

INCUBADORA DE EMPRESAS PARA LA UNIVERSIDAD AUTONOMA DE ENCARNACION

Eddy Carina Carrera Ortega

Ingeniera Comercial con mención en Administración por la Universidad Nacional de Itapúa (UNI)

Magíster en Administración de Negocios por la Universidad Autónoma de Encarnación (UNAE)

eddy-carrera@hotmail.com

Recibido: 28/10/2015 – Aceptado: 18/05/2016

RESUMEN

El desafío de toda institución de educación superior es fomentar el emprendedurismo desde las aulas y con actividades de extensión a fin de que se desarrolle la creatividad de los jóvenes. El presente trabajo se ha propuesto como objetivo principal analizar la situación laboral de los estudiantes y egresados de la carrera de Administración de Empresas, con el propósito de fomentar la creación de una Incubadora de Empresas en la UNAE, para generar una mayor competitividad. Los objetivos específicos han sido determinar la proporción de estudiantes y egresados de la carrera Administración de Empresas que se encuentran trabajando en forma independiente y/o en su propia empresa; analizar la cultura emprendedora y determinar los recursos necesarios para la creación de la incubadora de empresas. La metodología ha sido de tipo no experimental y el enfoque exploratorio-descriptivo, empleando estrategias cuantitativas y cualitativas para la recolección de datos. Los resultados dan cuenta de que los egresados de la carrera de Administración de Empresas de la UNAE, precisan apoyo financiero para la creación de su propia empresa. La creación de una incubadora de empresas podría solucionar esta dificultad y generar una mayor competitividad para la UNAE.

Palabras claves: incubadora – competitividad - emprendedurismo – desarrollo.

SUMMARY

The challenge of any institution of higher education is to promote entrepreneurship from classrooms and outreach to the creativity of young people to develop. This work has been proposed as main objective to analyze the employment situation of students and graduates of the career of Business Administration, with the aim of promoting the creation of a Business Incubator in UNAE to generate greater competitiveness. The specific objectives were to determine the proportion of students and graduates of the Business Administration career who are working

independently and / or in their own company; analyze entrepreneurial culture and identify the resources needed for the creation of the business incubator. The methodology has been non-experimental and descriptive exploratory approach using quantitative and qualitative data collection strategies. The results show that graduates of the career of Business Administration from the UNAE, need financial support for the creation of their own company. The creation of a business incubator could solve this difficulty and generate greater competitiveness for UNAE.

Keywords: incubator – competitiveness - entrepreneurialism - development

ÑEMOMBYKY

Ko tembiapo oreko tenondegua ñemombe'ukuaa juajuhára umi omohu'ávaekue ñembo'eukavakuera sambyhyha ñemuhakuera, pea ipy'apeteî ñamoingove ñanohe ñepyrú hagua peteî ñembojahape hepyme'êrã Mbo'ehaorusu Tetãrehagua Heko Sasova Encarnacionpegua (UNAE), jamoñepyrú hagua ipu'akasevéva. Ha upéicha avei oreko, tenonderãguaité ohechauka mboypa temimbo'ekuéra ha mboypa aveiomohu'ávaekue ñembo'eukavakuéra omba'apoma hina, ojejoko'yrê mba'evégui, ha umi orekómava imoñemuha teetéva, ha ñambojoaju hagua umi tekove ojaposéva teko porã, janembo py'a peteî hagua pe oñeikotevéva ojejapo hagua peñembojahape hepyme'êrã. Ha ñamomandu hagua mba'éichapa oikota ha mba'éichapa ojejapi umi ipu'akasevévare ko Mbo'ehaorusúpe ko jepovyvy he'i, umi omohu'ávaekue ñembo'eukavakuéra ko Mbo'ehaorusúpendomoñepyrúiha mba'eve ndorekoi haguére mavave oipytyvôvaerã pirapirehe ha katueterei pe ñembojahape hepyme'êrã ha ñambohytyty umi hasyvévape ñamoñepyrú hagua hetave ipu'akasevéva Mbo'ehaorusúpe guarã ko émohe sakã ndaha'éi ñeha'ãpe, ha upeicha avei oipuru mba'éichapa ha mboypa oñembyaty hagua marandukuera ñemohu'ã tenondevéva, ha'eta jahupytyrô mburuvicha mbo'eharakuéra omoporãrô osê hagua pe ñembojahape hepyme'êrã ko Mbo'ehaorusúpe guarã. Pe inarô añeteveva ha'eta pe ñemoingove oveveteva umi oporosambyhyva, tenonde ohóvape, tembiapo ohupytyhñaapeve tomboso ha tonohe mba'evete'ygui umi mitarusukuéra.

