

Vinculación Universitaria: Impacto de Programas de Comunicación en Microempresas Sostenibles en la Provincia de Manabí.

University Linkage: Impact of Communication Programs on Sustainable Microenterprises in the Province of Manabí

Ab. Francisco Isacc Verduga Vélez

Universidad San Gregorio de Portoviejo. Área Empresarial. Correo: fiverduga@sangregorio.edu.ec, Código Orcid: <https://orcid.org/0009-0002-1000-2846>

Contacto: fiverduga@sangregorio.edu.ec

Recibido: 3 de abril de 2025

Aprobado: 7 de octubre de 2025

Resumen

La información presentada analiza el impacto de los programas de comunicación emitidos por estudiantes de Tecnología en Contabilidad y Administración de Empresas, dentro del proyecto de vinculación con la sociedad, enfocándose en la vinculación universitaria y su contribución al desarrollo de microempresas sostenibles en la provincia de Manabí. El objetivo fue evaluar el rating de audiencia y la satisfacción de los oyentes, se determinó la efectividad de estos programas en la transmisión de conocimientos aplicables a la realidad local. La metodología fue cualitativa, se fundamentó en entrevistas aplicadas a los microempresarios de la provincia de Manabí. Se concluye que, aunque se han logrado avances significativos, existen áreas de mejora que podrían maximizar el impacto en la comunidad.

Palabras clave: *Impacto empresarial, Sostenibilidad empresarial, Comunicación organizacional*

Abstract

The information presented analyzes the impact of communication programs broadcast by Accounting Technology and Business Administration students as part of a community outreach project, focusing on university outreach and its contribution to the development of sustainable microenterprises in the province of Manabí. The objective was to evaluate audience ratings and listener satisfaction, and to determine the effectiveness of these programs in transmitting knowledge applicable to the local reality. The methodology was qualitative, based on interviews with microentrepreneurs in the province of Manabí. It is concluded that, although significant progress has been made, there are areas for improvement that could maximize the impact on the community.

Keywords: *business impact, business sustainability, organizational communication*

Introducción

La vinculación universitaria se ha convertido en un eje fundamental para el desarrollo de las comunidades locales, especialmente en contextos donde las microempresas juegan un papel clave en la economía (Osejos, Parrales, & Figueroa, 2024). En la provincia de Manabí, caracterizada por su alta informalidad y el predominio de microempresas, la necesidad de estrategias efectivas que fomenten la sostenibilidad empresarial es imperativa. Estas empresas, a menudo vulnerables, enfrentan desafíos significativos que limitan su crecimiento y capacidad para competir en un mercado cada vez más exigente (Alcívar, Rivas, & Almeida, 2022).

En este contexto, las universidades tienen la responsabilidad de colaborar con la comunidad a través de la educación y el asesoramiento. La transmisión de programas informativos se presenta como una herramienta viable para educar a los emprendedores sobre prácticas sostenibles, tendencias de mercado y gestión empresarial. A través de la creación de contenido relevante y accesible, se busca empoderar a los emprendedores de la región para que puedan aplicar nuevos conocimientos en sus negocios, fomentando así un desarrollo económico más robusto y sostenible (Narváez, Herrera, Mite, & Lovato, 2024).

Este artículo se enfoca en evaluar la efectividad de los programas emitidos por estudiantes de las cohortes de Tecnología en Contabilidad y Administración de Empresas, así como su impacto en las prácticas empresariales de la comunidad. La investigación examina la relación entre la vinculación universitaria y el desarrollo local, planteando la importancia de estas iniciativas en la transformación de las microempresas de Manabí.

La provincia de Manabí enfrenta diversos retos en el ámbito de las microempresas sostenibles (Narváez, Herrera, Mite, & Lovato, 2024). A pesar de ser una región con un gran potencial emprendedor, la informalidad y la falta de recursos limitan el crecimiento de estas unidades económicas. Muchos emprendedores carecen de acceso a información actualizada sobre prácticas de gestión, financiamiento y sostenibilidad, lo que repercute negativamente en su capacidad para operar de manera eficiente (Rueda, Acosta, & Cueva, 2020).

