

UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DEL ESTADO DE BAJA CALIFORNIA
FACULTAD DE ECONOMÍA Y RELACIONES INTERNACIONALES
PROGRAMA DE MAESTRÍA EN CIENCIAS ECONÓMICAS



TESIS:

“FORMANDO EMPRENDEDORES POR MEDIO DEL SERVICIO SOCIAL
UNIVERSITARIO”

PARA OBTENER EL GRADO DE MAESTRO EN CIENCIAS ECONÓMICAS

PRESENTA:

RAMIREZ JIMENEZ HERIBERTO LEMUEL

DIRECTOR DE TESIS:

DR. ALEJANDRO MUNGARAY LAGARDA

TIJUANA BAJA CALIFORNIA

OCTUBRE DEL 2019

DEDICATORIAS

Salmos 103:4

A mis padres y hermanos por su
Cariño y apoyo incondicional.

A mis amigos Edgar Severiano, German Osorio, Isboeth Acosta, Jesús Beltrán,
Aracely Márquez, Samuel Pichardo, Jehu Valenzuela, Hugo Santiago y Gabriel Martínez.

Al Dr. Mungaray por su paciencia y sus enseñanzas dentro y fuera del aula.

Al Dr. Ismael Burgueño por apoyarme en todo momento, por brindarme su
amistad y permitirme crecer a su lado.

Por último, pero más importante al Dr. Natanael Ramírez, quien vio en mí, lo que otros no
pudieron ver. Quien me ha enseñado el valor de la disciplina, responsabilidad y compromiso.
Además de brindarme herramientas intelectuales y su cariño. Mi cariño y lealtad para con su
persona.

Mi más sincero agradecimiento

ÍNDICE

1. Introducción	1
2. Revisión de Literatura.....	7
3. Metodología	17
4. Resultados y discusión.....	19
4.1 Ocupación.....	20
5. Conclusiones	31
Bibliografía	33

1. Introducción

Aunque a escala global se han producido importantes avances en la transformación de productos, servicios y procesos en las últimas décadas, no parece previsible que con la misma dinámica se pueda lograr un salto económico que responda a los retos sociales de mejora de las condiciones de vida y empleo en diversas regiones del mundo.

La reconfiguración de las realidades económicas a nivel internacional, ha traído consigo un ambiente competitivo alentado por nuevos procesos de adquisición de conocimientos, que se constituyen como la principal estrategia para que las empresas, regiones y países, logren insertarse exitosamente en los flujos internacionales del comercio (Mungaray, 2007); pero también, para dar respuesta a los costos sociales derivados de las transformaciones económicas.

Desde hace algunos años, en muchos países se comenzaron a promover modelos educativos que permiten que nuevos cuadros técnicos obtengan conocimientos, habilidades, capacidades y cualidades que la sociedad demande. En consecuencia, los sistemas de educación superior (SES) se han vuelto estratégicos responder a los retos económicos y sociales al momento de insertarse en la dinámica de la economía global.

Frente a esta coyuntura social y económica, se ha puesto sobre la mesa del debate actual, el papel que juega la educación superior para combatir el enorme y persistente rezago social, pues congruente con su labor de enseñanza, aprendizaje, formación integral de profesionistas autónomos, críticos y con alto sentido de responsabilidad social; existe la oportunidad para que la universidad sirva como impulsor de una educación para la ciudadanía con capacidad para apoyar la generación de empleos y promotor de la cultura del emprendimiento, pero también, incentivando modelos de referencia empresariales, como una opción para incentivar el espíritu empresarial.

Parte del debate ha sido orientado a sostener la capacidad que tiene la universidad para impactar el espectro social fuera del salón de clases, haciendo uso de prácticas académicas y pedagógicas como una estrategia hacia la sociedad (Becker, 2003), que incorpora a los estudiantes a procesos vivos de gestión e innovación del conocimiento. De igual manera, se sostiene que los principales desafíos están encaminados al desarrollo de los estudiantes, para ubicarlos en escenarios reales, dónde participen en la solución de problemas de los distintos sectores sociales y contribuyan al desarrollo del bienestar social (ANUIES, 1999). No obstante, también

se ha optado por la promoción del conocimiento empresarial, en aras de promover una mentalidad innovadora y emprendedora entre los jóvenes universitarios.

En años recientes, diversas investigaciones (Mungaray, 2000) han planteado la necesidad de seguir articulando esfuerzos para el aprendizaje de los estudiantes, a través del fortalecimiento de las relaciones entre cuerpos académicos, sector productivo y el sector gobierno; para que en conjunto se realicen actividades que permitan incrementar conocimientos con el ánimo de generar impactos positivos y significativos en la dinámica económica.

A partir de lo anterior, este trabajo se plantea como objetivo principal analizar si los estudiantes que prestaron servicio social con microempresarios emprendedores, tienen más probabilidades de ser emprendedores, que aquellos estudiantes que no lo hicieron. Para corroborar esta hipótesis, se organizó un trabajo de campo a través de un cuestionario, aplicado a los egresados que han prestado su servicio social en el Programa de Investigación, Asistencia y Docencia de la Micro y Pequeña Empresa (PIADMYPE) desde 1999.

Este trabajo se estructura de la siguiente manera. Después de la introducción; en la segunda sección se presenta una breve discusión sobre el emprendimiento; seguido por una tercera sección que expone el estado de la discusión; en la cuarta sección se presentan los resultados y finalmente en la quinta y última sección se presentan las conclusiones.

Con fundamento en las expectativas y demandas sociales que prevalecen en medio de un ambiente de bajo crecimiento económico, registrado en México durante las últimas décadas, en parte a políticas macroeconómicas que se orientaron a la liberalización del comercio, la desregulación de los mercados y la privatización fueron insuficientes para inducir crecimiento económico (Calderón, 2012).

Bajo este contexto, la dinámica observada de la exposición de la economía nacional a la competencia internacional, fue la desarticulación de la estructura productiva nacional, desequilibrios en las cuentas externas y la concentración de los beneficios derivados de la apertura comercial en empresas de gran tamaño (Huber, 2005). Por un lado los beneficios se concentraron en los sectores modernos y exportadores; y por el otro, micros y pequeñas empresas (Mypes) quedaron relegadas y marginadas de los beneficios generados por esta apertura del sector comercial.

Lo mencionado con anterioridad, aunado al crecimiento de la población, ocasionó costos sociales, generando problemas para que parte de la población económicamente activa pudiera

encontrar una fuente de ingreso que le permitiera subsistir y satisfacer sus necesidades básicas. Una respuesta inmediata a este problema, ha sido el autoempleo informal como opción para subsistir, lo cual, ha revelado la importancia del desarrollo microempresarial y replanteando la importancia de la microempresa por su gran potencial para generar desarrollo, bienestar y empleo sobre todo en países emergentes (Hernández, 2005).

En este sentido, el presente trabajo se inscribe bajo el marco de evaluar un programa de apoyo universitario basado en el Servicio Social a Microempresas desfavorecidas. Compartiendo la experiencia del Programa para Investigación, Asistencia y Docencia de Pequeñas Empresas (PIADMYPE), un novedoso modelo de asistencia implementado en el estado de Baja California, México, dónde los estudiantes como prestadores de servicio social, brindan asistencia técnica in situ a las microempresas con problemas de marginación a partir de una metodología, instrumentos de compilación de datos y un software que facilitan el análisis de la información micro empresarial, orientando acciones que han sido capaces de transferirse continuamente a la sociedad en proyectos sólidos y en dónde el estudiante ha puesto en marcha sus conocimientos, propiciando una mejora continua en los procesos internos de cada empresa, además de incluir el análisis sobre los modelos de referencia, entendidos como un factor de tipo socioeconómico que influencia el proceso emprendedor, además de que la literatura ha demostrado que los modelos de referencia son particularmente importantes como influencia significativa en la toma de decisiones empresariales.

