

Demanda de graduados universitarios en el sector agroindustrial de Paraguay

Dionisio Borda
Juan Cresta
Cynthia Brizuela

La economía paraguaya experimentó un crecimiento prolongado en los últimos quince años y el sector agroindustrial fue uno de los pilares de este auge económico. La inversión de capital, la incorporación de tecnología, y en menor medida la contratación de mano de obra calificada, marcaron el proceso de expansión de este sector.

Este estudio trata de explorar las características de la demanda de la fuerza laboral de graduados universitarios desde la perspectiva de las empresas agroindustriales y la respuesta de la oferta de la mano de obra calificada. Más específicamente, identifica los criterios de selección de profesionales del sector, los mecanismos de capacitación empleados para aumentar la calidad de la fuerza laboral y la relación empresa-universidad en la formación de los recursos humanos.

La investigación utilizó una combinación de métodos cuantitativos y cualitativos y de datos secundarios y primarios. Se aplicaron encuestas a las empresas agroindustriales y se efectuó un relevamiento de demandas de profesionales en medios escritos. Se realizaron entrevistas a directivos de empresas del sector, de firmas consultoras que seleccionan profesionales graduados universitarios y de algunas universidades.

Los resultados obtenidos muestran un crecimiento de la demanda laboral y la preferencia de las empresas por profesionales jóvenes y con experiencias previas, con énfasis en carreras empresariales –administración, contabilidad, informática, ingeniería comercial– y capacidad demostrada en habilidades blandas –liderazgo, capacidad de trabajo en equipo, responsabilidad, capacidad de comunicación, motivación por el trabajo y capacidad de aprendizaje continuo– pero que también van aumentando las necesidades de profesionales ligados a las tareas de producción.

Los programas de pasantías o prácticas suscitan gran interés en las empresas y son una importante fuente de selección de talentos en la agroindustria. Sin embargo, el tiempo que demanda la formación del personal podría elevar los costos de entrenar y formar a los recién graduados. La contratación de personal proveniente del exterior es una estrategia empleada por las empresas. La movilidad de profesionales nacionales con experiencia obliga, a veces, a las empresas a traer personal del exterior del país. Otra estrategia de las empresas consiste en capacitar a los profesionales nacionales enviándolos a cursos de formación en el exterior, o mediante la realización de cursos en el país con asesores extranjeros o, en menor medida, con profesionales con experiencia de otras empresas o de universidades locales. La mayor comunicación y coordinación entre las empresas y las universidades locales permitirá ajustar la oferta a la demanda de profesionales graduados y desarrollar programas de formación continua en las universidades.

Este estudio fue posible mediante el financiamiento de PROCENCIA del CONACYT y la colaboración de las empresas del sector de la agroindustria, firmas consultoras de contratación de profesionales y directivos de las universidades. A todos ellos nuestros agradecimientos.

CONCLUSIONES

Una característica encontrada en este estudio, basado en trabajo de campo con encuestas y entrevistas y datos secundarios recopilados de la prensa escrita, es la variabilidad y amplitud de resultados.

A continuación, se exponen en líneas generales las principales conclusiones del estudio:

1. Las condiciones laborales de los egresados universitarios han venido mejorando de manera constante, en sintonía con el crecimiento de la producción y de las ventas de los sectores que componen la agroindustria. De este modo, los rangos de contratación de personal ascienden en la medida en que las empresas toman decisiones de inversión y que se abren nuevos mercados. En su mayoría las empresas agroindustriales contratan profesionales universitarios para tareas o puestos administrativos o comerciales dentro de la estructura de la organización (70,5%), pero también van aumentando las necesidades de profesionales ligados a las tareas de producción.
2. Los programas de pasantías universitarias suscitan gran interés en las empresas y se han convertido en una importante fuente de selección de talentos para la agroindustria. De hecho, casi el 65% de las empresas contrataron a sus ex pasantes y, en el 83,3% de los casos, los profesionales universitarios reclutados de esa manera permanecen en la misma compañía.
3. Las competencias lingüísticas e informáticas (idiomas y manejos de ofimática general y software específicos) son altamente valoradas y tienen un peso destacado en la selección de personal universitario. Sin embargo, el desempeño académico y la formación de postgrado no son considerados como factores decisivos. Es la experiencia, tanto específica como general, con mayor relevancia si fue adquirida fuera del país, la condición más valorada por las empresas.
4. La experiencia profesional relacionada, la titulación y las prácticas en empresas, en este orden de preferencia, son las variables del *currículum* que las entidades de la agroindustria más valoran.