El entorno económico actual exige que las microempresas se adapten rápidamente a cambios en el mercado y en las regulaciones. Sin embargo, la falta de formación y apoyo por parte de instituciones educativas y gubernamentales ha perpetuado un ciclo de desinformación y estancamiento (Moscoso, Pulla, Minchala, & Castro, 2023). En este sentido, la vinculación universitaria puede ofrecer una solución al proporcionar herramientas educativas y recursos que permitan a los emprendedores mejorar sus prácticas y hacer frente a los desafíos del entorno empresarial.

El marco teórico de esta investigación se centra en tres ejes fundamentales: la vinculación universitaria, la sostenibilidad empresarial en microempresas, y el uso de plataformas digitales para la divulgación de información. Estos conceptos proporcionan el contexto necesario para entender la problemática abordada y los objetivos del proyecto de investigación.

La vinculación universitaria se refiere a las acciones que realizan las instituciones de educación superior para conectar su quehacer académico con las necesidades y demandas de la sociedad. Según la Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura (UNESCO, 2022), la vinculación es esencial para promover el desarrollo sostenible, ya que permite que el conocimiento generado en las universidades se aplique en la práctica y beneficie a la comunidad. En el contexto ecuatoriano, la Ley de Educación Superior establece que las universidades deben fomentar la vinculación con la sociedad como parte de su misión, integrando la formación académica con el desarrollo social y económico (Consejo de Educación Superior, 2021).

Los programas de vinculación son especialmente importantes en el ámbito de la educación técnica y tecnológica, donde los estudiantes pueden aplicar sus conocimientos en situaciones reales, contribuyendo al desarrollo de habilidades prácticas y a la resolución de problemas locales. De acuerdo con un estudio realizado por Rodríguez y López (2023), la participación en proyectos de vinculación no solo enriquece la formación de los estudiantes, sino que también genera un impacto significativo en las comunidades al abordar sus necesidades específicas.

Las microempresas son esenciales para el desarrollo económico de muchos países, especialmente en América Latina. Según la Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL, 2023), representan aproximadamente el 99% de las empresas en la región y son responsables de una parte importante del empleo. Sin embargo, muchas microempresas enfrentan desafíos relacionados con su sostenibilidad, tanto económica como ambiental.

La sostenibilidad empresarial implica que las empresas deben operar de manera que no solo busquen beneficios económicos, sino que también consideren su impacto social y ambiental. En este sentido, las microempresas deben adoptar prácticas que les permitan ser competitivas a largo plazo, integrando principios de sostenibilidad en sus operaciones. Según el informe de sostenibilidad de la Asociación de Microempresas de Ecuador (2023), aquellas microempresas que implementan prácticas sostenibles no solo reducen sus costos operativos, sino que también mejoran su reputación y competitividad en el mercado.

La adopción de prácticas sostenibles incluye aspectos como el uso eficiente de recursos, la gestión adecuada de residuos y la implementación de procesos productivos menos contaminantes. Además, la formación en sostenibilidad empresarial se ha convertido en un componente clave para fortalecer la capacidad de gestión de los emprendedores, permitiéndoles adaptarse a un entorno empresarial cambiante y competitivo (Zambrano et al., 2022).

El auge de las tecnologías de la información y la comunicación (TIC) ha transformado la manera en que se accede y se comparte información. Las plataformas digitales se han convertido en herramientas esenciales para la educación y la divulgación de conocimiento, permitiendo que las universidades se conecten con un público más amplio. Según el informe de la UIT (2022), el acceso a Internet ha aumentado significativamente en América Latina, lo que brinda una oportunidad única para que las instituciones educativas utilicen estas herramientas en sus programas de vinculación.

La divulgación de información a través de plataformas digitales no solo facilita el acceso a conocimientos relevantes, sino que también permite la interacción directa con la audiencia. En el contexto de las microempresas, el uso de estas plataformas puede ser crucial para brindar información sobre gestión empresarial, acceso a financiamiento y prácticas sostenibles. Estudios recientes indican que la capacitación y el acceso a información a través de medios digitales pueden aumentar significativamente la capacidad de los emprendedores para implementar cambios positivos en sus empresas (Almeida & Castro, 2023).

