



Artículo original

Valoración de acciones de vinculación de la universidad con MiPymes de Colonias Unidas, año 2024

Assessment of university engagement actions with MSMEs in Colonias Unidas, 2024

Mara Trinidad Griffith^{1,2*} , Carina Ramos Pérez¹ , Alex Pedrozo Baeza¹ 

¹ Universidad Autónoma de Encarnación. Hohenau, Paraguay.

RESUMEN

Las organizaciones están adoptando prácticas de gestión alineadas con los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) para generar un impacto social positivo y adaptarse a entornos cambiantes. Este hecho supone la vinculación entre distintos actores (universidad, Estado, empresa, sociedad civil). Sin embargo, en Paraguay, la desconexión entre estos actores es una realidad que afecta la competitividad y el desarrollo nacional. Por tanto, es importante valorar las acciones de vinculación existentes y desarrollar modelos de gestión que fomenten una mejor articulación entre las universidades y su entorno, alineando sus esfuerzos con las necesidades de la comunidad. Por ello, el objetivo de esta investigación es estudiar la valoración de las acciones de vinculación universidad-empresa desde la perspectiva de propietarios de MiPymes. La metodología empleada fue de enfoque cuantitativo y descriptivo. La muestra estuvo constituida por N=23 MiPymes de Colonias Unidas (Hohenau, Obligado y Bella Vista). Se aplicó una encuesta con 18 preguntas cerradas y abiertas, las cuales fueron adaptadas de otro cuestionario validado previamente. El estudio revela que los propietarios valoran la formación universitaria, sin embargo, la colaboración con universidades es limitada debido a factores como la falta de tiempo, recursos y conocimiento de actividades vinculantes. Las empresas muestran interés en la formación y consultoría, pero son reacias a participar en proyectos de investigación conjunta. Esto indica una necesidad de fortalecer la comunicación y los vínculos entre universidades y empresas, mediante la adaptación de las propuestas de vinculación a las necesidades específicas de las MiPymes y la promoción de una cultura de colaboración.

Palabras clave: Industria y educación, transferencia de conocimientos, servicio universitario, pequeña empresa, empresario.

ABSTRACT

Organizations are adopting management practices aligned with the Sustainable Development Goals (SDGs) to generate a positive social impact and adapt to changing environments. This requires connecting different stakeholders (universities, government, businesses, and civil society). However, in Paraguay, the disconnect between these stakeholders is a reality that affects competitiveness and national development. Therefore, it is important to assess existing engagement initiatives and develop management models that foster better coordination between universities and their communities, aligning their efforts with community needs. Hence, the objective of this research is to analyze the assessment of university-business partnerships from the perspective of MSME owners. The methodology employed was quantitative and descriptive. The sample consisted of 23 MSMEs from Colo-

*Correspondencia:

mara.trinidad@unae.edu.py

Conflictos de interés: Los autores declaran no tener conflicto de intereses.

Contribuciones de autores: MTG:

Conceptualización, Curación de datos, Análisis formal, Adquisición de fondos, Investigación.

CDRP: Conceptualización, Curación de datos, Análisis formal, Adquisición de fondos, Investigación.

AEPB: Conceptualización, Curación de datos, Análisis formal, Adquisición de fondos, Investigación.

Financiamiento: Ninguno.

Códigos JEL: I23 (Innovación, Investigación y Desarrollo (I+D) en el Sector Empresarial).

Editor responsable: Susana Lugo Rolón

Recibido: 29/04/2025; **Aceptado:** 20/06/2025





nias Unidas (Hohenau, Obligado, and Bella Vista). A survey was administered with 18 closed and open-ended questions, which were adapted from another previously validated questionnaire. The study reveals that owners value university education; however, collaboration with universities is limited due to factors such as a lack of time, resources, and knowledge of partnership activities. Companies show interest in training and consulting services but are reluctant to participate in joint research projects. This indicates a need to strengthen communication and ties between universities and companies by tailoring partnership proposals to the specific needs of MSMEs and promoting a culture of collaboration.

Keywords: Industry and education, knowledge transfer, university services, small business, entrepreneur.

INTRODUCCIÓN

Impulsadas por el deseo de generar un impacto social positivo, las organizaciones están adoptando prácticas de gestión innovadoras para adaptarse a entornos cambiantes y cumplir con sus objetivos estratégicos (Bermúdez y Mejía, 2018). En este contexto, dichas prácticas deben estar alineadas con los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS). Estos objetivos, establecidos en la Agenda 2030, sirven como marco de referencia para que las organizaciones desarrollen estrategias y acciones conjuntas, integrando metas individuales con el bien común (Camarán et al., 2019). Ante esto, los ODS 17 y 9 proponen como alternativa la gestión de alianzas estratégicas para el intercambio de conocimientos y el desarrollo de actividades enfocadas en el progreso, mejora, resiliencia y sostenibilidad, sirviendo de base para políticas y estrategias de transformación (Cano et al., 2019).

