

**VINCULACIÓN Y TRANSFERENCIA UNIVERSITARIA EN ARGENTINA:
EVALUACIÓN DEL IMPACTO DE UN PROGRAMA DE EXTENSIÓN EN EL
DESARROLLO LOCAL DESDE LA PERSPECTIVA DEL EMPRENDIMIENTO**

**VINCULAÇÃO E TRANSFERÊNCIA UNIVERSITÁRIA NA ARGENTINA:
AVALIAÇÃO DO IMPACTO DE UM PROGRAMA DE EXTENSÃO NO
DESENVOLVIMENTO LOCAL NA PERSPECTIVA DO EMPREENDEDORISMO**

**LINKING AND TRANSFER UNIVERSITY IN ARGENTINA: EVALUATION OF THE
IMPACT OF AN EXTENSION PROGRAM ON LOCAL DEVELOPMENT FROM THE
PERSPECTIVE OF ENTREPRENEURSHIP**



Ricardo Costa CAGGY¹
e-mail: ricardo.caggy@uap.edu.ar

Aldana Ayelén KIMEL²
e-mail: aldana.kimel@uap.edu.ar

Belén LEIVA³
e-mail: belen.leiva@uap.edu.ar

María Julia Gaioli BORGERT⁴
e-mail: maria.gaioli@uap.edu.ar

Cómo hacer referencia a este artículo:

CAGGY, R; KIMEL, A. A; LEIVA, B.; BORGERT, Maria J. G. Vinculación y transferencia universitaria en Argentina: Evaluación del impacto de un programa de extensión en el desarrollo local desde la perspectiva del emprendimiento. **Plurais - Revista Multidisciplinar**, Salvador, v. 7, n. 00, e023008. e-ISSN: 2177-5060. DOI: <https://doi.org/10.29378/plurais.v8i00.15398>



| **Presentado en:** 17/10/2022

| **Revisiones requeridas en:** 06/06/2023

| **Aprobado en:** 30/07/2023

| **Publicado en:** 03/11/2023

Editores: Profa. Dra. Célia Tanajura Machado
Profa. Dra. Kathia Marise Borges Sales
Profa. Dra. Rosângela da Luz Matos

Editor Adjunto Ejecutivo: Prof. Dr. José Anderson Santos Cruz

¹ Universidad Adventista del Plata, La Plata – Argentina. Doutor em Administração (UFBA). Professor da Universidad del Plata. Argentina.

² Universidad Adventista del Plata, La Plata – Argentina. Estudiante da carrera de Contador Público (Facultad de Ciencias Economicas y de la Administración - Universidad Adventista del Plata).

³ Universidad Adventista del Plata, La Plata – Argentina. Estudiante da carrera de Administracao (Facultad de Ciencias Economicas y de la Administración - Universidad Adventista del Plata)

⁴ Universidad Adventista del Plata, La Plata – Argentina. Estudiante da carrera de Administracao (Facultad de Ciencias Economicas y de la Administración - Universidad Adventista del Plata).

RESUMEN: Las universidades desempeñan un rol fundamental en la formación y desarrollo de la sociedad a través de la enseñanza, la investigación y la extensión universitaria. Este estudio analizó el impacto de un programa de extensión en una universidad privada y confesional en Argentina, centrado en el desarrollo del emprendimiento. Utilizando un enfoque mixto, se adaptó el instrumento de evaluación de programas de Mora Batista (2018) para la recopilación de datos, además de llevar a cabo entrevistas y grupos focales. Los resultados indican una evaluación positiva del programa por parte de los participantes. Sin embargo, se identificó la necesidad de alinear las expectativas de aprendizaje entre estudiantes y emprendedores para optimizar el impacto en la comunidad. Dada la presencia significativa de mujeres en el programa, se recomienda un enfoque futuro en el empoderamiento femenino. Estos resultados resaltan la importancia de la extensión universitaria en el fomento del emprendimiento y señalan oportunidades para actividades de vinculación entre universidades y la comunidad.

PALABRAS CLAVE: Emprendimiento. Extensión universitaria. Capacitación. Impacto. Desarrollo local.

***RESUMO:** As universidades desempenham um papel nevrálgico na formação e desenvolvimento da sociedade através do ensino, pesquisa e extensão universitária. Este estudo analisou o impacto de um programa de extensão em uma universidade privada e confessional na Argentina, focado no desenvolvimento do empreendedorismo. Utilizando uma abordagem mista, o instrumento de avaliação de programas de Mora Batista (2018) foi adaptado para a coleta dos dados; além disso, foram realizadas entrevistas e grupos focais. Os resultados indicam uma avaliação positiva do programa por parte dos participantes. No entanto, identificou-se a necessidade de alinhar as expectativas de aprendizado entre alunos e empreendedores para otimizar o impacto na comunidade. Dada a presença significativa de mulheres no programa, é recomendado um enfoque futuro no empoderamento feminino. Esses resultados destacam a importância da extensão universitária no fomento do empreendedorismo e apontam para oportunidades de atividades de vinculação entre universidades e comunidade.*

***PALAVRAS-CHAVE:** Empreendedorismo. Extensão universitária. Formação. Impacto. Desenvolvimento local.*

***ABSTRACT:** Universities play a crucial role in shaping and advancing society through education, research, and university extension. This study examined the impact of an extension program at a private, faith-based university in Argentina, specifically focusing on entrepreneurship development. Employing a mixed-methods approach, the program evaluation tool developed by Mora Batista (2018) was adapted for data collection, along with interviews and focus groups. The results indicate an upbeat assessment of the program by the participants. However, it was identified that there is a need to align learning expectations between students and entrepreneurs to optimize the impact on the community. Given the significant presence of women in the program, a future emphasis on female empowerment is recommended. These findings underscore the importance of university extension in promoting entrepreneurship and point to opportunities for collaborative activities between universities and the community.*

***KEYWORDS:** Entrepreneurship. University extension. Training. Impact. Local development.*

Introducción

Las universidades siempre tuvieron un rol fundamental en el desarrollo de la sociedad, pero con el advenimiento de la tecnología y la sociedad del conocimiento, estas funciones fueron intensificadas por la necesidad de innovación, creación y producción de soluciones para el desarrollo sostenible de la sociedad. En este sentido, la creación de una relación más estrecha entre diferentes actores sociales como en el caso de las universidades, gobierno (estado) y empresarios, por ejemplo, ha generado modelos exitosos de ecosistemas para el desarrollo local, con base en conocimiento, innovación y una cultura emprendedora.

