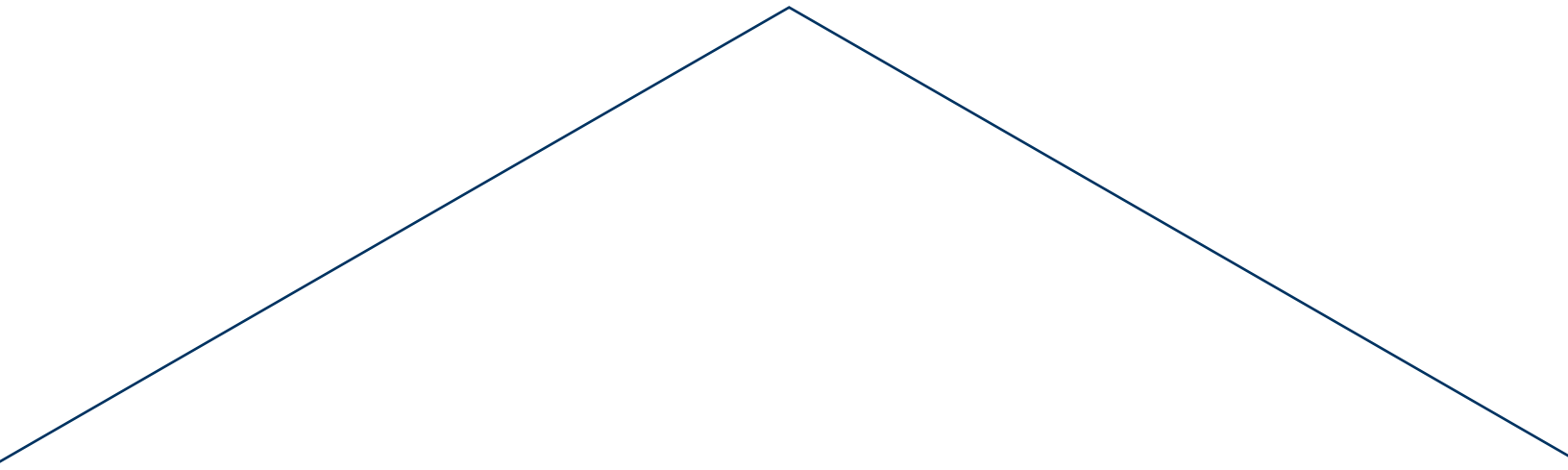




Experiencias RSU





Experiencias que dejan huella

Mgtr. Brenda García

Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales

No estamos aquí solamente para enseñar o comunicar algunas técnicas de éxito, sino para acompañar a personas y acompañarlas en su crecimiento.

P. Adolfo Nicolás Pachón, S. J.

Al reflexionar sobre los procesos formativos de los estudiantes de Administración de Empresas de la Universidad Rafael Landívar (URL), las palabras del P. Nicolás S. J., toman un sentido de vida, al visualizar las vivencias a través de diferentes momentos en que los estudiantes llevan su aprendizaje más allá de las aulas y los libros.

Estas vivencias se generan en un equipo que involucra a docentes, personal administrativo, principalmente estudiantes y comunidades del ámbito pertinente a la carrera. El rol de cada uno de los involucrados es fundamental en diferentes momentos, desde el acompañamiento, la experiencia y la reflexión. Este acompañamiento no se limita únicamente a la relación entre docente y estudiante, ya que en la dinámica el personal administrativo acompaña a los docentes; los docentes, a los estudiantes; y estos trabajan de la mano de la comunidad de la que reciben experiencias que les permiten enriquecer su aprendizaje y reflexión sobre la realidad del país.

