación y el emprendimiento.</li> </ul>
Productos más innovadores, confiables y competitivos para el mercado	<ul style="list-style-type: none"> <li>- construcción con calidad (Productos, Procesos)</li> <li>- Investigación aplicada y desarrollo</li> </ul>
Fortaleza financiera	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Fondos para el fomento del emprendimiento</li> <li>- Fondos de capital de riesgo</li> <li>-Fondos de ahorro</li> </ul>
Desarrollo de negocios	<ul style="list-style-type: none"> <li>-Inteligencia de mercados.</li> <li>- Mercadeo creativo.</li> <li>-Conocimiento para los negocios</li> <li>- Desarrollo de negocios.</li> <li>- Soporte y vigencia del negocio.</li> </ul>

Cuadro 1. Marco estratégico de Parquesoft (Fuente: Parquesoft)



**Figura 3.** Modelo Parquesoft

De tipo oportunistas, según el enfoque, éstos asumen el desafío de desarrollo empresarial e impulsan en otros la actitud a crecer como empresarios. Inmersos en el mismo grupo, unen a otros y forman emprendedores seriales, siendo consistentes así con la definición de Wright et ál. (1997), Westhead y Wright (1998) y Westhead et ál. (2005). También con el emprendedor estilo de vida Vinturella y Ericsson (2004), que prefiere comenzar un negocio con éxito y después seguir gestionándolo. Se observan esfuerzos importantes con la intención de incrementar la riqueza colectiva en pro de desarrollo socioeconómico con el fomento empresarial y se buscan sinergias entre talentos emprendedores.

No obstante, los emprendedores se ven enfrentados a dificultades generadas por excesivos parafiscales, limitantes de crecimiento a través de la reinversión; sumado a esto la crisis emocional del empresario en el momento de acceder a créditos financieros con la intención de mantenerse en el mercado.

Existen otros factores del entorno general y específico de difícil control que en ocasiones influyen en toma de decisiones efectivas, demoran el servicio al cliente y a su vez frenan el ingreso a la empresa. Aquí se limita la gestión administrativa y se desvirtúa el moldeamiento en el comportamiento organizacional, lo cual influye negativamente el crecimiento organizacional y genera algunas desventajas con relación a su gestión, entre las que se encuentran las siguientes:

- Débil inversión en programas de capacitación para el empleo y la creación de incubadoras de empresas.
- La falta de iniciativa para llevar a cabo ideas de negocio.
- La poca información ofrecida por las entidades encargadas

de asesorar y prestar los recursos económicos necesarios para llevar a cabo el montaje de una empresa.

- En Colombia faltan capitalistas de riesgo.

Los modelos de incubadoras de empresas han buscado rebajar en gran porcentaje estas situaciones con estrategias enfocadas al desarrollo a través de esfuerzos en capacitaciones, orientación profesional, orientación de contactos, entre otras ventajas, como las siguientes:

- Convierten ideas de negocio en negocios reales a través de capacitaciones y asesorías.
- Mejoran los niveles de competitividad al proporcionar a las empresas las herramientas necesarias para ofrecer productos y servicios con calidad.
- Incrementan la posibilidad de crear empresas innovadoras como resultado de actividades de promoción empresarial de las universidades entre profesores y estudiantes.
- Existe participación del Estado, universidades y empresas, que establecen los procesos de investigación y desarrollo que proporcionan una mejora en los niveles de competitividad de las empresas para la generación de nuevos productos.
- Los índices de fracaso de empresas establecidas en incubadoras de empresas es mucho menor que las que se crean por fuera de ellas.
- En estos centros se pueden promocionar estrategias de asociatividad como manera de desarrollar aun más el área empresarial.
- Las empresas incubadas consiguen un espacio flexible a costos subsidiados, así como la posibilidad real de obtener servicios comunes tales como servicios administrativos, contables, de mercadeo, asistencia especializada, y lo que es más importante: la formación empresarial.
- Se cuenta con múltiples recursos tanto económicos como de capacitación, otorgados por el Gobierno y algunas entidades particulares creadas con el fin de apoyar las nuevas empresas.
- Promueve el crecimiento económico y brinda mayores

oportunidades de acceso a recursos de los más pobres para que constituyan sus propias empresas.