Mason y Brown (2014) entienden el ecosistema emprendedor local como un conjunto de actores interconectados, tanto existentes como potenciales, compuesto por organizaciones empresariales (empresas, inversores, bancos), instituciones (universidades, organismos públicos, organismos empresariales) y emprendedores, considerando variables como la tasa de nacimientos de empresas, el número de empresas de alto crecimiento, las tasas de éxito empresarial, la reproducción de emprendedores, la motivación para emprender y los niveles de ambición empresarial. Esta conexión permite, formal e informalmente, mediar y gestionar el rendimiento dentro del entorno emprendedor local.

En este sentido, las universidades se conciben como articuladoras entre los distintos actores, con la posibilidad de ser generadora y/o incubadora de los proyectos emprendedores de la región. Estas prácticas se han consolidado a lo largo de los años y han impulsado a diferentes países a adoptar políticas públicas para apoyar el emprendimiento y la vinculación con las universidades.

A partir de la observación de la situación presente en el mundo laboral y emprendedor, sumado al reclamo social dirigido a las instituciones educativas, se reconoce la necesidad de profundizar el análisis del impacto de la vinculación de una universidad privada confesional por medio de un programa de extensión para capacitar y apoyar el emprendimiento en una localidad de Argentina.

En este sentido el estudio pretendió identificar los factores facilitadores y obstaculizadores de un programa de extensión articulado con la municipalidad local, además de conocer la percepción de los involucrados en las actividades y el nivel de impacto del programa de capacitación mediante indicadores que reflejen el nivel de éxito del emprendimiento.

Marco teórico

Emprendedorismo

Guillén *et al.* (2014) sostienen que el emprendimiento es un fenómeno que consiste en la gestión de conocimientos para su diseminación entre los actores políticos, económicos y sociales a fin de promover el desarrollo sustentable de las generaciones futuras. Por otra parte, Vásquez *et al.* (2019) proponen que el emprendimiento es el motor del cambio, y del crecimiento económico, relacionado con las habilidades de quien emprende para generar innovación.

Aguilar *et al.* (2016), en su investigación bibliográfica, plantean que quien lleva a cabo un emprendimiento es el emprendedor, término que proviene del francés *entrepreneur* (pionero), utilizado inicialmente para referirse a quienes se arriesgan a poner en marcha sus ideas en un mundo de oportunidades, aun desconociendo la proyección en el campo de su desempeño. Según los autores, para tener éxito es necesario que los emprendedores desarrollen ciertas capacidades tales como flexibilidad, dinamismo, creatividad y empuje, entre otras, ya que deben estar en condiciones de adaptarse a una realidad cambiante; siendo que el trabajo en equipo suele ser un factor impulsor de proyectos, puesto que potencia las cualidades de cada integrante.

La enseñanza de emprendimiento ha sido motivo de estudio en el mundo. Los primeros cursos se basaban en el relato histórico de empresarios exitosos, aunque no brindaban las herramientas necesarias para desarrollar emprendimientos. A lo largo de las últimas tres décadas, las teorías asociadas al emprendedorismo han permitido crear modelos adaptables a cada realidad. En los Estados Unidos, esta enseñanza ha despertado un creciente interés en los programas de administración de las universidades, con el propósito de responder al nuevo mercado de la enseñanza de emprender (Castillo, 1999).

Conjuntamente desarrollados estos conceptos, Isenberg (2010) señala que el ecosistema emprendedor tiene tres factores clave: (a) masa crítica de emprendedores, empresas e instituciones especializadas en datos locales, (b) una densa red de relaciones entre los actores y (c) una cultura que reúne elementos alentadores. Como se advierte, el ecosistema descrito incluye factores que involucran las funciones de las entidades que promueven relaciones e incentivan el desarrollo de la cultura.

Transferencia y Extensión Universitaria

Parte de la función social de las universidades hacia la comunidad, como impulsoras del emprendedorismo, es la transferencia y producción de conocimiento (Nwosu, 2012). La transferencia de conocimiento es entendida como un proceso que involucra dos acciones dadas por la transmisión y la absorción (uso); siendo la transmisión el envío o presentación a un receptor potencial ya sea una persona o grupos de ellas (Ariza *et al.*, 2020).

A su vez, Romero Alonso *et al.* (2020) identifican tres factores para que los aprendizajes sean realmente aplicados en el contexto: (a) los insumos de la formación (personas y características del proceso formativo), (b) resultados del proceso formativo como tal y (c) condiciones de transferencia del entorno de desempeño.

Según Rodríguez-Izquierdo (2020), en educación superior se están impulsando metodologías activas que suponen una participación estudiantil no solo en su aprendizaje sino también en el servicio; sin embargo, la falta de participación de los estudiantes es un problema frecuente. Diversos trabajos ofrecen evidencias de la importancia de las metodologías activas en la satisfacción y compromiso del alumnado con sus estudios, beneficios que podrían obtenerse mediante el aprendizaje servicio, concebido como una propuesta educativa que combina procesos de aprendizaje y de servicio a la comunidad en un único proyecto en el que los participantes aprenden a la vez que atienden necesidades reales del entorno, con la finalidad de mejorarlo (Gallardo, 2017). Es así como se estima recomendable impulsar el aprendizaje servicio, en las instituciones de educación superior, con la intención de promover el compromiso de los estudiantes con su formación académica y con la comunidad.

De las diferentes formas de transferencia que se implementan en las universidades, la elegida por el programa evaluado en el presente trabajo ha sido la capacitación a emprendedores.