El documento sostiene la alta reciprocidad que existe en los modelos de referencia, en que el servicio social puede desempeñar un papel importante y donde los estudiantes adquieran habilidades, conocimientos; pero principalmente, el desarrollo de una mentalidad empresarial cuando se brinda apoyo a microempresas desfavorecidas.

El servicio social puede ser un poderoso instrumento de política social que sirva para incluir a todos aquellos cuyas condiciones de marginación no les permiten incorporarse a la nueva dinámica económica, pero también, para que todos los estudiantes que han transitado bajo el cobijo del programa de asistencia a microempresas marginadas, en el largo plazo asuman un papel importante liderando proyectos empresariales en beneficio de la sociedad; pues al prestar servicio social, se relacionan con un microempresario emprendedor, lo que permite estar en contacto y poner en práctica el conocimiento en un medio diferente; de manera que relacionarse con microempresas y emprendedores, construye en el estudiante intenciones y actitudes empresariales.

En los últimos años el papel que desarrollan las universidades ha traspasado las fronteras de la investigación y la enseñanza, pues la dinámica económica observada en México en las últimas décadas, ha puesto de manifiesto la necesidad imperante por un involucramiento de la universidad para impulsar proyectos que sean capaces de transferirse a la sociedad en forma de programas, y que en la evolución del tiempo propicie el desarrollo del conocimiento y la tecnología, así como fuente de empleos.

La presencia de la universidad con sectores productivos de la sociedad como una nueva función, en donde las instituciones de educación superior, coadyuven al desarrollo de las estructuras de producción y de la sociedad, mediante estrategias encaminadas a la incorporación intensiva del factor conocimiento son importantes para alcanzar condiciones de desarrollo e innovación, además de impulsar políticas por la propia universidad para contribuir a experiencias exitosas del desarrollo económico. Una estrategia ha sido la vinculación entre los agentes económicos, e instituciones públicas, que promueven las capacidades de innovación de las empresas locales.

Una visión compartida sobre la vinculación como estrategia, en el cual el conjunto comprensivo de procesos y prácticas planeadas, sistematizadas y continuamente evaluadas, en que los elementos académicos y el sector productivo se relacionan íntimamente unos con otros, con el propósito de desarrollarse y realizar acciones de beneficio mutuo (Giacomo, 1997), se convierte en una importante estrategia, para estimular la competitividad de todas aquellas empresas nacionales, pequeñas, medianas y grandes.

Sin embargo, otra visión que ha comenzado a ganar terreno en el mundo académico y ampliamente aceptado por la sociedad, es la vinculación social con actividades que ponen la parte investigativa y la práctica al servicio de la sociedad que presenta más carencias.

Desde la perspectiva regional, México, por la dinámica que presenta es un ejemplo para la conformación de redes entre los agentes económicos, y la universidad, con el objetivo de promover la capacidad de innovación de las microempresas locales. Hoy más que nunca debe tomar el papel que le corresponde en el desarrollo del bienestar social, al impulsar proyectos microempresariales.

En este sentido los beneficios sociales, de la relación entre educación superior y el desarrollo, se desprenden en resultados obtenidos que se suman a la evidencia empírica de los impactos positivos de la educación sobre los ingresos y el bienestar de la población (Ledezma, 2008).

Pero también en la formación de recursos humanos profesionales, que puedan ofrecer por medio del servicio social, el apoyo técnico a pequeños productores sin los recursos suficientes para pagar servicios de ayuda profesional, lo cual, contribuye a la proyección social y comunitaria de muchas de sus actividades (Mungaray, 1997).

De modo que el servicio social puede ser un instrumento para superar los enormes rezagos; además de ser un vehículo de la difusión del conocimiento empresarial, se agregaría también la formación profesional que recibe el prestador del servicio social, mediante el impulso y apoyo al desarrollo microempresarial del país.

A pesar del enorme potencial que presenta el servicio social, pues sus orígenes se remontan al compromiso social registrado a mediados de los años 30; donde la construcción social por la que venía atravesando el país coyunturalmente era con bastantes limitaciones. La evidencia sostiene, las primeras experiencias de acciones comunitarias en beneficio de la sociedad. Tales experiencias, fueron estimuladas por el gobierno Federal de Lázaro Cárdenas, iniciando brigadas multidisciplinarias en apoyo a pequeñas comunidades, integradas por pasantes de medicina, biología, odontología, veterinaria, ingeniería, arquitectura, derecho y química (Mungaray, 2007).

Sin embargo, pese a que tales actividades y experiencias quedaron institucionalizadas en términos de obligatoriedad constitucional para estudiantes y profesionistas a partir de 1945; para muchos estudiantes y profesionistas, es considerada una labor poco destacada que puede contribuir en la lucha contra la marginación y pobreza.

Recontextualizar el papel del Servicio Social, por ser un importante baluarte para la integración del prestador social a la dinámica social, y por su contribución en la formación de valores propios, para el crecimiento del individuo. Pero también, para sensibilizar a los estudiantes sobre los grandes problemas nacionales y sobre lo que el servicio social puede fungir como un importante vehículo para desarrollar actitudes, habilidades y comportamientos en el marco de la actividad emprendedora, lo cual, les permitiría progresar en sus carreras y simultáneamente dinamizar el tejido socio productivo local (Andrés, 2014).

Tales actitudes y habilidades, se fortalecen en un acercamiento constante con la realidad social, a fin de formar futuros líderes empresariales que se encuentren interrelacionados permanentemente, aportando conocimiento y posibles soluciones a los problemas sociales,

pero también retroalimentando programas de investigación y emprendimiento con el objetivo de consolidarse en el futuro.

Las modalidades existentes de vinculación prevalecientes en la relación universidad y emprendimiento, se han limitado a actividades que se encuentran en un nivel básico, tales como ferias de emprendimiento, eventos de reclutamiento de personal y visitas a centros industriales. Además de que los sistemas educativos han sido criticados por no exponer adecuadamente a los estudiantes a negocios y al emprendimiento (Hindle y Rushworth 2000), con el ánimo de formar estudiantes para que obtengan los conocimientos y habilidades necesarios.

En las siguientes páginas se reflexiona, sobre el Programa de Investigación y Docencia de la Micro y Pequeña Empresa (PIADMYPE), un novedoso modelo de servicio social para apoyo a microempresas, donde se aborda el papel que desempeñan los estudiantes con base en el apoyo a microempresarios en materia de análisis del entorno, del mercado, de los costos, de la producción, del beneficio y de las instituciones que lo impulsan para su desarrollo.

En términos del modelo, se analizan los instrumentos de evaluación económica y financiera, pero también principalmente se revisa la red de consultores universitarios que prestaron servicio social; brindando asistencia técnica y financiera a las microempresas, además de su vinculación con las instituciones y programas públicos de apoyo empresarial, través de la metodología PIADMYPE desarrollado y aplicado desde 1999 por la Universidad Autónoma de Baja California.

El modelo de servicio social para apoyo a microempresas es integral, por lo que parte de la idea de que los estudiantes en formación de las universidades, por medio del servicio social, contribuyen en la trasferencia de conocimientos a microempresarios para quienes es difícil y costoso obtenerlos por otras vías.