Ñe'êtekotevéva: ñembojahape – ipu'akasevéva – oveveseva – tombosoro.

INTRODUCCIÓN

La Universidad Autónoma de Encarnación (UNAE) abrió sus puertas en el 2008, y desde entonces, su crecimiento en población estudiantil ha sido acelerado; ya ha tenido sus primeros egresados en diversas carreras.

En el departamento de Itapúa, como también en el resto del país y coincidentemente con los países latinoamericanos, la economía está compuesta por micro, pequeñas y medianas empresas; éstas presentan características similares, como las dificultades a nivel interno, que imposibilitan su permanencia en el mercado; por ejemplo, la falta de especialización de los recursos humanos, el acceso a las tecnologías, capital semilla, capital operativo, además de las improvisaciones.

Existen también factores externos que afectan la sustentabilidad de las Mipymes como son: la inadecuada política estatal, la falta de otorgamiento de oportunidades de crédito por parte del sector privado y el poco involucramiento de otras instituciones, como la universidad, para el asesoramiento o direccionamiento de las empresas.

Es por ello, que la presente investigación pretende canalizar a través de la Universidad Autónoma de Encarnación, la creación de una incubadora de empresas, que permita captar las ideas innovadoras de los jóvenes que egresan de la misma y que puedan llevar adelante su propia empresa.

La presente investigación responde a una línea denominada híbrida entre investigación de mercado e ingeniería de negocios. Philip Kotler define la investigación de mercado como “el diseño, la obtención, el análisis y la presentación sistemáticos de datos y descubrimientos pertinentes para una situación de marketing específica que enfrenta la empresa. La Ingeniería de Negocios es definida por Van Meel and Sol (1996) como el diseño integral tanto de la estructura organizacional como de los sistemas de información. En ese contexto, uno de los problemas planteados, fue la falta de desarrollo de teoría y marco metodológico que soportara esta rama.

En la década del 90, Van Meel and Sol terminaron un proyecto de investigación para hacerse cargo de este problema. La metodología utilizada consistió en una investigación de tipo no experimental, exploratorio descriptivo y el método mixto, es decir, cualitativo y cuantitativo, predominando lo cuantitativo. Las técnicas para la recolección y análisis de datos se basan en la estadística descriptiva que permitió exponer los resultados obtenidos de una manera correcta y completa. Los instrumentos aplicados para recolectar la información necesaria, que fueron las encuestas, permitieron conocer que la mayoría de los encuestados están interesados en que en la universidad pueda llevarse a cabo el emprendimiento, y tanto la entrevista como la observación han demostrado la viabilidad del mismo.

En cuanto a los antecedentes, se puede hablar de trabajos realizados en otros países como “La incubadora de empresas, una alternativa para fomentar el desarrollo empresarial en el estado de Oaxaca” de Judith Azucena Amaya García; “Metodología para la creación de un vivero o incubadoras de empresas”, en Barcelona; “Incubadoras en ambientes virtuales, basadas en gestión de proyectos” de Marvin Aguilar y José Rodríguez; “Propuesta de implementación de la especialidad en emprendimiento para la carrera de Administración de Empresas de la Universidad Francisco Marroquín”, de Gwendolyn Marie Melville Sotomora. Estos trabajos muestran el desarrollo de incubadoras tanto en instituciones educativas, empresariales, públicas o privadas.

Debido a la creciente demanda de empleo, los profesionales en las áreas empresariales no tienen asegurado un puesto de trabajo; los mismos tienen dos opciones al recibirse: la primera es trabajar para terceros, es decir ser “empleados” en alguna empresa y la segunda “crear su propio negocio o empresa”. Para esta última opción, además de contar con una buena idea de negocio, debe poseer un buen plan, asistencia técnica necesaria, y con ello conseguir el capital requerido para llevar a la realidad su idea y poder mantenerse en el tiempo.