Capacitación

“La capacitación es una actividad educativa que coadyuva al desarrollo de las capacidades humanas” (Francia, 2018, p. 4). La capacitación adquiere gran importancia ya que es un proceso formativo, sistemático y continuo que permite al individuo crecer como profesional, en la medida que adquiere y transfiere conocimientos, y desarrolla habilidades y competencias que posibilitan su crecimiento integral, mientras responda a las necesidades de la organización.

Según Castillo (1999), existen tres herramientas que han resultado exitosas en los programas de capacitación para emprendedores, incluyendo (a) la elaboración de un plan de empresas, traducido en un mapa del camino a seguir desde el inicio hasta la meta fijada, (b) el contacto con la realidad y la interpretación de ésta, mediante la participación de los estudiantes en proyectos de investigación o en actividades de extensión que involucren el trabajo con emprendedores y su posterior análisis y (c) los casos o análisis de situaciones para ilustrar una situación particular y la toma de decisiones.

Reyes *et al.* (2017) abordaron un estudio cuyos objetivos se centraron en el análisis del impacto de un programa de apoyo para emprendedores (Fonaes) en desarrollos empresariales, y en la propuesta de alternativas para disminuir los grupos o personas que cierran sus negocios por falta de capacidad administrativa. Los resultados mostraron que los beneficiados de los apoyos aplicaron el aprendizaje obtenido y reconocieron la contribución a su capacitación empresarial como parte importante para el funcionamiento y operación de sus empresas.

Diferentes autores enfatizan componentes fundamentales a contemplar en las capacitaciones con el fin de alcanzar la consolidación de los emprendimientos. Para Moreno y Escobar Cuervo (2015), esos componentes estarían representados por contenidos orientados hacia la administración y la contabilidad. Aldana Tarazona (2020) destaca la gestión comercial, dado que la escuela de negocios ESAN indica que “la pequeña empresa nace y crece gracias al esfuerzo y dedicación del emprendedor. Sin embargo, en un momento competitivo esta fortaleza no es suficiente, se requieren habilidades y herramientas de gestión empresarial que aceleren el proceso de crecimiento y consolidación del negocio” (Aldana Tarazona, 2020, p. 17). Ante esta situación, se advierte la necesidad de adquirir nuevas técnicas y herramientas que promuevan el desarrollo de la gestión comercial dentro de una empresa, debido a que esta representa la conexión con el exterior. La gestión comercial es la encargada de poner en marcha estrategias y técnicas para llevar a cabo lo planeado en empresas dedicadas a ofrecer servicios o vender productos.

Otra herramienta imperante para que un emprendimiento sea exitoso es un buen manejo de las finanzas. Cumbicus Vélez (2020), en su análisis del estado actual de los emprendimientos atendidos por la carrera de Contabilidad y Auditoría de la PUCESE, señala que los emprendedores identificaron como principal debilidad la falta de conocimientos administrativos y contables, añadiendo que tienden a confundir la economía familiar o individual con la rentabilidad del negocio, por lo que la capacitación en este sentido resulta esencial. De acuerdo con Pizarro *et al.* (2020), llevar una buena contabilidad les permitirá a los

emprendedores determinar costos de producción y venta, dependiendo del giro de la empresa, pudiendo obtener mejores resultados. De esta forma tendrán información más precisa y adecuada para la toma de decisiones de las distintas tareas desarrolladas en su emprendimiento, logrando un mejor control administrativo.

Dado que las capacitaciones persiguen fines asociados a beneficios reportados a los emprendimientos, la evaluación de los resultados cobra un sentido trascendente para los interesados.

Evaluación de impacto

Evaluar el impacto no es una tarea sencilla, pero sumamente necesaria ya que de esta forma se obtiene una retroalimentación de lo que se ha enseñado. Se entiende como impacto, el cambio producido en una población, comparado con lo que habría sucedido si no se hubiera intervenido en ella (García Sánchez; Cardozo Brum, 2017).

En una investigación vinculada a la evaluación del impacto de las capacitaciones en las organizaciones (Mora Batista, 2018), se muestra resultados satisfactorios ya que aumentaron la satisfacción de los clientes, los niveles de ventas y de productividad, influenciado de forma indirecta por la capacitación. Siendo que este tipo de transferencia se observa como un agente de cambio y de productividad, resulta ser la vía que poseen las organizaciones para introducir los conocimientos y habilidades que necesitan las personas, las organizaciones, y la sociedad, para desarrollar su trabajo y mejorar su desempeño.

La evaluación del impacto permite conocer la efectividad y la utilidad de la capacitación durante su ejecución. Por ello es necesario definir las orientaciones y el seguimiento que debe darse a la capacitación para mejorar la calidad de las acciones futuras. Se debe asegurar información de calidad y la evaluación debe ser sostenida en el tiempo, acompañando el proceso y posteriores cambios surgidos de la capacitación (Triana; Medina, 2019).

Efectividad de los programas

La evaluación de los programas no debe ser unidimensional, sino que debe abordarse desde un enfoque sistémico. Se puede medir la efectividad presente en los programas de formación, o en las capacitaciones, mediante (a) el grado en que los conocimientos, habilidades y actitudes enseñadas responden a una necesidad de los participantes y (b) la percepción del aprendizaje de los contenidos, su correcta aplicación y la sostenibilidad en el tiempo (Francia,

2018). La variación de productividad en el emprendimiento, luego del programa, también puede corroborar la efectividad de los programas de vinculación.

Alcanzar la efectividad del programa también depende de la percepción de los involucrados en el mismo. Ruiz de Maya y Grande Esteban (2006) sostienen que “la percepción puede entenderse como un proceso de captación y evaluación de estímulos procedentes del exterior, seleccionados y organizados, y que permiten comprender el mundo que nos rodea” (Ruiz de Maya; Grande Esteban, 2006, p. 25), por lo que se convierte en una forma de evaluar los programas desde una mirada interna.

