

opción

Revista de Antropología, Ciencias de la Comunicación y de la Información, Filosofía,
Lingüística y Semiótica, Problemas del Desarrollo, la Ciencia y la Tecnología

Año 35, diciembre 2019 N°

90

Revista de Ciencias Humanas y Sociales

ISSN 1012-1537/ ISSNc: 2477-9385

Depósito Legal pp 198402ZU45



Universidad del Zulia
Facultad Experimental de Ciencias
Departamento de Ciencias Humanas
Maracaibo - Venezuela

Percepción estudiantil de la metodología “aprendizaje-servicio” en la asignatura de marketing

Francisco Ganga-Contreras¹
Universidad de Los Lagos, Chile
fganga@ulagos.cl

Nataly Guíñez-Cabrera²
Universidad del Bío-Bío, Chile
nguinez@ubiobio.cl

Constanza Olguín-Gutiérrez³
Universidad del Bío-Bío, Chile
colguin@ubiobio.cl

Paulina Ceballos-Garrido⁴
Universidad de Concepción, Chile
pauliceballos@udec.cl

Resumen

El “aprendizaje-servicio” (ApS) ha logrado un posicionamiento muy relevante como estrategia educativa, pues posibilita una mixtura entre la formación académica y el servicio a la ciudadanía. En función de esta relevancia, esta indagación tiene como objetivo cardinal conocer la percepción de un grupo de estudiantes de una universidad chilena, respecto de la experiencia de trabajar con la metodología ApS. Para ello, se aplicó un cuestionario y los datos recopilados se analizaron con medidas de estadística descriptiva. Los resultados muestran que las experiencias de los estudiantes fueron positivas, destacando el desarrollo de competencias genéricas como: trabajo en equipo, tolerancia y comunicación.

¹Programa de Investigación sobre Gobernanza e Inclusión Organizacional de la Universidad de Los Lagos-Chile.

² ³ Departamento de Gestión Empresarial, Facultad de Ciencias Empresariales, Universidad del Bío-Bío, Chile.

⁴ Escuela de Administración y Negocios, Universidad de Concepción, Chile.

Palabras clave: Educación Superior, universidades, gobernanza universitaria, administración de organizaciones; estrategias formativas.

Student perception of the “service-learning” methodology in the marketing subject

Abstract

The “service-learning” has accomplished a relevant positioning as an educational strategy because it allows a mixture of academic formation and citizen service. Because of this relevance, this search has as main objective to know the perception of a group of students of a Chilean university in the matter of their experience working with ApS methodology. To make this possible, a questionnaire was applied, and collected data were analyzed with descriptive statistical measurements. Results show that students’ experiences were positive, standing out the generic competences development, such as teamwork, tolerance and communication.

Key words: Higher Education, universities, university governance, organization administration, training strategies.

1. INTRODUCCIÓN

Existen grandes desafíos en la formación de profesionales, y la universidad tiene un rol clave de responsabilidad social, conducente a resolver problemas y necesidades de la comunidad que las cobijó, siendo, por lo tanto, una especie de imperativo que emana desde su propia misión institucional (GANGA-CONTRERAS y NAVARRETE, 2012; RAYA y GÓMEZ, 2016). La metodología de Aprendizaje Servicio (ApS), es una herramienta formativa que se enfila absolutamente con este propósito, dado que otorga un servicio a la

comunidad, y así, permite plasmar el compromiso social de la universidad, pasando de declaraciones a la acción concreta (SIMÓ, 2016).

Los objetivos tradicionales de las universidades, son la docencia, la investigación y la extensión, ésta última conocida actualmente en muchos países como vinculación con el medio, y estas tareas deberían encontrarse incluidas en un eje transversal que es la transferencia de conocimiento, que principalmente se relaciona con la responsabilidad social universitaria y el aporte al desarrollo del entorno, permitiendo así, progresar en los grandes desafíos políticos, económicos y sociales que actualmente tienen las universidades y sociedad en general (GANGA-CONTRERAS, LUNA y VIANCOS, 2018; ESPARZA, MORÍN y RUBIO, 2018).

Por otro lado, la sociedad requiere profesionales técnicamente capacitados, pero también necesita profesionales comprometidos con los problemas reales que afectan a la comunidad. La globalización del conocimiento demanda el desarrollo y perfeccionamiento de competencias sociales (JOUANNET, ROJAS y GONZÁLEZ, 2018). En el mercado laboral, es importante y valorado el dominio práctico de la profesión, sin embargo, resulta indispensable incorporar en la formación profesional experiencias prácticas, que involucren valores, sobre todo, en una sociedad que es cada vez más competitiva (DELPONTI, 2015).

Uno de los desafíos importantes de la educación es adaptarse a los nuevos tiempos, y acercar a los estudiantes al mundo real. Por lo tanto, ya no es suficiente que la formación de los estudiantes de educación superior se encuentre solamente enmarcada en conocimientos teóricos dentro del aula, sino, que es fundamental que ellos obtengan y aprendan herramientas útiles para tomar decisiones y resolver problemas de su entorno, realizando un aporte concreto en la sociedad (JOUANNET, SALAS y CONTRERAS, 2013). En este sentido, el “Aprendizaje Servicio”, desde ahora mencionado como ApS, se hace cargo de este reto, ya que entre sus objetivos establece precisamente el contacto de los estudiantes con los problemas de la sociedad.

Considerando esta realidad, esta investigación se ha planteado como meta cardinal, conocer las percepciones de los estudiantes acerca de la experiencia de trabajar con la metodología de ApS en la asignatura de *Marketing* en las carreras de Ingeniería Comercial (ICO) y Contador Público y Auditor (CPA), de la Facultad de Ciencias Empresariales (FACE) de la Universidad del Bío-Bío (UBB), sede Chillán-Chile; durante el primer semestre académico de 2016.