Los estudiantes llevan a la práctica lo que han aprendido en las aulas, además de enfrentarse y conocer de cerca la realidad a la que se enfrentan los microempresarios que luchan a diario para salir adelante. Por lo tanto esta investigación pone en dialogo la comprensión del servicio social universitario, y la importancia de los modelos de referencia para contribuir a la creación de probabilidades en la que los estudiantes que han prestado servicio social, por su cercanía con un modelo de referencia empresarial a la postre se puedan convertir en emprendedores.

2. Revisión de Literatura

El concepto de Emprendimiento ha sido ampliamente discutido en diversas esferas de los ámbitos públicos y académicos. El emprendimiento es un concepto estudiado desde principios de 1900, resaltando las aportaciones de Joseph Schumpeter (Schumpeter, 1911), quien lo concibe como la introducción de un nuevo modo de producción, un proceso de introducción de productos innovadores, la destrucción de nuevos mercados y estructuras, para dar paso a la construcción y creación de nuevos mercados. La “destrucción creativa” de Schumpeter es considerado como uno de los pilares para entender al emprendimiento en una economía.

Por lo general el emprendimiento se entiende como la introducción de un nuevo bien o mejoras sustanciales en la calidad de los bienes; la introducción de un nuevo método de producción; nuevos mercados y el surgimiento de una nueva forma de organización industrial (Kilby, 1971). Aunque también el concepto emprendimiento, hace referencia al proceso innovador, el cual depende del emprendedor, pues resulta vital para la introducción de nuevos métodos en el proceso productivo (Schumpeter, 1934).

Esto permite señalar que el emprendimiento permite la introducción de nuevas estrategias para el desarrollo de nuevos bienes, pero también se puede entender como la creación de nuevas empresas que producen nuevas ideas para el desarrollo de modelos empresariales en diferentes mercados.

Existen diversos análisis que atribuyen la creación de empresas a particularidades propias de los individuos, resaltando características psicológicas, individuales, de capital humano, capital social, experiencia en el mercado laboral, antecedentes familiares y modelos de referencia, entre otros factores (Georgellis, 2005). Aunque también otros enfoques han sido asociados con el ambiente laboral y macroeconómico, las características socioeconómicas, el contexto institucional y el nivel de desarrollo económico entre países y regiones (Acs, 2008)

La literatura muestra dos importantes hipótesis relacionadas con el emprendimiento. Emprendimiento por necesidad (Push effect) y emprendimiento por oportunidad (Pull effect), por un lado, el Push effect, se da como respuesta a las circunstancias económicas adversas, ya sea por la falta de empleo y la rigidez de los mercados laborales, mientras que el Pull effect explica el emprendimiento por el aprovechamiento de oportunidades producto de nuevas dinámicas del crecimiento económico, por lo que las capacidades y el capital humano juegan

un papel crucial al momento de encontrar oportunidades económicas favorables (Mungaray, et., al., 2016).

La diversidad de estudios sobre el tema, ha abierto la discusión para contrastar las diversas hipótesis existentes sobre el emprendimiento, pero también para el desarrollo de estrategias y políticas públicas en materia de desarrollo económico, de empleo y de innovación.

Parte de las estrategias para la promoción del emprendimiento provienen de diferentes organismos a nivel internacional, que han suscrito diversos acuerdos y enarbolado diferentes estrategias, como la Comisión Europea con la estrategia Europa 2020, la cual reconoce la importancia del emprendimiento y el trabajo por cuenta propia para lograr un crecimiento sostenible e integrado.

En América Latina el Banco Interamericano de Desarrollo analiza y compara aspectos institucionales y operativos para la innovación y el emprendimiento (Angelelli, 2017). Por su parte, la Organización Internacional del Trabajo (OIT), en concordancia con la Agenda de Desarrollo 2030, ha puesto en marcha diversos proyectos para la región, donde resalta su compromiso con el emprendimiento, al señalar que es una oportunidad para la inserción laboral y la inclusión para el desarrollo de capacidades individuales y organizacionales, (OIT, 2016).

Con base en lo anterior las instituciones del gobierno, pero principalmente las instituciones de educación superior han contribuido a la formación de emprendedores, generando estrategias para la incubación de proyectos empresariales, pero también por medio de la educación del emprendimiento en los entornos universitarios (Mungaray, 2002).

Por lo anterior, y relacionado con el contexto educativo, es importante reflexionar sobre el papel de las instituciones de educación superior, pues si bien tutelan el conocimiento en los estudiantes, también pueden implementar estrategias de emprendimiento, por medio de programas y/o proyectos acorde con las necesidades económicas y sociales de México.

En este sentido, las universidades obtienen un papel protagónico para la formación de profesionistas con las capacidades, aptitudes y habilidades para desarrollar proyectos y estrategias de emprendimiento, que a su vez permita que los futuros emprendedores se encuentren capacitados para afrontar las nuevas realidades de una economía global en constante cambio, de la misma manera asumiendo los retos de la economía mexicana, (Fierro, 2015).

El debate suscitado en diversos círculos académicos, ha apuntalado la discusión del papel que juegan las universidades en el desarrollo económico de distintas naciones, lo que a la educación y la investigación posicionan como elementos generadores de valor, que marcan la vía productiva y económica, y la generación de capital humano con estrategias orientadas a diversas actividades, entre las que destaca el emprendimiento como actividad congruente para atender las necesidades económicas de un país.

El programa de estabilización de finales de los ochentas estuvo marcado por la apertura comercial, el ajuste del gasto gubernamental y la privatización de grandes empresas (Chávez, 2001). La economía mexicana se enfrentó al problema de que entre más se abría al exterior, la macroeconomía fue permeando el ámbito de las empresas.

Esto cambió la dinámica de la determinación de las tasas de interés, la fijación del tipo de cambio, los salarios y el tamaño del mercado y la incertidumbre económica fue creciendo conforme fue avanzando la apertura. Sin embargo, para la gran empresa, constantemente habituada a esto, el nuevo contexto no supuso problemas. Pero en el caso específico de la micro y pequeña empresa, que cuenta con limitada educación y poca o nula experiencia empresarial fue discriminada de los beneficios de la apertura comercial.

En este sentido, en la actualidad se sigue encontrando que las condiciones macroeconómicas no han permitido fortalecer y consolidar el tejido empresarial de las micro y pequeñas empresas, cuyos volúmenes de producción no son lo suficientemente amplios para entrar al mercado mundial y cuyos propietarios no tienen la preparación necesaria y capacidad de gestión para llegar a mercados más grandes (Mungaray, et., al., 2002).

Frente a esta realidad se asume que uno de los principales retos para el desarrollo de las micros y pequeñas empresas supone la adopción de esquemas, sustentados en la cooperación entre empresas e instituciones, que logren permear el conocimiento en el tejido empresarial. En este sentido las universidades públicas han desempeñado un papel crucial para que este tipo de unidades económicas adquieran este tipo de conocimiento, los cuales, serían difíciles o imposibles de conseguir por otros medios (Mungaray, 2011).

En México, hasta los años 70, las microempresas se habían considerado como unidades económicas marginales en el proceso de desarrollo, por su poca capacidad para generar valor agregado. Sin embargo, dos décadas después se ha dado una revalorización de lo pequeño por sus bondades para contribuir a la reorganización de la producción y sobre todo por su impacto

en el empleo y la equidad (Ruiz C. , 1995). Este proceso de reinversión hacia lo pequeño fue favorecido por la crisis del empleo productivo a finales del siglo pasado y de la crisis reciente, el cual puso en evidencia la relevancia de este tipo de empresas, pues a pesar de generar empleos mal remunerados, se convirtió en la principal fuente de captación de mano de obra que la mediana y gran empresa no logro absorber.