Sin embargo, las incubadoras se han visto afectadas en gran parte por las deficiencias en la falta de perseverancia en la actitud emprendedora, lo que se aduce a las amenazas de la débil aplicación de políticas de Estado, a pesar de que existan.

Esto puede indicar que las estrategias de sinergia que se han pretendido buscar soportan debilidades, y las fuerzas esperadas requieren de lazos más estables que construyan el soporte esperado de actividad empresarial.

La formulación estratégica se debería orientar al incremento de capital social, conducidas con las redes sociales en pro de crecimientos sostenibles empresariales, dado que el intento de los grupos no se identifica con enfoques y experiencias de otros países.

El capital social está formado por redes de relaciones y los recursos inherentes a estas redes (Bourdieu, 1986; Coleman, 1988). Como un recurso, el capital social tiene un impacto positivo sobre el nivel de empleo (Marsden y Hurlbert, 1988), el desempeño de la empresa (Batjargal, 2003a) y la innovación de productos (Tsai y Ghoshal, 1998).

La idea de capital social en el contexto chino captura el fenómeno social indígena llamada guanxi (conexiones). Guanxi es la versión china de redes sociales (King, 1991). Un grupo de intercambio de patrón-cliente, relaciones con fines instrumentales (Walder 1986).

El párrafo anterior describe la experiencia de otras culturas; cómo la fuente de capital social ha tenido éxito. Así lo demuestran los investigadores.

Sería interesante evaluar en qué sentido realmente el capital social ha contribuido con el desarrollo empresarial estando inmerso en entidades de incubadoras de empresas y parques tecnológicos en Colombia. También si su nivel de emprendimiento ha mejorado y su posición como empresario es superior a la posición inicial.

Para terminar de entender la evolución de estos modelos, seguidamente se mostrarán resultados de un estudio exploratorio con base en el análisis de diferentes artículos e informes del sistema nacional de incubadoras de empresas, donde se evalúa el impacto del crecimiento de estas instituciones y el fomento de desarrollo regional de acuerdo con lo esperado por la política empresarial establecida por las diferentes leyes y normas (Ley 590, Ley 905, Mipyme, Ley 550, de incentivos, Ley 1286, de ciencia y tecnología e innovación, Ley 1014, de cultura al emprendimiento).

## II. Análisis exploratorio

### A. Metodología

Para estudiar el impacto de las incubadoras en Colombia se ha utilizado el estudio exploratorio como método de investigación (Yin, 1994). El uso de esta metodología resulta imprescindible en las primeras etapas de la comprensión de un fenómeno estudio (Cepeda, 2003). Las metodologías basadas en casos son habituales en investigaciones exploratorias, sobre todo entornos y organizaciones complejas, y generalmente son empleados por investigadores de administración de empresas (Business Administration B.A.) (Cepeda, 2003; Marshall, 1985, 1987), en tanto para este caso se han utilizado fuentes secundarias teniendo como apoyo tesis doctorales, artículos científicos de data scopus internacional, artículos de autores de investigadores de universidades colombianas y diferentes fuentes de instituciones nacionales. Para el análisis de los artículos se utilizó el sistema de metoanálisis y gráficos estadísticos básicos.

### B. Principales resultados

El análisis exploratorio sobre el impacto de las incubadoras de empresas en Colombia, lugar de esta investigación, indica que el 85% de las empresas que han pasado por incubadoras sigue funcionando. Como promedio mundial, se tiene que cerca del 70% de las empresas nuevas fracasan. En cambio, entre las que pasan por una incubadora la tasa de fracaso se reduce a un rango

Fuente	Empresas creadas		Ventas (millones)		empleos		Incubadoras
	#	%	US\$	%	#	%	
Sena, 2004	543	15.6	67.101.0	17	5072	24.5	31
Sena, 2005	801	23.0	153.161,6	38.8	6901	33.1	34
SNIE, 2006	2143	61.4	174.675.0	44.2	8772	42.3	37
TOTAL	3487	100	394.937.6	100	20745	100	