El proceso de evaluación de los programas y actividades, que tienen como propósito capacitar y mejorar la actividad emprendedora en el entorno, es fundamental para identificar las fortalezas y conocer si la transferencia de conocimientos, aportado por la universidad a la sociedad, atiende las necesidades y expectativas de los involucrados.

Metodología

El trabajo consistió en un estudio de caso único como estratégica de investigación, donde no se pretende lograr la generalización de los hallazgos, pero sí la comprensión del fenómeno investigado en su contexto, de acuerdo con Yin (2005).

El estudio fue abordado desde un enfoque mixto, donde tanto los datos cuantitativos como cualitativos cobran un papel relevante. Como lo señala Pereira Pérez (2011), el planteamiento de un diseño mixto permite una aproximación a temáticas de estudio, especialmente cuando se tiene la intención de conceder voz a los participantes, es decir, cuando no solo se buscan datos numéricos, sino también la visión del participante. Se utilizó la triangulación de los datos para lograr una mayor comprensión del objeto de estudio. La triangulación puede ser entendida como un proceso de validación acumulativa (cuantitativo + cualitativo) o como un medio de obtener un panorama más completo de los fenómenos investigados (cuantitativo y cualitativo) (Kelle, 2001).

Instrumentos

La percepción de impacto del programa de extensión para emprendedores fue medida mediante tres técnicas de recolección de datos (a) encuesta, (b) grupos focales y (c) entrevista, todas administradas posteriormente a la implementación del programa. Las encuestas fueron aplicadas a los emprendedores que participaron en el programa de extensión universitaria. Los

dos grupos focales se desarrollaron con los emprendedores participantes del programa de extensión y con los estudiantes que conformaban el equipo orientador del mismo. La entrevista se llevó a cabo con el representante municipal del sector de emprendedores locales.

En principio, la encuesta fue producto de la adaptación de dos instrumentos utilizados en diferentes investigaciones relacionadas con (a) la evaluación del impacto de la capacitación en las organizaciones (Mora Batista, 2018) y (b) la medición de la capacidad emprendedora (Gonzales Meza, 2018).

El proceso de adaptación del instrumento contempló el escenario donde se desplegaría la presente investigación, proponiendo la eliminación de dimensiones e indicadores y la modificación de otros de ellos. El instrumento de Mora Batista (2018) se distribuye en 20 dimensiones, de las cuales se adoptaron nueve, mientras que el instrumento de González Meza (2018) presenta tres dimensiones, de las que se adoptaron indicadores que complementaban la variable de interés con la dimensión de productividad, por lo que la versión planteada consta de diez dimensiones.

Terminado el proceso de adaptación, la encuesta fue enviada a seis expertos en el área, con el fin de obtener evidencias de validez del contenido en las dimensiones seleccionadas para la investigación. En la primera etapa, los evaluadores propusieron modificaciones y el ajuste de cada ítem con los conceptos involucrados en cada dimensión, los que fueron considerados para la redacción de la segunda versión del instrumento, versión que fue sometida al juicio de los expertos mediante la valoración de la claridad y pertinencia de cada ítem. Una vez obtenidas las valoraciones de los expertos, en una escala de uno al cinco, donde el uno indica un nivel mínimo del atributo mientras que el cinco indica un nivel máximo del mismo respecto de la claridad y pertinencia de cada uno de los ítems de las diez dimensiones.

El objetivo de la valoración fue depurar los ítems y eliminar los menos representativos a fin de obtener un instrumento validado, para lo que se procedió a verificar el grado de acuerdo entre jueces mediante la V de Aiken (1980) como una de las técnicas que permite cuantificar la claridad y pertinencia de cada ítem respecto de un dominio de contenido formulado por jueces. Su valor oscila desde cero a uno, siendo el valor uno el indicativo de un acuerdo perfecto entre los jueces. La interpretación del coeficiente se centra en la magnitud calculada y en el nivel de significación estadística obtenido. Como criterio para mantener un ítem, se asumió que el índice no fuera inferior a 0,80 ($p < 0,05$). Luego de eliminar los ítems sugeridos por los índices de Aiken, el instrumento, que utiliza una escala tipo Likert, de “Muy de acuerdo” a “Muy en desacuerdo”, quedó conformado por las siguientes dimensiones: (a) preparación previa al

programa de extensión universitaria con tres ítems, (b) objetivos y contenidos del programa de extensión con siete ítems, (c) instructores del programa de extensión con seis ítems, (d) duración del programa de extensión con cuatro ítems, (e) intención de aplicar los contenidos del programa de extensión con tres ítems, (f) autoeficacia a partir del programa de extensión con tres ítems, (g) disponibilidad de factores productivos en el emprendimiento con tres ítems, (h) percepción global del programa de extensión con tres ítems, (i) expectativa de resultados positivos del programa de extensión con tres ítems y (j) productividad resultante con tres ítems.

Por su parte, tanto los grupos focales como la entrevista fueron realizadas por medio de los moderadores a través de un guion de temas esenciales tendientes a cubrir el espectro enunciado por las dimensiones abarcadas en la investigación. Dichas preguntas permitieron abrir el diálogo y enriquecerlo con el surgimiento de nuevas preguntas derivadas de las respuestas compartidas.

Procedimiento

La variable estudiada fue la percepción de impacto del programa de extensión para emprendedores. Para ello se realizó un muestreo no probabilístico condicional, conformado por dos grupos: el primero constituido con los 12 emprendedores participantes del programa de extensión y el segundo con los 16 alumnos que integraron el equipo orientador que llevó a cabo el programa, como parte del cumplimiento de los requisitos de la asignatura “Seminarios y Práctica profesional” del último año de la carrera Licenciado en Administración. Asimismo, se mantuvo una entrevista con el representante de la municipalidad encargado del sector de emprendedores de la localidad, quien aportó información relevante para el estudio.

En una primera instancia, las encuestas fueron aplicadas en papel, a los 12 emprendedores participantes del programa, garantizando la confidencialidad y anonimato de los datos relevados, previa firma del consentimiento informado. Los datos obtenidos se tabularon y procesaron en el software *Sphinx IQ2*. Seguidamente, los emprendedores conformaron un grupo focal, donde expusieron sus opiniones respecto al programa de capacitación. Las respuestas fueron grabadas con el consentimiento de los participantes para su posterior transcripción, depuración y análisis.