Las organizaciones de la triple hélice (universidades, empresas e industrias, y el gobierno) colaboran en actividades de vinculación para beneficiar a su entorno (Morales et al., 2015). Su objetivo es fortalecer la transferencia de conocimiento voluntario mediante alianzas de investigación y desarrollo, además de fomentar innovaciones y el aprendizaje organizacional (Macías et al., 2018).

En lo que respecta a las universidades, estas se vinculan con la sociedad a través de actividades que combinan la enseñanza, la investigación y la extensión con miras al desarrollo sustentable, atendiendo a problemas en sectores marginados (Martínez y Atrizco, 2022). En este sentido, la educación superior debe ir más allá de la docencia, la investigación y la extensión, promoviendo competencias que aporten a la sociedad. La vinculación universidad - entorno permite una adaptación mutua según sus capacidades y oportunidades, respondiendo a las exigencias globales (Martínez y Atrizco, 2022).

En cuanto a las empresas, en América Latina y el Caribe, las micro, pequeñas y medianas empresas (MiPymes) son las principales creadoras de empleo. Sin embargo, su productividad es baja debido a los altos costos de formalización y a la falta de trabajo decente. Paraguay comparte esta realidad, con una economía dominada por trabajadores independientes y MiPymes, a menudo de tipo familiar (Viceministerio de MiPymes, 2021).

En el contexto paraguayo, la investigación aplicada a las empresas no tiene una conexión adecuada con la realidad de estas. Aunque existen actividades de vinculación mediante la extensión universitaria, estas no se realizan a través de oficinas de transferencia tecnológica. Al igual que en otros contextos latinoamericanos, la relación universidad - empresa ha sufrido un estancamiento en términos metodológicos y operativos, lo que ha limitado la utilización del potencial de conocimientos y habilidades de las universidades (Flores et al., 2023). No obstante, también se han dado experiencias positivas, por ejemplo, Esteche et al. (2023) analizaron el impacto de la vinculación entre empresas encarnacenas y una universidad privada, encontrando que impulsó la innovación en producto y administración, mejorando adaptabilidad, condiciones laborales y comunicación interna. Además, fortaleció el impacto social al fomentar el conocimiento y el desarrollo de emprendimientos.

En cuanto a actividades de vinculación, se puede mencionar las establecidas dentro del manual de Valencia (RICYT y OCTS-OEI, 2007) (Bas, 2017), cuyas acciones incluyen la cooperación y el desarrollo, que emergen de la dinámica de gobiernos, coaliciones, negociaciones y acuerdos entre representantes de intereses diversos. La colaboración entre universidades, empresas y el Estado es clave para impulsar el desarrollo tecnológico y la competitividad, especialmente en América Latina.

Esta vinculación solo es efectiva si los actores logran adaptarse a las realidades locales y trabajar juntos para superar desafíos como el financiamiento limitado y la desconexión con el mercado. Por tanto, la creación de políticas públicas sólidas y redes colaborativas es fundamental, como lo plantean Anillo et al. (2024), esta articulación estratégica permite alinear el conocimiento académico con las demandas productivas y sociales. En el caso de los países en desarrollo, las gestiones de innovación que promueven este tipo de actividades suelen ser débiles debido a la baja infraestructura educativa, debiendo las empresas orientar sus recursos al uso de tecnologías ofrecidas por agentes externos para fomentar su producción y la calidad ofrecida (Sarabia, 2016).

Afortunadamente las actividades de Investigación y Desarrollo (I+D) no solo se enfocan en crear nuevos conocimientos y técnicas, sino que pueden incrementar la creatividad de profesionales para que estos logren ser especialistas en resolución de conflictos (Moreno y Alfaro,



2022), siendo este el enfoque que pueden tomar países como Paraguay para el fomento de actividades vinculantes con miras al progreso. En este sentido, estudios como el Duarte De Krummel (2019) hacen hincapié en la falta de liderazgo transformacional en el ámbito académico, de investigación, innovación y transferencia de conocimiento a la sociedad, la cual incluye a las empresas.

En entornos empresariales competitivos, se hace necesaria la alianza estratégica en el ámbito de Investigación y Desarrollo (I+D) para lograr la implementación de soluciones creativas impulsando el progreso mediante propuestas con perspectivas externas ampliando las ideas y conocimientos que disminuyan el riesgo al fracaso y logren el éxito deseado (Olarie et al., 2023). Según Macías et al. (2018), las alianzas tecnológicas a corto plazo en compañía de otras formas de I+D de cooperación representan fuentes ideales de conocimiento novedoso para organizaciones como las MiPymes, que deben potenciar eficientemente las capacidades humanas y técnicas de colaboradores integrando a las personas, los procesos, como también la tecnología para lograr la competitividad (Torres, 2022). En este sentido, la vinculación entre universidad y empresa busca transferir conocimientos y tecnologías a las MiPymes, aunque no existen evidencias de que sus propietarios conozcan la importancia de alcanzar la competitividad en su entorno, suelen enfocar sus esfuerzos en sobrevivir en el mercado, centrándose en la productividad y la mejora de sus procesos (López y Tamayo, 2023).