**Cuadro 2.** Comparativo resultados incubadoras en Colombia

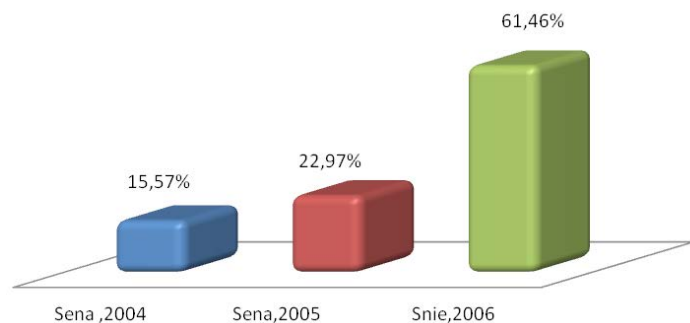


del 10% al 15% (Nodriz, 2005). Se estima que seis años es el tiempo promedio para la devolución de la inversión realizada por las empresas incubadas, vía pago de impuestos, creación de empleo y aportes parafiscales (García, 2004).

No obstante, información recopilada de fuentes secundarias por organismos oficiales involucrados en el proceso de creación de empresas a través de las incubadoras de empresas entre los periodos 2004, 2005 y 2006 muestra el siguiente comportamiento del desarrollo de incubadoras de empresas (Cuadro 2)

El Cuadro 2 muestra un comparativo del resultado de las incubadoras de empresas y su impacto con relación al número de empresas creadas; las ventas expresadas en millones de pesos y el número de empleos generados por 31 incubadoras para el 2004, 34 incubadoras para el 2005 y 37 incubadoras para el 2006. El cuadro muestra el comportamiento al finalizar el 2006: un total de 3.487 nuevas empresas colombianas de diferentes áreas productivas fueron creadas gracias a la gestión de las incubadoras de empresas de base tecnológica asociadas al proyecto Sena (2004, 2005), SNIE (2006), las cuales generaron 20.745 empleos y reportaron un total de \$394.937.6 millones de pesos en ventas.

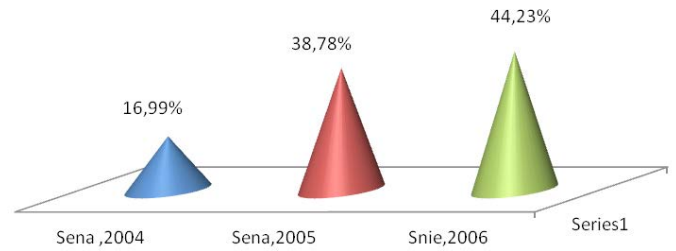
A continuación se muestra la Gráfica 1 de distribución de empresas creadas por incubadoras de empresas adscritas al SNIE.



Gráfica 1. Distribución de empresas creadas

La Gráfica 1 muestra el crecimiento de empresas por año resultado de gestión de las incubadoras de empresas, de la siguiente manera: el 15.7%, que representaron 543 empresas durante el 2004; el 22.97%, que representa 801 empresas durante el 2005; y el 61.4%, que representa 2.143 empresas, para un 100%, equivalente a 3.487 empresas entre los tres periodos, lo que hace suponer un gran impacto de las incubadoras de empresas como modelos de desarrollo regional y empresarial en Colombia.

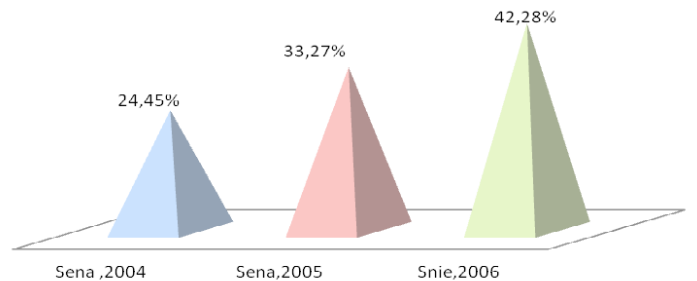
Esto es coherente con los datos históricos de ventas, reflejadas en la Gráfica 2.



