

INCUBADORA S360° Y LA CREACIÓN DE EMPRESAS DE LOS ESTUDIANTES UNIVERSITARIOS

INCUBATOR S360° AND THE CREATION OF COMPANIES OF UNIVERSITY STUDENTS

**Álvarez Sánchez, Alicia Alejandra¹
Arbaiza Valderrama, Fabiana Mariel²
Alpaca Salvador, Hugo Antonio³**

Recibido: 05 de agosto de 2019

Aceptado: 10 de agosto de 2019

1 Egresada de la Universidad Privada Antenor Orrego carrera Administración, correo electrónico: aalvarezs@upao.edu.pe

2 Egresada de la Universidad Privada Antenor Orrego carrera Administración, correo electrónico: farbaizav@upao.edu.pe

3 Magister en educación – Docente Universidad Privada Antenor Orrego - Filiación institucional: Universidad Privada Antenor Orrego, correo electrónico: halpacas@upao.edu.pe

RESUMEN

El objetivo de esta investigación fue analizar el impacto de la incubadora S360° en la creación de empresas de los estudiantes de la Universidad Privada Antenor Orrego, campus Trujillo, 2017-2018, para conocer el acompañamiento que brinda la incubadora S360° a los modelos de negocios innovadores desde el planteamiento de su idea hasta llegar a la fase final de la ejecución de las empresas de los estudiantes. Para ello, se realizó un análisis documental de las bases de los programas "Despega" y "StartUp Camp", entrevista a los stakeholders y encuestas a los cuarenta estudiantes ganadores. Los principales resultados hallados desde la recepción de la idea de negocio, la incubadora requiere que sean de base tecnológica y de fácil escalabilidad a corto plazo, las etapas dentro del concurso por los que pasan los equipos, desarrollo de primer prototipo, premiación de las mejores ideas, vinculación externa con otras universidades e incubadores. En conclusión, se determinó la importancia de la ejecución de una incubadora de negocios en la universidad para fomentar el emprendimiento de los estudiantes e impulsar el crecimiento del desarrollo del país.

Palabras claves: Incubadora, empresa, innovación, tecnología.

ABSTRACT

The objective of this research was to analyze the impact of the S360 ° incubator in the creation of companies of the Private University Antenor Orrego - Campus Trujillo, 2017-2018, to know the accompaniment provided by the S360 ° incubator to the models of Innovative businesses from the approach of your idea to reach the final phase of the execution of the companies of the students. To do this, a documentary analysis of the bases of the "Despega" and "StartUp Camp" programs, interviews with stakeholders and surveys of the 40 winning students was conducted. The main results found from the reception of the business idea, the incubator requires that they be technology-based and easily scalable in the short term, the stages within the contest that the teams go through, the development of the first prototype, the awarding of the best ideas, external linkage with other universities and incubators. In conclusion, the importance of executing a business incubator at the university was determined to promote student entrepreneurship and boost the growth of the country's development.

Keywords: Incubator, company, innovation, technology.

I. Introducción

Guerra et al. (2015) sostienen que las incubadoras de empresas son herramientas utilizadas para apoyar los surgimientos de nuevos emprendimientos, en especial de base tecnológica o con un fuerte contenido innovador que permiten y facilitan la creación de nuevas organizaciones que requieren un acompañamiento durante su etapa de creación y maduración como negocio con una constante asesoría y capacitación en las áreas específicas requeridas por los nuevos modelos de negocio.

Según Seminario et al. (2014), las limitantes en cuanto al desarrollo de la incubación empresarial, se encuentran en la mayoría de proyectos tradicionales (bajos en tecnología), ya que muchas de las incubadoras no están ligadas a una estandarización en los procesos de incubación empresarial y en el monitoreo de las incubadoras empresariales.

Asimismo, Kantis (2014) sostiene que la proliferación de universidades de baja calidad, no ayuda a que los estudiantes universitarios desarrollen capacidades para plantear propuestas empresariales innovadoras basadas en I+D.