Algunos ejemplos de lo mencionado anteriormente son dos experiencias concretas desarrolladas en 2021, que fueron identificadas para participar en el concurso «Uniservitate Award 2022: Experiencias de Aprendizaje-Servicio en la Educación Superior Católica»:

- Empresas familiares, segundo ciclo 2021: Esta experiencia se genera a través del acompañamiento de los estudiantes a empresas familiares guatemaltecas en la elaboración de un protocolo de sucesión. Este proceso es sumamente relevante ya que, según el Segundo Informe de Empresas Familiares en Guatemala (2020) BDO Guatemala, «7 de cada 10 empresas familiares no sobreviven al cambio de primera a segunda generación, y que 1 de cada 5 empresas no pasa de la segunda a la tercera generación» (p. 1). Tal como se menciona anteriormente, a través de esta experiencia, el estudiante tiene acercamiento a la realidad empresarial guatemalteca y las empresas reciben un producto con potencial de fortalecimiento en su estructura.
- Investigación del clima organizacional de las empresas bajo el contexto de la COVID-19: Esta experiencia está vinculada a todo un proceso de investigación desarrollado entre tres universidades jesuitas: (a) Universidad Centroamericana José Simeón Cañas, El Salvador; (b) Universidad Rafael Landívar, Guatemala; (c) Universidad Iberoamericana de Puebla, México. Los estudiantes aportaron a la investigación a través del desarrollo de un proyecto de enfoque cualitativo en el que recolectaron información de diferentes ámbitos laborales desde la perspectiva del colaborador en el contexto de la pandemia de la COVID-19. Este acercamiento a los colaboradores permitió sensibilizar a los estudiantes respecto al tema con una perspectiva de salud mental que en el ámbito empresarial no siempre se aborda con la importancia debida.

Estas son únicamente un par de experiencias que se realizan en la formación de los estudiantes. No está de más indicar que hay muchas más, que parten desde la sensibilización en los primeros años de la carrera, pasan por las intervenciones que les permiten experimentar y reflexionar, continúan con las prácticas profesionales supervisadas y aterrizan en las tesis, en las que los estudiantes de último año interactúan, evalúan y aportan sugerencias de mejora de acuerdo con sus experiencias e investigación.


Dentro del *Plan estratégico institucional 2022-2030* de la URL (2021), cobra especial importancia dejar plasmado el aprendizaje en productos estratégicos específicos, enfocados en los temas de interés. De ahí, la relevancia de las experiencias mencionadas anteriormente, pues en ellas se propician espacios de formación, acompañamiento y reflexión, que caracterizan a la educación jesuita y permiten que el aprendizaje cobre mayor sentido en realidades como la guatemalteca.



Referencias

BDO Guatemala. (2020, 5 de febrero). *Segundo Informe. Importancia del Consejo de Administración en la empresa familiar*. <https://www.bdo.com.gt/es-gt/publicaciones/consultoria/segundo-informe-de-empresas-familiares-en-guatemala>

Universidad Rafael Landívar. (2021) *Plan estratégico institucional 2022-2030. Cultivando la misión universitaria desde la identidad, inspirados en la realidad*. Editorial Cara Parens.



Academia-empresa: Una relación enriquecedora a través de la investigación de mercados

Mgtr. Guillermo Cleaves

Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales

En un contexto como el guatemalteco, muchas empresas luchan por sobrevivir en el mercado y, en ocasiones, sus recursos económicos son limitados y carecen de acceso a herramientas que les ayuden a reducir el riesgo que conlleva competir en distintas industrias y categorías de productos.

En consonancia con esta problemática, la Universidad Rafael Landívar, a través de cursos como Investigación de Mercados, que pertenece a la Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales, pone de manifiesto la importancia de resaltar el lema «En todo amar y servir», al proporcionar a los estudiantes la oportunidad de aplicar los conocimientos adquiridos en el curso en beneficio de empresas que requieran un estudio de mercados, lo cual es favorable para mejorar, por medio de información, la capacidad competitiva y la efectividad de las entidades económicas.

