

PROPUESTA DE DESARROLLO INTEGRAL DE LOS ESTUDIANTES EN EL CENTRO DE NEGOCIOS DE LA UNIDAD ACADÉMICA DE CONTADURÍA Y ADMINISTRACIÓN DE LA UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DE NAYARIT

PROPOSAL OF INTEGRAL DEVELOPMENT OF THE STUDENTS INSIDE THE CENTRAL BUSINESS IN THE ACADEMIC UNITY OF ACCOUNTANCY AND ADMINISTRATION, OF THE UNIVERSITY AUTONOMY OF NAYARIT

Edgar I. Mariscal¹, Idi Amin G. Silva¹, Rogelio Torres¹

(1) Universidad Autónoma de Nayarit, Unidad Académica de Contaduría y Administración, Cd. De la Cultura Amado Nervo, Edificio de Centro de Negocios, Tepic, Nayarit - México
(e-mail: ivanmariscalh@hotmail.com, idiamin.silva@gmail.com, rogelio51@hotmail.com)

Recibido: 21/12/2012 - Evaluado: 05/03/2013 - Aceptado: 30/04/2013

RESUMEN

El presente trabajo, expone la implementación del Centro de Negocios de la Universidad Autónoma de Nayarit, el cual abrió sus puertas a principios del 2008, cuyo objetivo inicial era satisfacer las necesidades de la comunidad de la Unidad Académica de Contaduría y Administración; además de ofrecer incentivos económicos a los estudiantes que participaran en su operación, logrando de esta manera básicamente dos aspectos importantes: 1º. Emplear a los estudiantes de bajos recursos. 2º.- Ofrecer alternativas para satisfacer las necesidades de servicios a la comunidad universitaria. La conclusión que resulta del estudio confirma la viabilidad del Centro de Negocios e identifican la necesidad de otros servicios. Asimismo, los estudiantes sugieren que se ofrezcan servicios a emprendedores y empresarios de la región, a través de las diferentes Unidades Estratégicas de Negocios, participando de esta manera docentes y los estudiantes.

ABSTRACT

This paper shows the implementation of the "Centro de Negocios" (Business Center) of the "The University Autonomy of Nayarit", he Business Center was inaugurated in the beginnings of 2008 and its objective was to satisfy the needs of the community of the "Unidad Académica de Contaduría y Administración"; besides offering financial incentives to students who participate in the operation of the production units. Thus, we achieved two important goals: 1) Offering job to the low-income students. 2) Offer alternatives to meet the needs of all the community services. The results of the test applied confirm the viability of the Business Center. In addition, students suggest that we should be a consultant of the local entrepreneurs and businessmen; these activities should involve teachers and students, who put in practice their knowledge.

Palabras clave: unidades de producción; centro de negocios; consultoría; Universidad

Keywords: production units; business center; consulting; University

INTRODUCCIÓN

En la Universidad Autónoma de Nayarit (UAN), existe un Centro de Negocios, el cual está conformado por estudiantes provenientes de las licenciaturas en contaduría, administración y mercadotecnia, cuyo principal objetivo es *desarrollar* e implantar proyectos para promover el *espíritu emprendedor* en los *jóvenes* de la *Universidad*, de igual forma se ofrecen asesorías y diagnósticos a *MyPyMEs* (UAN, 2010; UAN, 2012).

Desde su fundación la Unidad Académica de Contaduría y Administración (UACyA) anteriormente nombrada Facultad de Contaduría y Administración, como se muestra en el Manual de Organización (UAN, 2012) y en el Plan de Desarrollo 2011-2017 (UAN, 2011) se tenían concesionados todos los servicios que requieren los estudiantes como lo es: cafetería, fotocopiado, etc., así como también todos los desarrollos de proyectos y servicios que se ofrecían a los empresarios y emprendedores, los que se venían realizando de forma aislada sin tener registro de ello. Todo esto traía consigo que no se generara sinergia, ni beneficio tanto para académicos como para estudiantes y con ello no se reflejaba el respaldo, ni la imagen institucional ante la sociedad nayarita; además de que los servicios de cafetería y fotocopiado eran elevados en relación con los precios de mercado, lo que se convertía en un problema de satisfacción y precio para los estudiantes. Así mismo se empezó a detectar que algunos estudiantes desertaban de sus estudios, por falta de recursos económicos que les permitieran continuar con su preparación profesional, sobre todo los estudiantes de zonas rurales que tienen que encontrar un lugar donde habitar en la ciudad y buscar el sustento para su alimentación.

Por tal razón surge la necesidad de desarrollar el Centro de Negocios en el mes de Febrero de 2008, el cual engloba cada uno de los puntos antes mencionados, solucionando de esta forma diversos problemas, además de generar un mayor beneficio para toda la comunidad universitaria, y sobre todo a los estudiantes de bajos recursos de la Unidad Académica y además a estudiantes de la casa del estudiante de la Universidad Autónoma de Nayarit que igualmente son de bajos recursos económicos.

Los resultados que arroja la presente investigación coinciden en que la influencia que tiene la edad de los emprendedores en la probabilidad de crear una empresa, diversos estudios ponen de manifiesto que existe una relación entre ambas variables, algunos determinan que esta relación no es lineal sino en forma de "U" invertida encontrándose su máximo a los 35 años, esto depende del entorno social y del nivel de desarrollo de los territorios analizados (Arenius & Minniti, 2005; Reynolds *et al.*, 2003),

Algunos autores mencionan que la edad es uno de los factores socio demográficos que influyen en la creación de empresas (Grilo & Irigoyen, 2006), fundamentan que en diversas investigaciones realizadas la variable edad no tiene influencia en la intencionalidad y ambición sobre la creación de empresas (Toledano, 2006; Bager & Schott, 2004; Cowling & Taylor, 2001; Almeida & Borges, 2009), sin embargo discrepando en sentido favorable, se reflexiona que en ciertas etapas de la vida hay más disponibilidad en crear un negocio, por diversos aspectos como actitudes, la experiencia profesional, la aversión al riesgo y riqueza, así como más capital humano y social (Verheul *et al.*, 2001; Holtz-Eakin *et al.*, 1994; Levesque & Minniti, 2006).