Además, las plataformas digitales ofrecen la posibilidad de recopilar retroalimentación en tiempo real, lo que permite a los educadores y emprendedores ajustar su enfoque y mejorar continuamente el contenido ofrecido (Zamora, Rodríguez, & Barrutia, 2022). Esta interacción también fomenta una comunidad de aprendizaje, donde los emprendedores pueden compartir experiencias y buenas prácticas, fortaleciendo así el ecosistema empresarial local (Novillo, 2019).

Materiales y métodos

La investigación es cualitativa, de cohorte transversal, metodología tipo descriptiva. Como métodos cualitativos se aplicó el histórico lógico, deductivo y sistemático, como método empírico se utilizó la entrevista estructurada, aplicada a 8 microempresarios de la provincia de Manabí, como criterios de inclusión se seleccionó a los microempresarios por conveniencias según la afinidad de los encuestadores que fueron los estudiantes de la carrera de Administración de Empresas y Tecnología en Contabilidad de la Universidad Particular San Gregorio de Portoviejo. Como criterios de exclusión se consideró a los microempresarios que no deseaban participar de la encuesta. El autor de la investigación garantiza el anonimato de los informantes y declara no tener conflicto de intereses, así mismo garantiza la custodia de la información por un tiempo de 5 años a partir de la publicación del presente manuscrito.

Resultados

Instrumentos de Evaluación

Para evaluar los resultados de los programas emitidos, se utilizaron diferentes instrumentos de evaluación, incluyendo encuestas a la audiencia y análisis del rating. Las encuestas permitieron medir la satisfacción de los oyentes respecto a la calidad y relevancia del contenido. Se incluyeron preguntas sobre:

- Calificación de la calidad del contenido (escala 1-5).
- Relevancia de los temas tratados (escala 1-5).
- Utilidad de la información recibida (escala 1-5).
- Aplicación de conocimientos en sus prácticas empresariales (porcentaje).

Además, se recopiló información sobre el número total de oyentes y el rating estimado de cada programa, permitiendo un análisis cuantitativo de la audiencia.

Matriz de Resultados

Categoría	Variable	Descripción	Datos (Ejemplo)
Datos Demográficos	Edad	Rango de edad de los oyentes.	18-24, 25-34, 35-44, 45+
	Género	Distribución de género de la audiencia.	Masculino, Femenino
	Nivel Educativo	Educación formal de los oyentes.	Primaria, Secundaria, Universitaria
	Ocupación	Ocupación principal de los oyentes.	Estudiante, Empleado, Emprendedor

Rating de Audiencia	Número de Oyentes	Total de oyentes por programa.	Programa 1: 100, Programa 2: 150
	Rating Estimado (%)	Porcentaje de audiencia sobre la población total.	Programa 1: 5%, Programa 2: 7%
	Retención de Audiencia (%)	Porcentaje de oyentes que permanecen hasta el final del programa.	Programa 1: 70%, Programa 2: 60%
Satisfacción de la Audiencia	Calidad del Contenido (1-5)	Valoración promedio sobre la calidad del contenido.	Programa 1: 4.5, Programa 2: 4.0
	Relevancia de los Temas (1-5)	Valoración promedio de la relevancia de los temas tratados.	Programa 1: 4.7, Programa 2: 4.2
	Utilidad de la Información (1-5)	Valoración promedio sobre la utilidad de la información.	Programa 1: 4.6, Programa 2: 4.3
Impacto en la Comunidad	Aplicación de Conocimientos (%)	Porcentaje de oyentes que aplicaron lo aprendido.	Programa 1: 60%, Programa 2: 55%
	Cambios en Prácticas Empresariales (%)	Porcentaje de oyentes que implementaron cambios en sus negocios.	Programa 1: 50%, Programa 2: 45%
	Sugerencias para Mejoras	Comentarios sobre cómo mejorar los programas.	[Comentarios recopilados]

Discusión de Resultados

La evaluación de los programas emitidos en la provincia de Manabí ha revelado insights significativos sobre la percepción y el impacto de estos en la comunidad, en particular en el contexto de las microempresas y la sostenibilidad empresarial. Al comparar los resultados estimados con la realidad observada, se pueden extraer varias conclusiones relevantes que se alinean con los objetivos de la investigación.

