



UNIVERSIDAD
AUTÓNOMA
METROPOLITANA
Unidad Ixtapalapa



UNIVERSIDAD
AUTÓNOMA
METROPOLITANA
Unidad Azcapotzalco



XX Congreso Internacional de Análisis Organizacional (XX CIAO)
“Fenómenos organizacionales emergentes en Latinoamérica frente a la crisis global: Homenaje a Guillermo Ramírez Martínez, 20 años realizando el CIAO”

Aprendizaje y servicio: estudio de satisfacción y percepción de capacidades emprendedoras de estudiantes universitarios mexicanos y chilenos del Programa MIPYME vs COVID 19

Mesa Temática:

Educación y relaciones interorganizacionales para la transformación social

Modalidad de la ponencia: Temática o reflexión teórica

Nombre Completo del Autor de la comunicación: Leslie Cecilia Bridshaw Araya

ORCID: 0000-0001-6975-4028

Chilena

Correo Electrónico: Leslie.bridshaw@uv.cl

Universidad de Valparaíso

Pasaje La Paz 130, Cod. Postal: 2520000, Viña del Mar - Chile

Cartagena de Indias, Bolívar, Colombia, del 3 al 7 de octubre de 2022

Aprendizaje y servicio: estudio de satisfacción y percepción de capacidades emprendedoras de estudiantes universitarios mexicanos y chilenos del Programa MIPYME vs COVID 19

Resumen

El aprendizaje y servicio (ApS) permite al estudiante involucrarse en la práctica con aquellos a quienes ofrece un servicio, adaptándose a sus necesidades y a una realidad diferente a la académica. El impacto radica en la vinculación y participación ciudadana de los estudiantes participantes.

El artículo presenta los resultados de un estudio diagnóstico comprensivo –realizado durante el segundo semestre académico 2021 y el primero de 2022– con 115 estudiantes mexicanos y chilenos quienes participaron del Programa MIPYME vs COVID19, desarrollado en conjunto entre la Universidad Metropolitana de México y la Universidad de Valparaíso. A partir del modelo de satisfacción con el que se ha trabajado, se han analizado cinco dimensiones claves: conocimiento e intención atribuida al ApS; la valoración de la utilidad atribuida al servicio prestado; la valoración del proceso de la experiencia; la proyección social de la actividad en otras comunidades; y, el impacto en la percepción de las competencias emprendedoras personales de los estudiantes a partir de la experiencia vivida.

La principal técnica de análisis de la información recogida ha sido el análisis de contenido, mediante cuestionarios, entrevista y grupos de discusión a estudiantes, profesores y coordinadores.

La investigación constituye un aporte novedoso para reflexionar acerca de los elementos claves del ApS en el impacto en los estudiantes y la transformación curricular a partir de la retroalimentación de las experiencias prácticas en ambientes digitales virtuales que la pandemia ha introducido.

Palabras clave: responsabilidad social universitaria, aprendizaje más servicio, espíritu emprendedor, formación en negocios

Introducción

El contexto actual plantea un desafío primordial a la educación superior, el reconocimiento y rediseño de los aprendizajes en ambientes digitales. La metodología Aprendizaje Servicio (APS), promueve las experiencias prácticas que cierran la brecha entre el aprendizaje y su aplicación en el mundo real, permite la apertura a los escenarios digitales; y genera impactos para los estudiantes, actores involucrados y la universidad a través de la bidireccionalidad generada.

Durante la pandemia, han surgido varias experiencias de articulación entre universidades latinoamericanas que se han unido en programas utilizando metodologías de aprendizaje servicio, utilizando las redes y canales digitales para apoyar a microempresas que necesitaban reactivar sus negocios.

Este artículo presenta los resultados obtenidos en un estudio diagnóstico comprensivo, realizado durante el curso académico 2021 y 2022 con estudiantes mexicanos y chilenos que participan en el Programa MIPYME vs COVID19, llevado a cabo entre la Universidad Metropolitana de México y la Universidad de Valparaíso de Chile.

El estudio persigue como objetivos valorar el grado de satisfacción de los estudiantes mexicanos y chilenos; identificar los impactos en percepción de las competencias personales emprendedoras de los estudiantes participantes; y, aportar con recomendaciones para la mejora de las experiencias prácticas en ambientes digitales virtuales. La investigación pretende aportar a la reflexión sobre el impacto del aprendizaje y servicio en los estudiantes participantes y la transformación curricular que de la experiencia puede generarse.

Antecedentes

La universidad, además de la formación de los estudiantes, debe contribuir a su formación ciudadana e implicarse en los retos que plantea la sociedad. “Una universidad de calidad y de servicio público es aquella que hace más digna la sociedad, convirtiendo a sus estudiantes tanto en excelentes profesionales, como en ciudadanos y ciudadanas cada vez más cultos y críticos” (Martínez, 2006, p.89).

Aprendizaje y Servicio

El contexto actual plantea un desafío primordial a la educación superior, el reconocimiento y rediseño de los aprendizajes. La metodología de aprendizaje y servicio (ApS) es “una actividad o programa de servicio solidario protagonizado por los estudiantes, orientado a atender eficazmente las necesidades de una comunidad, y planificada de forma integrada con los contenidos curriculares con el objetivo de optimizar los aprendizajes” (Tapia, 2008, p. 43). Es una metodología activa que a partir de experiencias prácticas cierran la brecha entre el aprendizaje y su aplicación en el mundo real y generan impactos para el estudiante, actores involucrados y la universidad a través de la bidireccionalidad generada (Puig, Batlle, et. al, 2009; Bertomeu, González, & Latorre, 2013; Rodríguez, 2014; Páez y Puig, 2013).

La propuesta de educar para la ciudadanía en el Siglo XXI, basada en la formación de ciudadanos responsables, participativos y comprometidos por la búsqueda del bien común, ha permitido la emergencia de nuevas prácticas y formas de hacer ciudadanía (Pérez y Ochoa, 2017). Los proyectos de ApS promueven y estimulan la participación de los estudiantes, uniendo el aprendizaje basado en la experiencia, los contenidos curriculares y el compromiso social, permitiéndoles ser protagonistas activos al implicarse en las

necesidades reales de su entorno con la finalidad de mejorarlo (Tapia, 2010).

El ApS es una propuesta pedagógica y social, que se compone de dos elementos: (i) el aprendizaje y (ii) el servicio comunitario; estos dos elementos trabajan de manera conjunta. Fomenta el aprendizaje de los estudiantes mediante la participación en experiencias realizadas en la comunidad, por medio de un proyecto estructurado e intencionado (Puig, Batlle, Carme et al., 2007). Implica una innovación educativa puesto que es un proceso de mejora continua con el horizonte puesto en la inserción personal, social, ciudadana y profesional en la sociedad de manera exitosa (Mendia, 2016).

El modelo del ApS presenta seis características que deberían encontrarse en los proyectos que utilizan esta metodología (Muñoz, Martín, Puig, et. al, 2006):

1. Estrategia apropiada para la educación formal y no formal, válida para todas las edades y aplicable en distintos espacios temporales.
2. Propone llevar a cabo un servicio auténtico a la comunidad que permita aprender y colaborar en un marco de reciprocidad.
3. Conlleva a procesos sistemáticos y ocasionales de adquisición de conocimientos y competencias para la vida.
4. Sus enseñanzas se basan en la experiencia y la reflexión.
5. Requiere una red de alianzas entre las instituciones educativas y las entidades sociales que facilitan servicios a la comunidad.
6. Mejora el desarrollo personal, incentiva cambios en las instituciones educativas y sociales que lo impulsan, y mejora en el entorno comunitario que recibe el servicio (Pérez y Ochoa, 2017).