A raíz de la creación del centro de negocios y de las unidades de producción internas, los estudiantes al verse beneficiados, reclaman que se ofrezca otro tipo de apoyos, con lo cual habrá más beneficiados como estudiantes becarios, así como con servicios de buena calidad y a bajo precio; además están conscientes de que los beneficios económicos que obtiene la Unidad Académica se ven reflejados en la adquisición de equipo de cómputo, mobiliario para aula de clases, lugares de esparcimiento, etc.

A partir de lo indicado anteriormente el objetivo primordial de este estudio es diseñar una propuesta de creación de nuevas unidades de producción internas y de fortalecimiento de vinculación con el sector productivo y social de la región.

MARCO CONTEXTUAL

La Universidad Autónoma de Nayarit ha venido trabajando en la generación de cambios profundos, orientados particularmente hacia el enriquecimiento de sus áreas adjetivas y sustantivas, especialmente hacia el desarrollo de competencias académicas y laborales de sus estudiantes. Surgiendo de esta manera la creación del Centro de Negocios de la Unidad Académica de Contaduría y Administración.

Un *Centro de Negocios* es un servicio resultado de la combinación entre recursos materiales y humanos con el fin de lograr el máximo desarrollo de su actividad empresarial de sus usuarios; en un Centro de Negocios encontrarán un espacio común que ofrece diferentes servicios de alojamiento a empresas: desde espacios físicos de trabajo y salas de reuniones y formación, a oficinas virtuales gracias al uso de las nuevas tecnologías de la información (UAN, 2011).

Como parte de los servicios que ofrece el Centro de Negocios se cuenta con Unidades de producción internas y la Incubadora de empresas, las "unidades de producción internas" son pequeños negocios en donde se ofrecen servicios básicos a estudiantes a bajo precio como lo son: centro de fotocopiado y lonchería. Cabe señalar que dichas unidades de producción son operadas por los propios estudiantes de la Unidad Académica de Contaduría y Administración (UAN, 2011).

La Incubadora de Empresas se implemento tomando como base el "Modelo de Incubación de Empresas del Tecnológico de Monterrey". El cual considera para su implementación cuatro etapas (Tecnológico de Monterrey, 2012).

Selección: En esta etapa, se desarrolla un Diagnóstico de Idea de Negocio (DIN) por parte del emprendedor y se evalúa por un tutor. Esta herramienta le permite a la Incubadora conocer las necesidades del emprendedor para asignarle asesores y el tutor que corresponda.

Pre incubación: Elaboración de la idea, desarrollo y terminación del plan de negocios (PN). Se desarrolla la idea y del plan de negocios, se les apoya para constituir y arrancar su empresa.

Incubación: Facilita y guía a las empresas en el proceso de implementación del plan de negocio, operación y desarrollo de empresa.

Post- Incubación: Consolidación, seguimiento y supervivencia de la operación de la empresa.

METODOLOGÍA

Se diseñó una encuesta (ver Anexo1), la cual se aplicó en la Unidad Académica de Contaduría y Administración, a un grupo de estudiantes para saber la percepción que se tiene del Centro de Negocios, para lo cual se aplico un cuestionario, que consta de 7 preguntas, utilizando dicotómicas, abiertas y escala de Likert (Fisher & Espejo, 2008; Malhotra, 2004).

En la Tabla 1, se muestran los datos de la ficha técnica de los estudiantes encuestados, se presentan los resultados de las investigaciones aplicadas en el área económico administrativas realizadas en los periodo enero-febrero 2012, en la Unidad Académica de Contaduría y Administración de la UAN, la cual fue una investigación realizada por los autores de este trabajo, utilizando el método de conveniencia, realizada por el Departamento de Vinculación y Extensión de la UACyA donde los resultados obtenidos muestran información importante con la cual se pueden llegar a tomar decisiones para satisfacer las necesidades de los estudiantes, mismas que con esta propuesta se estarían completando.

Tabla 1: Ficha Técnica de los estudiantes encuestados

REFERENCIAS	INVESTIGACIÓN
PERFIL ACADÉMICO	CIENCIAS ECONÓMICO ADMINISTRATIVAS
UNIDAD DE ANÁLISIS	UNIDAD ACADÉMICA DE CONTADURÍA Y ADMINISTRACIÓN DE LA UAN
UNIVERSO DE LA POBLACIÓN	2325
PERIODO ESCOLAR	2011 – 2012
TAMAÑO DE LA MUESTRA	330

Para poder llevar a cabo la investigación se tomo como referencia universo de 2325 estudiantes que están inscritos en la Unidad Académica de Contaduría y Administración, con un margen del 95% de confianza y el 5% de error, al universo conformado por los estudiantes de la UACyA.

Es importante agregar que para poder llevar a cabo el procesamiento de los datos primarios obtenidos en el trabajo de campo, han sido analizados mediante métodos estadísticos cualitativos y cuantitativos, a través del programa estadístico SPSS, Versión 11.0. Tomando una muestra representativa de 330 estudiantes. Por tanto se decidió utilizar el método de muestreo por selección intencionada o muestreo de conveniencia el cual permitió recabar datos de manera no aleatoria que cuyas características sean similares a la de la población objetivo. Además de respaldar mas la información con entrevistas personalizadas y utilizando también la observación por la importancia de la investigación con el fin de llegar a obtener información más representativa y confiable.