Los autores citados argumentan que las universidades necesitan realizar centros de investigación e innovación, y disminuir la escasez de estrategias para realizar proyectos emprendedores con sostenibilidad. Pero las investigaciones aún carecen de mayor fundamento sobre el impacto que ha tenido la implementación de una incubadora y sus efectos sobre los modelos de negocio innovadores, que logran ser impulsados por el programa de financiamiento de proyectos de alta escalabilidad promovidas por la Incubadora S360° de la Universidad Privada Antenor Orrego como lo son Despega y Start Up Camp, que a su vez los relaciona con otros financiamientos nacionales como Innovate Perú, Startup Perú, Wayra Perú y Endeavor Perú. A nivel internacional con otras incubadoras en México, España y Chile así como también otorgar a los ganadores la oportunidad de participar en International Business Model promovido por las Universidades de Harvard y Starnford.

El propósito de esta investigación fue conocer el impacto que tiene la incubadora S360° en la creación de empresas de los estudiantes de la Universidad Privada Antenor Orrego, campus Trujillo, durante el periodo 2017 - 2018. Nuestro estudio se orienta por la hipótesis de que la incubadora de empresas S360° influye de manera significativa en la creación de empresas de los estudiantes.

II. Material y métodos

2.1. OBJETO DE ESTUDIO

Se realizó una investigación para evaluar el impacto de la implementación de la incubadora S360° en la creación de empresas para analizar los cambios que se efectuaron por los emprendimientos presentados con esta iniciativa.

Mediante las metodologías Lean StartUp, la cual se basó en tres aspectos fundamentales, diseño de negocio, desarrollo del cliente y el desarrollo ágil. Fue aplicado por los alumnos en su modelo de negocio, asimismo el Running Lean en donde se identificó el problema, el producto que se diseñó a la necesidad del mercado y escalar en la adquisición de nuevos clientes.

Como población se tomó a los proyectos ganadores de los Programas Despega y Startup Camp, conformado por ocho grupos que participaron presentando su modelo de negocios en la incubadora S360°, los cuales fueron representativos para la muestra conformada por estudiantes.

2.2 INSTRUMENTOS, EQUIPOS DE LABORATORIO I/O FUENTES DE DATOS

En la recolección de datos para evaluar el entorno en el que se ejecuta la incubadora S360° se utilizó como técnica un análisis documental de las bases de los programas Despega y Startup Camp 2017-2018; como instrumento, la lista de cotejo, asimismo se utilizó la técnica de la entrevista a los stakeholders, con la finalidad de conocer los lineamientos que deben seguir los estudiantes para postular en los programas brindados por la incubadora y conocer las estrategias de crecimiento que esperan los grupos de interés desarrollar para mejorar el nivel de emprendimiento e innovación en la ciudad y país.

Por otro lado, para conocer el nivel de involucramiento de la incubadora S360° en la creación de empresas, se utilizó la técnica de la encuesta, con el propósito de identificar los servicios más valorados, cuánto de inversión recibieron en sus modelos de negocios y el financiamiento que lograron obtener por la vinculación de la incubadora por parte de los estudiantes.

Por último, para determinar los factores de éxito que conllevaron a crear empresas de los estudiantes, se empleó como técnica la entrevista y como instrumento la guía de entrevista. Esto permitió conocer el valor diferencial, etapas, metodologías, técnicas de generación de ingresos que desarrollaron los modelos de negocios ganadores presentado en la incubadora.

2.3 MÉTODOS Y TÉCNICAS

El instrumento de la lista de cotejo, se describió de acuerdo a los fundamentos de las bases, destacando lo esencial de las bases de los programas Despega y Startup Camp, como el concepto de las ideas que postulan, los objetivos, requisitos para participar, etapas de los programas y la premiación.

Respecto a la elaboración de la guía de entrevista, se tomó como tópicos a evaluar las bases de desarrollo y seguimiento de la incubadora S360°, estrategias de crecimiento que aportan los grupos de interés, sus principales aportes hacia la incubadora, conocer el tipo de emprendedores que buscan potenciar y cuál es la contribución en el desarrollo económico, tecnológico y social en el país de cada grupo de interés.

Por otro lado, la encuesta, se diseñó para conocer el ciclo académico actual de los alumnos, los concursos en los que participaron, las capacitaciones que recibieron, los servicios más valorados, el financiamiento e inversión que recibieron y el seguimiento a posteriori de la incubadora sobre los modelos de negocios presentados.