En la carrera de ICO, esta actividad se desarrolló en el contexto del Plan de Mejoramiento “Desarrollo de Competencias de los Estudiantes de la Facultad de Ciencias Empresariales, a través de la Metodología ApS y el uso de Tecnologías de la Información” (código UBB 1402), financiado por el Banco Mundial mediante el Programa

MECESUP¹ del Ministerio de Educación de Chile. En la carrera de CPA se tuvo el apoyo del Programa de Vinculación con el Medio para Docentes, Convenio de Desempeño de Vinculación con el Medio MINEDUC²-UBB.

Para alcanzar las finalidades trazadas, se trabaja con una muestra de 108 casos a quienes se le aplica un cuestionario con preguntas abiertas y preguntas cerradas (estas últimas evaluadas mediante una escala tipo Likert). Los datos obtenidos fueron analizados por medio de la aplicación de herramientas de estadística descriptiva.

En términos generales, los resultados dan cuenta de una positiva mirada de los estudiantes encuestados, respecto del uso de la metodología ApS; pero también se logró determinar que ella posibilita la adquisición de nuevas competencias genéricas, que potencian una formación más integral.

2. FUNDAMENTOS TEÓRICOS

De acuerdo con lo indicado por MONTES DE OCA y MACHADO (2011), las metodologías o estrategias de enseñanza-aprendizaje muchas veces fueron tratadas de manera separada por la literatura, y dieron énfasis a la preparación de contenidos por parte del

¹ Mejoramiento de la Calidad y Equidad de la Educación Superior.

² Ministerio de Educación de Chile.

docente o hicieron referencia a las acciones que los estudiantes realizaron durante el aprendizaje. Según los autores, esto es un error común, ya que ambos conceptos forman parte de un único proceso más complejo y, por ello, no deben ser tratados de manera individual.

Entre los métodos de enseñanza-aprendizaje más reconocidos se encuentran; el aprendizaje basado en problemas, el aprendizaje basado en proyectos, el método de casos, las simulaciones mediante tecnologías, el método de situación, las discusiones, las dinámicas de grupo, y el aprendizaje colaborativo en el aula, en este contexto, se debe reconocer también a la metodología de ApS, que se formalizó como una metodología de enseñanza-aprendizaje (MONTES DE OCA y MACHADO, 2011).

2.1 Descripción de la Metodología de ApS

La metodología de ApS nació en 1903 en la Universidad de Cincinnati (Estados Unidos) como un movimiento de educación cooperativa, donde el objetivo fue integrar el trabajo, servicio y aprendizaje (BARRIOS, RUBIO, GUTIÉRREZ y SEPÚLVEDA, 2012). Esta metodología es una estrategia de enseñanza y aprendizaje activa, que ayuda a una comprensión más profunda de los contenidos teóricos de una asignatura al combinar la formación teórica con la participación de los estudiantes en proyectos que prestan un servicio a la comunidad, y desarrollar el sentido de Responsabilidad Social

mediante la vinculación del estudiante con las necesidades reales de la sociedad. Una buena definición sería:

El aprendizaje-servicio es una propuesta educativa que combina procesos de aprendizaje y de servicio a la comunidad en un solo proyecto bien articulado en el que los participantes se forman al trabajar sobre necesidades reales del entorno con el objetivo de mejorarlo (PUIG y PALOS, 2006: 61).

La metodología de ApS, es una experiencia educativa, donde los estudiantes, por medio de la aplicación de conocimientos de los contenidos de un curso (en este caso concreto en la asignatura de *Marketing*) se convierten en parte de un servicio a la comunidad (CUEVAS, 2016), conectando así, el centro educativo con el entorno, por medio de un proyecto de acción que une el aprendizaje de los estudiantes dando respuesta a una demanda o problemática social (RAYA y GÓMEZ, 2016).

Desde el aprendizaje, el estudiante conoce y aprende de una determinada problemática real, y a su vez contribuye en la solución, adoptando un rol de experto, introduciendo mejoras y teniendo un contacto directo con la comunidad involucrada (RAYA y GÓMEZ, 2016); permitiendo unir la docencia universitaria con la Responsabilidad Social en todos sus ámbitos, contribuyendo de esta forma al desarrollo de ciudadanos comprometidos con la sociedad, y a su vez, posibilitando un vínculo efectivo de los académicos con las demandas del entorno (ESPARZA, MORÍN y RUBIO, 2018).

La ejecución de actividades de servicios a la comunidad, se transforma en una experiencia que incorpora conjuntamente el aprendizaje de contenidos teóricos, valores y competencias (AZNAR y BELMONTE, 2015); logrando así, un aprendizaje significativo, mediante la relación de lo conceptual con lo empírico, expresado en el contacto directo con las necesidades reales del entorno (MAROTO, 2018). De esta forma, los estudiantes entregan sus conocimientos para lograr un aporte en la comunidad y al mismo tiempo obtienen una interesante experiencia.

Esta metodología, sensibiliza al futuro profesional con su rol en la sociedad, considerándose un prestador de servicio, que debe trabajar a nivel individual y de equipo, de manera solidaria, desarrollando el pensamiento crítico, y aplicando su juicio ético, donde cada actor aporta desde su rol a solucionar las problemáticas identificadas en la comunidad, por medio de un proceso interactivo, participativo, cooperativo, dinámico y reflexivo (CORREDOR, 2017; CUEVAS, 2016).

Por lo tanto, esta metodología es también innovadora en la educación, no solamente en la forma de enseñar los contenidos, también en experimentar situaciones reales del entorno, generando una visión más cercana (DELPONTI, 2015), y posibilitando la formación de profesionales competentes, con un alto compromiso social y formación de calidad (CORREDOR, 2017).