RESULTADOS Y DISCUSIÓN

El interés de la presente investigación es demostrar como lo indica la literatura (Espí *et al.*, 2007) que, el 91% de los empresarios exitosos iniciaron siendo jóvenes emprendedores. Demostrando con esto que pudiera ser el inicio de crear su propia empresa como se demuestra la utilidad en la presente investigación, para motivar la actividad emprendedora y el desarrollo económico de la Región.

En las Figuras 1, 2 y 3 se muestran algunas graficas de preguntas que se consideraron más importantes en el cuestionario aplicado (Anexo 1), dentro de la Unidad Académica de Contaduría y Administración de la Universidad Autónoma de Nayarit.

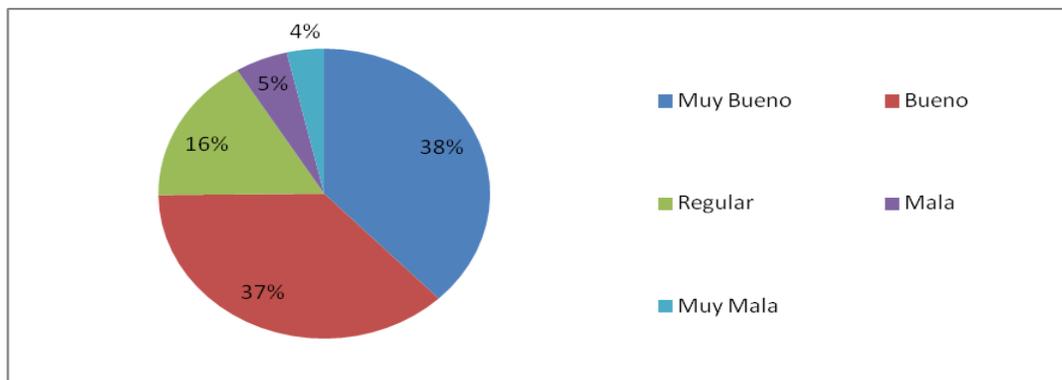


Fig. 1: Gráfica correspondiente a la pregunta 2. ¿Cuál es la opinión que tienes de las Unidades de Producción Internas?

En la Figura 1, se puede observar que el mayor porcentaje de los estudiantes encuestados en términos generales es favorable para las "Unidades de Producción Internas" (UPI). Por tal motivo ratifican su conformidad con los servicios que se ofrecen en las UPI.

En la Figura 2, se aprecia que más del 60% de los encuestados consideran que algunos de los beneficios que les genera el ser becarios de las UPI es como ellos pueden generar experiencia y sobre todo poner en práctica los conocimientos que adquieren en el aula. Esto conduce a generar nuevas UPI para el apoyo de los estudiantes de la Unidad Académica de Contaduría y Administración, que le permita a los estudiantes desarrollar habilidades y generar experiencia laboral que le permita al concluir sus estudios nuevas oportunidades de trabajo.

La Figura 3, los resultados muestran que el estudiante solicita nuevas creaciones de UPI que les permitan tener un mayor contacto con el exterior y, que a su vez le pueda generar empleos de a cuerdo a su perfil académico. Es aquí donde la Unidad Académica de Contaduría y Administración se siente cada vez más comprometida para generar servicios a emprendedores y empresarios de la región para satisfacer las necesidades de los mismos.

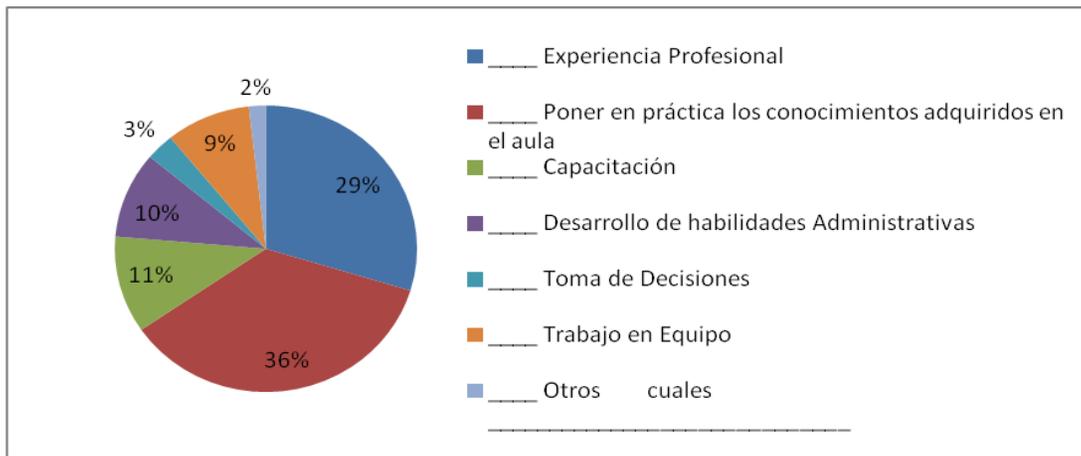


Fig. 2: Gráfica correspondiente a la pregunta 5. Selecciona tres de los beneficios que creas que te genera el ser becario de una UPI marcándolos con orden de importancia con un 1 como importantes y 3 menos importante