La implantación de la metodología ApS en la educación superior exige vincular el servicio a la comunidad con el aprendizaje de contenidos académicos, competencias profesiona-

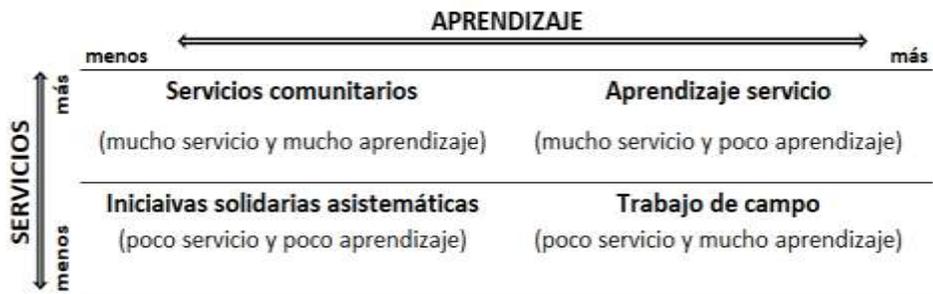
les y valores cívicos. Uno de los mejores caminos para lograr tal conexión es implicar a los estudiantes en actividades de reflexión puesto que además de contribuir a relacionar aprendizaje y servicio, multiplica los aprendizajes y da sentido personal y social a la experiencia de aprendizaje y servicio (Páez y Puig, 2013).

Esta propuesta permite al estudiante involucrarse directamente con aquellos a quienes ofrece un servicio, adaptándose a sus necesidades, generando empatía y experimentando una realidad diferente a la presentada en el aula de clase. El ApS contribuye a despertar en los estudiantes interés por la acción cooperativa, colectiva y su formación ciudadana, también fomenta el aprendizaje participando activamente en experiencias asociadas al servicio comunitario en un solo proyecto. La consideración de estos elementos ha servido como base para la propuesta con la intención de profundizar las diversas diferencias existentes entre las actividades educativas que pueden desarrollarse en el contexto comunitario (Puig y Palos, 2007).

La práctica de ApS debe implicar un aprendizaje riguroso, una acción solidaria planificada, y la afectación positiva en la vida de una comunidad. El aprendizaje y servicio es un descubrimiento y puesta en valor de buenas prácticas institucionales y de buenas entidades sociales que la vienen ejecutando hace tiempo (Batlle, 2011).

Como puede apreciarse en la figura 1, el eje vertical señala la menor o mayor calidad del servicio solidario que se ofrece a la comunidad. Mientras que el eje horizontal indica la mayor o menor integración del servicio al aprendizaje que se promueve. El ApS se trata de una forma de educación experiencial en la que los estudiantes se comprometen en actividades de ayuda a la comunidad al tiempo que facilita el aprendizaje de una asignatura y el desarrollo de competencias profesionales. (Rodríguez, 2014).

Figura 1. Cuadrantes del Aprendizaje y Servicio.



Fuente:

Service-Learning 2000 Center, Service-learning Quadrants, Palo Alto, CA, 1996, adaptado por Puig et al (2007).

El confinamiento vivido durante la pandemia propició la enseñanza virtual y ausencia de opciones para interacciones cara a cara, fue la solución para continuar con una educación en modalidad a distancia utilizando tecnologías en línea que permitieron encuentros sincrónicos y asíncronos. Según un informe del Banco Mundial (2020), el aspecto más complejo de la transición a la enseñanza a distancia fue la implementación de métodos avanzados en términos de enfoques basados en el aprendizaje activo a través de la mediación tecnológica. El informe señala que la pandemia exige preparar sistemas de gestión del aprendizaje en red; las universidades y las personas deben comunicarse con socios y colaboradores, fortalecer las asociaciones establecidas y desarrollar otras nuevas, las asociaciones pueden resultar útiles e inspiradoras más allá de la crisis.

La exploración de la metodología ApS en su versión digital bajo modalidad on line adquiere la condición de una innovadora estrategia de enseñanza en la educación a distancia (Stefaniak, 2020). Actualmente, se utilizan páginas web o blogs para recoger los avances, difundirlos y/o para conectar e informar a los participantes de los proyectos de

Aprendizaje y Servicio

diversa índole, sin embargo, no se establece con una intencionalidad educativa, sino instrumental o facilitadora. En este sentido, García-Gutiérrez et al. (2020) señalan que la dimensión online da la posibilidad de generar un mayor impacto, al tiempo que plantea grandes retos en cuanto al entorno tecnológico.

El proceso de Aprendizaje Servicio Virtual (ApSv) posibilita la internacionalización cuando la prestación del servicio se realiza en un país diferente al país donde se cursan los estudios tratando de dar una respuesta solidaria a las necesidades de la comunidad en un país distinto en el que los estudiantes estudian. En esta modalidad es importante tener en cuenta cómo se establece la integración del servicio internacional dentro del plan de estudios y el tiempo que durará la experiencia internacional. Una de las intenciones del aprendizaje y servicio internacional es abrir la mente al desarrollo de una responsabilidad global y hacer propios los problemas que tienen lugar más allá de las propias fronteras (García- Gutiérrez et al., 2020).

El ApSv permite mediante su dimensión digital, la articulación global que apunta a la noción de ciudadanía global sin que suponga, necesariamente, un desplazamiento a otro país. El estudio de los fenómenos globales y la interdependencia socio ambiental hacen de la universidad un espacio pedagógico idóneo para desarrollar en los estudiantes un compromiso cívico que vaya más allá de visiones localistas y poder formar ciudadanos críticos globales (Larsen, 2014).

Dimensiones de la ApS

Dimensión 1. Componentes objetivos.

- Características de los proyectos de ApSv: la descripción del conjunto de acciones que se llevan a cabo durante la puesta en práctica de los proyectos de ApSv.
- Contexto educativo en el que se desarrollan los proyectos: las características de los ámbitos educativos constituyen un marco de referencia básico para el análisis de las respuestas de los alumnos.

La dimensión 'objetiva' es determinada por el carácter externo de la información recopilada a través de encuestas, grupos focales y entrevistas en profundidad, lo que permite contextualizar los procesos posteriores de elaboración subjetiva a través de los cuales se estructuran los significados atribuidos.

Dimensión 2. Componentes subjetivos: atribución de significados.

- a. Conocimiento e intencionalidad atribuida: el grado de conocimiento sobre la participación de los propios alumnos en el proyecto de aprendizaje y servicio respecto a lo que hacen y por qué lo hacen.
- b. Valoración de la utilidad atribuida: la percepción que los y las estudiantes y empresarias tienen sobre los aprendizajes y el servicio que prestan en el proyecto.
- c. Valoración del proceso: el nivel de implicación que los y las estudiantes y empresarias tienen con el proyecto, la relación entre la teoría y la práctica que ha generado la propia dinámica, y la reflexión y la evaluación que hacen durante el proceso.
- d. Proyección social: la proyección que los y las estudiantes y empresarias hacen de las acciones que está realizando; es decir, de su utilidad social.

En la tabla 1 se detallan cuatro componentes que constituyen la dimensión subjetiva de análisis del estudio.