Posteriormente, se procedió a la conformación del grupo focal con los 16 alumnos participantes del programa de extensión, utilizándose el mismo guion, construido en base a las dimensiones de análisis ya establecidas. Las respuestas también fueron grabadas con el consentimiento de los estudiantes para su posterior transcripción y análisis.

Finalmente se mantuvo la entrevista con el representante del sector de emprendedores en la municipalidad local, quien reportó información útil sobre su percepción del programa de extensión universitaria, lo que permitió complementar la visualización de la realidad estudiada.

Resultados

El programa de extensión “Club de Emprendedores” fue llevado a cabo a lo largo de los meses de agosto hasta noviembre del año 2021. El programa tiene como objetivo vincular los estudiantes de la carrera de Administración, de la universidad estudiada, con un grupo de emprendedores de su localidad, brindando capacitaciones y asesoramiento a microemprendimientos o a personas que estén interesadas en emprender.

El programa se encuentra en su segunda edición y tiene como agente vinculador del estado a la Secretaría de Desarrollo Social de la Municipalidad de dicha localidad. Los emprendedores inscriptos en la municipalidad reciben informaciones, capacitaciones y microcréditos como medios para impulsar el desarrollo de la economía local.

Las capacitaciones brindadas por los estudiantes contemplaron temáticas que fueron elegidas entre emprendedores y estudiantes: liderazgo en microempresas; manejo básico de Excel; contabilidad básica; contabilidad de costos; estrategias de venta y promoción de productos; utilización de redes sociales para potenciar las ventas; organización del tiempo y motivación y respuesta en tiempos de crisis. Los talleres tuvieron una duración de una hora y media por un período de 15 días, en el que los estudiantes visitaban a los emprendedores para brindar el asesoramiento con el uso de las nuevas herramientas aprendidas.

La secretaría del municipio mantiene un registro aproximado de 80 micro emprendedores catastrados, pero en el año de 2021 sólo un grupo 22 personas se presentaron a la convocatoria para participar del programa y tener la posibilidad de acceder al microcrédito ofrecido por el municipio. De los 22 emprendedores que se han presentado, sólo 19 completaron la documentación requerida para acceder a un microcrédito, mientras que sólo 12 finalizaron el programa de capacitación, recibieron el certificado final del programa y participaron de este estudio.

Una vez recolectados y depurados los datos, se procedió al análisis tanto cuantitativo como cualitativo de los mismos. El perfil de los emprendedores encuestados estuvo compuesto por 75% de mujeres y 25% de hombres, con un promedio de 40 años (Mín-Máx:13-62). Los emprendimientos fueron clasificados en cinco rubros: gastronómico (58%), artesanía (8%),

infantil (8%), jardinería (8%) y textil (8%). Un 42% de los emprendimientos tenían menos de siete meses de tiempo transcurrido desde su inicio, mientras que 17% tenían entre siete y 13 meses y 41% superior a 28 meses.

De acuerdo con lo mencionado por el encargado del programa de la municipalidad, desde el área de acción social, los emprendedores se clasifican en tres categorías: (a) el emprendedor “changarín”, para quien el emprendimiento no es su medio de subsistencia, sino que lo hace para obtener un ingreso adicional, (b) el micro emprendedor, quien sostiene el emprendimiento como el único sustento de la familia y suele solicitar el microcrédito y (c) la Pyme que en general no suele participar de las capacitaciones por suponer estar en un nivel más avanzado de actividad.

Con la finalidad de conocer la consistencia interna de los ítems dentro de cada dimensión, se obtuvo el coeficiente Alpha de Cronbach, cuyos valores superaron a 0.7, tal como se muestra en la Tabla 1, exceptuando las dimensiones (a) preparación previa al programa de extensión universitaria, (c) instructores del programa de extensión y (h) percepción global del programa de extensión, con valores inferiores a 0.7. Si bien resultan ser valores poco inferiores al valor mínimo aceptable para este coeficiente, puede suponerse que un mayor tamaño muestral podría revelar su confiabilidad.

El análisis estadístico descriptivo de los datos cuantitativos permitió identificar la tendencia de las percepciones, tanto de los emprendedores como de los estudiantes que participaron en el programa, mientras que el análisis de contenido de los datos cualitativos permitió ampliar el panorama, encontrar información relevante sobre la realidad estudiada y responder a los objetivos de la investigación.

Como puede observarse en la Tabla 1, en la primera dimensión se encontró que la preparación previa al programa de extensión obtuvo una puntuación mínima de 2. Sin embargo, dado que la media fue de 4,11, se advierte que dicha dimensión ha sido ponderada positivamente con una desviación de 0,9.

Tabla 1 – Estadísticos descriptivos de las dimensiones de percepción del impacto del programa de extensión para emprendedores

Grupo emprendedores (n=12)					
Dimensiones	Mínimo	Máximo	Media (M)	Desviación típica (S)	Alpha de Cronbach α
Preparación previa	2,00	5,00	4,11	,90267	,657
Objetivos	3,71	5,00	4,59	,43001	,866
Instructores	4,00	5,00	4,55	,34329	,609
Duración	3,50	5,00	4,33	,54703	,814
Intención	3,67	5,00	4,72	,44571	,814
Autoeficacia	4,00	5,00	4,61	,44571	,725
Disponibilidad	3,67	5,00	4,69	,45965	,825
Percepción global	3,67	5,00	4,52	,43712	,661
Expectativa	4,00	5,00	4,80	,38817	,939
Productividad	3,00	5,00	4,13	,61065	,853

Fuente: Elaboración propia con el uso del *Sphinx IQ2*

Por otro lado, las dimensiones cuyas valoraciones mínimas fueron iguales a 4 resultaron ser (a) instructores del programa, (b) autoeficacia del emprendedor y (c) expectativa de resultados. Las medias obtenidas as en dichas dimensiones fueron superiores a 4,5, con desviaciones que no superaron los 0,45, mientras que la dimensión correspondiente a expectativa de resultados mostró la mayor media de 4,8.