Antes de 1980, las Mypes habían registrado una clara pérdida de participación, que se explicaba por un fortalecimiento de la mediana y gran empresa. Sin embargo, este proceso se revierte en el período posterior que se caracteriza por un repunte de las Mypes en la composición industrial (Ortiz, 1997). Las microempresas se han caracterizado por presentar un dominio fundamental de la estructura del país y en el año 1999, el 97.9% de las empresas en México se concentran en este nivel, situación que se mantuvo para los años 2003, 2009 y 2014, donde representaron 95.5%, 94.8% y 94.30% respectivamente y junto con las pequeñas empresas, conformaban en 1999 el 99.4% de la base empresarial total, mientras que en los años 2003, 2009 y 2014, las micro y pequeñas empresas conformaron el 98.7%, 99% y 99% del total.

Por otra parte, las medianas empresas mantuvieron su participación, pues en 1999 aportaban un 0.4% y posteriormente se sostuvo con un 0.8% para los años 2003, 2009 y 2014. En el caso de la gran empresa, su participación tuvo varias oscilaciones, por lo que registra un 0.1% para 1999, 0.4% y 0.2% para los años 2003 y 2009, mientras que para el año 2014 volvía a un 0.1%, (ver cuadro 1).

Cuadro 1. Unidades Económicas.

Tamaño de empresa	Establecimientos Total			
	1999	2003	2009*	2014
Micro	5550849	2,501,235	4877070	5332788
%	97.9	95.5	94.8	94.30
Pequeña	87285	84101	214956	263041
%	1.5	3.2	4.2	4.60
Mediana	25517	22390	42415	47721.4573
%	0.4	0.8	0.8	0.8
Grande	7715	11360	9615	10462
%	0.1	0.4	0.2	0.1
MyPE Total	5638134	2585336	5092026	5595829
%	99.4	98.7	99	99
Total empresas	5671366	2619086	5144056	5654012
%	100	100	100	100

Fuente: Censos Económicos, INEGI

El dinamismo de la microempresa en materia de establecimiento ha sido favorecido por los efectos adversos que ha provocado el bajo nivel de crecimiento de la economía del país, observado en las últimas décadas. El escenario macroeconómico a nivel internacional y las políticas de liberación económica, generaron que un gran número de pequeñas y medianas empresas que fueron incapaces de insertarse exitosamente en las corrientes del comercio mundial, desaparecieron del mercado, llevando a que el alto número de trabajadores que dependían de estas empresas buscaran sobrevivir, creando su propia fuente de ingresos mediante la creación de una microempresa familiar.

Finalmente, un porcentaje elevado de las microempresas que se generan en México tiene su origen en el excedente estructural de mano de obra, ya que al no ser absorbido por el mercado, se autoemplea formando unidades económicas, microempresas que son fundamentalmente unipersonales, familiares o de pocos trabajadores (Ruiz, 1995).

En términos de empleo, la participación de las microempresas es medianamente significativa, por lo que para el año de 1999 el personal ocupado representó el 43.8%; seguido de 37.7% en el 2003; 42.1% en el 2009 y un 38.8% en el 2014. Cabe resaltar el incremento entre 2003 al 2009, que asciende a un 11.67%, lo que corrobora lo relacionado con que las microempresas son un vehículo para una fuente de ingresos en tiempo de crisis, lo cual se relaciona con la crisis producto de la burbuja financiera en el 2008.

En el cuadro 2 se aprecia la participación que tienen las microempresas en la generación de valor agregado, pues para el 2003, a pesar de representar el 95% de los establecimientos y aportar el 37.7% del personal ocupado solo generaron el 0.6% del VP total.

Esta situación para el 2009 mostro cambios pues los establecimientos de las microempresas se ubicaron en un 94.8%, mostrando una ligera disminución de -0.7%, sin embargo, el personal ocupado que se concentra en las microempresas incrementó su participación hasta un 11%. Este dato refleja que las microempresas se convirtieron en unidades de autoempleo de personas que no lograron ubicarse en el mercado laboral que no puede satisfacer la mediana o grande empresa.

Cuadro 2. Personal Ocupado en México.

Tamaño de empresa	Personal Ocupado Total			
	1999	2003	2009	2014
Micro	5033175	5061263	11673646	11529011
%	43.8	37.7	42.1	38.8
Pequeña	1464192	1888456	4434010	5482040
%	12.7	14.1	16	18.4
Mediana	1973595	1686797	4356330	4922585
%	17.1	12.5	15.7	16.6
Grande	3009773	4774769	7263420	7708785
%	26.2	35.6	26.2	26
MyPE Total	6497367	6949719	16107656	17011051
%	56.5	51.8	58.1	57.3
Total empresas	11480735	13411285	27727406	29642421
%	100	100	100	100

Fuente: Censos Económicos, INEGI

En el 2003, tanto la microempresa como la gran empresa concentraban buena parte del personal ocupado situación que cambio considerablemente en el 2009, donde la microempresa se posicionó con un 42.1%, contrastando con un 26.2% de la gran empresa. Por un lado, tanto la pequeña como la mediana empresa incrementaron su participación, ubicándose con un 16% y un 15% respectivamente. Por el otro lado, para el 2014 el personal ocupado en las Mypes mantuvo su posición un pequeño descenso de – 1.37% (Cuadro 2).

El interés que ha despertado en los últimos años, el estudio de los modelos de conducta empresarial, ha llevado a diversos académicos a reflexionar sobre los factores que inciden en las decisiones individuales, como piedra angular para tomar la decisión de emprender.

Diversos estudios señalan que la propensión para emprender puede estar delineada por factores intrínsecos e extrínsecos (Sealy, 2010), donde se destaca que aquellos individuos que tienen deseos de emprender particularmente habían crecido en un ambiente influenciado por conocimientos empresariales, encontrándose que familia, amigos, profesores y conocidos tienen injerencia significativa al momento de formar las intenciones y actitudes empresariales. Estos hallazgos se encontraron principalmente en aquellos individuos de temprana edad, particularmente jóvenes (Honjo, 2004), que relacionan el desarrollo de su espíritu empresarial, con algún modelo de referencia, especialmente padres y compañeros (Kennedy, 2003).

Otros estudios (Van Aunken, 2006) han discutido que existen antecedentes o factores que subyacen en la decisión de emprender, por lo cual, estos antecedentes y factores forman parte de la influencia de los modelos de referencia a seguir. También se ha argumentado de acuerdo

a la revisión de investigaciones sobre los modelos de referencia, que entre el 35% y el 70% de los empresarios tenían modelos relacionados con el emprendimiento (Scherer, 1989).

En este sentido, (Bosma et., al., 2011) señala tres líneas de análisis que destacan el papel de los modelos de referencia. En estas, se encuentran modelos de referencia que tienen su punto de origen en un núcleo brindado por los padres y redes que en una perspectiva agregada de análisis del individuo brinda una perspectiva regional sobre la distribución desigual del espíritu empresarial.

Estas tres líneas de la literatura pueden proporcionar información respecto a la importancia de los modelos de referencia. Asimismo, estos modelos pueden desempeñar un papel relevante al momento de optar por la decisión de convertirse en un emprendedor. Parte de la evidencia muestra que la decisión de convertirse en emprendedor e iniciar un negocio, descansa en la correlación positiva de tener padres que son o fueron empresarios, por lo que resaltan estudios que aceptan la hipótesis de que los individuos con padres que son o fueron empresarios, tendrán una inclinación enfática para ser emprendedores (Parker, 2009).