Tabla 1. *Relación de dimensiones y subdimensiones de análisis*

Dimensiones	Subdimensiones
Conocimiento e intención atribuida	Finalidad del proyecto que realizan Objetivos del proyecto que desarrollan Integración curricular Servicio a la comunidad
Valoración de la utilidad atribuida	Percepción de los aprendizajes conceptuales Percepción de los aprendizajes ciudadanos Percepción de los aprendizajes personales
Valoración del proceso	Reflexión Relación entre teoría y práctica Seguimiento Relación entre estudiantes, profesores y entidades Evaluación
Proyección social	Utilidad social de las acciones que realizan

Fuente: Folgueiras Bertomeu, P., Luna González, E., & Puig Latorre, G. (2013). Aprendizaje y servicio: estudio del grado de satisfacción de estudiantes universitarios. *Revista de Educación*, 2013, vol. 362, p. 159-185.

Capacidades Emprendedoras Personales

El emprendedor fue definido como un empresario que aceptaba el riesgo de comprar a precios ciertos y vender a precios inciertos; por Cantillón, en 1755 siendo, citado entre otros por Cardozo (2010), Krauss (2007) y Van den Berg (2012). Otro concepto clásico es el manejoado por Schumpeter en 1943 que lo define como quien implementa nuevas combinaciones de medios de producción, en un rol innovador y como figura en el desarrollo económico (Yoguel, Barletta, & Pereira, 2013; Cardozo, 2010; (Krauss, 2007).

Otros autores como Gertner (2013), Salazar, Andrés y González (2011) mencionan que

los factores de índole personal como la experiencia previa, conocer a otros empresarios, características de la personalidad, habilidades y del contexto (social, político y económico), influyen en la propensión de la persona para fundar una nueva empresa. Rajitha (2012) en cambio hace énfasis en factores asociados al emprendimiento a través del índice de éxito empresarial.

Pese a la coincidencia entre los autores en la presencia de características comunes entre los emprendedores, hay rasgos en los que todavía no existe consenso entre si son característicos o no, lo que indica que es necesario seguir profundizando en el tema.

Dolabela (2005) analiza cómo desarrollar emprendedores, y plantea que la metodología a utilizar es el aprender a emprender, haciéndolo en un ambiente natural para el emprendedor, donde se produzca la articulación académica con el sondear el mercado y detectar una oportunidad.

Actualmente autores como Osterwalder y Pigneur (2013), Ries (2012) y Blank y Dorf (2012) plantean que el estudio en las universidades debe incorporar, en la enseñanza del emprendedor, el desarrollo del modelo de negocios, la producción ágil y el desarrollo de clientes; en donde la propuesta de valor debe ser validada en el mercado con todos los actores que permiten el *pivot* en el emprendimiento.

La experiencia práctica de servicio del programa implementado por ambas universidades fomenta en los estudiantes sus competencias emprendedoras personal, a través del aprender haciendo. Cada estudiante participante posee un conjunto de características que definen su perfil más o menos emprendedor, y que pueden ser desarrolladas bajo la metodología CEFE (Competency based, Economies through, Formation of Entrepreneurs).

La metodología CEFE es desarrollada por la Cooperación Técnica Alemana (GTZ), como programa de promoción del emprendimiento para la micro y pequeña empresa que practica la capacitación con la metodología del “actionlearning”. O sea, la promoción de economías que están basadas en la capacidad o competencia profesional de los actores económicos con especial énfasis en la formación de emprendedores.

En este aspecto, CEFE es un modelo que interviene en las personas, con la intención primordial de desarrollar competencias, orientada hacia la capacidad de “saber emprender”. Se basa en el aprendizaje por la acción y la experiencia a través de actividades y la participación.

La aplicación de esta metodología se basa primordialmente en la búsqueda, identificación y desarrollo de las Características Emprendedoras Personales (CEPs) término acuñado a partir de la investigación realizada por David Mc Clelland (1962) en su “Teoría de las Necesidades”, que a su vez está basado en la Teoría de la Personalidad de Henry Murray (1938).

Mc Clelland (1962) define tres necesidades del ser humano:

1. Necesidad de logro: la lucha por el éxito.
2. Necesidad de poder: el obtener herramientas y habilidades para sus logros.
3. Necesidad de afiliación: establecer relaciones interpersonales amistosas.

Para satisfacer estas necesidades, las personas se valen de diez capacidades que, dependiendo de su grado de avance, dominio y requerimientos de las personas evaluadas, tienen más posibilidades de llegar al estado pleno de las necesidades (Tabla 2).

Tabla 2. Diez capacidades según Mc Clelland

Necesidades	Capacidades	Descripción
Necesidades de Poder	Búsqueda de información	Capacidad de planificar la recopilación de información con claridad en los recursos, técnicas, métodos y todo factor del tiempo utilizado en este proceso.
	Creación de Redes de Apoyo y Persuasión	Capacidad para crear vínculos y redes de apoyo y las estrategias para mantenerlas.
Necesidades de afiliación	Fijación de Metas y Objetivos	Capacidad de fijar metas y parámetros a los propósitos de manera realista, acotado, específico, medible y alcanzable.
	Planificación Sistemática y Control	Capacidad de crea procedimientos para optimizar las relaciones entre objetivos y medios.
	Desarrollo de la Autoconfianza	Capacidad para generar acciones hacia el logro de objetivos sin temor en cometer errores.
Necesidades de Logro	Asumir Riesgos Moderados	Capacidad de tomar decisiones evaluando el factor riesgo involucrado en la intención, exigiendo una decisión previa, basada generalmente en la experiencia previa.
	Búsqueda de Oportunidades	Capacidad de comunicación, obtener información y entendimiento de los otros agentes involucrados manteniéndolos informados.
	Persistencia	Capacidad de hacer realidad una idea, mediante análisis de objetivos y acciones para dar continuidad en la actividad que se desea realizar.
	Auto Exigencia de Calidad y Eficiencia	Capacidad de planificar y prevenir por sobre el control, puesto que la calidad es una oportunidad de posicionamiento en el mercado.
	Cumplir Compromisos Contractuales	Capacidad de mantener acuerdos y compromisos consigo mismo.

Fuente: elaboración propia, sobre la base de McCLELLAND, D. (1962). Teoría de las necesidades.

Cada una de las características emprendedoras, propuestas por Mc Clelland, se apoya en estas tres necesidades del ser humano, representadas por la necesidad de logro como la lucha por el éxito; la necesidad de poder por el obtener herramientas y habilidades para sus logros; y la necesidad de afiliación para establecer relaciones interpersonales amistosas.

Estos factores por sí solos, no son lo bastante efectivos, si no se adjunta al fomento de estas capacidades otros elementos que aseguren el generar en las personas la habilidad de formar empresas que sean sostenibles en el tiempo. Entonces su agrupación está estructurada entre sí en forma correlativa (esto es todos influyentes en el resto y en sí mismos).

La GTZ (Vieytes, 2007) en sus capacitaciones en Latinoamérica las utiliza al trabajar el ciclo de aprendizaje vivencial al realizar talleres de moderación de procesos grupales, donde utiliza la metodología CEFE como parte de los manuales donde las vincula. La formación emprendedora enfatiza la visión global del proyecto en el presente y en el futuro, desarrolla las cualidades para que los capacitados adquieran las habilidades para una actuación competente en el manejo o la creación de una empresa.