Por lo mencionado, este trabajo tiene como objetivo conocer la valoración de las acciones de vinculación promovidas por la universidad y las MiPymes de las ciudades que componen las Colonias Unidas (Obligado, Hohenau y Bella Vista), a fin de determinar si dichas actividades realmente cumplen con su objetivo. Los resultados contribuirán con la elaboración de políticas e indicadores de vinculación con el medio que aseguren el compromiso y la responsabilidad de las universidades con las problemáticas de las MiPymes en las Colonias Unidas.

MATERIALES Y MÉTODOS

La investigación fue de tipo cuantitativo, descriptivo y no experimental. La muestra estuvo constituida por 23 MiPymes ubicadas en Colonias Unidas, una zona que comprende las ciudades de Hohenau, Obligado y Bella Vista, en el departamento de Itapúa. Se utilizó un muestreo no probabilístico por disponibilidad, sin delimitar un rubro específico, por lo que participaron empresas de diversos sectores. El tamaño de la muestra estuvo determinado por la disponibilidad de los participantes que cumplieron con los criterios establecidos. No se aplicaron fórmulas estadísticas para el cálculo muestral, ya que no se buscó representatividad estadística, sino la obtención de datos relevantes a partir de los sujetos accesibles. Esta estrategia fue pertinente dada la limitación de recursos y tiempo.

Para la selección de los participantes, se establecieron los siguientes criterios de inclusión: ser gerente o

representante legal de una microempresa; tener su empresa ubicada en la zona de las Colonias Unidas; aceptar voluntariamente participar en la investigación, tras recibir la información correspondiente sobre los objetivos de la investigación.

En cuanto a los criterios de exclusión, no se consideraron: empresas de mediano o gran tamaño; empresas ubicadas fuera del área geográfica de Colonias Unidas; participantes que no ocupaban un cargo directivo o que no estaban en condiciones de brindar información relevante sobre la gestión de la empresa.

Para la recolección de datos, se elaboró un cuestionario con base en el instrumento validado por Esteche, Gerhard y Ecurra (2023) en el trabajo titulado Vinculación universidad-empresa para desarrollar innovación- caso de una universidad privada y emprendedores de la ciudad de Encarnación, ajustado a las variables de interés del estudio. El cuestionario constó de 18 preguntas distribuidas en dos bloques: el primero, referido al perfil de la empresa (tamaño, sector y experiencia), y el segundo, centrado en la colaboración con universidades y centros públicos. Incluyó preguntas abiertas y cerradas, con opciones de respuestas múltiples y escalas.

Las principales variables abordadas fueron:

- Relación con la universidad: frecuencia de colaboración, motivos, modalidades preferidas y percepción sobre la capacidad universitaria.
- Percepción sobre obstáculos y beneficios de la colaboración.
- Conocimiento y participación en actividades de extensión universitaria.

Para evaluar estas variables, se utilizaron escalas de:

- Frecuencia: muy frecuente, frecuente, poco frecuente, nada frecuente.
- Conocimiento: nada, poco, medianamente, mucho.
- Importancia: nada importante, poco importante, importante, muy importante.

El procedimiento de aplicación del instrumento comenzó con un contacto presencial con los microempresarios, a quienes se les informó sobre los objetivos de la investigación. Una vez aceptada su participación, se procedió al envío del cuestionario vía WhatsApp mediante un enlace a Google Forms. La recolección de datos se llevó a cabo en el periodo comprendido entre el 17 y el 26 de julio del año 2024.

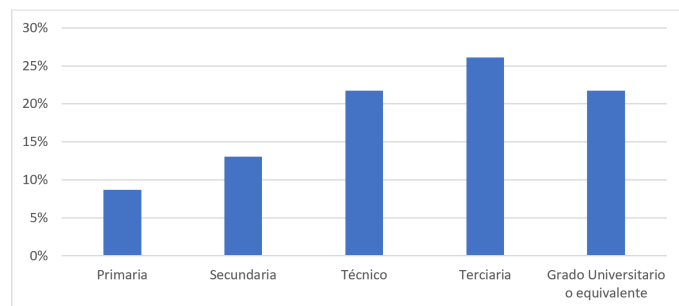
Para el análisis de los datos, se aplicó estadística descriptiva. Los resultados fueron procesados con el programa Microsoft Excel y presentados en tablas de frecuencias y gráficos.

RESULTADOS Y DISCUSIÓN

La mayoría de las empresas estudiadas se clasifican, según su tiempo de permanencia en el mercado, como

emergentes y en crecimiento (entre 0 y 6 años), con tendencia a buscar los beneficios que aporta la vinculación para el impulso de su competitividad (Anillo et al., 2024) o implementar soluciones creativas para el progreso, que disminuyan el riesgo al fracaso y logren el éxito deseado (Olarte et al., 2023).