Dicha relación, denominada «academia-empresa» representa un beneficio mutuo. Para los estudiantes, significa una oportunidad para que su aprendizaje alcance una dimensión práctica, en la que apliquen sus conocimientos en un caso real. A su vez, la empresa se beneficia al obtener un estudio acorde a sus necesidades sin tener que pagar por él.

Dos de los cursos incluidos en el p^éns^um de estudios trabajan bajo este formato: Investigación Aplicada, con un enfoque cualitativo, y el de Investigación de Mercados, con un enfoque cuantitativo. Ambos pertenecen a la Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales y son impartidos a estudiantes de las carreras de Marketing y Administración de Empresas, a quienes se les solicita como proyecto final el desarrollo de un estudio enfocado en las necesidades de las empresas asignadas.

Este proyecto es una herramienta valiosa, ya que, a través del desarrollo de la investigación de mercados en cualquiera de sus dos enfoques (cualitativo y cuantitativo), los empresarios pueden conocer las opiniones, las necesidades y los deseos de los consumidores que conforman su mercado meta y, a partir de esa información, adaptar sus ofertas. También les permite esclarecer algunas interrogantes sobre el mercado o la industria en la cual compiten y, con ello, reducir la incertidumbre al momento de lanzar productos al mercado o crear servicios.

La experiencia ha sido muy gratificante ya que los estudiantes han logrado trasladar sus conocimientos teóricos adquiridos de acuerdo con el programa del curso y aplicarlos a una situación real con una empresa que necesita información para poder tomar decisiones. Les permite acercarse a la realidad de muchas empresas guatemaltecas en cuanto al conocimiento que tienen de la industria donde participan y la dinámica comercial que ejecutan para competir en distintas categorías de productos.

Sin importar las limitaciones presenciales derivadas de la pandemia de la COVID-19, durante los ciclos académicos de 2020 y 2021, los proyectos se han desarrollado sin contratiempos, en plataformas digitales. Han sido una excelente oportunidad para enriquecer sus conocimientos en cuanto al desarrollo de diseños de investigación y sus técnicas correspondientes en soportes digitales. Desde grupos focales –técnica cualitativa que consiste en una reunión de entre 8 y 15 participantes para registrar opiniones, percepciones y puntos de vista de un tema en particular– hasta encuestas en línea –como técnica cuantitativa.

Cabe resaltar el apoyo que el Departamento de Responsabilidad Universitaria ha brindado como vínculo entre la Universidad y las empresas, ya que facilita el contacto y la comunicación con pequeños empresarios, que en una situación regular tendrían serias limitaciones económicas y técnicas para poder realizar un estudio.

Estas iniciativas, además de contribuir al desarrollo académico y profesional de los estudiantes, les permiten trascender más allá de los contenidos y los ejemplos teóricos, para beneficio y crecimiento empresarial del país.

De la misma manera, se constituye como un antecedente importante para la formación profesional de futuras generaciones y como un punto de partida para posicionar a la Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales como un facilitador y promotor de cursos prácticos.

Figura 1

Presentación de resultados de Investigación de Mercados



Nota. Estudiantes del curso de Investigación de Mercados presentan resultados contraparte del trabajo realizado en las experiencias de responsabilidad social. Fuente: archivo RSU.



Experiencias de RSU en tiempos de pandemia

Lcda. Florinda Xic Chay

Coordinadora de Responsabilidad Social Universitaria

Mgtr. Magaly Sáenz Gutiérrez

Subdirectora de Integración Universitaria

Universidad Rafael Landívar, Campus de Quetzaltenango

Introducción

La Universidad Rafael Landívar, coherente con su identidad ignaciana, dentro de sus procesos de formación integral, brinda a los estudiantes experiencias donde ponen al servicio de la sociedad guatemalteca menos favorecida los aprendizajes adquiridos en cursos específicos.