Para resolver problemas o situaciones críticas, el emprendedor puede recurrir a distintas estrategias:

- a. Adaptar y ajustar sus habilidades a los nuevos requerimientos, por ejemplo: a través de la capacitación emprendedora y otras.
- b. Complementar sus deficiencias utilizando las capacidades de otros, por ejemplo: a través de socios.

- c. Intentar transformar los requerimientos impuestos por la situación, por ejemplo: a través de asociaciones gremiales.

La competencia del emprendedor consiste en la capacidad de compaginar sus cualidades y recursos individuales con la cambiante situación económica.

El Programa MIPYME vs COVID19

El programa se crea en México por la Universidad Autónoma Metropolitana de México unidad Azcapotzalco en el marco de la pandemia del COVID 19 con el propósito de ayudar a microempresarios que se vieron vulnerables y afectados a nivel económico y social con la pandemia. El programa contó con la intervención de los estudiantes de las carreras de administración y posteriormente de otras carreras vinculadas como marketing. Implicó que estudiantes y docentes ofrecieran capacitación a microempresarios para mejorar sus ventas y con ello la posibilidad de sobrevivir e incluso prosperar.

El rector de la Universidad Autónoma Metropolitana Unidad de Azcapotzalco, Dr. Oscar Lozano, señaló *"cuando el confinamiento producto de la pandemia, generó problemas en diversas pequeñas organizaciones de servicios, producción y comercio, su supervivencia se limitó a la posibilidad que estas entidades tuvieran que adaptarse al nuevo contexto y por tanto; se tuvieron que adaptar a la venta en línea y en algunos casos, cambio de giro. La Universidad Autónoma Metropolitana en conjunto con universidades de México, Chile y otras de Latinoamérica crearon este programa de acompañamiento a las micro, pequeñas y medianas empresas de la región asignando un estudiante por organización, donde lo más relevante es la conversión de redes sociales en redes comerciales, además de fortalecimiento de procesos administrativos"* (mayo, 2022).

El programa constituye un proyecto institucional, con el que se genera una alternativa de apoyo en tiempos de pandemia. Este esfuerzo aprovecha el conocimiento técnico administrativo aunado a la capacidad tecnológica de los estudiantes que a través de procesos de intervención estratégica que tiene como objetivo el apoyar a los microempresarios y sus pequeñas empresas que estén pasando por momentos difíciles durante la pandemia COVID19.

Permite a través de sus facilitadores (docentes y coordinadores) acompañar a las MIPYMES mediante:

Componente 1: los estudiantes participan en la comunidad, a través de asistencia técnica en marketing digital a MIPYMES formales e informales afectadas por el COVID19. Curricularmente se realiza desde las asignaturas de Práctica Básica y Profesional de Chile y Práctica de Servicio de México. En ambos países, la participación de los estudiantes es voluntaria con la responsabilidad de diseñar, fortalecer y promover los canales digitales y redes sociales de comercialización de las MIPYMES.

Componente 2: Capacitar, por estudiantes chilenos, a los microempresarios y emprendedores en aplicaciones tecnológicas y temáticas de marketing digital que les permite autonomía en la publicación y difusión a través de las redes sociales. La participación fue obligatoria en la asignatura Taller del Perfil de Egreso II.

El programa tiene una perspectiva social y humanista, es:

1. Gratuito: la UAM-A y la UV no solicitaron retribución económica.
2. Incluyente: cualquier persona u organización puede solicitarlo y la universidad lo da.
3. Multi tecnológico: se adapta a las características tecnológicas de las personas y organizaciones.

4. **Sensible:** se ofrece a personas y organizaciones que más lo necesiten.

El proceso de intervención estratégica se realizó entre septiembre y diciembre de 2021, mediante modalidad 100% online y a través de la metodología ApSv global, orientado a MIPyMES chilenas y mexicanas.

Metodología

La investigación constituye un estudio diagnóstico-comprensivo que persigue los siguientes objetivos:

- Valorar el grado de satisfacción de los estudiantes mexicanos y chilenos que participan en el proyecto de APS MIPYME vs COVID 19;
- Identificar los impactos de la formación y desarrollo de las habilidades emprendedoras a partir de la percepción de las capacidades emprendedoras de los estudiantes participantes;
- Aportar orientaciones para la mejora de proyectos de APS a partir de las reflexiones de sus resultados en cuanto a la bidireccionalidad de las experiencias prácticas en ambientes digitales virtuales.

Muestra

En el programa participaron un total de: 115 estudiantes (Tabla 3); 15 estudiantes en dos grupos focales, ocho (8) chilenos y siete (7) mexicanos; 5 facilitadores, tres (3) académicos, dos (2) mexicanos uno (1) de Chile; y, 2 coordinadores, uno por cada país.

Tabla 3. Características de los estudiantes participantes

	#		
	México	Chile	Total
Estudiantes	42	73	115
Hombres	6	34	54
Mujeres	36	39	61
	%		
	México	Chile	Total
Estudiantes	36%	64%	100%
Hombres	14%	53%	
Mujeres	86%	47%	
Total	100%	100%	

Fuente: elaboración propia.

Los estudiantes seleccionados participan de las actividades de capacitación y asistencia técnica; y la actividad se vincula al programa MIPYME vs COVID19 integrada al currículo de ambas Universidades.

Para el recojo de la información se utilizó el modelo conceptual para la valoración de las percepciones de los usuarios como beneficiarios de programas sociales propuesto por Cabrera, Donoso, Aneas, Del Campo y Pi (2010). Este modelo considera dimensiones, que incluye componentes objetivos y subjetivos, con el sentido de triangular el conjunto de análisis e información recopilada para la obtención de unas conclusiones generales coherentes y fundamentadas. En la tabla 4 se resume las técnicas utilizadas en la siguiente investigación.

Tabla 4. Metodología de Investigación

	Encuestas	2 Grupos focales	Entrevista en profundidad
Estudiantes universitarios: valorización ApS	115	15 estudiantes	
Estudiantes universitarios: percepción de sus capacidades y habilidades emprendedoras	115		
Facilitadores Académicos/as			3
Facilitadores Coordinadores de países			2

Fuente: elaboración propia.

La valoración de la percepción de los estudiantes que participaron del Programa se realiza en este estudio según la adaptación realizada por Folgueiras, González y Puig (2013), las que se ajusta a las características que definen la metodología del ApSv, en cuanto a objetivos o dimensiones objetivas y subjetivas.

RESULTADOS DE LA INVESTIGACIÓN

Valoración del grado de satisfacción de estudiantes mexicanos y chilenos

En el programa se observa que los estudiantes participantes tuvieron una alta percepción de valoración respecto a la experiencia vivida y a la aplicación de la metodología ApSv global como estrategia de responsabilidad social universitaria. Los resultados que se presentan a continuación responden al modelo conceptual para la valoración de las percepciones de los participantes en los programas sociales (Cabrera et al., 2010).

A continuación, se presentan los resultados basados las 4 dimensiones del componente dos (2): subjetivos y atribución de significados

a. Conocimiento e intención atribuida: La interacción entre los estudiantes de Chile y México fue muy positiva, los estudiantes de ambos países señalan que la relación fue muy cordial, abierta y les permitió el conocimiento de sus culturas.

“...fue bastante buena y fluida, a pesar de que hablamos el mismo idioma es difícil incorporarse en un grupo de trabajo con estudiantes de otro país, pero afortunadamente fue muy fluida la interacción y pude entender a los microempresarios e incluso ellos a los empresarios chilenos” (estudiante chileno).