Por último, se realizó una entrevista a los ocho grupos ganadores con la finalidad de conocer los factores de éxito mediante una lista de preguntas orientadas al proceso y acompañamiento, brindada por la incubadora S360°.

III. Resultados

Evaluación del entorno en el que se ejecuta la incubadora de empresas S360° en la Universidad Privada Antenor Orrego a nivel nacional e internacional.

Se ejecutó un análisis documental de las bases de los programas Despega y Startup Camp, donde se identificó los lineamientos requeridos de cómo es el proceso para el planteamiento, acompañamiento, programación, etapa y premiación de modelos de negocios presentados por los estudiantes.

Por otro lado, mediante una entrevista, se evaluó a los grupos de interés a nivel nacional como a la Cámara de Comercio, Grupo Empresarial Región La Libertad, para conocer su involucramiento en lo que respecta temas de mentoría, capacitaciones, gremios empresariales innovadores para mejorar y contribuir con el desarrollo económico, tecnológico y social en la ciudad de Trujillo.

Asimismo, a nivel internacional, se analizó los grupos de interés como la incubadora de negocios Chrysalis y el Instituto Tecnológico de Monterrey sobre el apoyo que brindan a los estudiantes ganadores de los programas de la incubadora S360° para acogerlos en su campus y poder mejorar a nivel de Latinoamérica el índice de innovación, debido que fomentará un alcance con otros países como Inglaterra, India y Estados Unidos y tendrá una alta replicabilidad de su modelo de negocio.

Conocimiento del nivel de involucramiento de la incubadora S360° en la creación de empresas de los estudiantes de la Universidad Privada Antenor Orrego-Campus Trujillo, 2017-2018.

Tabla 1: Ciclo en el que se encuentra actualmente el estudiante.

Ciclo Académico	f	%
VI	3	8%
VII	2	5%
VIII	18	45%
IX	12	30%
X	5	13%
Total	40	100%

Fuente: Aplicación de encuestas, octubre 2018

De los cuarenta alumnos encuestados, el 45% se encuentra en VIII ciclo, mientras que el 30% se encuentra en IX ciclo y sólo un 5% se encuentra en VII ciclo.

Tabla 2: Modelos de negocio ganadores

Modelos ganadores	N° Integrantes
Konekta	5
UKU	5
Niskeen	5
Padoo	5
Aptitudy	5
EnergyCard	5
RapiJob	5
Cityo	5
Total	40

Fuente: Aplicación de encuestas, octubre 2018

Los cuarenta alumnos encuestados han logrado ganar con sus modelos de negocio en los programas Despegar y Startup Camp, los cuales cada grupo ganador está conformado por cinco integrantes.

Tabla 3: Sector en el que se orienta el modelo de negocio.

Sectores	f	%
Construcción	10	25%
Educación	15	38%
Ingeniería	5	13%
Economía	10	25%
Total	40	100%

Fuente: Aplicación de encuestas, octubre 2018

De los cuarenta alumnos encuestados, el 38% de los modelos de negocio se orientan al sector educación, mientras que el 25% se orientan a economía y construcción y sólo un 13% se orienta a sector de ingeniería.

Tabla 4: Metodologías brindadas por la incubadora para crear y desarrollar el modelo de negocio.

Metodologías	f	%
Lean StartUp	30	75%
Running Lean	10	25%
Total	40	100%

Fuente: Aplicación de encuestas, octubre 2018

De los cuarenta alumnos encuestados, el 75% utilizó la metodología de Lean StartUp para crear su modelo de negocio, y sólo un 25% utilizó la metodología de Running Lean para ejecutar su idea de negocio a nivel nacional e internacional.

Tabla 5: Capacitaciones y tutoría otorgadas por la incubadora.

Categorías	f	%
Totalmente en desacuerdo	0	0%
En desacuerdo	5	13%
De acuerdo	20	50%
Totalmente de acuerdo	15	38%
Total	40	100%

Fuente: Aplicación de encuestas, octubre 2018

De los cuarenta alumnos encuestados, el 50% estuvo de acuerdo con las capacitaciones y tutorías otorgadas por la incubadora, mientras que un 38% está totalmente de acuerdo y sólo un 13% está en desacuerdo.