Gráfica 2. Distribución de ventas

La Gráfica 2 muestra los montos representados porcentualmente durante los periodos 2004, 2005 y 2006, cuyas ventas fueron \$67.101, \$153.161.6 y \$174.675, respectivamente, lo cual indica un 16.99% para el 2004, 38.78% para el 2005 y 44.23% para el 2006. Aunque el crecimiento es notable entre periodos, se nota que la proporción fue menor para el 2006. Este síntoma invitaría a indagar por su causa.

La operatividad empresarial ha contribuido con la generación de nuevos empleos en el sistema de desarrollo empresarial, como se observa en la Gráfica 3.



Gráfica 3. Distribución de empleos generados

La Gráfica 3 muestra cómo el impulso empresarial ha contribuido con la proyección social a través de la generación de empleo y dió como resultado 20.745 nuevos empleos durante los tres periodos, distribuidos de la siguiente manera: el 24.45%, equivalente a 5.072 empleos para el 2004; el 33.27%, equivalente a 6.901 empleos, y 8.872, equivalentes al 42.28%, con un promedio por año de tres incubadoras nuevas por periodo entre los años 2004 y 2006: para el 2004, 31 incubadoras; para el 2005, 34 incubadoras, y 37 para el 2006.

A lo anterior se le suma la cofinanciación de proyectos con recursos provenientes del Programa Nacional de Apoyo y Fortalecimiento de Incubadoras de Empresas de Base Tecnológica, donde en un primer reporte, entre 1999 y 2003 se habían beneficiado 108 proyectos presentados por

emprendedores a través de las diferentes incubadoras asociadas; se alcanzó un monto total de colocación de \$10.245.662.116 de pesos colombianos por parte del Sena. Por otro lado, en otro informe, entre 2002 y 2005, en primera fase 89 proyectos por un monto de \$4.998.444.000, en una segunda fase 350 proyectos por un monto de \$21.134.172.000, y continuando con una tercera fase 338 proyectos por un monto de \$21.040.1000.000 colocados para el 2006.

Esto da a entender que la aplicación de la política empresarial en Colombia para esos periodos muestra resultados alentadores en cuestión de desarrollo regional, teniendo en cuenta los resultados del Sena y el SNIE entre 2003 y 2006.

Hasta este momento la razón de ser de las incubadoras de empresas es, sin lugar a dudas, sus incubados y sus propuestas de negocios. Y sobre todo la creación de empresas sostenibles en el tiempo.

Durante el análisis de esta información en algunos casos se dedujo información debido a la diferenciación de cifras de algunos autores, considerando más real la información del SNIE por ser entidad coordinadora de la actividad de incubadoras en Colombia. Por tanto, es preciso aceptar la validez de las incubadoras como estrategia de desarrollo económico, pero necesita corroborarla con datos reales (Gómez, 2002).

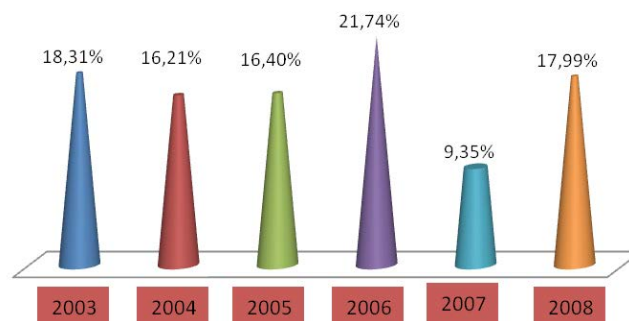
Las incubadoras avanzan en el desarrollo de sus modelos y en la aplicación de mejoramientos que les permitan subsistir. Las incubadoras tienen que trabajar por construir capital social (Dinero, 2007). Para el ambiente, las actividades de sensibilización y acercamiento y de gestación o incubación son las etapas en las que el empresario demanda mayor atención (Otero, 2009), lo que indica que se requieren de estrategias de mayor sostenibilidad y perseverancia en el tiempo, de acuerdo con Arango (2009), con relación a mejorar definición de planes específicos, y adicionando el concepto de López et ál. (2010) de definir políticas de fortalecimiento y mejoramiento continuo

para las incubadoras en pro de un emprendimiento significativo (Vargas, 2007).