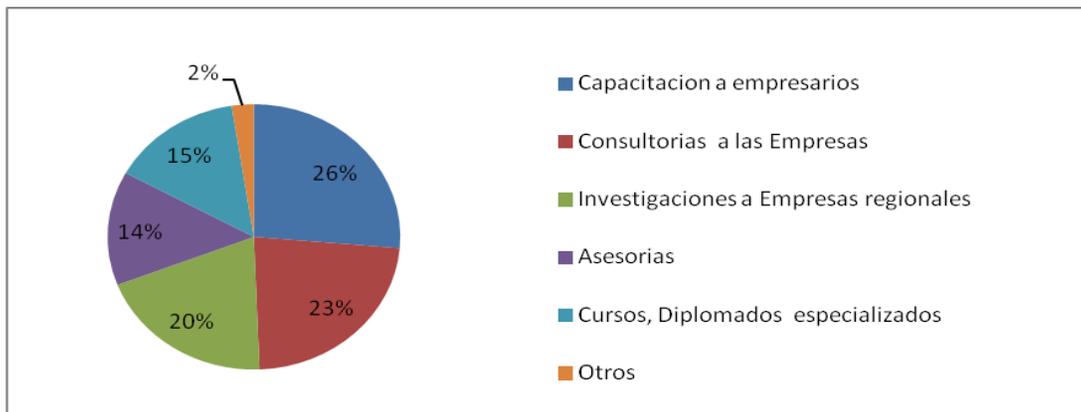


Fig. 3: Gráfica correspondiente a la pregunta 7. ¿Qué otros servicios crees que se puedan ofertar en la Unidad Académica de Contaduría y Administración?

La creación y desarrollo del Centro de Negocios de la Universidad Autónoma de Nayarit, se considera en tres fases principales, las que se indican a continuación:

Primera fase. - En esta fase se busca solucionar la problemática en la comunidad estudiantil de la Unidad Académica de Contaduría y Administración, por tal razón surge la creación del Centro de Negocios (CN), el cual

inicia sus operaciones en el mes de Febrero del 2008, el enfoque inicial se centra en desarrollar Unidades de Producción Internas (UPI), las cuales buscan satisfacer las necesidades de servicios y apoyos económicos a la comunidad estudiantil en la Unidad Académica de Contaduría y Administración.

Para lograr esto, se encontró los puntos de mayor concurrencia de los estudiantes y las demandas más representativas; de tal manera surgen las primeras UPI's las cuales son:

UPI de Centro de Fotocopiado.- Esta UPI inicio con dos equipos de fotocopiado y la venta de papelería escolar, la cual era administrada por estudiantes, teniendo un responsable y dos becarios por turno (dos turnos: matutino y vespertino) en el área de servicio al cliente. En la actualidad se cuenta con el servicio de venta de papelería escolar, engargolado, cuatro máquinas fotocopiadoras y una máquina duplicadora, hoy en día el personal que la administra son tres becarios por turno (dos turnos) en el área de servicio al cliente, además de un responsable administrativo que también es alumno.

UPI de Cafetería.- Esta UPI inicia sus operaciones en una superficie de 4.5 M²., con dos becarios (uno por turno) en el área de servicio al cliente y un responsable administrativo, su inversión inicial en productos fue de \$1,000.00 pesos. En la actualidad se tiene una inversión de \$30,000.00 pesos, la superficie de atención a clientes es de 15 M², una bodega de 8 M², una explanada de 180 M² la cual cuenta con catorce mesas (de seis plazas cada una), un sistema de control de ventas "punto de venta", un responsable administrativo, y 4 becarios (dos por turno) en el área de servicio al cliente, todos los participantes estudiantes de unidad académica.

Derivado de la buena aceptación de los servicios ofrecidos y de los apoyos económicos brindados a los estudiantes, para el periodo escolar 2009 se puso en funcionamiento un área de venta de productos naturales misma que cuenta con una superficie de 4.5 M², y una explanada de 80 M², teniendo 6 mesas (de seis plazas cada una), se emplea estudiantes: un responsable administrativo y dos becarios en el área de servicio al cliente (por turno).

Dentro de cada una de las unidades de producción se busca, no solo que los becarios se empleen en el área de servicio al cliente, sino que además son los responsables de llevar a cabo la administración de cada una de ellas, poniendo en práctica los conocimientos adquiridos en las aulas.

Segunda fase.- en los meses de enero y febrero de 2012, se lleva a cabo una investigación de satisfacción entre los estudiantes de la Unidad Académica, teniendo resultados muy favorables, entre lo que destaca, la buena aceptación de los servicios recibidos, precios bajos y la petición de ofrecer más servicios y algo que viene a fortalecer el Centro de Negocios, que es la creación de una área de servicios a emprendedores, empresarios, comunidad en general, etc., ofreciendo apoyos de asesoría y capacitación en el ramo de la contabilidad, administración y mercadotecnia, logrando de esta manera una vinculación con el sector productivo y social de la entidad, así mismo encontrando una solución atractiva para que los estudiantes pongan en práctica sus conocimientos profesionales.

UPI Máquinas despachadoras.- Así a partir del mes de Marzo de 2012, se crea esta UPI, cuya función principal de estas máquinas despachadoras es brindar el servicio las 24 hrs. del día a la comunidad de la Unidad Académica de Contaduría y Administración y a transeúntes. Esta UPI cuenta con una máquina despachadora de refrescos y frituras y una máquina despachadora de café. Esta UPI es controlada por un becario, el cual es responsable de suministrar producto y darle mantenimiento preventivo a cada una de las máquinas, además de llevar a cabo los registros de control administrativo y contable.