Tabla 6: Servicios brindados por la incubadora.

Servicios	f	%
Vinculación con redes nacionales e internacionales	10	25%
Asesoría a través de red de mentores	10	25%
Tecnología	15	38%
Financiamiento interno y externo	5	13%
Total	40	100%

Fuente: Aplicación de encuestas, octubre 2018

De los cuarenta alumnos encuestados, el 38% recibió como servicio principal la tecnología para el desarrollo de su modelo de negocio, mientras que el 25% recibió el apoyo de la vinculación con redes nacionales e internacionales asimismo asesoría a través de red de mentores y sólo un 13% recibió financiamiento interno y externo.

Tabla 7: Inversión que otorga UPAO a los modelos ganadores.

Inversión	f	%
S/. 1,000 a S/. 10,000	20	50%
S/. 20,000 a S/. 30,000	5	13%
S/. 40,000 a más	15	38%
Total	40	100%

Fuente: Aplicación de encuestas, octubre 2018

De los cuarenta alumnos encuestados, el 50% de los modelos de negocios ganadores recibieron una inversión entre S/. 1,000 a S/. 10,000, mientras que un 38% recibieron S/. 40,000 soles a más, y sólo un 13% recibieron entre S/. 20,000 a S/. 30,000.

Tabla 8: Financiamiento externo impulsado por entidades estatales.

Financiamiento	f	%
S/.10,000 a S/50,000	20	50%
S/.60,000 a S/.100,000	15	38%
S/.200,000 a más	5	13%
Total	40	100%

Fuente: Aplicación de encuestas, octubre 2018

De los cuarenta alumnos encuestados, el 50% de los modelos de negocios ganadores recibieron un financiamiento otorgado por entidades estatales entre S/. 10,000 a S/. 50,000, mientras que un 38% recibieron S/. 60,000 soles a S/. 100,000 y sólo un 13% recibieron entre S/. 200,000 a más.

Tabla 9: Concursos nacionales e internacionales en la que ha participado el modelo de negocio.

Concursos	f	%
IBMC Estados Unidos	5	13%
IBMC Perú	15	38%
Innovate Perú	10	25%
StartUp Perú	10	25%
Total	40	100%

Fuente: Aplicación de encuestas, octubre 2018

De los cuarenta alumnos encuestados, el 38% de los modelos de negocios ganadores participaron en el concurso de IBMC Perú, mientras que un 25% participaron en los concursos de Innovate Perú y StartUp Perú y sólo un 13% participó en IBMC Estados Unidos, siendo el ganador UKU.

Tabla 10: Seguimiento a posteriori de la incubadora S360° a los modelos de negocios ganadores.

Seguimiento	f	%
Si	15	38%
No	25	63%
Total	40	100%

Fuente: Aplicación de encuestas, octubre 2018

De los cuarenta alumnos encuestados, el 63% afirmó que siguen recibiendo un seguimiento a posteriori de su modelo de negocio por parte de la incubadora S360° y sólo un 38% no recibe seguimiento.

Tabla 11: Nivel de involucramiento de la incubadora S360° desde la ejecución del modelo de negocio hasta su etapa final.

Involucramiento	f	%
Alto	20	50%
Medio	15	38%
Bajo	5	13%
Total	40	100%

Fuente: Aplicación de encuestas Octubre 2018

De los cuarenta alumnos encuestados, el 50% afirma que el nivel de involucramiento por parte de la incubadora es alto, mientras que un 38% afirma que tiene un nivel de involucramiento medio y sólo un 13% afirma que su nivel de involucramiento es bajo.

Determinación de los factores de éxito que conllevaron a crear empresas de los estudiantes de la Universidad Privada Antenor Orrego, campus Trujillo, 2017-2018.

Los principales factores de éxito fueron la actitud emprendedora de los estudiantes que la incubadora requiere, los cuales deben estar comprometidos con su grupo de trabajo y su modelo de negocio. Por otro lado, el acompañamiento de la incubadora ofrece los servicios de mentoría, capacitaciones, metodologías y financiamiento externo. Asimismo, realizaron un prototipo de modelo de negocio, basado en una necesidad real y cambiante del cliente. De igual forma, se da la aceptación del prototipo, evaluándose mediante indicadores como número de visitas, número de ventas, número de recomendaciones, número de suscripciones, número de afiliaciones, entre otras modalidades para poder medir como el cliente recepción el modelo innovador. Por último, se dio un total aprendizaje del mercado, donde el emprendedor tiene un contacto directo con el cliente, y mantiene una actualización constante de lo que requiere.