De acuerdo a CHAMBERS y LAVERY (2012), existen cuatro elementos que son comunes en las diferentes definiciones de ApS:

- a) El estudiante entrega sus conocimientos a una necesidad real de la comunidad y, a su vez, este adquiere conocimientos y habilidades que permitirán conectar lo aprendido teóricamente con la experiencia de intervención en un contexto profesional real;
- b) El aprendizaje del estudiante debe estar integrado con los objetivos de la asignatura, entregando importancia al aprendizaje de los contenidos y al servicio otorgado;
- c) Debe existir una reflexión de los estudiantes acerca de su experiencia, para vincularla con los conocimientos y habilidades y;
- d) Entre los estudiantes y la comunidad tiene que existir una relación recíproca, por lo que es importante medir el efecto del servicio otorgado, según los requerimientos solicitados por la comunidad.

Siguiendo con lo expuesto por la Pontificia Universidad Católica de Chile (PUC) en su programa ApS, la meta que establece la metodología se despliega en 3 grandes focos: desarrollar competencias en los estudiantes; la entrega de un servicio de calidad a los socios comunitarios; y fomentar en los estudiantes valores que son coherentes

con las directrices estratégicas de la institución (BARRIOS *et al.*, 2012).

JOUANNET *et al.*, (2013) plantearon que los objetivos de la metodología ApS se relacionaban con desarrollar la docencia de tal manera que genere aprendizajes profundos y relevantes para los estudiantes lo cuales estén fundamentados en el vínculo con la sociedad, realizar un aporte al desarrollo de la comunidad mediante la realización de proyectos académicos con los estudiantes, y fomentar en estos la formación de valores, actitudes y compromiso social.

2.2 Ventajas de la Implementación de la Metodología de ApS

En cuanto a los resultados de la implantación de esta metodología, son varios los beneficios que proporciona. La evaluación generalmente es muy positiva de la aplicación práctica de esta metodología de ApS en todos los actores involucrados (AZNAR y BELMONTE, 2015).

Por el lado institucional, se logra vincular la universidad con su entorno (RAYA y GÓMEZ, 2016).

Por parte de los docentes, un estudio demostró que se aumentó la satisfacción entre los profesores, con respecto a la calidad del aprendizaje, que mejoró considerable en los estudiantes; además, se

logró una mayor participación de los alumnos durante todo el proceso de enseñanza-aprendizaje (ARRATIA, 2008).

Desde la perspectiva de los estudiantes, puede aumentar la motivación e interés en el aprendizaje por los contenidos que pueden relacionarse y enfrentarse a la realidad, poniendo en práctica las competencias adquiridas en la comunidad (RAYA y GÓMEZ, 2016). Otro beneficio observado, es un compromiso por parte de los estudiantes con las personas más necesitadas, planteándose de una manera positiva frente a la diversidad, y valores fundamentales (ARRATIA, 2008).

En la misma línea, ESPINOZA y RODRÍGUEZ (2015) indicaron que el ApS cambia la forma de desarrollar las clases en el aula, dando más protagonismo al estudiante y acercándolo a la realidad que lo rodea, rompiendo con los esquemas que plantea la educación tradicional, en la cual el docente es el protagonista, entregando a la ciudadanía profesionales competentes que contribuyen al desarrollo de la sociedad. Los autores señalan que los estudiantes y socios comunitarios reconocieron de manera positiva la metodología, y que ambos la identifican como un aporte para su contraparte.

Por su parte, MARTÍNEZ, MARTÍNEZ, ALONSO y GEZURAGA (2013), encontraron que las experiencias con la metodología ApS favorecieron el compromiso, la autonomía y la apropiación del proceso de enseñanza-aprendizaje en los estudiantes.

En otro estudio, BARRIOS *et al.*, (2012) mencionaron que la utilización de la metodología ApS mediante la prestación de una ayuda a la comunidad, contribuye positivamente a los estudiantes, tanto académicamente, como en el desarrollo personal y curricular.

Como ha quedado de manifiesto, los estudiantes se benefician de lo práctico, donde lo teórico cobra sentido en la realidad, siendo el mejor escenario para adquirir reales competencias, fomentando un compromiso social (SIMÓ, 2016).

2.3 Dificultades de la Implementación de la Metodología de ApS

La implementación de una metodología innovadora, que requiere del compromiso de diversos actores como los estudiantes, docentes y comunidad, no se encuentra exenta de dificultades por afrontar y resolver, las cuales es absolutamente posible trabajar para lograr un resultado exitoso.

CUEVAS (2016) menciona que el diseño de un curso que implementa la metodología de ApS, no es una tarea fácil, pero se debe considerar que se puede lograr mucha satisfacción, tanto a nivel docente como de estudiantes, por lo tanto, valdría la pena su implementación.

AZNAR y BELMONTE (2015), indican que el desarrollo de un proyecto de ApS, es un proceso intenso y complejo, principalmente por la gran cantidad de etapas que contiene. Donde el profesor tiene un rol de guía en este proceso (CUEVAS, 2016). Por lo anterior, JOUANNET *et al.* (2013) menciona que se requiere un mayor esfuerzo por parte del docente.

Otra de las dificultades, es que, al pasar el tiempo, pueden nacer conflictos en los estudiantes que comienzan a comprometerse o descomprometerse con el proyecto, incluso, en algunas ocasiones el estudiante no logra apreciar la autonomía que se le entrega durante el proceso (CUEVAS, 2016).

2.4 Compromiso Institucional

La universidad es uno de los ámbitos más favorables para el desarrollo de proyectos de ApS, pudiendo aplicarse en todas las asignaturas y en los distintos niveles (RAYA y GÓMEZ, 2016). La metodología pedagógica de ApS, brinda un gran poder formativo y las instituciones de educación superior, pueden verse beneficiadas con este método, al favorecer el desempeño de las competencias transversales (AZNAR y BELMONTE, 2015). Sin embargo, esto no debe quedarse sólo en la voluntad de algunos actores, es una oportunidad real y práctica de conectar a los diferentes participantes (MAROTO, 2018).