UPI de Autolavado.- Esta UPI es el nuevo proyecto que se inicio en el período escolar de Agosto a Diciembre del 2012, en la cual se contaría con 4 becarios (por turno) y con una primera inversión de cerca de 10,000.00 pesos, que estos se invertirían en la compra de 4 carritos armables con una bomba de aspersion de agua, una batería de carro, tanque de agua y los utensilios de trabajo para la limpieza de un carro (cera, aroma, franelas, cepillos, jabón, etc.), el mercado meta será el de los mismos maestros y estudiantes de la Unidad Académica de

Contaduría y Administración, la idea principal es que los becarios participen en la promoción de los servicios y se conviertan a su vez en administradores.

Cada una de las UPI's es supervisada desde el Centro de Negocios por el coordinador de las UPI's, cabe resaltar que para el óptimo funcionamiento de cada una de las diferentes UPI's se selecciono a estudiantes (previa convocatoria), los cuales tienen que cubrir ciertos requisitos socio-económicos y académicos, como lo marca el reglamento interno del CN, una vez cubiertos estos requisitos son asignados a una UPI como becarios, los cuales perciben una compensación quincenal.

Una vez consolidadas estas UPI's se pretende exportar la misma estructura operativa a todas las Unidades Académicas de la Universidad Autónoma de Nayarit, lo cual les permitirá generar fuentes de trabajo de medio tiempo, a estudiantes de escasos recursos. Así como también ingresos económicos, el cual puede ser invertido en infraestructura y/o mantenimiento de las mismas Unidades Académicas.

Tercera fase.- a mediados de Marzo de 2012, da inicio la tercera fase en el desarrollo del Centro de Negocios, bajo esta nueva perspectiva continúa con sus UPI's e integra la orientación externa, la cual busca adjuntar las fortalezas de la Universidad Autónoma de Nayarit a las oportunidades del sector económico del estado.

A continuación se muestra la misión y visión que sustenta al Centro de Negocios, la misión es "*Estamos comprometidos a aportar en el desarrollo económico del Estado, al bienestar de la población y de la comunidad universitaria, sustentando una perspectiva de productividad, ética, legalidad y compromiso social*", y la visión que nos sustenta es "*Ser reconocidos como el CN-UAN líder en la Zona y como una organización de excelencia, digna de referencia en la región por su demostrada participación en las actividades desarrolladas en las Unidades Estratégicas de Negocios; en las que se fusiona lo académico con la gestión empresarial, y así promover, de esa manera, el desarrollo económico regional y nacional*" (Manual de Organización, 2012).

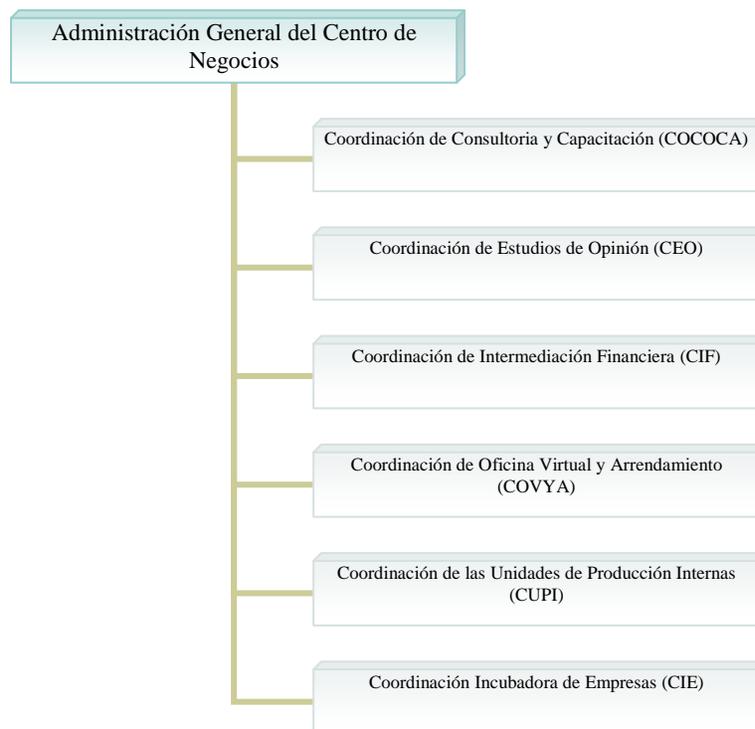


Fig. 4: Organigrama del Centro de Negocios

Estructura organizacional: Para lograr lo anteriormente mencionado se plantea una estructura organizacional, (Figura 4) la cual permite a la Universidad Autónoma de Nayarit generar una interrelación directa con las entidades tanto internas como externas a nuestra institución.

La estructura del CN se basa en el concepto de Unidad Estratégica de Negocio (UEN), este proporciona la manera de manejar numerosos negocios diferentes y un arreglo administrativo para obtener los beneficios de un ajuste estratégico y la mejora de sus procesos. De hecho, la UEN se convierte en una unidad de diseño y puesta en práctica de la estrategia con una visión y funcionamiento mucho más amplio que el de una sola unidad de negocios pues su estructura permite que el administrador general delegue en los coordinadores de las diferentes UEN, la facultad de compartir recursos y transferir capacidades/tecnología donde sea apropiado para unificar acciones y decisiones; y así, de esta forma poder generar una ventaja competitiva e impulsar el desarrollo económico regional, con la participación tanto de docentes y estudiantes.

A continuación, se realiza una breve descripción de cada una de las Unidades Estratégicas de Negocios (UEN) que integran las diferentes coordinaciones.

Coordinación de Consultoría y Capacitación (COCOCA)

Las UEN que integran esta coordinación son las siguientes:

UEN-Capacitación.- Es responsable de formar ejecutivos, gerentes y líderes empresariales integrales, éticos, creativos y con sólidos conocimientos; mediante programas regulares, cursos de actualización directivos y profesionales, de acuerdo a la problemática real de la firma.