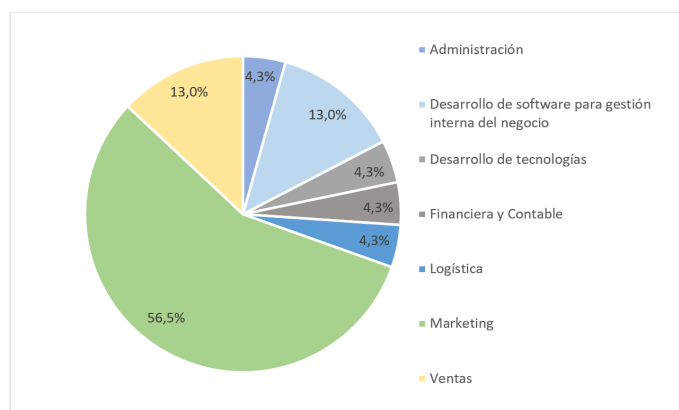
Estas microempresas trabajan de manera independiente, llegando en algunos casos a tener hasta 10 trabajadores. Por lo que, además, se asume que son gerenciadas mayoritariamente por sus dueños y manejan una cantidad baja de colaboradores.



Fuente. Elaboración propia.

Gráfico 1. Máximo nivel de estudios finalizado.

En el Gráfico 1 se aprecia que los emprendedores encuestados, quienes se asume son propietarios de las empresas, en su mayoría (26,1%) cuentan con estudios terciarios como nivel máximo de estudios, seguido por grado universitario y doctorado (ambos 21,7%) y en menor proporción están los estudios secundarios (13%), así como de especialización y primarios (ambos 8,7%). Esto refleja un valor enfocado en la educación, lo que permite orientar el trabajo institucional a través de una colaboración conjunta.



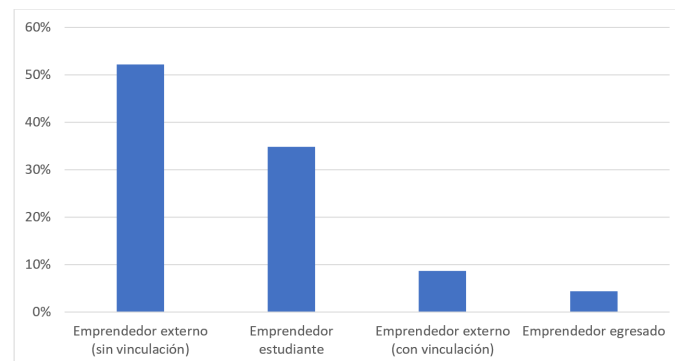
Fuente. Elaboración propia con base en la encuesta a microempresarios.

Gráfico 2. Áreas en las que la empresa necesita mayor apoyo.

Por su parte, según el Gráfico 2, las áreas en las que requieren mayor apoyo técnico, según los propietarios de las empresas, son en marketing con el 56,5%, desarrollo de software para el negocio con el 17,4%, las ventas con el 13% y otras categorías con 4,3%.

En cuanto a redes de contacto, el 69,6% de los encuestados no forma parte de ninguna. Las demás opciones de respuesta presentan porcentajes relativamente menores, lo que sugiere que la participación en redes de contacto más generales, como las municipales o sectoriales, es menos común entre este grupo de empresas. La baja

participación en otras redes de contacto indica que existe un potencial de crecimiento, especialmente las redes sectoriales y municipales, que podrían ofrecer beneficios adicionales a los emprendedores.



Fuente. Elaboración propia con base en la encuesta a microempresarios.

Gráfico 3. Tipo de vinculación con la universidad.

El Gráfico 3 expone los datos sobre el tipo de vinculación con la universidad, donde la mayor proporción de los resultados la representan emprendedores externos (sin vinculación), con un 52,2%, seguido por emprendedores estudiantes, con un 34,8%. También existe una menor proporción de emprendedores externos con algún tipo de vinculación (solo el 8,7%). Esto representa una debilidad en el relacionamiento entre las MiPymes y la universidad para formar parte de los procesos de desarrollo de las comunidades y la satisfacción de necesidades (Moreno y Alfaro, 2022), al no cumplir con el modelo de la Triple Hélice mencionado por Morales et al. (2015), que incluyen a las universidades o actores científicos y las empresas e industrias, además del gobierno. Sin embargo, Vázquez y Bermeo (2021), afirman que la vinculación es una estrategia para el mejoramiento de la competitividad de los sectores productivos ante los cambios del entorno, y en este sentido, se pudo identificar a una proporción importante como estudiante emprendedor, lo cual es un indicador de vinculación.

En el grupo empresarial estudiado existe una tendencia hacia una baja frecuencia de colaboración con otras entidades (empresa matriz/sucursal, otras empresas privadas, empresas de proveedores, empresas de clientes, universidades, centros de investigación públicos y privados) para llevar a cabo actividades innovadoras. Sin embargo, también se observa una alta valoración de la innovación, destacándose como principales motivos los siguientes: "obtener ideas innovadoras", "formar al personal de la empresa" y "lograr innovaciones en productos/procesos". Esto sugiere que, si bien existe interés en la innovación, las empresas no colaboran de manera habitual con otras organizaciones para llevar a cabo proyectos innovadores. Estas podrían no tener una cultura organizacional que fomente la colaboración externa, prefiriendo trabajar exclusivamente con entidades estrechamente relacionadas.