Sin embargo, la comunicación entre estudiantes no estuvo exenta de problemas por la diferencia horaria e imposibilidad de participar de todas las reuniones, lo cual fue suplido a través de las grabaciones de las reuniones que fueron compartidas entre los grupos. Respecto de la relación de los estudiantes con los microempresarios, ésta fue desafiante por la disparidad de conocimientos que presentaban y falta de claridad en sus modelos de negocio. En general, los estudiantes señalaron que fue una experiencia positiva y que

posibilitó una relación fructífera.

“Es un proyecto muy potente que muestra la nueva forma en que la educación puede ser complementada. Aprovecha además el uso de la tecnología en la enseñanza y en la atención a comunidades vulnerables y fortaleció la creación de redes académicas de movilidad que se irán robusteciendo en el futuro” (académico mexicano).

“Se beneficiaron tanto alumnos, docentes y microempresarios. Además del conocimiento adquirido, se tuvo la oportunidad de conocer otra cultura, se compartieron distintas formas de pensar y se conjuntaron diferentes realidades de los diversos países participantes” (coordinadora mexicana).

“Es un programa que permite vincular a los estudiantes con el sector de manera práctica, virtual y global, impactando positivamente el negocio de los microempresarios quienes a su vez transfieren su conocimiento y experiencia a los estudiantes, permitiendo aportar a la bidireccionalidad de las actividades de vinculación con el medio” (académica chilena).

- b. Valoración de la utilidad atribuida: Los estudiantes mexicanos y chilenos expresaron que la actividad contribuyó a su desarrollo profesional ofreciendo conocimientos profesionales y desarrollando competencias como la mejora de la gestión y la capacidad de emprendimiento.

“La experiencia de haber trabajado con un empresario real y las habilidades adquiridas le añaden valor a nuestra formación profesional. Creo que el aprender del negocio al que estamos ayudando es muy importante y valioso para nosotros en un futuro” (estudiante mexicano).

En cuanto a la incidencia del uso de la tecnología digital online e impacto de la utilidad atribuida, manifestaron que les hubiera gustado tener la experiencia presencial, pese a ello, valoraron la posibilidad de la experiencia internacional virtual, considerando que son mayores las ventajas. Los estudiantes valoraron el desarrollo de habilidades en el uso de las redes sociales, las dinámicas interactivas y la posibilidad del uso más eficiente del tiempo; tanto para ellos mismos como para los microempresarios.

Para los facilitadores la experiencia fue valorada positivamente, señalaron que los estudiantes fortalecieron sus conocimientos y formación profesional; y consideraron los microempresarios mejoraron la relación con sus clientes, la generación de nuevos negocios y la apropiación de conocimientos y habilidades.

“El aprender herramientas fue complementado con la aplicación. Esto fortaleció el aprendizaje mediante la praxis. Hay estudiantes se han quedado a trabajar en las empresas que apoyaron e incluso se generaron nuevos emprendimientos” (académico mexicano).

c. Valoración del proceso: El proceso fue señalado como intenso, prácticamente 24 horas durante los 7 días de la semana, pues existía una alta disposición y compromiso por parte de los estudiantes y de los microempresarios.

“Es un aprendizaje a la par, mediante la experiencia y los cursos que imparten las universidades, la Universidad de Valparaíso dictó un ciclo de marketing digital y nosotros, diplomados en gestión de comunidades digitales [...], creo que es un aprender-aprender a la par, el alumno aprende cosas prácticas, cosas reales que se aplican en una empresa real, [...] los alumnos tocan la realidad, entonces sí es un aprender-aprender” (estudiante mexicano).

“El proceso de aprendizaje compartido virtual y cultural se logró [...] se generó un sentimiento de apoyo y solidaridad que aún está por cuantificar y permitió la construcción de tejido social en la adversidad” (coordinador chileno).

- d. Proyección social: El aprendizaje fue mutuo y el trabajo colaborativo. Se compartieron archivos que contenían las diferentes aplicaciones para facilitar el trabajo y programarlo.

“Realizar los talleres de marketing digital fue de gran ayuda para los emprendedores ya que muchos no sabían cómo realizar una buena publicación [...], estos talleres ayudaron a los compañeros y los emprendedores, los cuales también fueron certificados. Todos tuvimos la oportunidad de participar” (estudiante chileno).

“Es uno de los proyectos de mayor impacto social que ha tenido la universidad, además de apoyar a los microempresarios en esta etapa tan difícil es también una retribución a la sociedad. Es como regresarle un poquito de lo que ellos nos dan con nuestra educación” (estudiante mexicano).

En general valoraron la experiencia puesto que contribuyeron a la mejora de los negocios de los microempresarios y enriquecieron sus conocimientos.

“Fue una gran experiencia, de hecho, ya lo he colocado como parte de mi currículo en LinkedIn [...] fuimos consultores internacionales” (estudiante mexicano).

“Los estudiantes aplicaron sus conocimientos, los empresarios se tornaron menos vulnerables, los académicos tejieron puentes entre la academia y el sector empresarial y velaron porque todo se hiciera de la mejor manera, pero ante todo

se construyó país, se hizo intercambio cultural y se hizo una proyección social universitaria realmente internacional de orden continental y sin recursos económicos, solamente con la voluntad de ayudar por parte de todos los interesados” (académico mexicano).

“Nos permitió no solo quedarnos con la realidad chilena sino también ampliar nuestra cultura. El programa nos generó una oportunidad para complementar lo aprendido en las aulas” (académico chileno).

Al solicitarles que definieran al programa, en una palabra, las principales menciones fueron: colaborativo, gestión, compromiso, innovador, internacional, gran experiencia, fructífero, integrador, interactivo, resiliencia y solidaridad, productivo e intercultural.

La valoración en las dimensiones subjetivas como el conocimiento, intención atribuida, la valoración del proceso y la proyección social quedan reflejadas en la experiencia expresada por una de las participantes quien señala una alta percepción del aporte del programa en todos los estudiantes.

“Recuerdo las palabras de un microempresario, su tono de voz, el sentimiento que le puso, al escucharlo decir gracias a la universidad, gracias al rector, gracias al alumno que me apoyó, el proyecto es muy bueno” (estudiante mexicano).

Respecto a los resultados obtenidos en la encuesta se observa un alto grado de satisfacción en los estudiantes participantes: el 91% recomendaría a los microempresarios participar en el programa; un 90% recomendaría la experiencia a otros estudiantes; y, un 96% señaló que las temáticas tratadas generan utilidad para los participantes.

Impactos en la percepción de las Características Emprendedoras Personales

(CEP) de los estudiantes participantes

El cuestionario CEP'S se aplica al inicio del semestre académico, tomada sorpresivamente, con carácter obligatorio y personal (en ningún caso anónimo). Al término del ciclo nuevamente se aplicará el mismo cuestionario para observar los incrementos en las puntuaciones de los participantes.

Los resultados de la incidencia del programa en la percepción de los estudiantes mexicanos y chilenos participantes de sus capacidades emprendedoras, señalan que existen diferencias en las percepciones entre países y una vez finalizado el programa. En el caso de los estudiantes mexicanos la percepción de todas las CEP's se aumentaron, a excepción de la capacidad de correr riesgos y la autoconfianza. Para el caso de los estudiantes chilenos, en cambio, la percepción de todas las CEP's fueron disminuidas, este efecto no necesariamente debe analizarse de manera negativa, a continuación, se analizará el resultado por género, lo que entrega una explicación al comportamiento general, a pesar de que no existe investigación respecto de las variables independientes relacionadas a la intención emprendedora que pueda esclarecer este comportamiento, y se planea como desafío para futuras investigaciones.