Según informe reciente generado por el Ministerio de Turismo, Industria y Comercio presentado en 2009, hoy solo existen 22 incubadoras de empresas adscritas al SNIE, de las cuales 15 mostraron los siguientes resultados en los últimos 6 años (Cuadro 3).

El Cuadro 3 muestra cómo al finalizar el 2008 hubo un total de 1.573 nuevas empresas colombianas de diferentes áreas productivas, de las cuales se reportó un total de U\$108.136.241 en ventas. Estas fueron creadas por la gestión de las 15 incubadoras de empresas asociadas al proyecto Sena según SNIE (2003 a 2008) y generaron 13.409 nuevos empleos.

En la Gráfica 4 se refleja la distribución porcentual de empresas creadas por el sistema de incubadoras de empresas en Colombia durante los periodos nombrados.



Gráfica 4. Distribución de empresas creadas

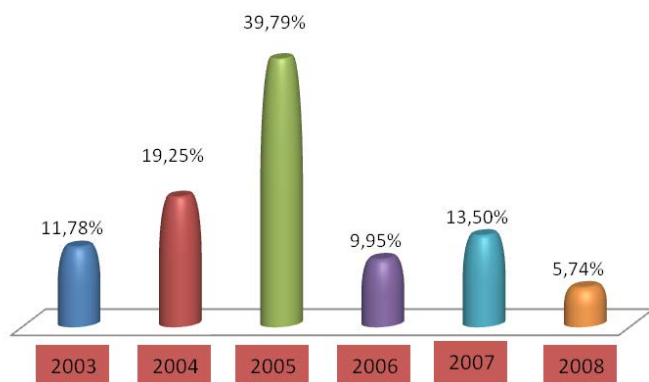
Del total de empresas creadas, 18,31% equivalen a 288 empresas para el año 2003; el 16,21%, a 255 empresas para el año 2004; el 16,40%, a 258 empresas para el año 2005; el 21,74%, a 342 empresas en el año 2006; el 9,35%, a 147 empresas en el año 2007; y el 17,99%, a 283 empresas para el año 2008.

Año	Empresas creadas		Ventas nacionales		Empleos	
	#	%	US\$	%	#	%
2003	288	18.4	12.736.000	11.76	2783	20.73
2004	255	16.3	20.814.000	19.25	2289	17.07
2005	258	16.1	43.029.500	39.8	1829	13.57
2006	342	21.7	10.756.500	9.95	1871	14.00
2007	147	9.4	14.594.030	13.50	1619	12.07
2008	283	18.1	6.206.211	5.74	3253	24.16
TOTAL	1573	100	108,136,241	100	13.409	100

Cuadro 3. Comparativo del impacto de quince incubadoras de empresas a diciembre de 2008 (Adaptado de Informe del SNIE, 2009).

Con respecto al Cuadro 2 (información tomada en diferentes espacios con una muestra diferente en cuanto al número de incubadoras de empresas y comparado con la última información presentada por el M.C.I.T, del 2009), según informes, se nota un crecimiento estable durante el periodo 2003-2005, mientras que el año 2006 concuerda con el Cuadro 3 con respecto a la creación de nuevas empresas, y para el año 2007 disminuye considerablemente el crecimiento empresarial de manera sorprendente. Para el año 2008 de nuevo tiende a guardar cierta estabilidad, como en los años anteriores al 2007.

Un estudio podría indicar qué factores incidieron en el comportamiento de actividad emprendedora en el 2007 y cómo afectaron la gestión de las incubadoras de empresas.