IV. Discusión

El impacto de la incubadora S360° en la creación de empresas de los estudiantes es positiva, debido que el motivo principal de su implementación es el de crear emprendedores, que ofrezcan soluciones a problemáticas que repercuten a nivel global, con la ejecución de modelos innovadores con base tecnológica, teniendo como objetivo principal el disminuir el riesgo de fracaso de los emprendimientos.

A partir de los resultados encontrados, se confirma la hipótesis de que la incubadora de empresas S360° influye de manera significativa en la creación de empresas de los estudiantes debido que ofrece un acompañamiento a través de metodologías como el Lean Startup y Running Lean, el planteamiento de la idea de negocio, capacitaciones a través de una red de mentoría en temas relacionados a marketing, ventas, mercado, entre otros, establecer una red de conexiones internas y externas para obtener capital y financiamiento, hasta conseguir el primer prototipo del negocio e ir experimentando con el mercado sobre cómo realizar un producto o servicio a la necesidad real del cliente.

Estos resultados guardan relación con la teoría de redes sustentado por Bollingtoft y Ulhoi (2005), que describe a la incubadora de empresas como una composición de redes sociales, vínculos, estructuras individuales y colectivas que ayudan al individuo a conseguir acceso a la información y el know-how de generar un nuevo emprendimiento.

En contraste con las investigaciones de Montoya, Silva y Cabrera (2011), Andrade (2012), Cerdán et al. (2013), y Guerra, Castillo y Triviño (2015) sobre la implementación de incubadora en México, España, Brasil y Ecuador, guardan relación con nuestra investigación, debido que el impacto de su creación es brindar apoyo al fortalecimiento de las micro y pequeñas creadas por estudiantes, promoviendo la innovación tecnológica en temas relacionados con las TIC, nanotecnología y biotecnología, asistencia técnica, consultoría especializada, financiamiento, soporte administrativo, infraestructura física e informática para crear empresas de base tecnológica, rentables y sustentables que generen bienes y servicios con alto valor agregado los cuales conllevan a que los emprendimientos tengan una alta tasa de éxito.

V. Conclusiones

Se identificó un análisis documental las pautas que debe seguir la postulación de una idea de negocio. Por otro lado, mediante la entrevista realizada a los stakeholders, se determinó el entorno en el que se ejecuta la incubadora tanto de manera nacional como internacional, que aporta beneficios a los programas y buscan impulsar el emprendimiento, apoyada por la universidad.

Mediante la aplicación de encuestas a los estudiantes ganadores de los programas Despega y StartUp Camp se ha desatacado tres servicios más valorados, por ellos dentro de la incubadora; según como lo muestra la figura 1, son la tecnología (38%), vinculación nacional e internacional y asesoría por red de mentores especializado (25%). Otro punto importante que se destacó en la encuesta, es el monto de inversión que recibió el alumno por parte de la universidad, según muestra la figura 2, el 50% recibió entre S/. 1,000 a S/. 10,000 y el 38% S/. 40,000 a más. Por otro lado, en la figura 3, se destacó el financiamiento con un 50% que recibió el alumno con un monto de S/. 10,000 a S/. 50,000 y un 38% S/. 60,000 a S/. 100,000.

Se demostró que los principales factores de éxito que determinaron que los alumnos puedan crear sus empresas con un valor diferencial de base tecnológica, deben presentar características de innovación y dedicación con su modelo de negocio, así también utilizar modalidades de ingreso de dinero modernas como los son las suscripciones mensuales, pago de sponsors, comisión de ventas por cada establecimiento inscrito en los negocios.

Se confirma pues la hipótesis en el sentido de que la incubadora de empresas S360° influye de manera significativa en la creación de empresas de los estudiantes.