Como parte de su función sustantiva de proyección, el Campus de Quetzaltenango, a través de la Coordinación de Responsabilidad Social Universitaria (RSU), genera espacios en los cuales los landivarianos ponen de manifiesto conocimientos alcanzados de acuerdo con el desarrollo de su malla curricular. Para lograrlo, realizan proyectos que benefician a comunidades, entidades, instituciones, así como a micro, pequeñas y medianas empresas que atienden a sectores más vulnerables del occidente de Guatemala.

Desde el marco de la red Ausjal (Ausjal, 1985), se entiende como responsabilidad social universitaria:

La habilidad y efectividad para responder a las necesidades urgentes de transformación de la sociedad donde está inmersa, en el ejercicio de las funciones sustantivas de la Universidad: docencia, investigación y extensión, teniendo como eje transversal la promoción de la justicia y la instauración de un mundo justo, solidario y equitativo. (Ausjal, 2009, p. 18)

«La Responsabilidad Social Universitaria [*sic*] no es un apéndice, sino que pertenece a la identidad misma de la universidad jesuita y se debe expresar de manera integral en sus diversas actividades» (Red Ausjal, 2009, p. 12).

A través de la experiencia que favorecen los proyectos de RSU, los estudiantes obtienen conocimiento, reflexión y toma de conciencia de la realidad social guatemalteca. Asimismo, los aportes que dichos proyectos brindan, desde la academia, a las entidades y las comunidades, responden específicamente a sus necesidades, siendo así el vínculo entre la Universidad y los sectores vulnerables de Guatemala.

En la actualidad, existe la necesidad de participación e involucramiento responsable por parte de las instituciones, públicas y privadas, en beneficio de sectores vulnerables. El tema de la responsabilidad social debe ser visto como un compromiso que se adquiere con la sociedad para lograr cambios significativos y transformaciones, aunado a la corresponsabilidad, que se ha hecho necesaria en estos tiempos de pandemia. Por lo tanto, la educación superior ha de incluirse en ese compromiso social.

La vinculación de los proyectos de RSU busca que los estudiantes conozcan y realicen acercamientos a la realidad, en ocasiones, en un contexto distinto del que están acostumbrados, con el fin de fortalecer su proceso de formación académica.

La metodología aplicada en los proyectos desarrollados desde la Coordinación de Responsabilidad Social Universitaria es Aprendizaje y Servicio (A+S). De acuerdo con Tapia (2006), «En una primera aproximación al Aprendizaje y Servicio podría considerarse como la intersección entre dos tipos de experiencias educativas que generalmente se desarrollan en forma paralela o inconexa» (p. 3). La propuesta pedagógica es innovadora ya que promueve actividades de aprendizaje y enseñanza solidarias, en las que los conocimientos se aplican en la resolución de problemáticas y necesidades concretas de la sociedad.

Desde marzo de 2020 que la pandemia de la COVID-19 afecta a Guatemala, la Universidad ha implementado nuevas modalidades que continúan generando espacios para que las entidades se vean beneficiadas del aporte de los landivarianos.

La presencialidad de estudiantes en las entidades y las comunidades de sectores vulnerables durante este período se ha visto limitada debido a la probabilidad de contagios y sus consecuencias. Sin embargo, esta situación no ha sido obstáculo para que los universitarios continúen con su formación integral y proyección social. El proceso general implementado en los proyectos de RSU abarcó la gestión, la planificación, la ejecución, la evaluación, la sistematización y la divulgación. De acuerdo con el sistema de RSU, en 2021 se sistematizaron 38 proyectos. Es motivo de este artículo referir el denominado *Procesos administrativos en pequeñas y medianas empresas* que se desarrolló desde la licenciatura en Administración de Empresas, de la Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales, en el curso Administración Estratégica e Innovación, el cual contó con la participación de 31 estudiantes y nueve empresas, que pertenecen al sector mencionado.

En dicho proyecto participaron activamente diferentes actores, entre los que se mencionan: coordinadores académicos, docentes, estudiantes, propietarios y trabajadores de las pequeñas y medianas empresas de dos departamentos del suroccidente del país.