Los programas regulares de capacitación se fundamentan en el conocimiento innovador, con una orientación de futuro, tomando como referencia la situación actual y el pasado de la empresa, dentro de contextos locales, regionales, nacionales e internacionales.

Los estudiantes desarrollaran plenamente sus cualidades a fin de potenciarlas adquiriendo los conocimientos, habilidades y destrezas que ayuden a convertirlas en instrumentos prácticos de desarrollo personal y laboral, aumentando su productividad y preparándolos mental y anímicamente para asumir mayores responsabilidades personales y profesionales.

UEN-Consultoría.- *Desarrolla una amplia gama de servicios de consultoría, a través de una plana de especialistas del mejor nivel (toda la planta de docentes e investigadores de la UAN), con la confidencialidad y exclusividad que son parte de nuestra filosofía, sin olvidar por supuesto la participación de los estudiantes.*

Coordinación de Estudios de Opinión (CEO).-La UEN que integra a la CEO se subdivide en diferentes áreas, las cuales se muestran a continuación:

Estudios políticos.-*Encuestas con la intención de evaluar programas y acciones de gobierno, autoridades y entidades gubernamentales; para identificar necesidades sociales y demandas ciudadanas; y estudios de valores cívicos y cultura política, con la participación activa de docentes y estudiantes.*

Estudios electorales.-*Encuestas antes, durante y después de procesos electorales, para: identificar imagen y posicionamiento de candidatos y partidos políticos, condiciones de la competencia electoral; características de las opciones políticas; estimar la intención del voto; y medir impactos de campañas políticas para orientar acciones y asignar recursos materiales y humanos.*

Encuestas para explorar posicionamiento de aspirantes, estudios pre-electorales, sobre procesos de selección interna de candidatos, encuestas base para diseño de campañas políticas, encuestas de salida, conteos rápidos y encuestas post-electorales, participan estudiantes básicamente del programa académico de mercadotecnia.

Estudios de mercado.-*Esta área funciona como vínculo entre el consumidor y su entorno, considerando los cambios continuos para atender las demandas de sus necesidades y crear estrategias para satisfacerlas, participan estudiantes de mercadotecnia.*

Medios de comunicación.-*Imagen y posicionamiento, participación en el mercado, hábitos de compra y consumo, participación estudiantes de mercadotecnia.*

Publicidad.-*Recordación y preferencia de marca, evaluación publicitaria, test de nombre y empaque, participan estudiantes de mercadotecnia.*

Incursión de nuevos productos.-*Nivel de aceptación, mercado potencial, idoneidad de establecimientos, compra ficticia, degustaciones, participan estudiantes de mercadotecnia.*

Evaluación de productos y servicios.-*Características y actitudes del mercado, censo, análisis de competencia, nivel de satisfacción, estudios ad-hoc, participan estudiantes de mercadotecnia.*

Estudios sociales.- *Análisis que permiten captar la opinión de la ciudadanía sobre temas de tipo coyuntural o bien de largo plazo, en aspectos importantes de la vida política, económica y social. Los temas estudiados son: valores sociales, culturales, seguridad pública, salud, educación, empleo, familia, pobreza, basura, alumbrado público, vialidad, etcétera., participan estudiantes de las diversas licencitaturas.*

Coordinación de Intermediación Financiera (CIF).-El CN cuenta con ejecutivos y consultores tanto internos como externos, de reconocido prestigio. Personal con una amplia preparación académica y experiencia práctica que facilita nuestra labor de enlace, sin olvidar por supuesto la participación de los estudiantes.

Para apoyar y contribuir al desarrollo de proyectos con necesidades de financiamiento, *CN* ofrece a la comunidad universitaria, los sectores empresariales y emprendedores Nayaritas sus valiosos contactos con las diferentes fuentes de financiamiento regionales, nacionales e internacionales.

Uno de los principales servicios del *CN* consiste en asesorar al emprendedor, pequeño o mediano empresario en cada una de las etapas del proceso de aplicación al financiamiento hasta lograr el éxito de la gestión. Una vez que el crédito es concedido el equipo de trabajo del *CN* brinda un seguimiento continuo a cada proyecto o empresa con el objeto de procurar el buen manejo y administración de los fondos recibidos.

Coordinación de Oficina Virtual y Arrendamiento (COVYA)

Las UE que integran la COVYA son las siguientes:

UE- CN-Arrendamientos.- *CN pone a disposición la infraestructura más moderna de la región, para que el empresario proyecte ante sus clientes o empleados una imagen que le permita impactar y garantizar el éxito tanto de sus transacciones, eventos, así como de sus programas de capacitación.*

UE- CN-Oficina Virtual.-*Para aquellas empresas o profesionales que no necesiten un espacio físico pero sí una dirección de negocios y un apoyo administrativo, el CN pone a su disposición la opción de oficina virtual.*

Sin necesidad de contratar un despacho permanente, le ofrece todos los servicios de apoyo que usted necesite, dotándole así de toda la infraestructura necesaria para conferirle una imagen corporativa.

Coordinación de las Unidades de Producción Interna (CUPI).-Esta coordinación nace a la par desde principios de 2008 y es responsable de coordinar y administrar cada una de las UPI's de la Unidad Académica de Contaduría Y Administración.