La investigación pretende dar respuesta a interrogantes como: ¿Se encuentran trabajando los alumnos de los últimos años y egresados de la carrera Administración de Empresas de la Universidad Autónoma de Encarnación?; son emprendedores los alumnos y egresados?; ¿se fomenta en los alumnos la cultura emprendedora desde las aulas a fin de que contribuyan al desarrollo de la región?

El presente trabajo busca fomentar la creación de la Incubadora de Empresas en la Universidad Autónoma de Encarnación, que permita el desarrollo de micro o pequeñas empresas y el apoyo a las mismas en sus primeras etapas de vida, específicamente en el apoyo a personas con iniciativa de negocios; sus actividades a realizar serían el asesoramiento en el proceso de elaboración del Plan de Negocios, facilitando los profesionales en el área y los materiales didácticos para su elaboración y posterior al período de pre incubación, proceder a la incubación de los proyectos hasta su capitalización.

A través de este emprendimiento, se pretende es crear un vínculo con la sociedad, realizando un seguimiento a los egresados de las carreras empresariales, generando de este modo un valor agregado, que es brindarle no solamente conocimientos teóricos, sino también ayudándolos a iniciarse en el ámbito laboral.

METODOLOGIA

La investigación se circunscribe dentro de la no experimental (Kerlinger, 1979: 116), transversal y descriptiva, (Hernández Sampieri et al., 2010: 149, 151, 153). La población estuvo conformada por los estudiantes de los últimos semestres y egresados de la carrera *de* Administración de Empresas, un total de 124 jóvenes. Se utilizó un muestreo aleatorio simple. Se tomaron muestras aleatorias de los últimos cursos de la carrera Administración de Empresas de la UNAE y muestras aleatorias del grupo de egresados promoción 2013.

Se determinó una muestra de 60 personas a quienes se les aplicó un cuestionario estructurado con preguntas cerradas y abiertas. Si bien la carrera de Administración de Empresas, cuenta con una sola promoción de egresados, se ha encuestado también a estudiantes de los últimos semestres y de los que se encuentran en proceso de tesis, a fin de contar con una diversidad mayor de participantes. La aplicación de las encuestas se realizó en su mayoría vía correo electrónico teniendo en cuenta que fue difícil coincidir en horario tanto con los estudiantes como egresados.

Además, se realizó una entrevista a una profesional que ejerce el cargo de técnico principal en la Incubadora de Empresas de la Universidad Nacional de Itapúa. Para concretar la entrevista se ha procedido en forma personal en horario de la mañana en la oficina laboral de la entrevistada. En relación a las fuentes secundarias, se recurrió a documentos de experiencias similares a fin de contrastarlos con la realidad investigada. El período de análisis comprendió los meses de enero a junio de 2014.

RESULTADOS Y DISCUSIÓN

De los egresados y estudiantes de los últimos años de la carrera Administración de Empresas, el 95% ha respondido estar trabajando, es decir, que puede valerse por sí misma y es independiente económicamente. Se puede agregar, que esta carrera universitaria, abre las puertas al ámbito laboral a los jóvenes, ya que las empresas se hallan abocadas a contratar personas calificadas. El estudiante y egresado puede desempeñarse en varias áreas laborales, ya que su formación es bastante amplia.

En cuanto al porcentaje de egresados de la carrera que es independiente o ha organizado su propia empresa, el 73% respondió que está trabajando en una empresa ajena, el 17% en una empresa familiar; los que están en proceso de iniciación de su empresa constituye solo el 5%. De éstos, la gran mayoría, presta servicios en empresas de terceros, considerando que los que forman parte de

esta franja no cuenta con recursos financieros para iniciarse en su propia empresa y algunos también mencionaron estar conformes con percibir una remuneración fija y estable. Una proporción menor mencionó que pertenece a una empresa familiar; les resulta satisfactorio trabajar con los miembros de la familia y pasar la tradición empresarial a las siguientes generaciones.