A pesar de lo anterior, comparativamente (Gráfico 1) la percepción final de las características emprendedoras de los estudiantes mexicanos y chilenos en promedio fue de 18.66 y 17.49 respectivamente con una desviación estándar de 0.95 y 1.09 respectivamente, lo que refleja una similitud en las percepciones de las características emprendedoras personales entre los países de ambos países.

Gráfico 1: Comparativa Percepción Final Chile-México



Elaboración propia

En cuanto a los resultados por género, las estudiantes de Chile y México en general coinciden con las percepciones de sus CEP's y aumentan su percepción en un 0.84% las chilenas y en un 0.83% las estudiantes mexicanas con una desviación estándar de 2.09 y 2.79, respectivamente. En cuanto a las coincidencias de las variaciones positivas de las CEP's son el "Buscar y aprovechar oportunidades", "Exigir eficiencia y calidad" y "Planificar y seguimiento sistemático", las más significativas, y el "Correr riesgo moderado" respecto de la variación negativa. La competencia personal en que se observa la más alta diferencia es la "Autoconfianza", mientras para las estudiantes chilenas fue la competencia con la mayor variación positiva, para las estudiantes mexicanas fue aquella en la que se observa una mayor disminución (Gráfico 2). Es necesario indagar acerca de las variables independientes de la intención emprendedora para analizar el movimiento de las CEP's por género y país.

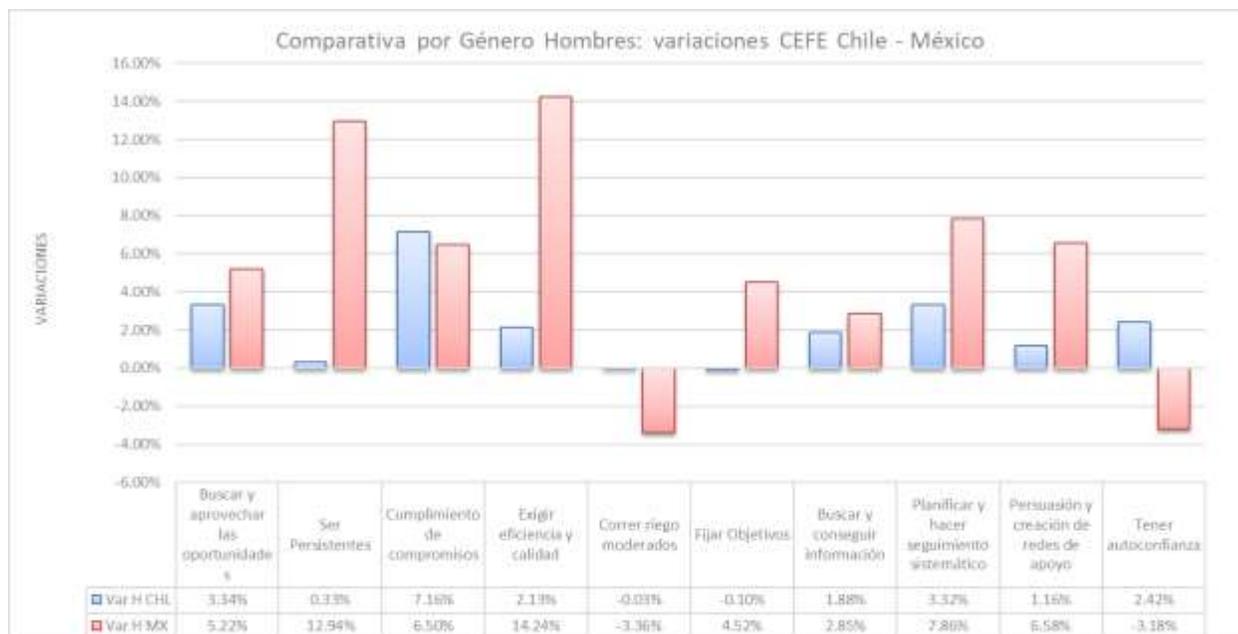
Gráfico 2. Comparativa Percepción Final Mujeres Chile-México



Elaboración propia

Los resultados por género de los estudiantes hombres, arrojaron que tanto chilenos como mexicanos mejoraron la percepción de sus CEP's, en un 2,16% y 5,42%, con una desviación estándar de 2.16 y 5.79, respectivamente. Se observa que la percepción que más varía positivamente en chilenos es el "Cumplimiento de Compromisos" (7,16%) y en mexicanos la "Exigir eficiencia y calidad" (14,2%) y "Ser Persistentes" (12,9%), y las CEP's que tuvieron una variación negativa en chilenos prácticamente no hubo disminución en la "Fijación de objetivos" (-0,1%). Para los estudiantes mexicanos, el "Correr riesgo" (-3,36%) y la "Autoconfianza", fueron las CEP's que sufrieron una caída en la percepción.

Gráfico 3. Comparativa Percepción Final Hombres Chile-México



Elaboración propia

A nivel general, los estudiantes de ambos países en promedio poseen una percepción positiva de sus Competencias Personales Emprendedoras, con un 17,49 los chilenos y un 18.66 los estudiantes mexicanos, sin embargo, al analizar las variaciones antes y después de la participación en el programa, en el caso de Chile hubo una disminución promedio de la percepción de las CEP´s de un 2.96 versus el aumento de la percepción de las CEP´s en los estudiantes mexicanos de un 5.42.

Estos resultados se explican en parte por los resultados obtenidos por género. Para el caso de Chile, al analizar desagregadamente los datos se observa que, a pesar de una variación positiva en la percepción en ambos géneros, en las mujeres se presentaron variaciones negativas superiores a las variaciones positivas presentadas lo cual influyó en el promedio inferior sumado a que la cantidad de mujeres chilenas que participaron representaron el 53% del total.

En todos los grupos por género, de Chile y México, las percepciones CEP´s aumentaron,

siendo el grupo de los estudiantes mexicanos quienes vieron mayormente incrementadas sus percepciones (5,42), seguido por los estudiantes hombres chilenos (2,16) y luego las mujeres de ambos países en ambos casos con un 0,8. En este grupo (mujeres) se identifica la mayor dispersión en el resultado final de la percepción puesto que la Autoconfianza fue la competencia con el mayor aumento para las chilenas y la mayor disminución para las mexicanas.

Conclusiones y Recomendaciones

A modo de conclusión se destacan tres cuestiones: por un lado, los elementos que han influido más en el grado de satisfacción; por otro lado, implicancia en la percepción de las capacidades emprendedoras de los estudiantes; por último, el efecto bidireccional e internacionalización de este tipo de proyectos.

El programa MIPYME vs COVID19 analizado es una experiencia universitaria internacional llevada a cabo por las Universidades de Valparaíso de Chile y la Universidad Autónoma Metropolitana de México, bajo la metodología de Aprendizaje Servicio Virtual, que responde a la visión compartida, como universidades públicas, sobre el compromiso ciudadano que imparten en sus estudiantes a través de sus modelos de enseñanza-aprendizaje.

Los resultados que se obtienen del diagnóstico comprensivo aplicado a estudiantes, coordinadores y académicos participantes, se analizan sobre la base de modelos de satisfacción para conocer el impacto de la metodología activa de Aprendizaje Servicio Virtual y el impacto en las capacidades emprendedoras de los estudiantes participantes.