Las pequeñas y medianas empresas con las que se trabajaron fueron:

- Casa Santa Rita, ubicada en el departamento de Sololá;
- Xunah Kaab', ubicada en el departamento de Sololá;
- Torres Premix, ubicada en el departamento de Quetzaltenango;
- Moonlight Car Audio, ubicada en el departamento de Quetzaltenango;
- Peletería Tocby, ubicada en el departamento de Quetzaltenango;
- Misha's Makeup, ubicada en el departamento de Quetzaltenango;
- Jeisha Coffee Shop, ubicada en el departamento de Quetzaltenango;
- Aureo Technology, ubicada en el departamento de Quetzaltenango;
- Natural Mente, ubicada en el departamento de Quetzaltenango.

Desarrollo del proyecto

La pandemia de la COVID-19 ha provocado efectos en la sociedad en distintas dimensiones: salud, cultura, economía, entre otras. Las empresas han tenido un papel clave en el abastecimiento de productos y servicios esenciales para la población durante la crisis, y dado los cambios emanados de la situación sanitaria, ha surgido la necesidad de renovar sus productos y servicios, debido a que los principales impactos se manifiestan en la reducción de la demanda, derivado de los tiempos de confinamiento, lo cual ha implicado una baja en ingresos y recorte de personal en diversas áreas.

De esa cuenta, el sector de pequeñas y medianas empresas se ha visto ante el desafío de revisar, analizar e innovar sus procesos de venta, así como crear y renovar sus estrategias de publicidad y comercialización en línea, por mencionar algunos procesos de la gestión administrativa.

En este proyecto específico, la Universidad Rafael Landívar, a través de los proyectos de RSU que, en este caso, se desarrollan desde el curso de Administración Estratégica e Innovación, involucró a los estudiantes con las empresas. Los universitarios conocieron a las personas, las empresas y los procesos; brindaron asesoría técnica y formularon nuevas estrategias e innovación para incrementar sus ventas y mantener la gestión de los establecimientos involucrados.

El proceso realizado por los landivarianos generó impacto en estas empresas, las asesorías propuestas fueron un gran aporte y lograron que los estudiantes desarrollaran distintas competencias. Asimismo, las compañías se beneficiaron con las sugerencias técnicas en temas administrativos, financieros, operacionales y mercadológicos.

En consecuencia, los estudiantes se organizaron en grupos de cuatro integrantes. Cada equipo buscó el espacio de intervención, considerando características particulares de las pequeñas y medianas empresas, la intención fue beneficiar a sectores más vulnerables, sin perder de vista los procesos estipulados para el desarrollo de los proyectos.

El proceso continuó al realizar visitas a las pequeñas empresas, para establecer un primer contacto con los propietarios y los trabajadores, y así, desarrollar un trabajo en equipo. Por su parte, los estudiantes conocieron sobre los establecimientos, sus productos y sus procesos actuales. Durante el período de trabajo, los universitarios realizaron diagnósticos de las empresas, aplicaron los conocimientos adquiridos en dicho curso, identificaron oportunidades y formularon propuestas de mejora para las estrategias de venta.

Más adelante, la ejecución del proyecto consistió en el diseño de una asesoría técnica, basada en los principios de innovación de los procesos, en busca de promover la mejora continua y el desarrollo económico y social. Unido a lo anterior, los estudiantes buscaron generar nuevas formas de relaciones laborales, para fortalecer el trabajo en equipo e involucrar a todo el personal de la pequeña empresa.

El proyecto ejecutado por los grupos estudiantiles atendió al objetivo en particular de cada uno de los procesos definidos para las empresas. De esa forma, la Universidad realizó un trabajo especializado y personalizado. La vinculación de los proyectos de RSU busca un aprendizaje significativo y el fortalecimiento en valores para los universitarios, así como el beneficio ofrecido a las empresas y la población en general.