Como observaciones generales cabe destacar que las calificaciones de los emprendedores fueron superiores a la mínima puntuación de uno (Muy en desacuerdo) en todas las dimensiones, mientras que en todas ellas se alcanzaron valoraciones máximas de cinco (Muy de acuerdo). La media de cada dimensión fue mayor de cuatro, asociada a desviaciones menores a uno, por lo que puede inferirse que el impacto del programa, percibido por los emprendedores, fue satisfactorio.

Los datos cualitativos recopilados de los tres grupos (emprendedores, estudiantes y gestor) se analizaron a partir de las diez categorías preestablecidas en el instrumento operado cuantitativamente (enfoque deductivo). El método utilizado fue el análisis de contenido, donde las informaciones de los grupos focales y de la entrevista fueron transcritas y codificadas por medio de las unidades de registros elegidas: el tema (enunciado sobre un tema, una oración o una oración compuesta) y el personaje informante (emprendedores, estudiantes o gestor), a fin de comprender la opinión, los valores, las creencias o las actitudes vinculadas a las categorías (Bardin, 2011). En la codificación de los datos cualitativos se presentaron 919 palabras (Corpus), 428 palabras diferentes (Léxico), siendo la más citada “emprendedor” con una frecuencia de 133, tal como se puede apreciar en la Figura 1.

programa entre emprendedores y estudiantes, situación que fue enmendada a medida que se fue creando confianza entre ambas partes.

En relación con la dimensión objetivos y contenidos del programa (M=4,59 y S=0,430) los emprendedores manifestaron que “cumplió las expectativas, fue mejor de lo que esperábamos, hubo ayuda personalizada. Se valora el esfuerzo.” Pero, para los estudiantes faltaba vinculación e interés de los emprendedores en participar del programa “los emprendedores no respondían los mensajes, se notaba que estaban más interesados en el microcrédito y no veían el beneficio que podían obtener de los conocimientos de los alumnos. Incluso tuvimos que ir casa por casa para buscar el compromiso de los emprendedores”. Por su parte para la municipalidad el objetivo del programa fue el “acompañamiento más especializado de los estudiantes en las necesidades de los emprendedores, un acompañamiento más rico, donde se busca aterrizar la teoría a la realidad”.

Desde la perspectiva de los instructores del programa de extensión, el apoyo que brindan los estudiantes, en la preparación de la carpeta de acceso al microcrédito, es fundamental puesto que ellos también aprenden el procedimiento. Se reconoce la “buena disposición, dedicación y buena voluntad de los estudiantes”. En relación con la duración del programa de extensión, los emprendedores mencionan que “el tiempo es poco para los contenidos”, mientras que los estudiantes declaran “estamos muy cargados en el último cuatrimestre” y para el encargado del municipio “siempre falta tiempo para profundizar algunos temas o ver otros”. Las distintas percepciones señalan una necesidad de revisión de los contenidos y del cronograma de actividades.

En las dimensiones intención de aplicar los contenidos del programa de extensión, autoeficacia percibida a partir del programa de extensión, disponibilidad de factores productivos en el emprendimiento y productividad resultante, no hubo discordancias entre los participantes puesto que en general son auto percepciones de los emprendedores y sus emprendimientos. Sin embargo, en las dimensiones percepción global del programa de extensión (M=4,52 y S=0,437) y expectativa de resultados positivos del programa de extensión (M=4,80 y S=0,388), los datos cualitativos reflejan distintas percepciones tal como se ilustra en la Tabla 2 y en la Tabla 3.

Tabla 2 – Percepción global del programa de extensión

Entrevistado	Texto
Emprendedores	“Hemos notado un cambio como emprendedores, pero también a nivel personal. Impacto: reflexión, motivación, aprendizaje, confianza en uno mismo, orientación, organización, positivo”.
Estudiantes	“No me parece que este proyecto se encuentre en el último cuatrimestre de la carrera ya que se encuentran muy cargados con la tesis y este programa requiere tiempo”.
Encargado Municipio	“Para el próximo año se busca dividir el curso en dos niveles, uno básico y otro más avanzado ya que fue la observación más recurrente por parte de los emprendedores. Terminar una plataforma virtual para los emprendedores (se está trabajando actualmente con un emprendedor). Realizar una mayor difusión del programa”

Fuente: Elaboración propia con el uso del *Sphinx IQ2*

Tabla 3 – Expectativa de resultados positivos del programa de extensión

Entrevistado	Texto
Emprendedores	“Ayudó a tener más fe en lo que uno hace, comenzamos a darle valor al producto antes que el precio, varió la confianza personal, existe una diferencia entre mi producto y el de la competencia, la calidad es mejor y vale más por ello. Aprendí que por más que sea más caro no tengo que comparar con los otros precios del mismo producto, ya que el mío tiene sus virtudes”.
Estudiantes	“En mi caso no se cumplieron ninguna de las expectativas, porque al escribirle a los emprendedores percibía que no estaban muy comprometidos y solo estaban interesados en obtener el microcrédito. Tampoco pusieron voluntad para juntarse con los estudiantes y recibir un mejor asesoramiento. Me paso a mí y a mis compañeros”.
Encargado Municipio	“El objetivo fue efectivamente cumplido, y las expectativas fueron logradas. Se perdieron algunos emprendedores porque no se supo articular”

Fuente: Elaboración propia con el uso del *Sphinx IQ2*

Los resultados cualitativos coadunan con la percepción de valor de los emprendedores respecto del programa, con el que muchas veces superaron sus expectativas. Si bien las percepciones generales reflejaron una tendencia satisfactoria (67% positivo y 33% negativo), se estima que la carga de actividades de los estudiantes, la falta de tiempo y otras demandas de la universidad podrían haber sido, en parte, las responsables del porcentaje de percepción negativa del programa. La estimación del encargado del municipio coincidió con los fallos del programa, si bien las expectativas, y la percepción global, fue altamente satisfactoria, generando un espacio para futuros trabajos mancomunados entre universidad y municipalidad.