Si bien la mayoría de los encuestados, se encuentra trabajando para terceros, esto se trata de un empleo momentáneo, mientras los que aún son estudiantes se enfocan en terminar sus estudios y los egresados en afianzar su profesión.

Las actividades que llevan a cabo las personas que están iniciándose en su propio negocio, constituyen en su mayoría empresas comerciales. Esto se debe a la peculiaridad de la zona, que es fronteriza y depende mucho del ingreso de turistas que realizan sus compras.

Los jóvenes que han emprendido su propio negocio, si bien constituyen una minoría, se observan como un buen indicador, ya que muestra que existen personas capaces de asumir riesgos y ser sus independientes. Si bien no es un camino fácil de transitar, con el paso del tiempo, produce grandes satisfacciones personales, como la posibilidad de contribuir al desarrollo de la región, dando fuente de trabajo a otras personas y ayudando indirectamente a las familias.

El análisis de la **cultura emprendedora** de los estudiantes de Administración de Empresas de la UNAE fue positivo, pues el 78% respondió que está totalmente de acuerdo en generar su propia empresa; el 17%, parcialmente de acuerdo y tan solo el 5% respondió estar en desacuerdo.

Es importante resaltar el alto porcentaje de personas con espíritu empresarial, lo que justifica y hace viable el objeto de la presente investigación. Si bien, la mayoría respondió estar interesado en generar su propia empresa, encuentran muchas limitaciones, entre ellas y la más importante es la falta de capital.

Siendo el recurso financiero la limitante principal manifestada por los encuestados, esta no será excusa si la universidad cuenta con una incubadora, ya que lo fundamental y necesario es contar con ideas innovadoras para llevarlas a cabo.

Para determinar los recursos financieros, de infraestructura, humanos y técnicos necesarios para la creación de la incubadora de empresas en la UNAE, se recurrió en primera instancia a la experiencia de otras instituciones similares. La Incubadora de Empresas de la Universidad Nacional de Itapúa es un ejemplo exitoso, pero para ello, la universidad debe contar con oficinas equipadas, servicios de energía eléctrica, comunicación, internet, climatización, estacionamiento, seguridad biblioteca, laboratorio informático, sala para reuniones. Debe contar con asesores capacitados en las áreas de economía, administración, contabilidad, finanzas, marketing, recursos humanos, registro de marcas, patentes, entre otros.

Los recursos con los que se cuenta en la UNAE son las potenciales fortalezas; cuando ya se posee los recursos básicos, existe mayor posibilidad de montar la incubadora, teniendo en cuenta la alta inversión que generaría empezar de cero.

Los beneficios en cuanto a la extensión universitaria constituyen las oportunidades, es decir aspectos positivos externos.

CONCLUSIÓN

La presente investigación permitió corroborar que existe un elevado interés por parte de los egresados y estudiantes de llevar a cabo sus propios emprendimientos y que el principal impedimento es para concretarlo es el aspecto financiero.

Un aspecto importante a mencionar de la Universidad Autónoma de Encarnación, es la exigencia de realizar una pasantía al cursar el segundo año, que sirve de práctica a los estudiantes, enriquece los conocimientos adquiridos y les permite exhibirse en la vidriera laboral, donde las empresas están constantemente observando y buscando talentos.

Es así, que el estudiante de la UNAE obtiene un título intermedio de Técnico Superior, al concluir el cuarto semestre de la carrera, el cual cuenta como apoyo profesional para el currículum de los mismos. Si bien la Facultad de Ciencias Empresariales, no lleva a cabo un seguimiento propiamente dicho de sus egresados, por no contar con un departamento especializado en el área y por lo mismo, una base de datos de sus egresados. Cuenta, no obstante, con un listado de los mismos, con sus correos electrónicos, que la institución utiliza para ofrecerles servicios de formación en estudios de post grados y especializaciones.

Es viable llevar adelante el proyecto de Incubadora de Empresas en la UNAE, considerando que el 95% de los que han sido encuestados, utilizaría los servicios ofrecidos por la misma y está interesado en desarrollar su propia empresa.