Por otra parte, formar al personal de la empresa es un motivo muy valorado para innovar. De hecho, las modalidades de preferencia con mayor porcentaje para relacionarse fueron los servicios de formación, como así también los cursos y



seminarios, lo cual refleja una necesidad de capacitación y actualización de conocimientos para enfrentar los desafíos del mercado. Esto sugiere que los propietarios de las empresas ven la colaboración como una oportunidad para desarrollar las habilidades de sus colaboradores y mejorar su desempeño. Sin embargo, la colaboración con universidades y centros de investigación, tanto públicos como privados, es relativamente baja.

También, se observa un bajo interés en la investigación conjunta. Esto podría indicar que las empresas prefieren enfoques más prácticos y orientados a resultados a corto plazo. Lo mencionado, deja ver que las decisiones en las MiPymes se toman en relación con objetivos orientados a la solución de problemas propios, sin miras a la difusión, priorizando los objetivos empresariales por encima de los objetivos de desarrollo impulsados por la universidad, la cual pretende generar conocimientos para el sector productivo y, por consiguiente, un impacto en el bienestar

Tabla 1. Modalidades preferidas para la vinculación.

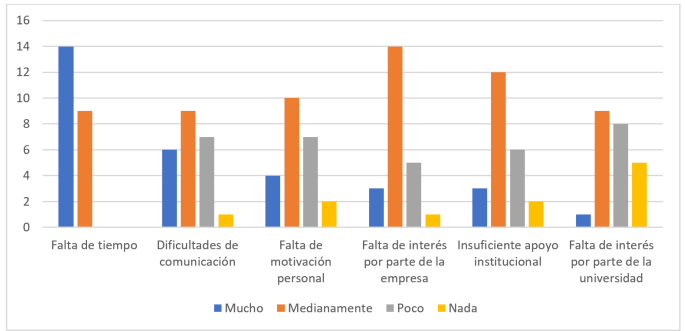
Modalidades preferidas de vinculación	Frecuencia (% del total de empresas N=23)
Servicios de formación	56,5
Cursos y seminarios	56,5
Consultas informales	34,8
Servicios de consultorías	34,8
Formación específica	26,1
Intercambio de especialistas	21,7
Transferencia de tecnología	13,0
Actividades científicas (congresos y difusión de investigaciones)	8,7
UE pasantías - residencias	8,7
Foros y conferencias	8,7
Empresas derivadas de I+D	4,3
Acuerdo de intermediación laboral (bolsa de trabajo)	4,3
Profesor de la industria	4,3
Investigación cooperativa	4,3

Fuente: Elaboración propia con base en la encuesta a microempresarios.

social (Esteche et al., 2023). Las modalidades más frecuentes para la vinculación fueron, según la Tabla 1, los servicios de formación, cursos y seminarios, con un 56,5% del total de empresas por cada una, lo que indica un mayor interés por actividades vinculadas al desarrollo de capacidades. Le siguen consultas informales y servicios de consultorías, ambos con un 34,8 %, lo que sugiere que existe un cierto grado de interacción espontánea o profesional con instituciones educativas.

Otras modalidades con participación moderada incluyen

formación específica (26,1%), intercambio de especialistas (21,7%) y transferencia de tecnología (13%). Cabe aclarar que en esta pregunta los encuestados podían seleccionar



Fuente. Elaboración propia con base en la encuesta a microempresarios.

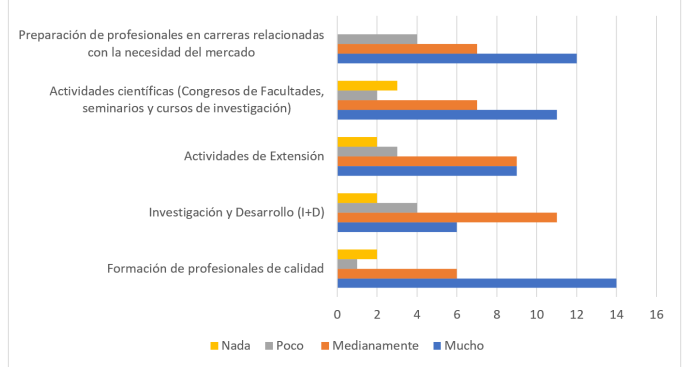
Gráfico 4. Aspectos que obstaculizan la relación de las universidades con las empresas.

más de una opción, por ello, la sumatoria de los porcentajes supera el 100%.

El Gráfico 4 muestra los aspectos que obstaculizan la relación de las universidades con las empresas. En la muestra estudiada, la falta de tiempo es el factor que destaca como el principal obstáculo que ven los propietarios de empresas para vincularse. Además, la sobrecarga laboral dificulta dedicar el tiempo necesario para establecer y mantener relaciones de colaboración. Así mismo, otro factor relevante es la dificultad de comunicación, la cual es clave para lograr una vinculación exitosa.