5. Es detectada una marcada deficiencia de la formación universitaria. Existe una alta coincidencia en la consideración de que los universitarios titulados adolecen de déficits formativos, percibidos por ocho de cada diez empresas. Sobre todo, deficiencias en la formación práctica.
6. La formación transversal del profesional universitario es destacada como un atributo importante en el desempeño empresarial. Uno de los aspectos que más interés ha despertado en este estudio fue la valoración otorgada por las empresas agroindustriales a las competencias transversales durante los procesos de selección y en los profesionales que ya trabajan en las mismas. Es así como la responsabilidad (85,2% de los encuestados), la preocupación por la calidad y mejora (77%) y el compromiso ético (75,4%) quedaron señaladas como las competencias más atractivas para los empleadores. También son apreciadas la motivación por el trabajo (67,2%), el trabajo en equipo (67,2%) y la capacidad de aprendizaje continuo (65,6%).
7. Las competencias en las que las empresas observan mayor dificultad son las relacionadas con el trabajo en equipo (39,3% de los encuestados), en la comunicación oral y escrita (34,4%), en el análisis y síntesis (32,8%), en la motivación por el trabajo (32,8%) y en la organización y planificación (32,8%).
8. La estrategia para la incorporación del personal a la empresa es múltiple. Cuando tienen la necesidad de llenar vacancias en puestos de trabajo calificados, las entidades recurren primeramente a las promociones internas como medio o canal de selección. Una vez agotada esta vía, acuden a sus redes de contactos para buscar talentos en otras empresas, modalidad de reclutamiento empleada también por las consultoras especializadas en selección de personal.
9. La experiencia laboral y la edad adquieren relevancia en el momento de la incorporación de profesionales universitarios a la empresa y de asignarles roles de liderazgo. Las empresas buscan profesionales jóvenes con experiencia, la que es muy valorada porque contribuye al mejoramiento inmediato de la productividad, pero la formación universitaria es deficiente en conocimientos empíricos o aplicación de los conocimientos en la práctica. También se advierten falencias en la formación básica de los graduados universitarios, como las dificultades en la comunicación oral y escrita o para realizar operaciones matemáticas elementales. Además, los profesionales paraguayos, en general, no están formados correctamente para asumir posiciones de liderazgo en las empresas, lo que a menudo refleja los déficits de formación en habilidades blandas.
10. Los costos de entrenar y formar a los recién graduados podrían ser elevados, por lo que las empresas no descartan el reclutamiento de talentos provenientes de otras empresas o del exterior, sobre todo cuando los puestos vacantes son cargos gerenciales o de dirección. Para las posiciones técnicas o de líneas de producción, el bajo costo salarial hace atractiva la contratación de profesionales jóvenes, pero la falta de experiencia puede convertirse en una limitación importante porque entrenar y formar a un recién graduado puede tardar de seis meses a un año, tiempo que puede resultar costoso para empresas involucradas en actividades dinámicas con alta competencia.
11. Por más de que la tasa de egresos de universitarios en nuestro país sea elevada en distintas carreras, en muchos casos sigue siendo escasa la disponibilidad en el país de profesionales que reúnan la experiencia o los conocimientos específicos requeridos por las empresas. Una alternativa a la búsqueda de personal en otras empresas es la contratación de profesionales extranjeros, principalmente de Brasil y Argentina.
12. Otra alternativa es que la propia empresa se haga cargo de la capacitación de los profesionales que contrata enviándolos a cursos de formación en el exterior del país, o mediante la instalación de pro-

gramas de formación en el país con asesores extranjeros, con profesionales de otras empresas o profesores de universidades locales. Para capacitar a sus técnicos y profesionales de mando medio, las empresas generalmente optan por programas internos de formación dirigidos por los propios funcionarios de la empresa.

13. Las pasantías más útiles tanto para la universidad como para la empresa son aquellas que tienen un objetivo académico enmarcado en el sistema de producción de la compañía. Por ello, es importante para la universidad tener acuerdos “académico-productivos” con metas estipuladas en colaboración con la empresa.
14. Las pasantías orientadas al desarrollo de competencias deberían tener una duración mínima de un semestre y contar con una evaluación académica y productiva, lo que supone utilizar instrumentos de evaluación consensuados entre la universidad y la empresa.
15. La cooperación de la universidad con la empresa debería consistir en investigaciones para el desarrollo enmarcadas tanto en el programa académico institucional como en los programas de desarrollo empresarial.
16. Los cursos y talleres en las universidades nacionales o centros de capacitación del país son una opción que las empresas tienen para capacitar a su personal. No se observa una marcada preferencia por alguna universidad o centro de formación particular, pero generalmente son la UNA, la UCA y la UPA las que tienen ofertas de capacitación más interesantes para las empresas. El vínculo formal entre empresa y academia para el desarrollo de programas de capacitación sigue siendo débil, ya sea porque las universidades no adecuan su oferta a los requerimientos de las empresas; porque la cobertura de carreras universitarias es baja en algunas regiones del país; o, porque la burocracia y las lagunas legales dificultan el acercamiento.
17. Las distintas carreras de ingeniería orientadas a la producción serían las más demandadas en el futuro, como también las carreras empresariales con énfasis en aspectos tributarios y finanzas, comercio exterior y habilidades gerenciales. No obstante, en todos los sectores hay una demanda insatisfecha de técnicos o profesionales de mando medio.
18. El estudio persiguió el objetivo de conocer los criterios de valoración de las empresas agroindustriales del país acerca de las capacidades de los universitarios titulados que contratan o que promueven para cargos ejecutivos o de alta gerencia. Y encontró hechos y evidencias que revelan deficiencias en la formación universitaria de estos profesionales, en concordancia con los planteamientos de las hipótesis definidas *a priori*. Las hipótesis que fueron confirmadas por los resultados del estudio señalan que las empresas agroindustriales valoran la experiencia del profesional universitario por encima del conocimiento académico, la que sigue siendo un eslabón débil en la formación profesional que ofrecen las universidades del país. Por esa razón, la búsqueda de talentos en otras empresas sigue siendo la principal estrategia de contratación de universitarios titulados. Y, cuando se trata de llenar vacancias en cargos gerenciales, el camino más frecuentado es la promoción interna de los profesionales que ya acumularon experiencia y en cuya capacitación en conocimientos específicos la empresa invirtió recursos. A pesar del interés mutuo de acercamiento, todavía se observa una evidente disociación entre empresa y academia, cuando debería haber un fuerte vínculo de colaboración en el proceso de construcción de una estructura de formación que se oriente a satisfacer los requerimientos de las unidades de producción. Según los resultados del estudio, la ausencia de un órgano o instancia que actúe como puente parece explicar el pobre acercamiento entre la academia y la empresa.