En lo que respecta a las redes, los modelos de referencia pueden fungir como fuentes de capital social, por lo que el término capital social ha sido ampliamente definido, aceptado y probado empíricamente que usualmente se refiere a las redes que teje un individuo, para posteriormente extraer beneficios de las estructuras sociales (Davidsson, 1997).

Se ha demostrado que el capital social puede ser un predictor para el emprendimiento naciente, pero también para avanzar a través del proyecto que se ha puesto en marcha (Hollenka, 2003). Para Bosma los modelos de referencia son una oportunidad particular de aprender con el ejemplo y aprender por apoyo. Tal ejemplo y apoyo, puede florecer en un contexto social en que el individuo observe, identifique y en tal proceso, se genere una dinámica bidireccional de apoyo, asesoramiento y detección de oportunidades empresariales por medio de las redes (Lafuente E. V., 2007).

Algunas investigaciones recientes abordan los modelos de referencia desde una perspectiva de las intenciones empresariales, que forman parte importante del comportamiento de convertirse en emprendedor. Tales investigaciones utilizan la teoría del aprendizaje social, con el ánimo de investigar el modelo de rol de los padres y la preferencia por una carrera empresarial (Scherer, Adams, Carley y Wiebe, 1989). A medida que individuo asume conductas favorables, que han sido demostradas por el modelo de conducta, los individuos expresarán una preferencia

por determinada actividad, si han visto que los modelos de referencia a seguir tienen experiencias con resultados favorables.

Como resultado de dicho proceso de aprendizaje, los individuos buscarán capacitación en tal actividad, por lo que las expectativas llevará a un proceso de autoevaluación para conocer si cuentan con las habilidades para desempeñarse en tal actividad (Van Auken, 2006).

Sin embargo, el individuo no solamente gana experiencia, sino que con el modelo de referencia puede ser suficiente para desarrollar habilidades, que a la postre le permitirán convertirse en emprendedor, por lo que participar es la oportunidad que permite obtener conocimiento y autoconfianza. En este sentido, la presencia de otros empresarios puede contribuir a legitimar las aspiraciones empresariales (Mueller, 2006)

Bajo esta perspectiva, existen determinantes del emprendimiento que han sido ampliamente estudiados y discutidos (Gómez- Araujo, 2015), y que son pieza clave dentro del modelo de referencia. Entre estos determinantes, sobresalen factores relacionados con la personalidad, como la actitud al riesgo (Caliendo M. F., 2009), antecedentes familiares y la autoconfianza. Estos factores, juegan un rol importante al momento de tener un deseo por convertirse en emprendedor; si bien el individuo pueda no poseer los conocimientos empresariales necesarios, los puede obtener a través de una transferencia directa por la identificación con el modelo de referencia a seguir (Holleanka, 2003, et.al.).

Esto pone de manifiesto la importancia de tener un modelo de referencia, como una certeza palpable y viva que permite conocer objetivos alcanzables, y mejorar la autoconfianza propia del individuo, para participar en actividades empresariales (Clercq, 2006)

Desde 1942, la constitución de México, ha incorporado el servicio social como requisito para que los estudiantes de educación superior obtengan un título en todas las disciplinas. El Servicio Social, ha sido una estrategia que contribuye al combate de la pobreza urbana y rural, además de extender los beneficios de la ciencia y el desarrollo tecnológico a los sectores desfavorecidos de la Sociedad Mexicana (Mungaray, 2003). Este hecho supone un reconocimiento por parte de los gobierno para contribuir al desarrollo económico, pero también, para promover la actividad y el espíritu empresarial.

En este sentido y bajo la lógica de crear una dinámica que permita que los estudiantes ejerzan sus conocimientos y tengan la oportunidad de aprender pueden acceder a un contexto social donde sus decisiones de participar en alguna actividad empresarial, puedan ser influenciada

por el comportamiento, la demostración y los ejemplos que proporcionan otros individuos relacionados con el emprendimiento (Akerlof, 2000), en este caso microempresarios.

El Programa de Investigación, Asistencia, y Enseñanza sobre Pequeñas Empresas (PIADMYPE) que se creó como un programa de servicio comunitario en 1999, ha sido un medio donde los estudiantes adquieren habilidades, conocimientos y desarrollen una mentalidad empresarial. Este programa permite que los estudiantes inscritos, brinden asistencia a las microempresas por un periodo de 12 semanas desarrollando un proceso de recolección de datos, procesamiento y análisis que termina en un informe sobre el desempeño de los empresarios.

Además de brindar asistencia in situ y ofrecer apoyo a problemas específicos del microempresario, los estudiantes se involucran con ellos, transfiriendo conocimientos, pero también construyendo conocimientos y desarrollando su espíritu empresarial. Es decir, al prestar servicio relacionándose con un microempresario emprendedor, edifican intenciones y actitudes empresariales.

Desde la perspectiva de los modelos de referencia y su aplicación con PIADMYPE, donde los estudiantes prestan servicio social y apoyan a un microempresario, se pone en práctica el conocimiento en un contexto social, donde el estudiante que presta el servicio, por medio de la observación de otros microempresarios emprendedores, puede fortalecer la identificación; pues se aprende con el ejemplo, al contar con un modelo de referencia empresarial. Por consiguiente, se genera una sinergia de apoyo y orientación.

El microempresario con el que se relaciona el estudiante que presta servicio social, puede ser un individuo que brinde un ejemplo para el desarrollo del espíritu empresarial del joven prestador, de modo que, se emule el comportamiento, estilo y los atributos específicos relacionados con el emprendimiento. (Shapiro, 1978).

En consecuencia el Piadmype puede tener un valor agregado en la formación de futuros emprendedores, pues los modelos de referencia influyen a los individuos jóvenes al momento de emprender (Murrell, 2003).

Los jóvenes que prestan servicio social tienen un acercamiento con modelos de referencia, que de acuerdo a la teoría, contribuyen a realizar cuatro funciones interrelacionadas de suma importancia al momento de emprender: Inspiración, motivación, aumento de la confianza, aprender con el ejemplo y aprender haciendo (Lafuente E. &., 2013). Tales funciones se pueden

dar en el programa de apoyo microempresas, con el apoyo de estudiantes prestadores de servicio social.

Inspiración por emular algún modelo relacionado con el emprendimiento: Esta actividad, permite que los estudiantes prestadores de servicio social, al observar que los microempresarios gestan un espíritu empresarial, tratan de emular tal comportamiento, pues en el caso de los emprendedores a los que apoyan los estudiantes, son un referente en las intención de emprender.

La motivación concuerda con la teoría de los modelos de referencia exitosos, pues incentivan a los individuos, en este caso estudiantes, a comenzar alguna actividad relacionada con el emprendimiento y el aumento de la confianza. Algunos estudios relacionan el hecho de emprender de los individuos, dependiendo de la autoconfianza en sus habilidades, por lo que existen distintas hipótesis probadas que abordan la autoconfianza como factor clave que incrementan las probabilidades de que un individuo llegue a ser emprendedor (Arenius, 2004). Por lo que la participación dentro del programa de apoyo, podría reforzar la autoconfianza en el desarrollo de las habilidades emprendedoras.

Para el caso de aprender con el ejemplo, y aprender haciendo, los modelos de referencia, se erigen como la oportunidad para ganar experiencia por medio de la observación de un emprendedor, pues el conocimiento adquirido por medio del ejemplo es un factor preponderante, pues se adquiere el conocimiento a partir de un experiencia concreta, que se puede apoyar en la observación. En lo que respecta con aprender haciendo, ejecutar un trabajo o una serie específicas de actividades, en este caso, las concernientes con la prestación del servicio social, lleva a que le estudiante alcance ciertos objetivos relacionados con el desarrollo del espíritu emprendedor, pues haciendo necesariamente pone en práctica conocimientos aprendidos, además de fortalecer la confianza, rasgo característico para emprender.