**Gráfico 5.** Distribución de las ventas nacionales

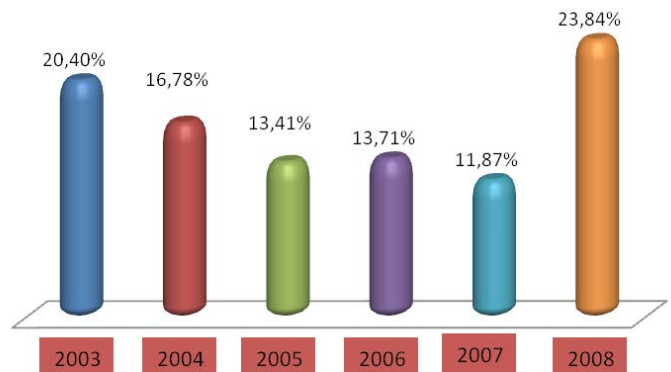
Como muestra la Gráfica 5, durante los periodos 2003-2008 las quince incubadoras presentaron ventas por U\$108,136,241, con la siguiente distribución: el 11,78%, equivalente a U\$12.736.000 para el año 2003; el 19,25%, equivalente a U\$20.814.000 para el año 2004; el 39,79%, equivalente a U\$43.029.500, para el año 2005; el 9,95%, equivalente a U\$10.756.500, para el año 2006; el 13,50%, equivalente a U\$14.594.030, para el año 2007; y el 5,74%, equivalente a U\$6.206.211 para el 2008.

Los datos indican que las ventas al exterior no han sido estables a pesar de las cifras generadas en el 2005, teniendo presente el crecimiento empresarial. Durante el año 2006 no se refleja una actividad comercial externa fuerte; sin embargo, a pesar del freno de crecimiento empresarial del 2007, hay un leve crecimiento en ventas al exterior. Y para el 2008 las ventas se notan leves aunque en este periodo se dispara de nuevo el crecimiento de empresas.

Esto supone involucrar nuevas variables que conduzcan al hallazgo de causas de la variación de comportamiento en ventas y su relación con el crecimiento empresarial.

En cuanto a la generación de empleos, la Gráfica 6 refleja

un comportamiento no muy estable durante los periodos analizados.



**Gráfico 6.** Distribución de empleos generados

La Gráfica 6 contribuye con indicadores porcentuales a la distribución de 13.409 nuevos empleos, donde el 20,40% equivale a 2.783 para el año 2003; el 16,78%, a 2.289 en 2004; el 13,41%, a 1.829 en 2005; el 14%, a 1.871 en 2006, el 12,07% a 1619 a 2007 y el 24,16% a 3253 para el año 2008, respectivamente.

Durante el periodo 2003 -2004 se presentó un leve decrecimiento, según lo muestra la misma gráfica, que fue más notorio entre el 2005 y el 2007. No obstante, para el 2008 hubo un repunte importante en cuanto a generación de nuevos empleos. Sin embargo, se mostró un decrecimiento proporcional del Cuadro 2 con relación al año 2006, teniendo en cuenta que el número de incubadoras era diferente.

## IV. Conclusiones e implicaciones de gestión

Los modelos de incubadoras de empresas analizadas han contribuido con la operatividad empresarial generando nuevos empleos y alimentando así el sistema de desarrollo socioeconómico regionales. Los incubados carecen de redes que incrementen su capital social de manera formal; los métodos que se utilizan tienden a ser informales.

Las cifras estadísticas son las principales evidencias de la manera como estos modelos generadores y desarrolladores de emprendimientos contribuyen a un gran impacto de crecimiento empresarial nacional e internacional.

Esto da a entender que la aplicación de la política empresarial en Colombia para los periodos analizados muestra resultados alentadores en cuestión de desarrollo regional, teniendo en cuenta los informes del Sena y el SNIE entre 2003 y 2006.

Un estudio podría indicar qué factores incidieron en el



comportamiento de actividad emprendedora en el 2007 y cómo afectaron la gestión de las incubadoras de empresas.