Otros factores relevantes son la falta de motivación personal, la falta de interés por parte de los propietarios y el insuficiente apoyo institucional, lo cual indica que las empresas, en general, no ven un beneficio directo en colaborar con las universidades o no priorizan estas relaciones. Sin embargo, aunque en menor medida, también las empresas perciben una falta de interés por parte de las universidades en establecer vínculos con ellas. En este sentido, las universidades deben encontrar oportunidades para vincularse al sector productivo y así promover el desarrollo (Anillo et al., 2024).

Estos resultados sugieren que se necesitan esfuerzos



Fuente. Elaboración propia con base en la encuesta a microempresarios.

Gráfico 5. Capacidad de las universidades para contribuir con el desarrollo de las empresas.

conjuntos para superar estas barreras y fortalecer la colaboración entre ambos sectores.

No obstante, como se apreciaba en el Gráfico 5, en cuanto a la capacidad de las universidades para contribuir con el

desarrollo de las empresas, la formación de profesionales de calidad y preparación de profesionales en carreras relacionadas con las demandas del mercado, estas variables obtuvieron una puntuación alta, lo que indica que las empresas valoran en gran medida la capacidad de estas para formar a los futuros colaboradores. No así, las actividades científicas y de extensión, las cuales obtienen puntuaciones moderadas, lo que indica que las empresas valoran estas actividades, pero no en la misma medida que la formación.

Sobre estos resultados, se puede hacer referencia a lo expuesto por López y Tamayo (2023) quienes afirman que las micro, pequeñas y medianas empresas, a pesar de generar un alto porcentaje del empleo y realizar una parte considerable de la producción y el comercio, requieren un mayor desarrollo de las competencias internas y el mejoramiento en la eficiencia en sus procesos y, por ende, la competitividad.

Por su parte, las exposiciones de trabajos de investigación, así como el desarrollo de proyectos de investigación con empresas, son aquellas sobre las que los encuestados tienen mayor grado de conocimiento.

En sí, existe una variedad considerable en el nivel de conocimiento de los encuestados sobre las diferentes actividades de extensión universitaria. Con base en lo mencionado, las universidades podrían no estar difundiendo de manera efectiva sus actividades de extensión, lo que limita el conocimiento de la población sobre estas iniciativas. Esto sugiere que existe una brecha entre la percepción de las personas sobre las actividades de extensión y la realidad de lo que las universidades ofrecen. El enfoque tradicional de las universidades podría estar más centrado en las actividades académicas propiamente dichas, en detrimento de las actividades de extensión.

En general, también existe un nivel de acompañamiento medio o escaso en la mayoría de las actividades. Esto

Tabla 2. *Predisposición a participar del proyecto de vinculación.*

Interés en la vinculación universidad - empresa	Frecuencia	%
Si	10	43,50
No	13	56,50
Total	23	100,00

Fuente: Elaboración propia con base en la encuesta a microempresarios.

indica que los encuestados sienten que las universidades están presentes y ofrecen cierto grado de apoyo, pero no de manera exhaustiva. Además de una notable variación sobre el acompañamiento entre las diferentes actividades. La Tabla 2 muestra los datos sobre la predisposición a participar en proyectos de vinculación entre la universidad y otras empresas, el 43,5% de los encuestados expresó su interés en formar parte de estos. Lo anterior sugiere una receptividad positiva hacia iniciativas que promueven la vinculación entre el ámbito académico y el sector

productivo. Sin embargo, el 56,5% no desea participar en proyectos de vinculación. Este porcentaje indica que existe una porción importante de encuestados que no ve beneficios o no está interesado en este tipo de iniciativas. Por tanto, el porcentaje de respuestas negativas indica que aún existe un margen de mejora en la comunicación y difusión de los beneficios de este tipo de proyectos. Si bien la proporción de respuestas afirmativas fue menor, revela un interés considerable en establecer vínculos entre la universidad y el sector empresarial.

Estos hallazgos coinciden con estudios previos como el de Moreno y Alfaro (2022), quienes señalan que las microempresas, especialmente en contextos rurales o descentralizados, suelen priorizar objetivos inmediatos relacionados con la sostenibilidad financiera antes que con el desarrollo colaborativo a mediano plazo. Asimismo, Vázquez y Bermeo (2021) advierten que las MiPymes tienden a desvincularse de procesos formales de investigación y vinculación debido a la falta de información, escasos recursos y percepciones limitadas del rol de la universidad.

En la muestra analizada, se identificaron características asociadas a una mayor predisposición a la vinculación: empresas con menor tiempo en el mercado (emergentes), dirigidas por personas con estudios universitarios y posgrados, y aquellas que manifiestan interés en la capacitación del personal. Estas variables coinciden con perfiles que, según Vázquez y Bermeo (2021), tienden a valorar la cooperación como mecanismo de fortalecimiento empresarial y de adaptación al entorno competitivo.