Es importante considerar, que, para tener un buen resultado de la implementación de la metodología, se necesita de respaldo institucional, para poder dar continuidad permanente, de tal forma que los proyectos desarrollados se orienten a cambios reales de la sociedad (MARTÍNEZ-USARRALDE, ZAYAS y SAHUQUILLO, 2016).

Por lo tanto, la metodología de ApS, no sólo debe ser una herramienta pedagógica, sino que debe convertirse en una estrategia de la cultura institucional, donde exista compromiso ético de todos los actores vinculados con una Responsabilidad Social Universitaria (MARTÍNEZ-USARRALDE, ZAYAS y SAHUQUILLO, 2016).

En definitiva, trabajar con esta metodología, supone un trabajo extra para el docente, y para que exista prolongación en el tiempo, es necesario que el trabajo del docente sea reconocido institucionalmente, un ejemplo, puede ser por medio de la asignación de un mayor número de horas a la respectiva asignatura (ESPARZA, MORÍN y RUBIO, 2018).

También es importante, que existan las condiciones necesarias para ejecutar este tipo de proyectos y fortalecer las relaciones con las entidades del entorno (ESPARZA, MORÍN y RUBIO, 2018). En esta misma línea de análisis, MAROTO (2018), expresa que el éxito de estos proyectos, dependerá del compromiso de todos actores del proceso, generando una red y sinergia, que permita impulsar, promover y apoyar esta experiencia de aprendizaje.

Es fundamental incorporar experiencias de aprendizaje direccionadas al bien común y la inclusión social, donde los estudiantes y profesionales del futuro, puedan establecer vínculos de pertenencia con su entorno, convirtiéndose en ciudadanos más activos con una formación orientada hacia una sociedad más justa (DELPONTI, 2015). Por lo tanto, se está hablando de una fuerte metodología que impacta en el desarrollo de una sociedad más inclusiva (SIMÓ, 2016), concientizando e incentivando a los estudiantes, a involucrarse más en otras realidades (DUQUE, 2018).

3. METODOLOGÍA

Desde el punto de vista del tipo de investigación, este trabajo es de carácter descriptivo, realizado bajo un enfoque cuantitativo (DANKHE, 1986).

En cuanto a la recolección de datos, esta se realizó mediante la aplicación de un cuestionario basado en el instrumento de medición que utilizó el Programa de Aprendizaje Servicio de la FACE de la Universidad del Bío-Bío, el cual fue adaptado a la asignatura de *Marketing* para conocer la percepción de los estudiantes al utilizar esta metodología de enseñanza-aprendizaje. Para validar el cuestionario se realizó una prueba piloto a estudiantes, docentes y profesionales del área.

El instrumento quedó compuesto por tres secciones. La primera sección, se refirió a 13 aspectos relacionados con lo que significó trabajar con la metodología ApS en la asignatura, los cuales fueron evaluados mediante una escala tipo Likert, con siete alternativas de respuesta, considerando 7 como “totalmente de acuerdo”, 4 “neutral” y 1 “totalmente en desacuerdo”. La segunda sección, estuvo compuesta por 6 preguntas abiertas, para conocer la opinión de los estudiantes con respecto a lo aprendido en la asignatura, la experiencia de trabajar en equipo, las habilidades blandas practicadas, y las ventajas y dificultades que enfrentaron con la metodología ApS. La tercera sección del instrumento identificó los datos demográficos del encuestado.

La unidad de análisis fueron los estudiantes inscritos en la asignatura *Marketing I* de la carrera de Ingeniería Comercial (ICO) y en la asignatura *Marketing* de la carrera de Contador Público y Auditor (CPA), ambas de la FACE de la Universidad del Bío-Bío (sede Chillán), y realizadas en el primer semestre del año académico 2016. El cuestionario fue aplicado a los 54 estudiantes de *Marketing I* (ICO) y a los 45 estudiantes de *Marketing* (CPA), en el horario de clases, una vez que se finalizó el trabajo con ApS. La cantidad de cuestionarios debidamente respondidos fue de 39 de ICO y 45 de CPA, lo que totalizó 84 cuestionarios válidos. Los datos fueron analizados mediante el uso de herramientas de estadística descriptiva, tales como medidas de tendencia central y de variabilidad, y frecuencias relativas, lo que permitió describir las características y las tendencias del grupo sujeto a estudio (DANKHE, 1986).

4. ANÁLISIS O DISCUSIÓN DE RESULTADOS

4.1 Caracterización de la muestra

Tabla 1: Perfil de la muestra

Característica	Frecuencia	Porcentaje
Genero		
Mujeres	46	54,8%
Hombres	38	45,2%
Edad		
Entre 19 y 20 años	60	71,4%
Entre 21 y 22 años	13	15,5%
Entre 23 y 24 años	9	10,7%
Entre 25 a 26 años	1	1,2%
Entre 27 y 28 años	1	1,2%
Carrera que cursa		
Ingeniería Comercial	39	46,4%
Contador Público y Auditor	45	53,6%

Fuente: Elaboración propia.