El aporte realizado por el proyecto «Procesos administrativos en pequeñas y medianas empresas» fue amplio y valioso. Logró apoyar un área que, en determinado momento, las compañías del sector no habían contemplado; o bien por la falta de personal y recursos económicos, no habían realizado.

En cada una de las empresas se desarrollaron aportes diferentes, los cuales se detallan a continuación:

Casa Santa Rita

Restaurante que ofrece desayunos, almuerzos, cenas y refacciones. También elabora conservas, escabeches, salsas, dulces, productos de panadería, lácteos y sus derivados.

Producto entregado: implementación de herramientas de marketing digital enfocada a las redes sociales, para aprovechar el potencial de la pequeña empresa en tiempos de pandemia, y la reactivación del turismo con protocolos de bioseguridad que garanticen la tranquilidad y el cuidado de los usuarios.

Xunah Kaab'

Empresa familiar de productos orgánicos, ubicada en un lugar turístico en San Juan La Laguna, Sololá, específicamente en el Cantón Tzanjay, donde se conserva, preserva e investiga la abeja sin aguijón, también conocida como abeja nativa. Estas especies se encuentran en peligro de extinción. El sitio cuenta con un hotel de abejas solitarias, abejas de orquídeas; el más grande que existe en Guatemala.

Producto entregado: análisis de imagen y diseño de publicidad de los productos orgánicos de la empresa. De manera que fuera más atractiva para el consumidor, la publicidad fue enfocada en las redes sociales, para llegar a aquellas personas que aún no conocen los productos artesanales de Xunah Kaab', con el objeto de ampliar su población de consumo.

Torres Premix

Pequeña empresa ubicada en Quetzaltenango dedicada a la elaboración de premezclas para panadería y repostería. Producto entregado: nuevas herramientas para mejorar los procesos que contribuyen a la sustentabilidad de la empresa.

Moonlight Car Audio

Empresa familiar dedicada a la venta de accesorios y alarmas para vehículos. Producto entregado: cambio de imagen (rediseño del logotipo) para tener una mejor aceptación y responder de manera más eficaz a las demandas de los usuarios desde las redes sociales.

Peletería Tocby

Empresa líder en la distribución de materiales para la fabricación de calzado, que cuenta con variedad de productos a la disposición del cliente y brinda un servicio de calidad a precios accesibles. Producto entregado: aplicación de herramientas de análisis y estrategias administrativas para la disminución de precios para los usuarios. Implementación de la responsabilidad social empresarial para la optimización de los procesos de la empresa.

Misha's Makeup

Empresa especializada en productos cosméticos de uso personal, se dedica a la venta individual y mayorista de sus productos. Producto entregado: propuesta para mejorar el crecimiento de la empresa, incluyendo el cambio de imagen y la asesoría en las funciones de cada colaborador.

Jeisha Coffee Shop

Empresa quetzalteca que ofrece café y gastronomía de especialidades, un lugar ideal para conversar con amigos, seres queridos, leer libros, estudiar o simplemente disfrutar, acompañado de bebidas y aperitivos. Producto entregado: estudio de mercado, asesoramiento en relación con el punto físico del nuevo local que tiene la empresa y mejoramiento en el alcance del grupo objetivo a través de la asesoría.

Aureo Technology

Empresa de consultoría que ofrece servicios de: asesoría tecnológica, software de inventario, sitios web, desarrollo electrónico, redes de internet y peritaje forense digital. Producto entregado: plan estratégico de marketing para generar más ingresos, por medio de la captación de nuevos clientes y la presencia virtual de la empresa en el mercado.

Natural Mente

Empresa comunitaria de mujeres dedicadas a la producción y la distribución de insumos y medicina natural a las diferentes clínicas naturistas del área. Producto entregado: plan estratégico para las áreas de administración, mercadotecnia y ventas.