Los resultados de la encuesta sugieren que existe un potencial para desarrollar proyectos de vinculación universidad-empresa en la universidad. Estos proyectos pueden contribuir a fortalecer la formación de los estudiantes, fomentar la investigación aplicada y generar un impacto positivo en el desarrollo regional.

La baja disposición a participar podría explicarse, además, por factores como la falta de tiempo, la sobrecarga laboral, la escasa percepción de beneficios inmediatos, la deficiente comunicación institucional y la limitada presencia de incentivos concretos para colaborar con las universidades, como lo revela el gráfico 4. Estos obstáculos son consistentes con lo identificado por López y Tamayo (2023), quienes destacan la necesidad de fortalecer la cultura de vinculación a través de estrategias comunicacionales eficaces y políticas de estímulo empresarial.

De esta manera, los encuestados que no desean participar podrían carecer de información suficiente sobre los objetivos y beneficios del proyecto, lo que genera incertidumbre o desinterés. Por su parte, algunos encuestados podrían tener otros compromisos o prioridades que les impidan participar.

CONCLUSIONES

El estudio realizado sobre vinculación universidad -



empresa en las Colonias Unidas revela importantes resultados desde la perspectiva de propietarios de MiPymes. Las actividades de vinculación tienen el potencial de fortalecer las relaciones entre la universidad, la empresa y el Estado, lo cual garantizará una gestión universitaria basada en experiencias prácticas. Esto permite superar la enseñanza tradicional centrada exclusivamente en conocimientos teóricos, mediante la implementación de metodologías que combinan la teoría con la práctica, involucrando a los estudiantes con el ámbito empresarial. Por su parte, las empresas pueden beneficiarse de servicios de consultorías, formación específica de recursos humanos, investigación y transferencia de tecnología entre otros, por medio de las actividades de vinculación.

Como se ha expresado antes, los propietarios de empresas encuestados atribuyen un alto nivel de importancia a la vinculación con otras empresas e instituciones, señalando como motivos principales formar al personal y realizar innovaciones. Además, los mencionados consideran que las universidades tienen capacidad para contribuir con el desarrollo de las empresas.

Sin embargo, los resultados muestran un bajo nivel de interés y conocimiento por parte de los encuestados para concretar actividades de vinculación entre los actores involucrados.

Diversos factores influyen en estos resultados, entre los cuales se destaca la falta de tiempo y motivación de los propietarios de las empresas, así como la limitada difusión por parte de las universidades sobre los beneficios de la vinculación, lo cual dificulta una colaboración más efectiva entre las empresas y la universidad. A pesar de estas limitaciones, todos los encuestados manifestaron tener necesidades en cuanto a apoyo técnico para realizar innovaciones en distintas áreas de su empresa, como investigación de mercados, ventas y control de calidad, mayormente, lo que indica que la universidad se enfrenta a una serie de desafíos y oportunidades, que conlleva una adaptación de sus estrategias para fomentar una mayor participación.

Por otro lado, la baja colaboración en redes de contacto y vinculación con instituciones del Estado ofrece la oportunidad de fortalecer lazos, creando proyectos que busquen el bien común y contribuyan al desarrollo de la comunidad.

Conforme a los resultados, una menor proporción de los encuestados (menos de la mitad), pero importante, expresaron su disposición a participar en actividades de vinculación. Este grupo representa una oportunidad inicial para fortalecer las relaciones, generar confianza y obtener resultados que permitan dar a conocer a la comunidad los beneficios de incluir esta metodología de aprendizaje que es la vinculación universidad-empresa en las Colonias Unidas.

Para enfrentar estos desafíos, se sugiere emprender acciones específicas entre los actores sociales que

puedan ser implementadas como ser la creación de redes de contacto, en donde las empresas puedan interactuar entre sí, intercambiar experiencias y establecer alianzas estratégicas. Las universidades pueden desarrollar programas que respondan a las necesidades específicas, ofreciendo cursos, asesoramiento y acompañamiento en horarios que no intervengan con sus labores cotidianas, en la cual se podrá identificar oportunidades de colaboración, garantizando la confidencialidad de los datos proporcionados, a fin de lograr mayor participación en líneas de investigación.