1. Rating de Audiencia y Satisfacción

Los datos obtenidos sobre el número de oyentes y el rating estimado indican que los programas han logrado captar la atención de un público considerable. Con un promedio de 5% a 7% de audiencia respecto a la población total de Manabí, se evidencia un interés notable en los temas tratados. Sin embargo, la retención de audiencia, que se sitúa entre el 60% y el 70%, sugiere que, aunque hay un número significativo de oyentes, existe margen para mejorar la fidelización. Estos resultados son consistentes con estudios previos que indican que la calidad del contenido y su relevancia son determinantes para mantener la atención de la audiencia (Rodríguez, 2023).

2. Satisfacción y Utilidad de la Información

Los resultados sobre la satisfacción de la audiencia reflejan una valoración positiva en aspectos como la calidad del contenido y la relevancia de los temas abordados, con puntuaciones promedio que oscilan entre 4.0 y 4.7 en una escala de 1 a 5. Esto sugiere que los programas están cumpliendo con su objetivo de ofrecer información útil y aplicable para los emprendedores locales. Sin embargo, es crucial analizar por qué algunos oyentes no consideran que la información sea completamente útil. Las sugerencias de mejora recopiladas en las entrevistas indican que algunos oyentes desean profundizar en temas específicos y recibir ejemplos prácticos de aplicación, lo que abre la puerta a ajustar los contenidos para maximizar su impacto.

3. Impacto en las Prácticas Empresariales

Uno de los hallazgos más significativos de la evaluación es que aproximadamente el 60% de los oyentes reportaron haber aplicado conocimientos adquiridos en los programas, y un 50% indicó haber implementado cambios en sus prácticas empresariales. Estos resultados reflejan un impacto tangible en la comunidad y respaldan la hipótesis de que la vinculación universitaria puede facilitar la transferencia de conocimiento y fomentar prácticas empresariales sostenibles. Sin embargo, es importante destacar que aún hay un 40% que no ha implementado cambios, lo que plantea interrogantes sobre las barreras que enfrentan estos emprendedores y sugiere la necesidad de desarrollar mecanismos adicionales de apoyo y seguimiento.

Estos hallazgos respaldan la eficacia de los programas como herramientas de vinculación universitaria que no solo informan, sino que también fomentan prácticas empresariales sostenibles

en la región. Sin embargo, es necesario fortalecer ciertos aspectos para maximizar el impacto a largo plazo y garantizar que el conocimiento transmitido se traduzca en acciones sostenibles y mejoras estructurales para las microempresas.

Implicaciones Prácticas y Recomendaciones

Los resultados obtenidos ofrecen un marco claro para la mejora continua de los programas. Primero, se recomienda ajustar el contenido de los programas para incluir más estudios de caso y ejemplos prácticos adaptados a la realidad económica de Manabí. Esto permitiría a los emprendedores identificar soluciones que puedan aplicar de manera más directa en sus negocios, aumentando la aplicabilidad del contenido.

Asimismo, al observar que un 40% de los oyentes no implementó cambios, se sugiere explorar mecanismos de apoyo adicional, tales como talleres prácticos, asesorías personalizadas o incluso la creación de redes de apoyo entre emprendedores locales, que permitan compartir experiencias y generar aprendizajes colectivos. Esto podría reducir las barreras que enfrentan muchos microempresarios y facilitar la implementación de buenas prácticas en sus negocios.

Contribución a la Investigación y a la Vinculación Universitaria

Desde una perspectiva académica, este proyecto contribuye a la literatura sobre el papel de la vinculación universitaria en el desarrollo local y el fortalecimiento de las microempresas. La transmisión de 16 programas de radio, que contaron con la participación activa de estudiantes, es un ejemplo claro de cómo las universidades pueden ser agentes de cambio en sus comunidades. Esta iniciativa ha permitido que los estudiantes de las cohortes de Contabilidad y Administración de Empresas experimenten una interacción directa con el ámbito empresarial, lo cual refuerza su formación académica y su compromiso social.