Cabe resaltar que las pequeñas y medianas empresas analizadas han crecido de forma empírica y que los propietarios han establecido procesos publicitarios y financieros, según los conocimientos y los aprendizajes obtenidos en su vida cotidiana. El apoyo y la asesoría de los estudiantes resultó ser un buen aporte para fundamentar las intervenciones y, sobre todo, en tiempos de pandemia, elementos aliados en el mantenimiento de los negocios.

Los hallazgos identificados en el diagnóstico, así como los conocimientos del curso aplicados a las propuestas para generar mejora en las empresas y los productos finales que recibieron los propietarios, fueron presentados y entregados por los estudiantes al equipo de trabajadores de cada compañía. Más adelante, se hizo una exposición y entrega final con la participación de todas las empresas y los universitarios involucrados, con el fin de estrechar la relación entre ambas partes, conocer otros negocios y fortalecer el aporte de la Universidad al sector de pequeñas y medianas empresas.

Estos procesos realizados con las empresas favorecieron a los estudiantes para descubrir la realidad de las pequeñas y medianas empresas en la región de occidente del país. El involucramiento de los temas administrativos se evidencia en oportunidades de negocio y ventas, factores muy importantes que se deben cuidar y priorizar en el sector empresarial. Los conocimientos adquiridos y aplicados en las propuestas, así como el aprendizaje de los estudiantes, se traducen en beneficio de todos los actores involucrados y aportan al desarrollo de los establecimientos y, en suma, a la transformación de la sociedad.

Conclusiones

Los proyectos de RSU involucran a varios actores de la Universidad, como coordinadores académicos, docentes, estudiantes y autoridades, que los convierten en un compromiso que se asume desde las diferentes áreas, como una de las funciones sustantivas de la misma Universidad.

Las experiencias desde los proyectos de RSU contribuyen a mejorar el resultado académico de los estudiantes, al tener que enfrentarse con una realidad en concreto, veraz y muchas veces difícil, que implica para los universitarios una oportunidad de conexión con el mundo real y sus problemas, para dar soluciones inmediatas y a largo plazo, y de esta forma, construir un mundo mejor y más justo.

Los estudiantes se hacen conscientes de la realidad de su campo laboral en Guatemala, en este caso, de lo limitado de los recursos, que las pequeñas y medianas empresas tienen en el país, y realizan aportes concretos desde su profesión.

La contribución realizada por la Universidad a la sociedad guatemalteca garantiza un servicio preciso, real y de buena calidad a una población que, de otra manera, no tendría acceso, debido a la calidad de estas asesorías.

A pesar de la pandemia y las medidas de cuidado que ha sido necesario implementar, la Universidad Rafael Landívar, Campus de Quetzaltenango, continuó promoviendo el acercamiento y la sensibilidad de los estudiantes con la realidad, poniendo al servicio de sectores, menos favorecidos de la región de occidente, los conocimientos, herramientas y recursos disponibles.

Figura 1

Proyectos RSU, Campus de Quetzaltenango



Nota. Estudiantes del Campus de Quetzaltenango participan en la entrega de resultados a contrapartes.
Fuente: archivo de RSU, Campus de Quetzaltenango.

Figura 2

Proyectos de RSU, Campus de Quetzaltenango



Nota. Estudiantes del Campus de Quetzaltenango participan en la entrega de resultados de contrapartes. Fuente: archivo de RSU, Campus de Quetzaltenango.

Referencias

Ausjal. (s.f.). *Reseña histórica*. <https://www.ausjal.org/resena-historica/>

Ausjal. (2009). *Políticas y Sistema de autoevaluación y gestión de la responsabilidad social universitaria en AUSJAL*. Editorial Alejandría. <https://www.ausjal.org/wp-content/uploads/2021/04/PoliticasySistemasdeAutoevaluacionyGestionde-laRSU-en-AUSJAL.pdf>

Tapia, M. N. (2006). *Aprendizaje y servicio solidario* (1ª ed.). Ciudad Nueva.



