

---

**EVALUACIÓN DE UNA VISITA TÉCNICA A UNA EMPRESA ESPECIALIZADA EN LA FABRICACIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE PRODUCTOS DEL RUBRO DOMISANITARIO Y DE COSMÉTICA, 2024**

**EVALUATION OF THE TECHNICAL VISIT TO A COMPANY SPECIALIZED IN THE MANUFACTURING AND MARKETING OF PRODUCTS IN THE HOUSEHOLD AND COSMETIC SECTORS, 2024**

**Silvio Eduardo Becker<sup>1</sup>**

Universidad Americana. Asunción, Paraguay

ID <https://orcid.org/0000-0002-7440-4273>

sbecker@gmail.com

**\*Richard Adrián Riveros Cardozo<sup>2</sup>**

Universidad Autónoma de Asunción. Asunción, Paraguay

ID <https://orcid.org/0009-0009-8365-4109>

riverori33@gmail.com

---

Conflictos de Interés: Ninguno que declarar

Recibido: 01-04-2024

Aceptado: 01-09-2025

<sup>1</sup>Investigador Asociado al Laboratorio de Investigación, Desarrollo e Innovación “IDI Lab”. Docente de Jornada Completa del Departamento de Marketing y Publicidad de la Facultad de Ciencias Económicas y Administrativas. Universidad Americana. Paraguay.

<sup>2</sup>Autor de correspondencia. Docente de la carrera de Administración de Empresas. Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales. Universidad Autónoma de Asunción. (Asunción - Paraguay) <https://orcid.org/0009-0009-8365-4109>

---

### **Resumen**

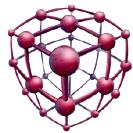
La presente investigación aborda la relación entre las universidades y el sector productivo, a través de sus actividades de extensión, específicamente el caso de una visita técnica realizada por estudiantes del área de Ciencias Empresariales a una empresa especializada en la fabricación y comercialización de productos domisanitarios y cosméticos. El problema identificado es que no siempre existe evidencia sobre la percepción de los estudiantes respecto a estas experiencias. El objetivo general es evaluar la visita realizada a una empresa especializada en la fabricación y comercialización de productos del rubro Domisanitario y de Cosmética, 2024. Se empleó un enfoque cuantitativo con un diseño no experimental de corte transversal y un alcance descriptivo. Los datos se obtuvieron mediante un cuestionario aplicado a 13 participantes al finalizar la actividad. Los resultados principales revelan que los estudiantes valoraron positivamente la experiencia, obteniendo un promedio de 9,28 en las siete preguntas con escala de Likert formuladas. Se concluye la importancia de las visitas técnicas como herramienta para enriquecer la formación académica y facilitar la interacción temprana de los estudiantes con el mundo laboral.

**Palabra clave:** Evaluación, visitas técnicas, enseñanza-aprendizaje, Educación Superior.

### **Abstract**

This research addresses the relationship between universities and the productive sector through their extension activities, specifically focusing on the case of a technical visit conducted by students from the field of Business Sciences to a company specialized in the manufacturing and marketing of household cleaning and cosmetic products. The identified problem is that there is not always evidence regarding students' perceptions of such experiences. The general objective is to evaluate the visit made to a company specialized in the manufacturing and marketing of products in the household cleaning and cosmetics sector in 2024. A quantitative approach was

---



employed, with a non-experimental cross-sectional design and a descriptive scope. Data were collected through a questionnaire administered to 13 participants at the end of the activity. The main results reveal that students evaluated the experience positively, with an average score of 9.28 across the seven Likert-scale questions posed. The study concludes on the importance of technical visits as a tool to enrich academic training and to facilitate early interaction between students and the professional world.

**Keywords:** Evaluation, technical visits, teaching-learning, Higher Education.

## Introducción

El mundo empresarial exige que los profesionales estén más capacitados, en contacto con la realidad del mercado. En carreras técnicas de ingeniería se demanda que los egresados posean base en conocimientos generales y también la capacidad de tomar decisiones efectivas y estratégicas (Aguiar et al., 2006 citado en Aguiar et al., 2010). Esta realidad es la misma en el área empresarial como Administración de Empresas, Comercio Internacional, Marketing y Publicidad, y Contabilidad.

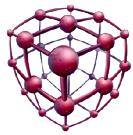
Las orientaciones curriculares establecidas por el Consejo Nacional de Educación Superior (CONEs) para la formación en áreas empresariales indican que el currículo debe ofrecer experiencias de aprendizaje prácticas (CONEs, 2016). Su cumplimiento se evalúa a través de la matriz de calidad de la Agencia Nacional de Evaluación y Acreditación de la Educación Superior (ANEAES, 2023). Esta perspectiva abarca también actividades complementarias, como la investigación científica y tecnológica y los programas de extensión universitaria. Las visitas técnicas facilitan el aprendizaje al conectar conceptos teóricos con sistemas productivos reales, permitiendo interacciones sensoriales y visuales que enriquecen la comprensión cognitiva de los estudiantes (López 2020). Por lo tanto, resulta importante generar y conservar evidencias, tales como las evaluaciones realizadas al término de estas actividades.