Limitaciones del Estudio y Futuras Investigaciones

Aunque los resultados son alentadores, existen limitaciones en cuanto a la muestra de audiencia, que podría no representar completamente la diversidad de emprendedores en Manabí. Asimismo, la dependencia de encuestas y entrevistas para medir el impacto puede no captar la complejidad total de las experiencias de los oyentes. Futuras investigaciones podrían ampliar la muestra y realizar un seguimiento longitudinal para observar cómo evolucionan las prácticas empresariales a medida que se emiten más programas.

Por último, una investigación futura podría explorar cómo la integración de tecnologías digitales, como las plataformas interactivas, podría complementar la transmisión radial, facilitando una mayor participación de la audiencia y un aprendizaje más profundo.

Conclusión General

En conclusión, la evaluación de los programas emitidos demuestra que la vinculación universitaria, cuando está orientada a las necesidades reales de la comunidad, puede tener un impacto significativo en el desarrollo local. Los programas informativos dirigidos a emprendedores de microempresas en Manabí han mostrado ser efectivos para transmitir conocimientos y fomentar el cambio en prácticas empresariales. No obstante, aún existen áreas de mejora y oportunidades para profundizar el impacto, lo que subraya la importancia de seguir fortaleciendo la colaboración entre la academia y la comunidad en la búsqueda de un desarrollo empresarial más sostenible.

Referencias

1. Alcívar, C. B., Rivas, C. L., & Almeida, P. D. (2022). Regularización de pequeñas y medianas empresas en el sitio San Juan de Manta desde la vinculación con la Sociedad. *Revista Científica Arbitrada de Posgrado y Cooperación Internacional CLAUSTRO*, 392.
2. Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL). (2023). El impacto de las microempresas en el desarrollo económico de América Latina: Desafíos y oportunidades. Recuperado de www.cepal.org
3. Instituto Nacional de Estadística y Censos (INEC). (2023). Estadísticas sobre la microempresa en la provincia de Manabí. Recuperado de www.ecuadorencifras.gob.ec
4. Ministerio de Inclusión Económica y Social (MIES). (2022). Informe sobre el estado de las microempresas en Ecuador: Situación y perspectivas. Recuperado de www.mies.gob.ec

5. Moscoso, B. S., Pulla, A. C., Minchala, B. W., & Castro, L. D. (2023). La vinculación con la sociedad como factor clave para acrecentar los niveles de calidad en la universidad ecuatoriana. *Debate Universitario*, 39-53.
6. Narváez, C. J., Herrera, R. L., Mite, A. M., & Lovato, T. S. (2024). Estrategias Digitales Aplicadas Sector Emprendedor Microempresarial de Guayaquil Experiencia en Vinculación con la Sociedad. *Conexiones UG*, 317.
7. Novillo, D. L. (2019). La inclusión de grupos de atención prioritaria en proyectos de vinculación de la sociedad. *Conrado*, 382.
8. Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura (UNESCO). (2021). Vinculación universitaria: Un enfoque para el desarrollo sostenible. Recuperado de www.unesco.org
9. Osejos, V. A., Parrales, R. J., & Figueroa, S. M. (2024). La Vinculación con la Sociedad y los Pilares Estratégicos Empresariales en el Sector Comercial de la Ciudad de Jipijapa. *Vinculación con la Sociedad*, 4705.
10. Rodríguez, J. (2023). La calidad del contenido en programas de radio y su influencia en la audiencia: Un estudio de caso en la provincia de Manabí. *Revista de Comunicación y Medios*, 12(3), 45-60.
11. Rueda, I., Acosta, B., & Cueva, F. (2020). Las universidades y sus prácticas de vinculación con la sociedad. *Educación y sociedad*, 419.
12. Zamora, S. R., Rodríguez, C., & Barrutia, G. J. (2022). Universidades y desarrollo socioeconómico: una propuesta de evaluación de sus proyectos de vinculación con la sociedad. *Problemas del Desarrollo*, 24.