Discusión y conclusiones

Teniendo en cuenta que la primera dimensión “Preparación previa al programa de extensión universitaria” fue la que obtuvo menor valoración, cabe mencionar que, en el grupo focal, los emprendedores manifestaron desconocimiento del propósito del programa. Al principio algunos asistían sólo como parte de un requisito para obtener el microcrédito o simplemente no tenían expectativa alguna respecto de lo que el programa podría brindarles.

También es importante mencionar que de las dimensiones que tuvieron más alta valoración (instructores del programa, autoeficacia del emprendedor y expectativa de resultados), en el grupo focal los emprendedores mencionaron su satisfacción por el acompañamiento recibido de parte de los estudiantes y por las capacitaciones y la motivación que los mismos ofrecieron. Lo expresado permite confirmar la puntuación obtenida en las dimensiones, ya que los estudiantes impulsaron en los emprendedores el desarrollo de la autoeficacia percibida, lo que crea expectativas y herramientas para sus futuros emprendimientos.

A partir de la entrevista mantenida con el representante municipal, se informó la existencia de más de 80 emprendimientos inscritos en la localidad, de los cuales sólo alrededor de 20 se encuentran participando de los diferentes programas que brinda la municipalidad. El sector de emprendedores de la municipalidad local se encuentra a cargo del desarrollo social, lo que propicia el contacto con los interesados en emprendimientos, quienes reciben la invitación a participar en el club de emprendedores. Posiblemente la insuficiente difusión de esta iniciativa sea la razón de la escasa asistencia al programa.

Llama la atención que más del 75% de los emprendedores asistentes al programa sean mujeres. Si bien podría suponerse que la causa de esta realidad radique en que por lo general son quienes se responsabilizan de sostener a sus hijos, o en que podrían encontrar mayores dificultades en la inserción laboral, se estima relevante abordar futuras investigaciones que ofrezcan información fidedigna relacionada con el comportamiento del fenómeno y que contribuyan al abordaje de temáticas que refuercen la experiencia emprendedora de las mujeres, tales como empoderamiento femenino, protagonismo comunitario y emprender en familia.

A su vez uno de los mayores problemas percibidos fue la falta de correspondencia y entendimiento entre los emprendedores y los estudiantes. Los emprendedores expresan limitaciones de comunicación, provocadas ya sea por el desconocimiento respecto de sus propias necesidades o por la falta de asertividad al formular preguntas para recibir ayuda. Algunos estudiantes, por su parte, participan en el programa solo por cumplir con uno de los

requisitos de la asignatura y no como un servicio a la comunidad. Estudios como el de Losada *et al.* (2019), indican que los alumnos que participan en un proyecto de aprendizaje-servicio, adquieren en mayor medida competencias y habilidades cívico-sociales, y relacionales, que supondrían un impacto no sólo en su formación profesional, sino también en su vida personal.

Es por ello por lo que se advierte la necesidad de incluir el aprendizaje servicio como actividad curricular en todas las carreras de Educación Superior, a fin de promover el desarrollo integral del estudiantado y atender a las necesidades de la comunidad.

Cabe mencionar que, al completar el instrumento, los asistentes advirtieron diferentes fallos que se daban en sus emprendimientos. Dada esta situación se percibe la necesidad de que desde la universidad se generen capacitaciones en los rubros de contabilidad y gestión comercial dirigido a los emprendedores. Estas capacitaciones pueden diseñarse mediante la opción pedagógica a distancia o híbrida, aprovechando los recursos disponibles en las universidades, con la intención de formar a los emprendedores e incrementar las posibilidades de efficientizar sus proyectos.

REFERENCIAS

- AGUILAR, L. R.; GUEVARA, L. R. V.; JAEN, M. P. F. Emprendedores como creadores de riqueza y desarrollo regional. **Revista Publicando**, v. 3, n. 9, p. 564-578, 2016.
- AIKEN, L. R. Content validity and reliability of single items or questionnaires. **Educational and psychological measurement**, v. 40, n. 4, p. 955-959, 1980.
- ALDANA TARAZONA, J. B. **Propuesta de un modelo de administración de ventas para mejorar la gestión comercial de la empresa**. [S. l.]: Editorial Franco, 2020.
- ARIZA, C. P.; BUILES, S. E; RINCONES, G. J. Estrategias de transferencia del conocimiento en las Universidades Nacionales Experimentales del estado Zulia, Venezuela. **Revista Espacios**, v. 41, n. 48, p. 135-147, 2020.
- BARDIN, L. **Análise de Conteúdo**. São Paulo: Edições 70, 2011.
- CASTILLO, A. Estado del arte en la enseñanza del emprendimiento. *In: Emprendedores como creadores de riqueza y desarrollo regional*. [S. l.: s. n.], 1999. Disponible en: <http://recursos.ccb.org.co/bogotaemprende/portalninos/contenido/doc2estadodelarteenlaensenanzadelemprendimiento.pdf>. Acceso em: 10 enero 2023.
- CUMBICUS VELEZ, E. C. **Estado actual de los emprendimientos atendidos por la carrera de Contabilidad y Auditoría de la PUCESE en el periodo 2017-2018**. 2020. Disertación (Doctoral) – Escuela de Contabilidad y Auditoría, Pontificia Universidad Católica del Ecuador Sede Esmeraldas, Esmeraldas, Ecuador, 2020.

FRANCIA, A. O. **El impacto de la capacitación**. [S. l.]: Editorial Digital UNID, 2018.

GALLARDO, R. M. El Aprendizaje-Servicio como una estrategia inclusiva para superar las barreras al aprendizaje y a la participación. **Revista de Educación Inclusiva**, v. 5, n. 1, p. 71-82, 2017.

GARCÍA SÁNCHEZ, E.; CARDOZO BRUM, M. Evaluación de impacto: más allá de la experimentación. **Política y cultura**, n. 47, p. 65-91, 2017.