La relación universidad – empresa constituye un mecanismo para el desarrollo científico y tecnológico de un país. En un contexto de constantes transformaciones sociales, resulta imperativo que las instituciones de educación superior adopten estrategias innovadoras para fortalecer su vinculación con el sector empresarial (Gatell et al., 2023). En este sentido, las visitas técnicas representan un primer acercamiento, permitiendo a los estudiantes conocer el entorno laboral y aplicar conocimientos adquiridos en aula. Posteriormente, este vínculo puede consolidarse mediante la implementación de prácticas profesionales. Se consideró pertinente la visita técnica a este sector debido a su relevancia en el mercado nacional y la necesidad de que los estudiantes comprendan procesos productivos y de comercialización de dicho rubro. El objetivo general es evaluar la visita realizada a una empresa especializada en la fabricación y comercialización de productos del rubro Domisanitario y de Cosmética, 2024.

Considerando que la experiencia de visitar una empresa en funcionamiento tiene efectos positivos en los estudiantes, mejorando sus aprendizajes percibidos, como los conocimientos adquiridos, las habilidades desarrolladas, el esfuerzo realizado, las destrezas obtenidas y el interés por seguir aprendiendo; y también aumenta su motivación y fomenta estrategias de aprendizaje (Saratxaga y Garay, 2023), estas añaden valor al proceso educativo. Las empresas demandan profesionales cada vez más preparados, y las visitas técnicas constituyen un medio que favorece la interacción temprana entre los estudiantes de pregrado y el mercado laboral, tal como señala Stevenson (2001, citado en Aguiar et al., 2010). Sin embargo, estas visitas suelen quedar al margen del desarrollo de competencias y su evaluación (Aranguren et al., 2008).

## Metodología

El Enfoque de la investigación es cuantitativo, de diseño no experimental de corte transversal y alcance descriptivo. Para la recolección de datos, se utilizó un cuestionario de 16 preguntas adaptado de los autores Aguiar et al., (2010) como instrumento (1 pregunta referente



al lugar de la visita, 6 preguntas sociodemográficas, y 9 preguntas temáticas, de las cuales 7 preguntas en escala de Likert de 10 puntos y 2 abiertas), aplicado mediante la técnica de encuesta. Esta herramienta permitió obtener información de los 13 estudiantes de un curso del área de ciencias empresariales de una universidad privada del país respecto a la visita, siendo la tasa de respuesta el 100%.

Este estudio se delimita en gabinete, la visita se llevó a cabo en la ciudad de Capiatá, temporalmente, el análisis corresponde al año 2024, periodo en el que se realizó la visita y la evaluación correspondiente. En términos espaciales, el estudio abarca tanto las instalaciones de la empresa visitada como el contexto académico práctico.

En cuanto a los aspectos éticos de la investigación, se garantizó la confidencialidad de la información proporcionada por los participantes, así como su derecho a la privacidad y a la libre decisión de participar en el estudio. Se obtuvo el consentimiento informado de cada uno de ellos antes de la aplicación del cuestionario.

## Resultados y Discusión

A continuación, se presentan los resultados obtenidos de la encuesta aplicada a los participantes durante la visita técnica realizada:

En la tabla 1 se describen los datos sociodemográficos.

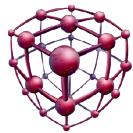
**Tabla 1.**

*Características sociodemográficas de los participantes (n=13)*

Características sociodemográficas		Frecuencia	%
Sexo	Femenino	11	84,6
	Masculino	2	15,4
Edad	18-20	4	30,7
	21-23	4	30,7
	24-26	2	15,4
	Mayor a 26	3	23,1
Residencia	Asunción	5	38,5
	San Lorenzo	2	15,4
	Fernando de la Mora	1	7,7

En la tabla anterior se observa que el 84,6% de los encuestados es mujer, el 30,7% de los participantes tiene entre 18 y 20 años, y en igual proporción tienen entre 21 y 23 años. El 38,5% reside en Asunción y el 100% cursa su carrera en el turno de la noche.

La tabla 2 presenta los resultados de la encuesta. Por ejemplo, en la cuarta fila, se puede observar que dos estudiantes otorgaron una calificación de 6.0 a la pregunta 2 (¿Esta visita técnica fue adecuada para su curso y/o cualquier otra disciplina que usted asiste o asistió?), Otro estudiante evaluó con 8.0 puntos, tres estudiantes dieron 9.0, y siete otorgaron la calificación máxima de 10.0.