## Bibliografía

- Botella et al (2002). Que es el meta análisis. Editorial biblioteca nueva
- Bravo, S. (2004). Perspectivas de un desarrollo económico local basado en un sistema de incubadora de empresas y redes sociales en Santiago de Cali, Valle del cauca. Proyecto de tesis doctoral Universidad de Sevilla España. Dpto. de Administración de Empresas y Marketing
- Batjargal, L. (2004). El acceso de empresarios para la igualdad empresarial en China: el papel del capital social. *Organization Studies* 15(2): 159 – 172.
- Bravo, S. (2009). Conferencia las Incubadoras como Modelo de Desarrollo Empresarial, Universidad del Valle, Colombia 30:10/2009.
- Batjargal, B. (2010). Social Capital and Entrepreneurial Performance.
- Cepeda, G.A. (2003). Gestión del conocimiento, capacidades diferenciales y ventaja competitiva: análisis de sus relaciones; Tesis doctoral publicada en la Universidad de Sevilla. *Estudios* 24(4): 535–556.
- Gómez, L. (2003). Evaluación del impacto de las incubadoras de empresas: Estudios Realizados.
- GEM. (2005). Global Entrepreneurship Monitor, GEM Global Reports. Recuperado de [http://www.gemconsortium.org/about.aspx?page=pub\\_global\\_reports](http://www.gemconsortium.org/about.aspx?page=pub_global_reports)
- Hu, B. Liu, R. & Qiu, Z. (2009). **How to enhance the efficiency of university student incubator: the application of total service quality management model.** Fourth International Conference on Computer Sciences and Convergence Information Technology. ICCIT, pp.1619-1624.
- Castro, I. (2005). El capital social en las redes interorganizativas, un estudio en el sector español de la construcción,
- Lalkaka, R., Feng-Ling, M., & Lalkaka, D. (1999). Assessment of China Incubator Program, UNIDO
- Gómez et al. (2006), Política pública y creación de empresas en Colombia pensamiento y gestión, N° 21ISSN 1657-6276
- López, et al. (2009). Manual para la gestión en incubación Sistema Nacional de Creación e Incubación de Empresas (SNCIE) Colombia. Recuperado de <http://www.icesi.edu.co/ciela/036.pdf>
- Ministerio de Comercio, Industria y Turismo. (2009). República de Colombia, Política de Emprendimiento,
- Nodriz. (2005). Guía de buenas prácticas para las incubadoras de empresas. Recuperado de <http://www.incubarcolombia.org.co/images/documentos/1370Guia%20de%20Buenas%20Practicas.pdf>
- Aernoudt, R. (2004). Incubators: Tool for Entrepreneurship Small Business Economics. 23: 127–135.
- Smith, N.R. (1967). The Entrepreneur and His Firm: The Relationship between Type of Man and type of company. East Lansing, of Business and Economic Research, Michigan State University.
- SENA. (2004). Servicio Nacional de Aprendizaje de Colombia. Recuperado de <http://emprendimiento.sena.edu.co.mayo2004>
- SENA FONADE. (2005): Nodriz Incubation partner.
- Vélez, G. (2008). La teoría de la estructuración para la economía basada en el conocimiento: una propuesta metodológica a partir del concepto de red social red iris
- Wright, M., et al (1997). Serial Entrepreneurs. *British Journal of Management* 8(3), 251 – 268
- Westhead, Wrigth, and M, (1998) .Novice, serial and portfolio founders: Are they different? *Journal of Business Venturing* 13(3), 173 – 205
- Westhead et al, (2005). Decisions, actions, and performance: do novice, serial and portfolio entrepreneurs differ? *Journal of Small Business management* 43(4), 393 -417.
- Yin, R. K. (1994). Case study research: Design and methods (2nd Ed.). Thousand Oaks, CA: Sage Publications.

## Curriculum

**Saulo Bravo García.** Candidato a Ph. D en Business Administration por la Universidad de Sevilla, España. Es consultor empresarial y profesor investigador de la Universidad Santiago de Cali e Intenalco.