4.2 Principales resultados

La tabla 2 muestra los estadísticos descriptivos de la parte I del cuestionario, ordenados en forma descendente según la media. Se obtuvo un total de 84 encuestas respondidas, donde 45 correspondieron a estudiantes de CPA (53,6%) y 39 a estudiantes de ICO (46,4%). En lo que respecta a los estadísticos descriptivos (media, desviación estándar y moda), se observó que todos los aspectos consultados en la primera sección del cuestionario tuvieron una media sobre 5,5 puntos, donde la más alta fue la del aspecto N° 1 que hace referencia a que “la relación con el microempresario (socio

comunitario) se desarrolló en un ambiente de respeto mutuo” (6,6), lo que indicó que los estudiantes estuvieron “de acuerdo” o “muy de acuerdo” con el ambiente de trabajo que tuvieron con los microempresarios. La moda reafirmó lo indicado por la media, pues fue equivalente a 7. Además, esta pregunta presentó una de las menores variabilidades (0,75).

Por otra parte, la pregunta con la media más baja fue la relativa al aspecto N° 13, “participarías nuevamente de una asignatura desarrollada con metodología ApS” (5,9), lo que indicó que los estudiantes estuvieron “medianamente de acuerdo” o “de acuerdo” con participar nuevamente en una asignatura que aplique este tipo de metodología, no obstante, su moda fue 7. Esta fue una de las preguntas con mayor variabilidad (1,24).

Tabla 2: Estadísticos descriptivos de los aspectos consultados en la Sección I del cuestionario, ordenados en forma descendente según la media

Sección I: Aspectos consultados	Media	Desviación Estándar	Moda
1. La relación con el microempresario se desarrolló en un ambiente de respeto mutuo.	6,6	0,75	7
2. Los aprendizajes obtenidos en el aula, en la asignatura de Marketing, me permitieron el logro del producto final entregado al microempresario.	6,5	0,73	7
3. El apoyo de las docentes en la asignatura de Marketing facilitó el logro del producto final entregado al microempresario.	6,5	0,79	7

4. Los materiales de apoyo en la asignatura Marketing, disponibles en la plataforma Adecca ³ y entregados por las profesoras, aportaron al desarrollo del trabajo y al producto final entregado.	6,4	0,83	7
5. Coloque una nota al producto comprometido y entregado al microempresario en el área de Marketing.	6,3	0,79	7
6. Las actividades de la metodología ApS en la asignatura de Marketing, desarrolladas con el microempresario, fueron relevantes para mi formación profesional y personal.	6,3	0,71	7
7. La metodología ApS fue útil para aplicar los aprendizajes obtenidos en el aula en la asignatura de Marketing.	6,3	0,78	6
8. El aporte y colaboración del microempresario me permitió realizar el servicio (asesoría) y lograr el producto final entregado en la asignatura de Marketing.	6,2	1,13	7
9. Coloque una nota al servicio en Marketing desarrollado mediante la metodología ApS.	6,2	0,70	6
10. El tiempo dedicado al trabajo colaborativo con el microempresario permitió el logro del producto final entregado en la asignatura de Marketing.	6,2	1,03	7
11. El servicio en la asignatura de Marketing, realizado mediante la metodología ApS, es una	6,2	0,91	7

³ Adecca es una Plataforma Educativa que tiene por finalidad prestar servicios de apoyo a la docencia de Pregrado y Postgrado de la Universidad del Bío-Bío, favoreciendo la utilización de estrategias activas de enseñanza para potenciar ambientes de trabajo colaborativos.

experiencia recomendable para otros estudiantes.			
12. El equipo de estudiantes demostró coordinación al interactuar con el microempresario.	6,1	0,77	6
13. Participarías nuevamente de una asignatura desarrollada con metodología ApS.	5,9	1,24	7

Fuente: Elaboración propia (2019).

La tabla 3 muestra que los estudiantes manifestaron estar “de acuerdo” (contempla; muy de acuerdo, de acuerdo, y medianamente de acuerdo) en un 96,4% promedio, en lo relacionado con los aspectos consultados en la primera sección del cuestionario. Cabe destacar que ninguno de los aspectos fue evaluado como “muy en desacuerdo”, “desacuerdo” y “medianamente en desacuerdo” por más del 1,2% promedio de los estudiantes encuestados.

Ahora bien, en relación con los aspectos evaluados por los estudiantes, con respecto a la aplicación de la metodología ApS en la asignatura de *Marketing*, destacó que: las actividades de la metodología ApS en la asignatura de *Marketing*, desarrolladas con el microempresario, fueron relevantes para la formación profesional y personal, y los aprendizajes obtenidos en el aula en la asignatura de *Marketing*, permitieron el logro del producto final entregado al microempresario (proyecto final que se evaluó en la asignatura), y finalmente la calificación obtenida por los estudiantes del servicio otorgado en la asignatura de *Marketing* desarrollado mediante la

metodología ApS, más del 98% de los estudiantes seleccionó la alternativa “de acuerdo” en la pregunta “coloque una nota al servicio en *Marketing* desarrollado mediante la metodología ApS”.

Tabla 3: Aspectos de la Parte I del cuestionario con mayor frecuencia relativa, obtenida en la alternativa de respuesta “Muy de Acuerdo”

Parte I: Aspectos consultados	Desacuerdo	Neutral	De Acuerdo
La relación con el microempresario se desarrolló en un ambiente de respeto mutuo.	0,0%	3,6%	96,4%
El apoyo de las docentes en la asignatura de Marketing facilitó el logro del producto final entregado al microempresario.	0,0%	2,4%	97,6%
Los aprendizajes obtenidos en el aula, en la asignatura de Marketing, me permitieron el logro del producto final entregado al microempresario.	1,2%	0,0%	98,8%
El aporte y colaboración del microempresario me permitió realizar el servicio (asesoría) y lograr el producto final entregado en la asignatura de Marketing.	3,6%	3,6%	92,8%
Los materiales de apoyo en la asignatura Marketing, disponibles en la plataforma Adecca y entregados por las profesoras, aportaron al desarrollo del trabajo y del producto final entregado.	1,2%	2,4%	96,4%
El tiempo dedicado al trabajo colaborativo con el microempresario permitió el logro del producto final entregado en la asignatura de Marketing.	1,2%	3,6%	95,2%
Coloque una nota al producto comprometido y entregado al microempresario en el área de	1,2%	2,4%	96,5%

Marketing.