**Tabla N° 2:**  
*Notas asignadas por los participantes a la visita (n=13)*

Pregunta	Notas concedidas del 1.0 al 10.0										Promedio por pregunta
	1.0	2.0	3.0	4.0	5.0	6.0	7.0	8.0	9.0	10.0	
1	-	-	-	1	-	2	1	2	2	5	8,23
2	-	-	-	-	-	2	-	1	3	7	9
3	-	-	-	-	-	-	-	1	2	10	9,69
4	-	-	-	-	1	1	1	3	1	6	8,54
5	-	-	-	-	-	-	-	-	-	13	10
6	-	-	-	-	-	-	-	1	-	12	9,85
7	-	-	-	-	-	-	-	2	1	10	9,62
Promedio Global: 9,28											

*Nota: elaborado a partir de Aguiar et al (2010).*

La media de las respuestas para la pregunta uno fue de 8,23, lo que puede indicar que los estudiantes consideraron que existe relación entre la visita y las disciplinas técnicas de su curso. Para la pregunta dos, sobre si la visita fue adecuada para su curso, la media fue de 9, por lo que se considera que sí es adecuada. La pregunta tres tuvo una media de 9,69, lo que indica que la visita proporcionó nuevos conocimientos prácticos. La pregunta cuatro tuvo una media de 8,54, lo que supone que el horario fue adecuado. Para la pregunta cinco, sobre si el profesor que acompañó la visita interactuó adecuadamente con el grupo de estudiantes, la media fue de 10. La pregunta seis tuvo una media de 9,85 lo que indica que la receptividad del representante de la empresa visitada fue satisfactoria y la pregunta 7 tuvo una media de 9,62, lo que demuestra que la visita fue muy buena casi excelente. Con respecto al promedio de todas las siete preguntas fue de 9,28 lo que es concordante con López Mallorquín cuando resalta que este tipo de actividades facilitan el aprendizaje conectando conceptos teóricos con sistemas productivos reales (2020).

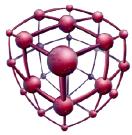
Por otro lado, las respuestas a la pregunta 8, que pedía a los estudiantes que describieran un tema que les llamó la atención durante la visita, y a la pregunta 9, que solicitaba comentarios y recomendaciones sobre la visita, mostraron un alto nivel de satisfacción con la visita, así como un aprendizaje sobre la operación de la empresa, su impacto en el mercado, y la importancia de la calidad y la organización en el proceso productivo. Ejemplos:

“La visita fue una experiencia única, hemos visitado las áreas de Producción de jabones en barra, jabón en polvo, suavizante, etc. y su materia prima para la producción de estos productos... También hemos visitado las áreas de Investigación de Desarrollo y Marketing para conocer los métodos utilizados para la evaluación del producto y su demanda en el mercado” (Encuestado 1).

“Tras la visita que hicimos conocí acerca del funcionamiento de la empresa y aprendí sobre su modelo de negocio, procesos, tecnología, productos o servicios” (Encuestado 3).

“Lo impresionante que es que una empresa de origen paraguayo cuente con una instalación de semejante calibre y trayectoria, abundante en mano de obra y maquinarias para la producción de sus productos. Me llamó la atención especialmente los países a los que exportan (Argentina, Brasil, Bolivia, Chile, EE. UU, Cuba, entre otros) promoviendo el comercio de productos nacionales a otras culturas” (Encuestado 5).

“La organización de la empresa a la hora de elaborar sus productos, la variedad de



sus productos, cómo todos los trabajadores tienen conocimientos generales y son capaces de responder cualquier tipo de pregunta acerca de la empresa, me pareció interesante saber que la empresa trabaja a gran escala a nivel internacional” (Encuestado 6).

“¡La empresa es una empresa netamente familiar lo cual me encanta! Me impresionó muchísimo la infraestructura del lugar, una empresa con 15 hectáreas, áreas totalmente ordenadas y muy bien organizadas, vimos los pasos de elaboración, muy buena visita” (Encuestado 8)

“Me llamó la atención el depósito y como se manejan en el para apilar y agrupar los productos, las máquinas que usan para movilizar y guardar los pallets en los racks, estanterías, también me llama la atención que exportarán línea blanca, el producto, pero con otra marca para otros países” (Encuestado 9).

“En el área de producción y el área de control de calidad, fue increíble todos procedimientos que conlleva elaborar y testear cada producto elaborado, lo que más me llamó la atención fue en el área de control de calidad” (Encuestado 12).

Las opiniones expresadas por los estudiantes indican que estas experiencias enriquecen los aprendizajes desde la perspectiva de los participantes, al incluir conocimientos y habilidades, y alentar la continuidad del aprendizaje. Asimismo, contribuyen a aumentar la motivación y a fomentar estrategias de aprendizaje, en consonancia con lo planteado por Saratxaga y Garay (2023).