Gibson define los modelos de referencia como construcciones cognitivas (Gibson, 2004), basadas en individuos que son similares a uno mismo y por tanto implica que al vincularse con estos modelos de referencia, los individuos construyen su ideal sobre la base de sus propias necesidades, por lo que el individuo es capaz de aprender, motivarse y aclarar la percepción de sí mismo. Según Gibson, los individuos se sienten atraídos por los modelos de conducta que perciben como similares en términos de sus características, comportamiento y objetivos, y de quién son capaces de aprender ciertas habilidades, aptitudes y destrezas (Bosma, 2011).

El término modelo de referencia se desprende de dos importantes teorías: La primera está relacionada con el concepto de rol y la segunda, con la tendencia de los individuos a identificarse con otros modelos de referencia; lo que se podría dar en un emparejamiento psicológico de las habilidades cognitivas y los patrones de comportamiento entre una persona y un individuo observador (Bandura, 1997).

Esto implica que los individuos se sienten atraídos por distintos modelos de conducta. Por una parte se perciben ser similares en términos de sus características, comportamiento y objetivos. A este emparejamiento se le llama aspecto del rol. Por la otra, los aspectos del modelo, enfilan a determinar quiénes capaz de aprender ciertas habilidades y desarrollarlas. Esto supone que los aspectos del rol y del modelo se pueden complementar con las aportaciones de identificación y la teoría del aprendizaje social (Bandura, et., al., 1997). La identificación del rol puede dar espacio a una adaptación e identificación de las preferencias de un individuo por seguir algún comportamiento, siempre y cuando, este sea gratificante, (Kagan, 1958).

En lo que respecta a la teoría del aprendizaje social, los individuos tienen la capacidad personal para organizar y ejecutar un trabajo, o diversas tareas, al sentirse atraídos por modelos a seguir que pueden ayudarlos a desarrollarse más, aprendiendo nuevas tareas y habilidades. Así el aprendizaje se da en un contexto social a través de la observación de otros individuos con los cuales existe una gran cercanía e identificación y se puede aprender con el ejemplo. Este tipo de aprendizaje puede ser matizado por el rasgo relacionado con aprender por apoyo, (Nauta, 2001).

Lo mencionado con anterioridad, refuerza la visión de que los modelos de referencia proporcionan a los individuos inspiración, apoyo y orientación, pero también resaltan, el impacto empresarial de los modelos de referencia, al contribuir a realizar cuatro funciones interrelacionadas: Inspiración, motivación, aumento de la confianza, aprender con el ejemplo y aprender haciendo.

3. Metodología

De acuerdo con la literatura revisada es posible construir la hipótesis de que los jóvenes estudiantes que prestaron servicio social en el PIADMYPE con microempresarios emprendedores, tienen más probabilidad de ser emprendedores, que aquellos que no lo hicieron. Para corroborar tal hipótesis, se organizó un trabajo de campo a través de un cuestionario, aplicado tanto a quienes han participado en el PIADMYPE.

El objetivo del cuestionario, que mide el emprendimiento en egresados universitarios que, como estudiantes, participaron en el (PIADMYPE) como prestadores de servicio social. En el cuestionario se presentan algunos rasgos característicos que pueden ayudar a definir el concepto de emprendedor, además de mostrar de forma relevante el papel de los modelos de referencia en la creación de futuros emprendedores y de las intenciones empresariales, además de mostrar rasgos relevantes en el aumento de confianza y seguridad prueba del impacto del programa de servicio social.

Por ello se organiza una base de datos de los jóvenes que desde 1999 han participado como PSS en el PIADMYPE tanto por fecha de egreso como por egresados. El instrumento fue aplicado a una muestra de 350 egresados de los cuales 101 completaron el cuestionario por medio del sistema de recolección de los datos.

Todos los encuestados desarrollan un emprendimiento o tienen intenciones de emprendimiento por medio de alguna idea de negocio para desarrollar. En la muestra se encontró que el 60.4 % son mujeres y el 30.6% son hombres. La edad de los encuestados está entre 22 y 42 años, con un promedio de 27.97 años y una desviación estándar de 4.11 años. En cuanto al tiempo de haber comenzado con actividades relacionadas con el emprendimiento, el mínimo es de un año y el máximo de 6 años.

El cuestionario que se aplicó fue creado como un formulario electrónico que permitió la recopilación de la información por medio de dos estrategias. La primera: las encuestas se enviaron a los correos electrónicos institucionales de los egresados, quienes lo completaron y al finalizarlo enviaron sus resultados por la misma vía electrónica. La segunda estrategia, consistió en realizar la encuesta vía telefónica, a su vez que se registraban las respuestas de los encuestados en la plataforma virtual por el responsable de la investigación.

Se utilizó el formulario electrónico por las bondades que representa en la actualización de los resultados en tiempo real, además del almacenamiento directo en la base de datos; su disponibilidad, accesibilidad y el llenado fácil de las preguntas. Los datos almacenados en la plataforma virtual fueron exportados y ordenados en una hoja de Excel. Asimismo, para el análisis de resultados se utilizó el paquete estadístico SPSS.

El contenido del cuestionario consiste en preguntas cerradas con varias opciones de respuesta, que se identifican como: Definitivamente sí; Probablemente sí; No estoy seguro; Probablemente no y definitivamente no. El cuestionario se encuentra relacionado con 5

dimensiones pertenecientes al emprendimiento. Aprendizaje en el emprendimiento; probabilidades de convertirse en emprendedor; desarrollo de conocimientos y habilidades emprendedoras; inspiración, motivación y aumento de la confianza para el emprendimiento y detección de oportunidades empresariales.

El cuestionario está dividido en dos partes: la primera incluye datos generales del encuestado como: Nombre, sexo, edad, estado civil, lugar de nacimiento y ocupación. La segunda parte consiste en la presentación de las preguntas junto con las opciones a responder (Ver anexo). Posterior a la aplicación del cuestionario, se aplicó un tratamiento estadístico para encontrar evidencia que permita obtener una visión diagnóstica de cuantos exestudiantes que prestaron su servicio social universitario en el programa PIADMYPE se encuentran liderando proyectos relacionados con el emprendimiento y que variables están influyendo en este proceso.

4. Resultados y discusión

En la condición de civil se encontró que de los encuestados el 73.3% son solteros, el 21.8% casados y 4.8% viven en unión libre. El lugar de nacimiento que predomina es Tijuana, Baja California, si bien entidades del centro de la república, como la Ciudad de México, Guadalajara, Jalisco y el sureste mexicano como Oaxaca de Juárez y Acapulco Guerrero, figuran en la lista. Sin embargo, también otras ciudades del noroeste mexicano como Culiacán Sinaloa y Hermosillo Sonora, resaltan como ciudades expulsoras de jóvenes que en su momento realizaron estudios universitarios en la Universidad Autónoma de Baja California, pero que regresan a su lugar de origen.

		Estado Civil							
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado	Simulación de muestreo para Porcentaje ^a			
						Sesgo	Error estándar	Intervalo de confianza a 95%	
								Inferior	Superior
Válido	Casado	22	21.8	21.8	21.8	.2	4.0	14.9	30.7
	Divorciado	2	2.0	2.0	23.8	.1	1.4	0.0	5.0
	Soltero	74	73.3	73.3	97.0	-.3	4.4	64.4	81.2
	Unión libre	3	3.0	3.0	100.0	.0	1.8	0.0	6.9
	Total	101	100.0	100.0		0.0	0.0	100.0	100.0

Fuente: Elaboración Propia.