Las actividades de la metodología ApS en la asignatura de Marketing, desarrolladas con el microempresario, fueron relevantes para mi formación profesional y personal.	0,0%	0,0%	100%
El servicio en la asignatura de Marketing, realizado mediante la metodología ApS, es una experiencia recomendable para otros estudiantes.	1,2%	3,6%	95,2%
La metodología ApS fue útil para aplicar los aprendizajes obtenidos en el aula en la asignatura de Marketing.	1,2%	1,2%	97,6%
Participarías nuevamente de una asignatura desarrollada con metodología ApS.	4,8%	4,8%	90,4%
Coloque una nota al servicio en Marketing desarrollado mediante la metodología ApS.	0,0%	1,2%	98,8%
El equipo de estudiantes demostró coordinación al interactuar con el microempresario.	0,0%	2,4%	97,6%

PROMEDIO	1,2%	2,4%	96,4%
-----------------	-------------	-------------	--------------

Fuente: Elaboración propia (2019)

La tabla 4 muestra los resultados según la carrera, donde se observó que en los estudiantes de ICO los aspectos mejor evaluados fueron: la relación con el microempresario se desarrolló en un ambiente de respeto mutuo (primer lugar); el apoyo de las docentes en la asignatura de *Marketing* facilitó el logro del producto final entregado al microempresario (segundo lugar); y el aporte y colaboración del microempresario permitió realizar el servicio (asesoría) y lograr el producto final entregado en la asignatura de Marketing (tercer lugar).

En los estudiantes de CPA, los aspectos mejor evaluados fueron: la relación con el microempresario se desarrolló en un ambiente de respeto mutuo (primer lugar); los aprendizajes obtenidos en el aula, en la asignatura de Marketing, me permitieron el logro del producto final entregado al microempresario (segundo lugar); y los materiales de apoyo en la asignatura Marketing, disponibles en la plataforma Adecca y entregados por las profesoras, aportaron al desarrollo del trabajo y al producto final entregado (tercer lugar).

En ambas carreras, el mismo aspecto fue calificado en el primer lugar. Se destacó que los estudiantes de CPA, en las cinco primeras preferencias, se mostraron “muy de acuerdo” en más del 60%; mientras que los estudiantes de ICO, en las cinco primeras preferencias, se mostraron “muy de acuerdo” a partir del 38%.

Tabla 4: Cinco principales aspectos para los estudiantes, según carrera, a partir de la frecuencia relativa, obtenida en la alternativa “Muy de Acuerdo” de la Parte I del cuestionario

Ingeniería Comercial		Contador Público y Auditor	
Aspecto	Muy De Acuerdo	Lugar de Preferencia	Aspecto
La relación con el microempresario se desarrolló en un ambiente de respeto mutuo.	69%	1°	La relación con el microempresario se desarrolló en un ambiente de respeto mutuo.
El apoyo de las docentes en la asignatura de Marketing facilitó el logro del producto final entregado al microempresario.	56%	2°	Los aprendizajes obtenidos en el aula, en la asignatura de Marketing, me permitieron el logro del producto final entregado al microempresario.

El aporte y colaboración del microempresario me permitió realizar el servicio (asesoría) y lograr el producto final entregado en la asignatura de Marketing.	46%	3°	Los materiales de apoyo en la asignatura Marketing, disponibles en la plataforma Adecca y entregados por las profesoras, aportaron al desarrollo del trabajo y del producto final entregado.
Los aprendizajes obtenidos en el aula, en la asignatura de Marketing, me permitieron el logro del producto final entregado al microempresario.	41%	4°	El apoyo de las docentes en la asignatura de Marketing facilitó el logro del producto final entregado al microempresario.
Coloque una nota al producto comprometido y entregado al microempresario en el área de Marketing.	38%	5°	El tiempo dedicado al trabajo colaborativo con el microempresario permitió el logro del producto final entregado en la asignatura de Marketing.

Fuente: Elaboración propia (2019).

En lo que respecta a la parte II del cuestionario, los estudiantes respondieron a las preguntas abiertas de forma similar. Según lo indicado en la tabla 5, ante la consulta por los “aprendizajes de la disciplina de *Marketing* que obtuvo con la metodología ApS”, los estudiantes dieron preferencia al estudio de mercado (40,5%), y al *focus group* y aplicación de contenidos (21,4%). Por otro lado, cuando se consultó por el “aprendizaje del equipo de trabajo”, los estudiantes indicaron el trabajo en equipo (32,1%), la tolerancia (25%) y la organización del trabajo (24,4%). En lo relacionado con el “aprendizaje desde el punto de vista de habilidades blandas”, el 38,1% de los estudiantes señaló que la comunicación fue la habilidad más desarrollada.

Tabla 5: Frecuencia relativa de los resultados, con respecto a lo consultado en las preguntas de la Parte II del cuestionario

Parte II: Aspectos Consultados	%
Aprendizaje de la disciplina de Marketing que obtuvo con la metodología ApS	
<i>Focus group</i>	21,4
Aplicación de encuestas	2,4
Estudio de mercado	40,5
Iniciativa	6,0
Identificación de problemas	3,6
Aplicación de contenidos	21,4
Relación con el entorno	1,2
Aprendizajes del equipo de trabajo	
Trabajo en equipo	32,1
Tolerancia	25,0
Organización del trabajo	21,4
Interacción con personas	13,1
Compromiso	7,1
Expresión de ideas	1,2
Aprendizaje desde el punto de vista de las habilidades blandas	
Comunicación	38,1
Interacción con personas	13,1
Tolerancia	13,1
Compromiso	9,5
Trabajo en equipo	8,3
Respeto	4,8
Confianza	4,8
Organización	3,6
Puntualidad	2,4
Amabilidad	2,4
Dificultades vivenció con la metodología de ApS	
Tiempo	32,1
Organización	22,6
Comprensión de conceptos	11,9
Búsqueda de personas para la encuesta	11,9

Acceso a la empresa	7,1
Responsabilidad	6,0
No tuvo dificultades	4,8
Realización de <i>focus group</i>	1,2

Ventajas observadas y vivencias con la metodología de ApS

Aplicación de los contenidos	45,2
Interacción con personas	25,0
Comprensión de conceptos	14,3
Habilidades blandas	7,1
Expresión de ideas	1,2
Generación de soluciones	1,2

Fuente: Elaboración propia (2019).