Coordinación Incubadora de Empresas (CIE).- Uno de los puntos importantes para detonar el desarrollo económico de la región, es el desarrollo de incubadoras de empresas. Por tal motivo la Universidad Autónoma de Nayarit dio inicio con el desarrollo del proyecto y la gestión ante las autoridades competentes (Secretaría de Economía y Secretaría de Desarrollo Económico) para la adquisición del modelo de transferencia de incubación de empresas, el cual fue desarrollado por el Tecnológico de Monterrey.

Los objetivos que se persiguen con la creación de la incubadora de empresas son los siguientes:

- ✚ Propiciar un espacio para el desarrollo de una cultura emprendedora.
- ✚ Ser un enlace entre la comunidad emprendedora y los inversionistas.
- ✚ Fortalecer los vínculos entre el sector académico y empresarial.
- ✚ Reducir los riesgos inherentes a la puesta en marcha de toda iniciativa emprendedora.

Nivel de la Incubadora de empresas

El nivel de la metodología de incubadora de empresas es el nivel de *tecnología intermedia*.

Descripción de incubadora de empresas de nivel intermedio: La incubadora de empresas de tecnología intermedia se enfoca en la constitución de empresas cuyos requerimientos de infraestructuras físicas y tecnológicas, así como sus mecanismos de operación son semi-especializados e involucran procesos y procedimientos semi-desarrollados, es decir, incorporan elementos de innovación.

La incubadora de tecnología intermedia puede tener un enfoque de oferta o de demanda. El enfoque de oferta se centra en la transformación de ideas novedosas de los emprendedores en empresas. El enfoque de demanda consiste en identificar las necesidades de una industria o sector para crear empresas que atiendan dichas necesidades.

Requerimiento mínimo de funcionamiento: transferencia de modelo. El modelo requerido se encuentra disponible en el Instituto Tecnológico de Estudios Superiores de Monterrey (ITESM). El cual ya fue adquirido en Diciembre del 2010.

Ubicación física de la incubadora de empresas: La incubadora de empresas de la Universidad Autónoma de Nayarit, esta ubicada físicamente en la Unidad Académica de Contaduría y Administración, en el edificio "D", tiene una superficie administrativa de 128 M² en los cuales cuenta con dos despachos y dos módulos de trabajo para seis personas, con el servicio y equipo de oficina necesarios (escritorio, archiveros, computadora, impresora, teléfono, en red, Internet, fax, scanner, entre otros), además de televisión, videograbadora, reproductor DVD, cañón, pantalla, copiadora, área de recepción, aire acondicionado, sanitario, agua, luz, mantenimiento e intendencia, vinculación con fuentes de financiamiento (tanto de recursos municipales, estatales, federales y de la banca privada), así como también cuenta con la planta de docentes e investigadores de la UAN de las diferentes áreas de conocimiento, lo cual permite generar una asesoría especializada y capacitación empresarial acorde a sus necesidades.

Así como también dentro de la infraestructura complementaria la incubadora de empresas, cuenta con tres salas de capacitación con capacidad cada una de 40 personas, una sala de informática (con veinticinco computadoras, Internet, cañón, pantalla, aire acondicionado entre otras).

Este proyecto fue aprobado por la Secretaría de Economía a través del FONDO PYME, y en la actualidad fue aprobado la parte proporcional del recurso por la Secretaría de Desarrollo Económico para la adquisición del *modelo de transferencia de tecnología intermedia* (Diciembre del 2010).

Impacto económico y beneficios para la UAN

Acorde a los datos estadísticos emitidos por la Secretaria de Economía, señalan que en la apertura de nuevos negocios la sobre vivencia es de solo 30 a 50% cuando no son incubados; y esta puede llegar hasta el 80 u 85% cuando se tienen los apoyos de incubación. Por tal razón la UAN incursiona en este campo, y esto le permitirá:

- ✦ Incrementar el número de académicos en proyectos productivos.
- ✦ Incrementar la vinculación de la UAN con el sector empresarial.
- ✦ Ser el catalizador en la economía del estado.
- ✦ Apoyar en la incursión de los emprendedores universitarios en el sector productivo.

CONCLUSIONES

Como resultado de la creación del Centro de Negocios, se pueden extraer las siguientes conclusiones:

En la primera y segunda fase, con la creación de la Unidades de Producción Internas (UPI's) se han generado microempresas internas que dan trabajo de medio tiempo ha once estudiantes de escasos recursos, así como también ha generado el recurso para otorgar quince becas. Cabe destacar que cada una de las UPI's son autosuficientes y el recurso generado se ha reinvertido para la adquisición de maquinaria y equipo, así como también se ha invertido en equipo e infraestructura en la Unidad Académica de Contarías y Administración, además resaltamos la importancia de que los mismos estudiantes sean los administradores con supervisión de un directivo nombrado por el propio Centro de Negocios.

Tercera fase, esta iniciando operaciones en cada uno de los puntos que la comprenden, pese a eso se han logrado realizar los siguientes proyectos:

- ✦ Estudio de penetración de mercado en Nayarit, del Instituto Gama, preparatoria abierta en línea.
- ✦ Desarrollo del plan de negocios de la empresa Bioagave, miel de agave "Dulce Riviera"
- ✦ Imagen corporativa del Centro Tecnológico Agropecuario no. 246 de Xalisco, Nay.
- ✦ Estudio de mercado de la empresa Tortillerías del Barrio, S.A. de C.V., con la finalidad de conocer su presencia en el mercado, en los municipios de Tepic y Xalisco, Nayarit.

En definitiva, se considera que con esta nueva orientación el Centro de Negocios logre impulsar tanto proyectos de la comunidad universitaria como de la población en general, e incremente la probabilidad de éxito en el mercado, así mismo destacar la participación activa de los estudiantes, no solo como becarios, sino también como supervisores y administradores.