GONZALES MEZA, P. M. **Capacidad emprendedora y la inserción laboral de estudiantes de Ingeniería Industrial**. 2018. Tesis (Maestro en Ciencias de la Educación con mención en Docencia Universitaria) – Universidad Nacional del Callao, Lima, Perú, 2018.

GUILLEN, J. C. *et al.* Emprendedurismo migrante y comerciante. Estado del conocimiento. **Tlatemoani: Revista académica de investigación** n. 15, p. 158-187, 2014.

ISENBERG, D. J. How to start an Entrepreneurial Revolution. **Harvard Business Review**, v. 88, n. 6, p. 40-51, 2010.

KELLE, U. Sociological Explanations between Micro and Macro and the Integration of Qualitative and Quantitative Methods. **Forum Qualitative Sozialforschung / Forum: Qualitative Social Research**, v. 2, n. 1, 2001. Disponible en: <http://qualitative-research.net/fqs/fqs-eng.htm>. Acceso en: 10 enero 2023.

LOSADA, A. S.; REGO, M. A. S.; ÁLVAREZ, J. G. El aprendizaje-servicio como vía para el desarrollo de competencias interculturales en la Universidad. **Educatio Siglo XXI**, v. 37, p. 73-90, 2019.

MASON, C.; BROWN, R. **Entrepreneurial Ecosystems and Growth Oriented Entrepreneurship**. [S. l.]: Organisation for Economic Cooperation & Development, 2014.

MORA BATISTA, L. E. **Procedimiento de evaluación del impacto de la capacitación en las organizaciones**. Aplicación en la Sucursal Comercial Caracol Holguín. 2018. Tesis (Grado en Ingeniero Industrial) – Facultad de Ciencias Empresariales y Administración, Departamento de Ingeniería Industrial, Holguín, Universidad de Holguín, Cuba, 2018. Disponible en: <https://repositorio.uho.edu.cu/xmlui/bitstream/handle/uho/4609/Luis%20E.%20MORA%20Batista%20.pdf?sequence=1>. Acceso em: 10 enero 2023.

MORENO, M. E.; ESCOBAR CUERVO, C. M. **Capacitación en conceptos básicos de administración y contabilidad para la creación y formalización de empresa**. Bogotá: Universidad de La Salle, Facultad de Economía, Empresa y Desarrollo Sostenible, 2015. Disponible en https://ciencia.lasalle.edu.co/administracion_de_empresas/2082. Acceso em: 10 enero 2023.

NWOSU, C. C. The Role of Christian Educational Institutions in Improving Economic Self-Reliance. **Journal of Research on Christian Education**, v. 21, n. 1, p. 24-45, 2012.

- PEREIRA PÉREZ, Z. Los diseños de método mixto en la investigación en educación: Una experiencia concreta. **Revista Electrónica Educare**, v. XV, n. 1, p. 15-29, 2011. Disponible en: <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=194118804003>. Acceso em: 10 enero 2023.
- PIZARRO, M. E. B. *et al.* La Importancia de la Contabilidad de Costos en el Control Administrativo de los Emprendedores. **Revista Científica Aristas**, v. 2, n. 2, p. 48-62, 2020.
- REYES, A. B.; LARA, M. A. C.; SÁNCHEZ, C. U. S. Impacto generado en las microempresas beneficiadas por el apoyo formación empresarial del FONAES en el estado de Tlaxcala. **Red Internacional de Investigadores en Competitividad**, v. 3, n. 1, p. 903-922, 2017.
- RODRÍGUEZ-IZQUIERDO, R. M. Aprendizaje Servicio y compromiso académico en Educación Superior. **Revista de Psicodidáctica**, v. 25, n. 1, p. 45-51, 2020.
- ROMERO ALONSO, R. *et al.* Evaluar la transferencia de la formación en liderazgo directivo: un caso chileno. **Revista electrónica de investigación educativa**, v. 22, e19, 2020. DOI: 10.24320/redie.2020.22.e19.2683.
- RUIZ DE MAYA, S.; GRANDE ESTEBAN, I. **Comportamientos de compra del consumidor**: 29 casos reales. Madrid: Business & Marketing School. ESIC, 2006.
- TRIANA, M. S. F.; MEDINA, L. A. H. La medición del impacto en las capacitaciones: una herramienta eficaz dentro de la empresa. **RECUS: Revista Electrónica Cooperación Universidad Sociedad**, v. 4, n. 2, p. 24-32, 2019.
- VÁSQUEZ, C. A. A. *et al.* **Las ideas de negocios, el emprendimiento y el marketing digital**. Alicante: Editorial Área de Innovación y Desarrollo Ciencias, 2019.
- YIN, R. K. **Estudio de caso**: planeamiento e métodos. 3. ed. Porto Alegre: Bookman, 2005.

CRediT Author Statement

Reconocimientos: Queremos agradecer a los miembros del grupo de investigación sobre emprendimiento y desarrollo local. Dra. Marisa Tumino y Dr. Juan Bournissen

Financiación: Este trabajo ha sido financiado por el Vicerrectorado de Investigación y Desarrollo de la Universidad Adventista del Plata.

Conflictos de intereses: Sin conflictos de intereses;

Aprobación ética: El trabajo cumplió con los criterios y estándares éticos de la investigación a lo largo de toda la producción.

Disponibilidad de datos y material: Los datos y materiales utilizados en el estudio están disponibles para su acceso en la Secretaría de Investigación de la Facultad de Ciencias Económicas y de Administración de la Universidad Adventista del Plata.

Contribuciones de los autores: Todos los autores de este trabajo participaron en la construcción de este estudio en todas las fases, desde la definición hasta su finalización. La contribución fue: construcción del marco teórico, construcción del instrumento de recolección de datos, investigación de campo; recogida de datos; análisis e interpretación de datos; Redacción del texto final y envío del artículo a la citada revista.

Procesamiento y edición: Editora Ibero-Americana de Educación.
Corrección y traducción.