Con respecto a las dificultades que tuvieron los estudiantes con esta metodología, los factores que señalaron con mayor frecuencia fueron el tiempo (32,1%) y la organización (22,6%). Por otra parte, las ventajas que observaron los estudiantes fueron, en su mayoría, la aplicación de contenidos (45,2%) y la interacción con personas (25%).

5. CONCLUSIONES

Gracias al Plan de Mejoramiento UBB 1402 “Desarrollo de Competencias de los Estudiantes de la Facultad de Ciencias Empresariales, a través de la Metodología Aprendizaje-Servicio y el uso de Tecnologías de la Información”, financiado por el Banco Mundial mediante el Programa MECESUP del Ministerio de Educación, y al Convenio de Desempeño de Vinculación con el Medio entre el Ministerio de Educación y la Universidad del Bío-Bío, se pudo implementar la metodología de ApS en la asignatura de Marketing

durante el primer semestre de 2016 en las carreras de Ingeniería Comercial y Contador Público y Auditor. Esto tuvo resultados positivos, de acuerdo con la encuesta realizada a los estudiantes involucrados, en cuanto a la formación de profesionales integrales y aportar con el conocimiento generado en el aula a la comunidad.

Los resultados mostraron que los estudiantes obtuvieron no sólo conocimientos teóricos de la disciplina de Marketing, sino que también adquirieron competencias genéricas que les permitirán ser profesionales integrales. Los alumnos también adquirieron una visión más completa de los problemas de los microempresarios y de la realidad que ellos deben enfrentar. Además, trabajaron en equipo y resolvieron problemas de organización.

Es relevante mencionar que los resultados mostraron una percepción positiva de parte de los encuestados, con respecto al uso de la metodología, ya que reforzó aspectos asociados con el trabajo colaborativo entre los estudiantes, la universidad y la comunidad, donde quedó de manifiesto que los resultados de estas alianzas generaron beneficios que fueron percibidos, por todos los actores involucrados. Además, ellos percibieron que este tipo de actividades fueron significativos para su formación profesional, favorecieron el desarrollo de aprendizajes significativos asociados con aspectos técnicos de la carrera, y también la adquisición de competencias genéricas, que otorgan una mayor competitividad a los profesionales y que no son fáciles de desarrollar en el aula de clases.

Esta retroalimentación por parte de los estudiantes en torno al proceso de implementación y resultados de la metodología de ApS permitirá mejorar el desarrollo y la ejecución de futuras implementaciones. Por ejemplo, dentro de las dificultades que se vivenciaron con implementación de la metodología de ApS se encuentra el tiempo y organización de los equipos de trabajo, esto debería ser considerado para una futura aplicación de la metodología en las asignaturas.

Así también, existen futuras líneas de investigación que se podrían desarrollar, en este estudio sólo analizamos la perspectiva de los estudiantes, sería interesante en posteriores estudios, examinar la óptica de los profesores que implementan esta metodología en sus asignaturas y también conocer la percepción de los microempresarios (socios comunitarios) con respecto al trabajo (servicio) otorgado por los estudiantes y la experiencia de trabajar con la universidad. Adicionalmente, se puede ampliar la indagación, de tal forma que se realicen análisis comparativos por tipos de universidades y por supuesto, efectuar cotejos entre países.

6. AGRADECIMIENTOS

Se agradece a los estudiantes de las carreras de Ingeniería Comercial y Contador Público y Auditor, de la FACE de la Universidad del Bío-Bío, sede Chillán, Chile, por participar activamente en responder este cuestionario que sirvió como evaluación

del trabajo desarrollado durante el primer semestre 2016 en la implementación de la metodología de ApS en la asignatura de *Marketing*. También se agradece el apoyo pedagógico y financiero al Plan de Mejoramiento “Desarrollo de Competencias de los Estudiantes de la Facultad de Ciencias Empresariales, a través de la Metodología Aprendizaje Servicio y el uso de Tecnologías de la Información” (código UBB 1402) de la FACE de la Universidad del Bío-Bío. Así también, se agradece el apoyo otorgado por el Programa de Vinculación con el Medio para Docentes, Convenio de Desempeño de Vinculación con el Medio MINEDUC-UBB.

7. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- ARRATIA, Alejandrina. 2008. “Ética, solidaridad y “aprendizaje servicio” en la educación superior”. **Revista Acta Bioethica**, Vol. 14, No.: 1: 61-67.
- AZNAR, José Angél., y BELMONTE, Luis Jesús. 2015. “Aprendizaje servicio y cooperación al desarrollo en la Universidad de Almería (España)”. **Revista Opción**. Vol. 31, No.: 6: 74-92.
- BARRIOS, Silvia., RUBIO, Miriam., GUTIÉRREZ, Marina., y SEPÚLVEDA, Carola. 2012. “Aprendizaje-servicio como metodología para el desarrollo del pensamiento crítico en educación superior”. **Revista Cubana de Educación Médica Superior**. Vol. 26, No.: 4: 594-603.
- CHAMBERS, Dianne. & LAVERY, Shane. 2012. “Service-Learning: A valuable component of PreService teacher education”. **Australian Journal of Teaching Education**, Vol. 37, No.: 4: 128-137.
- CORREDOR, Zuleima Asunción. 2017. “Impacto del servicio comunitario en educación universitaria: Perspectivas”. **Revista Opción**. Vol. 33, No.: 83: 669-693.
- CUEVAS, Marilis. 2016. “Aprendizaje en servicio: una experiencia

- aplicada en un curso de investigación doctoral”. **Revista Opción**. Vol. 32, No.: 9: 466-478.
- DANKHE, Gordon L. 1986. Investigación y comunicación. McGraw Hill. Madrid (España).
- DELPONTI, Patricia. 2015. “Los estudios de periodismo y su contribución social (una experiencia de APS)”. **Revista Opción**. Vol. 31, No.: 4: 378-394.
- DUQUE, Erika. 2018. “Evaluando una experiencia de aprendizaje-servicio en torno al aprendizaje de conceptos de la ciudadanía digital”. **RIDAS, Revista Iberoamericana de Aprendizaje Servicio**, Vol. 5, 12-23.
- ESPARZA, Mireia., MORÍN, Victoria., y RUBIO, Laura. 2018. “La incorporación del aprendizaje-servicio en la universidad: la experiencia de la Universidad de Barcelona”. **RIDAS, Revista Iberoamericana de Aprendizaje Servicio**. No.: 6: 103-114.
- ESPINOZA, Francisca., y RODRÍGUEZ, Viviana. 2015. “Aprendizaje servicio, una estrategia de aprendizaje significativo en la formación de estudiantes de terapia ocupacional de la Universidad Central de Chile”. **Revista Chilena de Terapia Educativa**, Vol. 15, No.: 1: 11-18.
- GANGA-CONTRERAS, Francisco., y NAVARRETE-ANDRADE, Erwin. 2012. “Universidades privadas y su responsabilidad social en Chile”. **Revista Opción**. Año 28, No.: 68: 243-256.
- GANGA-CONTRERAS, Francisco., LUNA-NEGRETE, Gonzalo., y VIANCOS, Patricio. 2018. “Caracterización de los cuadros directivos de las universidades chilenas a partir de su formación de pre y post grado”. **Revista Opción**. Año 34, No.: 87: 72-104.
- JOUANNET, Chantal., ROJAS, Álvaro., y GONZÁLEZ, María S. 2018. “Evaluación de la implementación piloto de aprendizaje servicio en el Instituto Profesional de Chile desde la perspectiva de estudiantes, docentes y socios comunitarios”. **RIDAS, Revista Iberoamericana de Aprendizaje Servicio**. No.: 5: 87-103.
- JOUANNET, Chantal., SALAS, María., y CONTRERAS, María. 2013. “Modelos de implementación de aprendizaje servicio

- (A+S) en la UC. Una experiencia que impacta positivamente en la formación profesional integral”. **Revista Calidad en la Educación**. Vol. 39, No.: 39: 198-212.
- MAROTO, Sara. 2018. “La educación se mueve en el territorio. Estrategias locales de aprendizaje-servicio”. **RIDAS, Revista Iberoamericana de Aprendizaje Servicio**. No.: 6: 19-32.
- MARTÍNEZ, Begoña., MARTÍNEZ, Isabel., ALONSO, Israel. y GEZURAGA, Monike. 2013. “El aprendizaje-servicio, una oportunidad para avanzar en la innovación educativa dentro de la universidad del país vasco”. **Revista Tendencias Pedagógicas**, Vol. 21, 99-117.
- MARTÍNEZ-USARRALDE, María Jesús., ZAYAS, Belén., y SAHUQUILLO, Piedad María. 2016. “Aps y ciudadanía comprometida: aproximación descriptiva-exploratoria a un caso”. **Revista Opción**, Vol. 32, No.: 8: 187-208.
- Modelo Educativo de la Universidad del Bío-Bío (10 de abril de 2017). Disponible en: [http://www.ubiobio.cl/web/descargas/Modelo Educativo \(08.07.08\).pdf](http://www.ubiobio.cl/web/descargas/Modelo_Educativo_(08.07.08).pdf)
- MONTES DE OCA, Nancy., y MACHADO, Evelio. 2011. “Estrategias docentes y métodos de enseñanza-aprendizaje en la Educación Superior”. **Revista Humanidades Médicas**. Vol. 11, No.: 3: 475-488.
- Programa Aprendizaje Servicio de la Facultad de Ciencias Empresariales (10 de abril de 2017), Universidad del Bío-Bío. Disponible en: <http://asface.ubiobio.cl/w/>
- PUIG, Josep M., y PALOS, José. 2006. “Rasgos pedagógicos del aprendizaje-servicio”. **Cuadernos de Pedagogía**. No. 357: 60-63.
- RAYA, Esther., y GÓMEZ, Melchor. 2016. “Relación universidad-sociedad: dos propuestas con metodología de aprendizaje servicio”. **Revista Opción**. Vol. 32, No.: 10: 529-547.
- SIMÓ, Salvador. 2016. “El aprendizaje servicio frente al estigma social que rodea la enfermedad mental”. **Revista Opción**. Vol. 32, No.: 12: 686-700.



**UNIVERSIDAD
DEL ZULIA**

opción

Revista de Ciencias Humanas y Sociales

Año 35, N° 90 (2019)

Esta revista fue editada en formato digital por el personal de la Oficina de Publicaciones Científicas de la Facultad Experimental de Ciencias, Universidad del Zulia.
Maracaibo - Venezuela

www.luz.edu.ve

www.serbi.luz.edu.ve

produccioncientifica.luz.edu.ve