En cuanto a los resultados del ApSv, se observa una percepción favorable de los estudiantes sobre las dimensiones de: conocimiento e intención atribuida; valoración de la utilidad atribuida; valoración del proceso; y la proyección social de sus competencias

ciudadanas. A pesar de las dificultades relacionadas con la complejidad del trabajo a distancia y la falta de contacto humano, los estudiantes fueron capaces de comprender y valorar el servicio prestado a los microempresarios afectados por el COVID 19, destacando sus aportes en cuanto a la disminución de las brechas digitales de los beneficiados y la mejora realizada en los negocios mediante la promoción a través de las redes sociales. La experiencia para los estudiantes fue considerada como un aprendizaje efectivo tanto profesionalmente como de desarrollo personal. Los estudiantes fueron capaces de reconocer que el entorno digital ofrece nuevas oportunidades para gestionar el trabajo impactando favorablemente y ofreciendo una experiencia de aprendizaje y servicio bidireccional con aporte local como internacional.

Los estudiantes de ambas universidades enfatizaron que se sintieron útiles y capaces de crear cambios, y consecuentemente se sintieron autorrealizados al realizar acciones por los demás, poniendo en práctica lo que estudian para la sociedad en la que se desenvuelven.

Además de la mejora en el desarrollo de los participantes, el ApS supone también un proceso de optimización para las instituciones educativas, tanto por lo que se refiere al profesorado y coordinadores, así como a las universidades en su conjunto. En cuanto al profesorado, la preparación e implementación del ApS supone un proceso de innovación y favorece un cambio de actitudes hacia el proceso de enseñanza aprendizaje basado en su motivación y sensibilidad por lo social.

Respecto de las universidades, implica la vinculación con su entorno, lo que lo convierte a su vez en recurso y objetivo de su actividad educativa. Representa una oportunidad para revisar la tarea habitual, reforzar buenas prácticas y, en definitiva, contribuir a la mejora de su imagen social.

Las empresas participantes también son reforzadas, por un lado, establecen vínculos con las universidades, son visibilizadas y les permite fortalecer los objetivos que dan sentido a la acción social compartida.

El incorporar a los jóvenes en la realización de tareas de servicio en los procesos de aprendizaje e implicarse en su formación supone revisar sus propios objetivos y tomar conciencia ciudadana como agentes educativos. A través de los proyectos de aprendizaje servicio, las entidades sociales contribuyen directamente a la creación de la sensibilidad, responsabilidad y compromiso social de las nuevas generaciones.

La experiencia internacional que supone el programa estudiado favorece el desarrollo de la comunidad local y global, porque potencia la fuerza formativa de los diferentes actores. La implementación implicó la búsqueda de soluciones globales a necesidades complejas, compartidas entre las empresas de ambos países, reforzó el sentimiento de pertenencia y cohesión de los estudiantes entre e intra organizacionalmente, a nivel nacional e internacional.

Los sentimientos positivos expresados hacia el entorno, hace que el capital social aumente e incide en la dimensión ética de la educación. Aporta a la formación de ciudadanos críticos y comprometidos, a la transformación de las situaciones de injusticia y a la construcción de sociedades democráticas y participativas.

La aplicación de la prueba CEP's para identificar el impacto en la percepción de los estudiantes de sus competencias emprendedoras por la experiencia vivida, en ambos países, plantea el desafío de nuevas investigaciones. Los resultados no son concluyentes, existen diferencias entre los países, por un lado, los estudiantes mexicanos mejoran en promedio la percepción de sus CEP's, y por otro, los estudiantes

chilenos disminuyen su percepción en promedio. Al incorporar el enfoque de género, se observa una tendencia entre los países -por género-. A saber, el impacto en la percepción de los estudiantes hombres es superior que en las estudiantes mujeres, y el resultado entre las competencias en las estudiantes mujeres de ambos países, es menos homogéneo.

Surge entonces, la necesidad de incorporar en este tipo de experiencias de aprendizaje el enfoque de género y analizar otras variables como las culturales, entre otras, que permitan conocer el origen de estos comportamientos para incorporar metodologías que aborden las brechas y las equiparen.

Cabe destacar el efecto bidireccional de esta metodología, no solo se ofrece un servicio, sino que se aprende dando y recibiendo, permite reconocer otros beneficios académicos (habilidades de pensamiento complejo y solución de problemas), de desarrollo personal (clarificación de valores, autoconocimiento) y, curricular (mejora del proyecto y de las actividades de servicio). Los resultados del impacto de la metodología ApSv global indican que los estudiantes chilenos y mexicanos que participaron del programa se sienten satisfechos por haber adquirido unos aprendizajes a partir de su colaboración entre estudiantes y microempresas de ambos países, así como por la oportunidad de relacionar teoría y práctica.

Los desafíos de la investigación tienen relación con analizar qué factores pueden estar asociados al grado de satisfacción e impacto en las CEP's; por ejemplo, edad, intención emprendedora, etc. Así como incorporar las características culturales de los países participantes. Un estudio latinoamericano podría arrojar una perspectiva más amplia sobre el carácter de los estudiantes y sus implicancias territoriales.

Lista de referencias

- Banco Mundial (2020). Tertiary education and COVID-19: Impact and mitigation strategies in Europe and Central Asia, World Bank. Disponible en: <https://documents1.worldbank.org/curated/en/783451590702592897/COVID-19-Impact-on-Tertiary-Education-in-Europe-and-Central-Asia.pdf>
- Bastidas, O. (2018). Responsabilidad social universitaria. Una perspectiva organizacional. *Revista Educación Superior y Sociedad (ESS)*, 29(29), 42-70.
- Battle, R. (2011) ¿De qué hablamos cuando hablamos de aprendizaje servicio? *Crítica*, 972, 49-54.
- Blank, S., & Dorf, B. (2012). *The Startup Owner's Manual. The step-by-step guide for building a great company*. Pescadero: K&SRanch, Inc. Publishers.
- Cabrera Rodríguez, F. Á., Donoso Vázquez, T., Aneas Álvarez, A., Campo Sorribas, J. D., & Pi i Murugó, A. (2010). Valoración de la satisfacción de usuarios de programas sociales: propuesta de un modelo de análisis. *Revista de Educación*.
- Castillo Fernández, D. (2022). Modelo de desarrollo, precariedad laboral y nuevas desigualdades sociales en América Latina. *Revista CEPAL*.
- Cardozo, A. (2010). *La Motivación para Emprender. Evolución del Modelo de Rol en Emprendedores Argentinos*. Universidad Nacional de Educación a Distancia.
- Charmaz, K. (2000). Grounded theory: Objectivist and constructivist methods. En N. K. Denzin Y. S. Lincoln (Eds.), *Handbook of qualitative research* (2.a ed., pp. 509-535). Thousand Oaks, CA, EE. UU.: Sage.