El impacto sobre la competitividad se refleja en la extensión de la universidad hacia la comunidad, sirviendo la incubadora como nexo entre los egresados y las empresas, beneficiando de este modo la transferencia de información, siendo el canal principal el profesional recibido que al final lo convierte en acción al crear su propia empresa o bien administrando correctamente los recursos de terceros o de la familia.

La mayoría de los encuestados mencionó no poseer recursos financieros, considerado por ellos como lo más importante a la hora de emprender su propio negocio o empresa; la mayoría no lleva a cabo su propio negocio por falta de capital.

En cuanto a la formación recibida en la universidad, aproximadamente el 20% manifestó estar conforme, mientras que el resto sugirió mayor énfasis en marketing, economía, motivación y emprendedurismo.

Con relación a las sugerencias de los encuestados y analizando la malla curricular de la carrera, las materias desarrolladas en las aulas son acordes con lo que se requiere para triunfar en el área laboral; no obstante, se podría implementar asignaturas más prácticas y relacionadas a potenciar la cultura emprendedora.

Además, la UNAE cuenta con los servicios básicos requeridos para llevar adelante esta propuesta: laboratorio de informática, internet, aulas que pueden utilizarse como oficinas, biblioteca física completa y virtual, energía eléctrica, comunicación y ubicación estratégica en el centro de la ciudad; profesores capacitados en todas las áreas, como ser contadores, administradores, ingenieros comerciales, marketing, abogados y en ciencias exactas, como matemáticas y estadísticas.

El aporte de la presente investigación constituye las informaciones básicas obtenidas tanto de las encuestas como de las entrevistas realizadas, por lo tanto, podría dársele seguimiento y enriquecer las futuras indagaciones, sirviendo el mismo como diagnóstico de la situación laboral de los estudiantes y egresados. Queda abierto asimismo para posteriores investigaciones, el análisis de

rentabilidad para evaluar si es financieramente conveniente llevarlo a cabo; igualmente, el estudio de las instituciones que financian o patrocinan proyectos. Sería importante contactar con los mismos, a efectos de indagar la posibilidad de contar con ese apoyo fundamental que inyecta el capital necesario para llevar adelante las empresas incubadas.

REFERENCIAS

- ALMOGUERA, José A. ESINE – Centro de Estudios Técnicos Empresariales (2006)
- BENAVIDES, Carlos (1998) Tecnología, Innovación y Empresa. Ediciones Pirámide. España.
- BENITEZ Coda Manuel María. “Organización de las Micro, Pequeñas y Medianas Empresas”
- CHIAVENATO Idalberto. (2001) Administración. Teoría, proceso y práctica. Tercera edición. Edit. Mc Graw Hill
- CHIAVENATO Idalberto. (2007) Introducción a la Teoría General de la Administración. Séptima edición. McGraw-Hill. México.
- GONZÁLEZ VILLAR CARLOS. (2002) Diseño de Investigación. Editorial Universitaria.
- KOTLER, Philip. (2008) Dirección de Marketing. 12º Edición. México
- LEIVA BONILLA JUAN CARLOS (2007).”Los emprendedores y la creación de su propia empresa” Primera Edición. Editorial Tecnológica de Costa Rica.
- LICHTENSTEIN Gregg A. - Lyons Thomas S. (2003). Incubando nuevas empresas. Colección Negocios, Empresas y Economía.
- PUCHOL LUIS (2005) “El libro del emprendedor” Ediciones Díaz de Santos S.A. España.
- SAMPIERI, FERNÁNDEZ, BAPTISTA. (2010) Metodología de la Investigación. Editorial Mc Graw Hill.
- SANCHEZ Aguilar, Jesús Salvador. (2013) Actitud Emprendedora y oportunidades de negocio. IC Editorial. España.
- SUÁREZ Sánchez Alejandro. (2011) Ha llegado la hora de montar su empresa. 4ª Edición. Barcelona, España.
- VARELA RODRIGO (2001). Innovación Empresarial: arte y ciencia de la creación de empresas. Prentice Hall. Bogotá, Colombia.
- VECIANA, José María. (2005) La creación de empresas. Un enfoque gerencial. Colección Estudios Económicos. Barcelona – España.