Del total de los encuestados el 39.6% son hombres y el 60.4% son mujeres, lo cual, resalta que las mujeres tienen preferencias hacia programas de mayor impacto comunitario, por lo que implementar nuevas estrategias educativas generará una retribución simultánea que permite

que los estudiantes crezcan a la par que generan desarrollo en la comunidad y desarrollen nuevas habilidades de investigación.

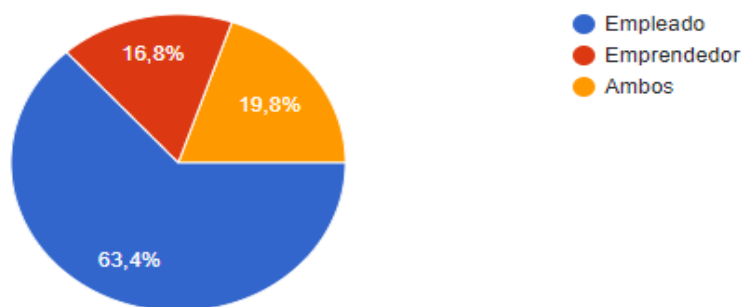
		Sexo							
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado	Simulación de muestreo para Porcentaje ^a			
						Sesgo	Error estándar	95%	
		Inferior	Superior						
Válido	Hombre	40	39.6	39.6	39.6	-.3	4.8	30.7	49.5
	Mujer	61	60.4	60.4	100.0	.3	4.8	50.5	69.3
	Total	101	100.0	100.0		0.0	0.0	100.0	100.0

Fuente: Elaboración Propia

En lo que respecta a la ocupación, del total de los encuestados, el 19.8% contestó desarrollar ambas actividades: empleado y emprendedor, lo cuál puede ser explicado por buscar una fuente de ingreso extra, o que el emprendimiento puede ser una actividad paralela a un empleo. También se puede señalar que desempeñar ambas actividades está relacionado con las habilidades, competencia, recursos financieros o logísticos que se obtienen como empleado e influir, en la actividad emprendedora (Paturel, 1997).

El 63.4% manifestó ser empleado, mientras que el restante 16.8% restante dijo ser emprendedor. Cabe resaltar que los encuestados que dijeron ser emprendedor y desempeñar ambas actividades como empleados y emprendedor, representan el 36.8% de los encuestados.

4.1 Ocupación



Fuente: Elaboración Propia

En la primera pregunta del cuestionario, el 56% de los encuestados realiza o ha realizado de algún tipo de emprendimiento. El 9.9% contestó tal vez, el 34.7% restante contestó que no ha realizado ningún tipo de emprendimiento. Estos datos mostrados, indica un alto porcentaje orientado indicativo del poco miedo al fracaso.

1. ¿Realizas o has realizado alguna actividad relacionada con el emprendimiento?									
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado	Simulación de muestreo para Porcentaje ^a			
						Sesgo	Error estándar	Intervalo de confianza a 95%	
								Inferior	Superior
Válido	No	35	34.7	34.7	34.7	.1	4.6	25.7	43.6
	Sí	56	55.4	55.4	90.1	.1	4.9	45.5	65.3
	Tal vez	10	9.9	9.9	100.0	-.2	2.8	5.0	14.9
	Total	101	100.0	100.0		0.0	0.0	100.0	100.0

Fuente: Elaboración Propia

Estudios han analizado que el estigma social al fracaso es un factor de suma importancia que retrasa o inhibe el ejercicio de actividades relacionadas con el emprendimiento. De acuerdo con el miedo al fracaso puede ser un elemento que puede tener injerencia en la intenciones de emprendimiento, pues disuade a las personas de emprender (Busenitz, 2000). Sin embargo, el 55.4% de los encuestados han tenido una relación con el emprendimiento, en consecuencia se puede asumir que este factor no ha inhibido la decisión de emprender de los encuestados y que el hecho de que haberse desarrollado como PSS en el PIADMYPE les ayudó a eliminar o disminuir el miedo a emprender.

En la dimensión relacionada con las intenciones está orientada a medir las intenciones del emprendimiento, el 62.4% de los encuestados indicó que en el futuro piensa realiza alguna actividad relacionado con el emprendimiento, mientras que el 23.8% contestó que tal vez. Solo el 1.0% indico no tener intenciones de en el futuro realizar actividades de emprendimiento.

2. ¿En un futuro piensas realizar alguna actividad relacionada con el emprendimiento?									
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado	Simulación de muestreo para Porcentaje ^a			
						Sesgo	Error estándar	Intervalo de confianza a 95%	
								Inferior	Superior
Válido		13	12.9	12.9	12.9	.1	3.3	6.9	19.8
	No	1	1.0	1.0	13.9	-.1	1.0	0.0	3.0
	Sí-	63	62.4	62.4	76.2	-.1	4.9	52.5	71.3
	Tal vez	24	23.8	23.8	100.0	.0	4.4	14.9	32.7
	Total	101	100.0	100.0		0.0	0.0	100.0	100.0

Fuente: Elaboración Propia

Esto evidencia la influencia positiva del PIADMYPE por medio del servicio social para incentivar la propensión a emprender, pero también la necesidad de dar seguimiento a todos

aquellos encuestados que mostraron inclinaciones a emprender, su potencial como futuros emprendedores.

La literatura ha mostrado diversas experiencias de vinculación entre la educación superior y la sociedad civil. Se ha argumentado que los actores que participan en este tipo de actividades pueden desarrollar y aprender nuevas habilidades que posteriormente puedan ser aplicadas en el desarrollo de un trabajo o en la comunidad, lo que supone una nueva perspectiva que ve la investigación y el impacto en el aprendizaje derivado de la participación del estudiante en el servicio social (Mungaray y Ramírez, 2008).

El 70.3% de los encuestados contestó que el aprendizaje adquirido durante su servicio social en PIADMYPE le ayudo a incrementar su actividad en su trabajo; el 11% contesto que el servicio social “no” le ayudo a incrementar su actividad en su trabajo y el 18.8% que tal vez le brindo conocimiento y aprendizaje que posteriormente pudo aplicar en su trabajo.

3. ¿El aprendizaje adquirido durante tu servicio social en PIADMYPE te ayudo a incrementar tu actividad en tu trabajo?									
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado	Simulación de muestreo para Porcentaje ^a			
						Sesgo	Error estándar	Intervalo de confianza a 95%	
								Inferior	Superior
Válido	No	11	10.9	10.9	10.9	.0	3.1	5.0	17.8
	Sí-	71	70.3	70.3	81.2	.2	4.7	61.4	79.2
	Tal vez	19	18.8	18.8	100.0	-.2	3.9	11.9	26.7
	Total	101	100.0	100.0		0.0	0.0	100.0	100.0

Fuente: Elaboración Propia

Una de las bondades del PIADMYPE radica en que los estudiantes, durante su estancia de SS analizan información, procesan datos y analizan metodologías muy cercanas a la realidad. Esto concuerda con lo que sugiere (McGoldrick, 2002), que los participante en actividades relacionadas con el servicio aprendizaje, sitúan el conocimiento como una manera de aprender críticamente, evaluando lo importante y no poco importante de acuerdo al contexto a desarrollarse, pero con una gran probabilidad de que el conocimiento adquirido, a la postre pudiera ser implementado y desarrollado en otros contextos.

Los encuestados que contestaron la pregunta 4, señalaron que en su experiencia como PSS incrementaron sus probabilidades de involucrarse en actividades emprendedoras. El 40.6% de los encuestados contestó Definitivamente Sí; 47.5% Probablemente sí; 5.9% No estoy seguro y 5.9% probablemente no.