REFERENCIAS

1. Almeida, J. & Borges, M. (2009). Propensity for Entrepreneurship Among University Students. *The Business Review*, 12 (1), 308-314.
2. Arenius, P. & Minniti, M. (2005). Perceptual variables and nascent Entrepreneurship. *Small Business Economics*, 24 (3), 249-265.
3. Bager, T. & Schott, T. (2004). Growth expectation by entrepreneurs in nascent firms, baby businesses and mature firms: analysis of GEM population data 2000-2003, inc: T. Bager & Hancock, M. (eds.) Global Entrepreneurship Monitor. Denmark, 2003 (281-291), Borsens Forlag. En Verheul, I. & Van Mil, L. (2009): "What determines the growth ambition of dutch early-stage entrepreneurs?", GEM workshop paper Cadiz, june 2009.

4. Cowling, M. & Taylor, M. (2001). Entrepreneurial women and men: two different species? *Small Business Economics*, 16(3), 167-175. En Almeida, J. & Borges, M., (2009): Propensity for Entrepreneurship Among University Students", *The Business Review*, Cambridge, 12 (1), 308-316.
5. Espí, M., Arana, G., Heras, I. & Díaz, A., (2007). Perfil emprendedor del alumnado universitario del campus de Gipuzkoa de la UPV/EHU. *Revista de Dirección y Administración de Empresas*, 14, 83-110.
6. Fisher, L., & Espejo, J. (2008). *Investigación de Mercados: Un enfoque práctico*. México: Universidad Nacional Autónoma de México.
7. Grilo, I. & Irigoyen, J.M. (2006). Entrepreneurship in the EU: to wish and not to be. *Small Business Economics*, 26 (4), 305-318.
8. Holtz-Eakin, D., Joulfaian, D. & Rosen, H.S. (1994). Entrepreneurial decision and liquidity constraints. *The Rand Journal of Economics*, 25 (2), 334-347. En Almeida, J. & Borges, M., (2009): Propensity for Entrepreneurship Among University Students. *The Business Review*, Cambridge, 12 (1), 308-316.
9. Levesque, M. & Minniti, M. (2006). The effect of aging on entrepreneurial behavior. *Journal of Business Venturing*, 21 (2), 177-194.
10. Manual de Organización (2012). UACyA-Unidad Académica de Contaduría y Administración, Tepic, Nayarit, México. Editorial UAN.
11. Malhotra, N.K. (2004). *Investigación de Mercados, un enfoque aplicado*, Prentice Hall, 4ª. Edición.
12. UAN (2011). Plan de Desarrollo 2011-2017, UACyA-Unidad Académica de Contaduría y Administración, Tepic, Nayarit, México. Editorial UAN.
13. UAN (2010). Plan de Desarrollo Institucional 2010-2016, Universidad Autónoma de Nayarit Tepic, Nayarit, México. Editorial UAN.
14. UAN (2012). Programa Operativo Anua, Universidad Autónoma de Nayarit, Tepic, Nayarit, México. Editorial, UAN.
15. Reynolds, P.D., Bygrave, B. & Hay, M. (2003). Global Entrepreneurship Monitor report. Kansas city, MO: E.M. Kauffmann Foundation.
16. Tecnológico de Monterrey (2012). Incubadora de Empresas. <http://incubadoras.mty.itesm.mx/>, consultado en septiembre de 2012.
17. Toledano, N. (2006). Las perspectivas empresariales de los estudiantes universitarios: un estudio empírico. *Revista de Educación*, 341 (septiembre-diciembre), 803-825.
18. Verheul, I., Wennekers, S., Audretsch, D. & Thurik, A.R. (2001). An eclectic theory of entrepreneurship: Policies, institutions and culture. Discussion Paper 01-030/3. Tinbergen Institute. En Almeida, J. & Borges, M., (2009): Propensity for Entrepreneurship Among University Students". *The Business Review*, Cambridge, 12 (1), 308-316.

ANEXO 1

Encuesta para la medición de la percepción de los estudiantes con respecto al Centro de Negocios

Por favor, dedica unos minutos a responder esta encuesta. La información nos sirve para conocer el nivel de satisfacción de las Unidades de Producción de la Unidad Académica de Contaduría y Administración. Tus respuestas son confidenciales. Marca la respuesta que consideres correcta a la pregunta.

1.- ¿A qué programa académico perteneces?

Administración Mercadotecnia Contaduría

2.- ¿Cuál es la opinión que tienes de las Unidades de Producción Internas (UPI)?

Muy Buena Buena Regular Mala Muy Mala

3.- ¿Cómo calificarías los servicios de las Unidades de Producción Internas (UPI)?

Muy Buena Buena Regular Mala Muy Mala

4.- ¿Consideras que te puede generar beneficios el ser becario de una Unidades de Producción Internas UPI (si es si pasar a la pregunta 5) ?

Si No

5.- ¿Selecciona tres de los beneficios que creas que te genera el ser becario de una UPI marcándolos con orden de importancia con un 1 como importante y 3 menos importante?

- Experiencia Profesional
- Poner en práctica los conocimientos adquiridos en el aula
- Capacitación
- Desarrollo de habilidades Administrativas
- Toma de Decisiones
- Trabajo en Equipo
- Otros cuales _____

6.- ¿Cuál es la opinión global que tienes de los servicios que te ofrecen las UPI?

Muy Buena Buena Regular Mala Muy Mala

7.- ¿Qué otros servicios crees que se puedan ofertar en la Unidad Académica de Contaduría y Administración?

GRACIAS, TU OPINION CUENTA
DEPARTAMENTO DE SERVICIO SOCIAL DE LA UACYA