- CEFE, Competency based Economies through the Formation of Entrepreneurs. (2012).
Plataforma Aurea Emprendimiento Integral. Recuperado el 22 de 04 de 2013, de
<http://www.plataformaaurea.cl/cefe>
- Dolabela, F. (2005). Taller del Emprendedor. Una metodología de enseñanza que ayuda
a transformar el conocimiento en riqueza para el desarrollo económico y social de
las regiones. Rosario: Universidad Nacional de Rosario.
- De la Cruz, C. y Sasia, P. (2008). La responsabilidad de la universidad en el proyecto de
construcción de una sociedad. *Revista Educación Superior y Sociedad*, 13(2)
- Dini, M., Stumpo, G., & Eueopea, U. (2020). Mipymes en América Latina: un frágil desem-
peño y nuevos desafíos para las políticas de fomento. Cepal.
- Folgueiras Bertomeu, P., Luna González, E., & Puig Latorre, G. (2013). Aprendizaje y
servicio: estudio del grado de satisfacción de estudiantes universitarios. *Revista
de Educación*, 2013, vol. 362, p. 159-185.
- FUNDES (Fundación para el Desarrollo Económico y Social) (2000): Guía metodológica
del Programa “Mejora de las condiciones de entorno empresarial”, [http://home.fun-
des.org/documentos.htm#27](http://home.fun-
des.org/documentos.htm#27).
- García-Gutiérrez, J., Ruiz-Corbella, M., & del Pozo, A. (2020). Innovación y aprendizaje-
servicio virtual: elementos para una reflexión basada en la experiencia. *RIDAS.
Revista Iberoamericana de Aprendizaje-Servicio*, (9), 62-80.
- Gertner, M. (2013). The Profile of a Success Women's Entrepreneur. *Advances In Mana-
gement*, 6(6), 34-37.
- González-Díaz, R. R., & Becerra-Pérez, L. A. (2021). PYMES en América Latina: clasifi-

- cación, productividad laboral, retos y perspectivas. *CIID Journal*, 2(1), 570-608.
- González García, J., Osorio Novela, G., & Mungaray Lagarda, A. (2018). La microempresa mexicana, un asunto de necesidad y no de oportunidad: el caso de Co-lima. *Análisis económico*, 33(84), 123-142.
- González, K. V., & López, J. M. T. (2014). Responsabilidad Social Universitaria. Apuntes para un modelo de RSU. *Revista de comunicación*, (13), 84-117.
- Hays, D. G., & Singh, A. A. (2011). *Qualitative inquiry in clinical and educational settings*. Guilford Press.
- Krauss, C. (2007). *Actitudes emprendedoras de los estudiantes de la Universidad Católica del Uruguay*. San Sebastián, España: Tesis doctoral de la Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales.
- Krueger, R.A. (1991) *El Grupo de Discusión. Guía práctica para la investigación aplicada*, Madrid, Pirámide.
- McCLELLAND, D. (1962). *Teoría de las necesidades*.
- Larsen, M. A. (2014). Critical global citizenship and international service learning. *Journal of Global Citizenship & Equity Education*, 4(1).
- Liñán, F., Paul, J., & Fayolle, A. (2020). Pymes y emprendimiento en la era de la globalización: avances y enfoques teóricos. *Economía de la pequeña empresa*, 55 (3), 695-703.
- Mc Clelland, D. (1989). *Estudio de la motivación humana*. Madrid: Narcea.
- Mendia, R. (2016) *El aprendizaje-servicio: una metodología para la innovación educativa*.

Ministerio de Economía, Fomento y Turismo. Boletín El Microemprendimiento en Chile (2018). https://www.economia.gob.cl/wp-content/uploads/2018/06/EI_microemprendimiento_en_Chile_mayo_2017.pdf

Muñoz García, Á., Martín García, X., Puig Rovira, J. M., Batallé, C., Masiques, E., Ta-
boada, P., ... & Schiffrin, M. L. (2006). Siete ejemplos para visualizar el aprendi-
zaje-servicio. Cuadernos de pedagogía.

Murray, H. A. (1938). Explorations in personality: A clinical and experimental study of fifty
men of college age.

Osterwalder, A., & Pigneur, Y. (2013). Generación de modelos de negocio. Un manual
para visionarios, revolucionarios y retadores. Grupo Planeta.

Páez, M., & Puig, J. (2013). La reflexión en el aprendizaje-servicio. Revista internacional
de educación para la justicia social.

Pérez, F. (2009) La responsabilidad social universitaria (RSU). Consejo Social de la Uni-
versidad de Huelva. www.uhu.es/consejo.social

Pérez Galván, L. M., & Ochoa Cervantes, A. D. L. C. (2017). El aprendizaje-servicio
(APS) como estrategia para educar en ciudadanía 1. Alteridad. Revista de educa-
ción, 12(2), 175-187.

Puig, J. M., Batlle, R., Bosch, C., & Palos, J. (2007). Aprendizaje servicio. Educar para la
ciudadanía. Barcelona: Octaedro.

Puig Rovira, J. M., Batlle Suñer, R., Bosch Vila, C., Cerda Toledo, M. D. L., Climent Cas-
telló, T., Gijón Casares, M., ... & Trilla Bernet, J. (2009). Aprendizaje servicio (ApS):
educación y compromiso cívico. Barcelona: Graó, de IRIF, 2009.

Ramírez, J.P., Bridshaw, L.C. and Brito, M.P. (2022). "Latin American female academic perceptions about the COVID pandemic's impact on gender equity and within-country inequality". *Management Research*, Vol. 20 N°2, pp. 169-192. <https://doi.org/10.1108/MRJIAM-10-2021-1242>

Rodríguez, M. (2014). El Aprendizaje-Servicio como estrategia metodológica en la Universidad. *Revista Complutense de Educación*, 25 (1), 95-113.

Rajitha, G. G. (2012). Entrepreneurial Success and Involvement of Women Entrepreneurs- A Study. *Advances In Management*, 5(10), 34-40.

Ries, E. (2012). *Método Lean Startup*. Barcelona: Grupo Planeta.

Rodrik, D. (2016). Desindustrialización prematura. *Revista de crecimiento económico*, 21 (1), 1-33.

Stefaniak, J., & Xu, M. (2020). Leveraging dynamic decision-making and environmental analysis to support authentic learning experiences in digital environments. *Revista De Educación a Distancia (RED)*, 20(64).

Salazar, Z., Andrés, S., & González, D. (2011). *Mujeres emprendedoras: Análisis de los factores que promueven e inhiben su consolidación*. congreso.investigacion.fca.unam.mx. Mexico: UNAM.

Tapia, M. N. (2008). Calidad académica y responsabilidad social: el aprendizaje servicio como puente entre dos culturas universitarias. *Aprendizaje servicio y responsabilidad social de las universidades*, 27-56.

Tapia, M. N. (2010). La propuesta pedagógica del "aprendizaje-servicio": una perspectiva Latinoamericana. *Revista científica TzhoeCoen*, 23-44. Chiclayo, Perú

UNESCO (1998). Autonomía, responsabilidad social y libertad académica. VII Conferencia Mundial de Educación, Paris Francia. <http://unesdoc.unesco.org/images/0011/001135/113549so.pdf>

Vallaes, F (2008). ¿Qué es la Responsabilidad Social Universitaria? <http://palestra.pucp.edu.pe/index.php?id=111>

Van den Berg, R. (2012). 'Something Wonderful and Incomprehensible in Their Economy': The English Versions of Richard Cantillon's Essay on the Nature of Trade in General. *European Journal Of The History Of Economic Thought*, 19(6), 868-907.

Vieytes, M. (2007). *Guía de Moderación de Procesos Grupales*. El Salvador: GTZ, Cooperación Técnica Alemana.

Zevallos Vallejos, E. G. (2003). Micro, pequeñas y medianas empresas en América Latina. *Revista de la CEPAL*.