VI. Referencias bibliográficas

- Andrade, P. (2012). La experiencia brasileña en la superación de dificultades de empresas de base tecnológica en incubadora. *Journal of technology management & innovation*, 7(3), 161-171. <https://dx.doi.org/10.4067/S0718-27242012000300014>
- Ascigil, S., Magner, N. (2009). Business Incubators: Leveraging Skill Utilization through Social Capital. *Journal of Small Business Strategy*, 19(20), 19-34. <https://libjournals.mtsu.edu/index.php/jsbs/article/view/114>
- Bollingtoft, A., & Ulhoi, J. P. (2005). The networked business incubator –leveraging entrepreneurial agency? *Journal of Business Venturing*, 20(2), 265-290.
- Cerdán, M., Jiménez, A. y Torrent, J. (2013). Valorando los programas de apoyo al emprendedor en las incubadoras de empresas en Cataluña. *Revista Venezolana de Gerencia*, 18 (63), 408-433.
- Fishbein y Ajzen (1975). *Creencia, actitud, intención y comportamiento: una introducción a la teoría y la investigación*. Illinois: Editorial Addison-Wesley.
- Ganamás, C. (2015). Directorio del emprendedor 2016. Lima: Comunicamas. Recuperado de: http://revistaganamas.com.pe/Directorio_2016.pdf
- Gartner, W. (1985). A Conceptual Framework for Describing the Phenomenon of New Venture Creation. *The Academy of Management Review*, 10(4), 696-706.
- Guerra, O., Hernández, D., Castillo y Triviño, C. (2015). Incubadora de empresas: vía para el emprendimiento en las universidades. *Revista Universidad y Sociedad [seriada en línea]*, 7 (2). pp. 110-114. Recuperado de <http://rus.ucf.edu.cu/>
- Guerrero, Serida, J, Alzamora y Morales, O. (2016). Global Entrepreneurship Monitor: Perú 2015-2016. Recuperado de: http://www.esan.edu.pe/publicaciones/2016/12/15/reporte_GEM%2020152016%20final.pdf
- Hackett, S y Dilts, D. (2004). A Systematic Review of Business Incubation Research. *The Journal of Technology Transfer*. 29. 55-82. Doi: 10.1023/B:JOTT.0000011181.11952.0f.
- Huerta de soto, J. (1992): *Socialismo, cálculo económico y función empresarial*. Madrid: Unión Editorial.
- Kantis, S. (2014). *Corriendo fronteras para crear y potenciar empresas*. Buenos Aires: Gratina.
- Kirzner, I. (1998). Entrepreneurial Discovery and the Competitive Market Process: An Austrian Approach. *Journal of Economic Literature*, 35(1), 258-273.
- Kirzner, I. (1994). Creativity and/or Alertness: A Reconsideration of the Schumpeterian Entrepreneur. *Review of Austrian Economics*, 11, 179-250.
- Lewis, C. (2005). *Millionaire's Companion*. Nueva York: Editorial Kindle.
- Maital, R., Seshadri, D y Dumanis, A. (2008) Toward a grounded theory of effective business incubation. *Vikalpa: J Decis Makers*, 33(4):1-13

- Montoya, N., Silva, M. y Cabrera, L. (2011). Proceso de gestión en incubadoras: estudio comparativo en México. *Revista de investigación*, 4(7), 41- 53. Recuperado de : <http://www.ucla.edu.ve/dac/revistateacs/articulos/Rev7-Art3-PargayOtros.pdf>
- Seminario, B., Sanborn, C. y Alva, N. (2014). *Cuando despertemos en el 2062: visiones del Perú en 50 años*. Lima: Universidad del Pacífico
- Schumpeter, J. A. (1934): *The Theory of Economic Development*. Cambridge, MA, Harvard University Press.
- Schumpeter, J.A. (1963). Teoría del desenvolvimiento económico. Una investigación sobre ganancia, capital, crédito, interés y ciclo económico. *Revista de Cultura Económica*, 3(1), 84-144.
- Schumpeter, J.A. (1995). *Historia del análisis económico*. Nueva York, NY: Harper & Row, Publishers, 5(1), 620.
- Thompson, E. (2009). Individual Entrepreneurial Intent: Construct Clarification and Development of an Internationally Reliable Metric. *14(2)*, 120-187.