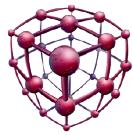
Es importante señalar que, ante situaciones en las que los estudiantes no comprendían plenamente las explicaciones de los encargados de la visita, recurrieron al uso de herramientas de Inteligencia Artificial para contextualizarse, lo cual fue una estrategia sugerida y bien valorada por los docentes acompañantes.

## Conclusiones

Actualmente, la colaboración entre universidades y empresas sigue revelándose como un elemento importante para la formación de profesionales competentes y su conexión temprana con el mercado laboral como hace más de una década. La relación entre empresas y universidades, ya sea a través de visitas técnicas o apoyo institucional, puede influir en la socialización académica y en el aprendizaje. Las visitas técnicas facilitan la interacción temprana entre los estudiantes, las empresas y el mercado laboral.

La evaluación de la visita a la empresa de productos domisanitarios y cosméticos en 2024 fue positiva debido a que proporcionó a los estudiantes una comprensión práctica de los procesos productivos del sector, lo que enriqueció su aprendizaje teórico y fortaleció la conexión con la realidad del mercado laboral. Los participantes evaluaron positivamente la visita a la empresa. Esta experiencia cumplió con las expectativas de los estudiantes y contribuyó a su aprendizaje.

Se podría recomendar la evaluación individual de cada visita realizada, presentando los resultados como evidencia en los procesos de autoevaluación, evaluación y acreditación según modelo de ANEAES. En el futuro, se podría indagar sobre la percepción de los gerentes o propietarios de los establecimientos comerciales visitados, así como determinar si estas visitas les brindan algún beneficio.



## Referencias Bibliográficas

- Aguiar, G. F., Jurandir, P., Cunha J. C., y Aguiar, B. C. (2010). Las Visitas Técnicas a Empresas como parte del proceso de enseñanza-aprendizaje en Ingeniería Mecánica. *Formación Universitaria*, 21-28. <http://dx.doi.org/10.4067/S0718-50062010000500004>
- Aguiar, G., Aguiar, B., & Wilhelm, V. (2006). Obtenção de indices de eficiência para a metodologia data envelopment analysis utilizando a planilha eletrônica microsoft excel. *Revista da Vinci*, Curitiba, 157-169.
- ANEAES. (2023). *Modelo Nacional de Evaluación y Acreditación de la Educación Superior. Matriz de Calidad de Carreras de Grado*. [https://www.aneaes.gov.py/wp-content/uploads/2024/07/Matriz\\_de\\_Calidad\\_de\\_Carreras\\_de\\_Grado\\_uv\\_-1.pdf](https://www.aneaes.gov.py/wp-content/uploads/2024/07/Matriz_de_Calidad_de_Carreras_de_Grado_uv_-1.pdf)
- Aranguren, G., Odriozola, I., Gómez, J., Rubina, I. M., & López Nozal, N. A. (2008). Las visitas a empresas electrónicas. Departamento de Electrónica y Telecomunicaciones. Escuela Técnica Superior de Ingeniería. <https://www.asociaciontaee.org/actas/2008/papers/2008S2B01.pdf>
- CONES. (2016). Reglamento que regula los procesos de habilitación y funcionamiento de las carreras de pregrado. Resolución CONES N° 512/16. <https://cones.gov.py/resolucion-cones-n-512-16-que-aprueba-el-reglamento-y-sus-anexos-para-los-procesos-de-habilitacion-y-funcionamiento-de-carreras-de-pregrado/>
- Gatell, A. A., Treviño-Cubero, A., Banda-Muñoz, Fernando, & Martínez Moreno, A. R. (2023). Una experiencia del vínculo universidad-empresa desde la Universidad de Camagüey. Retos de la Dirección. *Revista científica del Centro de Estudios de Dirección Empresarial y Territorial. Universidad de Camagüey “Ignacio Agramonte Loynaz”*. <http://scielo.sld.cu/pdf/rdir/v17n3/2306-9155-rdir-17-03-e23307.pdf>
- López Mallorquín, M. Á. (2020). Visitas técnicas guiadas como recurso didáctico: diseño de una visita al Centro I+ D+ i de Renault. Valladolid, España. <https://uvadoc.uva.es/bitstream/handle/10324/43215/TFM-G1142.pdf?sequence=2&isAllowed=y>
- Saratzxaga, G. H., & Garay, G. G. (2023). CIINECO. Obtenido de La experiencia de la visita a empresa en activo: un análisis desde una perspectiva educativa: <https://2023.ciineco.org/ponencia/la-experiencia-de-la-visita-a-empresa-en-activo-un-analisis-desde-una-perspectiva-educativa/>