REFERENCIAS

- Anillo, K. T., Muñoz, G. G., & Duran, J. R. (2024). Vinculación Universidad-Empresa para el Impulso del Desarrollo Tecnológico: Una Revisión Sistemática. *Investigación e Innovación en Ingenierías*, 12(2). <https://doi.org/10.17081/invinno.12.2.7510>
- Bas, N. (2017). Las universidades y la misión de la vinculación en el Reino Unido: Un marco de referencia para pensar la propuesta de indicadores del Manual de Valencia. *Revista Iberoamericana de Ciencia, Tecnología y Sociedad.*, 12(34), 95-110. https://www.scielo.org.ar/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1850-00132017000100005&lng=es&tlng=es.
- Bermúdez-Colina, Y., & Mejías-Acosta, A. A. (2018). Medición de la responsabilidad social empresarial: casos en pequeñas empresas Latinoamericanas. *Ingeniería Industrial*, 39(3), 315-325. http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1815-59362018000300315&lng=es&tlng=es
- Camarán, M. L., Méndez, L. A. B., & Rueda, M. P. (2019). La Responsabilidad social empresarial y los objetivos del desarrollo sostenible (ODS). *Revista Científica Teorías, Enfoques y Aplicaciones en las Ciencias Sociales*, 11(24), 41-52. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=7013907>.
- Cano, R. D., Picó, M. J., & Dimuro, G. (2019). Los Objetivos de Desarrollo Sostenible como marco para la acción y la intervención social y ambiental. *RETOS. Revista de Ciencias de la Administración y Economía*, 9(17), 25-36. <https://doi.org/10.17163/ret.n17.2019.02>
- Duarte De Krummel, M. D. (2019). Las universidades de Paraguay. Desafíos actuales y su relación con la sociedad (Doctoral dissertation, Universidad de Almería). <https://investigacion.ujaen.es/documentos/5eebf24329995209f42616ef?lang=gl>.
- Esteche, E., Gerhard, Y. y Ecurra, M. L. (2023). Vinculación universidad-empresa para desarrollar innovación - caso de una universidad privada y emprendedores de la ciudad de Encarnación. *Revista Estrategia y Gestión Universitaria*, 11 (2), 86-109. <https://doi.org/10.5281/zenodo.8147331>
- Flores-Alatorre, J. F., García, C. C., Arroyo-Vázquez, M., & Pacheco-Blanco, B. (2023). Relaciones



Universidad-Empresa en el Contexto Paraguay– Oportunidad para el Sistema de Innovación. Revista Internacional de Investigación en Ciencias Sociales, 19(2).<http://revistacientifica.uaa.edu.py/index.php/riics/article/view/1631>.

Obtenido de: <https://desarrolloyeconomiasocial.com/index.php/oidles/article/view/841>

López, C. E. V., & Tamayo, K. D. R. (2023). Correlación entre la productividad y la competitividad de las MiPymes: Una Revisión literaria. Revista Reflexiones y Saberes, 19 (Julio-Diciembre), 3-26. <https://revistavirtual.ucn.edu.co/index.php/RevistaRyS/article/view/1709>

Viceministerio de MiPymes, Dirección de Estudios Económicos (2021). Nota técnica DDE N° 002/2021. Evolución reciente del empleo en Paraguay. https://economia.gov.py/application/files/5216/5037/0472/NT_001_Evolucion_del_empleo_en_Paraguay_revJJ_V3.pdf

Macías Urrego, J., Valencia Arias, A., & Montoya Restrepo, I. (2018). Factores implicados en la transferencia de resultados de investigación en las instituciones de educación superior. Ingeniare. Revista chilena de ingeniería, 26(3), 528-540. <https://dx.doi.org/10.4067/S0718-33052018000300528>

Martínez, Z. P. S., & Atrizco, V. H. G. (2022). La vinculación social universitaria: un camino hacia la pertinencia social. <https://doi.org/10.19136/etie.a4n8A.4720>

Morales Rubiano, M. E., Sanabria Rangel, P. E., & caballero Martínez, D. (2015). Características de la vinculación universidad-entorno en la Universidad Nacional de Colombia. Revista Facultad de Ciencias Económicas: Investigación y Reflexión, 23(1), 189-208. http://www.scielo.org.co/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0121-68052015000100011&lng=en&tlng=es.

Moreno, G. E. M., & Alfaro, J. I. (2022). La importancia de la función de investigación universitaria y su relación con los actores sociales de un territorio. LATAM Revista Latinoamericana de Ciencias Sociales y Humanidades, 3(2), 795-804. <https://doi.org/10.56712/latam.v3i2.149>

Olarte-Pacco, M. A. D., Salinas-Gainza, F. R., & Ríos-Vera, K. J. (2023). Investigación y desarrollo en empresas (i+ d): una revisión sistemática y análisis cuantitativo de las tendencias actuales con base en Scopus. Quipukamayoc, 31(66), 69-84. <https://doi.org/10.15381/quipu.v31i66.26512>

Sarabia, G. (2016). La vinculación universidad-empresa y sus canales de interacción desde la perspectiva de la academia, de la empresa y de las políticas públicas. Ciencia UAT, 10(2), 13-22. http://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2007-78582016000100013&lng=es&tlng=es.

Torres, W. E. R. (2022). Gestión del capital humano por competencias laborales en el contexto empresarial:: una revisión de literatura. Lúmina, 23(1), 1. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=8679439>.

Vásquez, M. E., & Bermeo, K. V. (2021). Vinculación universidad: empresa y su contribución al desarrollo local, caso Universidad Católica de Cuenca. OIDLES: Observatorio Iberoamericano del Desarrollo Local y la Economía Social, 15(31), 1-19.