4. ¿Consideras que tu experiencia como prestador de servicio social en el PIADMYPE, incrementaron tus probabilidades de involucrarte en actividades emprendedoras?									
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado	Simulación de muestreo para Porcentaje ^a			
						Sesgo	Error estándar	Intervalo de confianza a 95%	
								Inferior	Superior
Válido	Definitivamente sí-	41	40.6	40.6	40.6	-.1	4.7	30.7	49.5
	No estoy seguro	6	5.9	5.9	46.5	.0	2.4	2.0	10.9
	Probablemente no	6	5.9	5.9	52.5	.0	2.5	2.0	11.9
	Probablemente sí-	48	47.5	47.5	100.0	.1	4.9	38.6	57.4
	Total	101	100.0	100.0		0.0	0.0	100.0	100.0

Fuente: Elaboración Propia

La respuesta de los encuestados muestra evidencia de la viabilidad del programa, pues la mayor parte de los encuestados contestó que: Probablemente Sí. Esto resalta que desde la perspectiva de los modelos de referencia, la hipótesis que se ha sostenido a lo largo del presente documento es correcta. Por consiguiente, la probabilidad de convertirse en emprendedor se relaciona con un posible vínculo entre la presencia de modelos a seguir y las probabilidades de involucrarse en actividades de emprendimiento.

Es frecuente la mención al impulso por parte de algunas instituciones educativas que emplean recursos para proporcionar a los estudiantes y al público en general el acercamiento con modelos de referencia por medio de la prensa, televisión y en algunos casos en el aula. Constatar en la presente investigación que el 40.6% y el 47.5% respondió definitivamente sí y probablemente sí respectivamente, habla de la relación entre el espíritu empresarial y los modelos de referencia, por lo cual vale la pena seguir invirtiendo en este tipo de programas para tener un impacto más efectivo sobre el emprendimiento con enfoque social.

La dinámica pedagógica del PSS en el programa PIADMYPE, permite que los estudiantes adquieran nuevos conocimientos y habilidades, además de desarrollar y adquirir otras herramientas que posteriormente pueda incrementar las probabilidades y desarrollen las intenciones empresariales. Con ello se accede a una lógica y dinámica donde los estudiantes se encuentran influenciados por el comportamiento, la demostración y los ejemplos que proporcionan los microempresarios con los que se relacionan los PSS.

5. ¿Consideras que la experiencia como prestador de servicio social en el PIADMYPE, contribuyeron a adquirir conocimientos y a desarrollar habilidades emprendedoras?									
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado	Simulación de muestreo para Porcentaje ^a			
						Sesgo	Error estándar	Intervalo de confianza a 95%	
								Inferior	Superior
Válido	Definitivamente no	1	1.0	1.0	1.0	.0	1.0	0.0	3.0
	Definitivamente sí	45	44.6	44.6	45.5	.0	5.0	34.7	54.5
	No estoy seguro	6	5.9	5.9	51.5	.0	2.4	2.0	11.9
	Probablemente no	6	5.9	5.9	57.4	-.1	2.3	2.0	10.9
	Probablemente sí	43	42.6	42.6	100.0	.1	5.0	33.7	52.5
	Total	101	100.0	100.0		0.0	0.0	100.0	100.0

Fuente: Elaboración Propia

En esta pregunta el 44.6% contestó definitivamente Sí; 42.6% contestó probablemente Sí; 5.9% no estoy seguro; 5.9% probablemente no y solo el 1.0% contestó definitivamente no. Los datos que arroja la pregunta pone de manifiesto influencia de los microempresarios con los que se relacionan los estudiantes, dado que son modelos de referencia son una guía para la adquisición de conocimientos.

La fuerza relativa de un modelo de referencia puede contribuir a delinear intenciones empresariales y al mismo tiempo desarrollar motivación para involucrarse en el emprendimiento. Un modelo de referencia puede ser tan penetrante en el estudiante prestador de servicio social que genera un proceso formativo en que el evento empresarial se materialice (Krueger N. R., 2000). Otro argumento a favor de los modelos de referencia, estriba en que puede establecer ejemplos para que puedan ser emulados por otros y que puedan estimular, inspirar y principalmente motivar a otros individuos para lograr ciertos objetivos y tomar decisiones (Wright, 1997).

En este caso, el 43.6 % de los encuestados contesto definitivamente sí; el 38.6 % probablemente sí; 8.9 % no estoy seguro; 6.9 % probablemente no y el 2.0 % de los encuestados contesto definitivamente no. En dato que arroja el 43.6 % de los encuestados que contesto definitivamente sí, pone en evidencia la importancia que tiene el vincularse de manera constante y cercana con un microempresario emprendedor, pues se establecen comportamientos que pueden ser emulados por los estudiantes PSS al momento de estar en un acercamiento constante con un microempresario.

6. ¿Crees que en tu experiencia como prestador de servicio social al vincularte de manera constante y cercana con un microempresario emprendedor, ayudo a motivarte para involucrarte en el emprendimiento?									
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado	Simulación de muestreo para Porcentaje ^a			
						Sesgo	Error estándar	Intervalo de confianza a 95%	
								Inferior	Superior
Válido	Definitivamente no	2	2.0	2.0	2.0	.0	1.4	0.0	5.0
	Definitivamente sí-	44	43.6	43.6	45.5	-.1	4.8	34.7	52.5
	No estoy seguro	9	8.9	8.9	54.5	.0	2.8	4.0	14.9
	Probablemente no	7	6.9	6.9	61.4	.0	2.5	3.0	11.9
	Probablemente sí-	39	38.6	38.6	100.0	.1	4.8	28.7	47.5
	Total	101	100.0	100.0		0.0	0.0	100.0	100.0

El modelo de servicio social para apoyo a las microempresas, parte de la idea de que los estudiantes de la universidad UABC, se encuentran en un proceso formativo por medio del servicio social, por lo que asegurar que sean dotados de herramientas para posteriormente asesorar y brindar asistencia a las microempresas por un periodo de 12 semanas, desarrollando proceso de recolección de datos, procesamiento y análisis que termina en un informe sobre el desempeño de los empresarios, pero además, brindando asesoría especializada a los microempresarios. El soporte de la sinergia de apoyo y aprendizaje entre el microempresario y el estudiante PSS se sustenta en la metodología que ofrece el PIADMYPE.

Este programa en lo que respecta a la capacitación, ofrece una serie de cursos que consiste en brindar instrumentos indispensables para el análisis empresarial, tales instrumentos y herramientas permiten crear una dinámica de investigación-acción pues se genera información inexistente difícil de obtener por medio de otras fuentes, lo que posibilita realizar investigación y análisis económico (Mungaray, et., al., 2007). La capacitación se orienta a temas tales como: Macroeconomía y desarrollo microempresarial; instituciones y desarrollo; desarrollo local; estrategias de mercado; producción y costos; evaluación económica y financiera; análisis de costos y servicio social.

7. ¿El programa de capacitación que recibiste como prestador de servicio social por parte del PIADMYPE, te mostró aspectos relevante de la gestión empresarial e instrumentos y herramientas para apoyar a los microempresarios?									
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado	Simulación de muestreo para Porcentaje ^a			
						Sesgo	Error estándar	Intervalo de confianza a 95%	
								Inferior	Superior
Válido	Definitivamente no	3	3.0	3.0	3.0	.0	1.7	0.0	6.9
	Definitivamente sí-	49	48.5	48.5	51.5	.0	4.8	37.6	58.4
	No estoy seguro	14	13.9	13.9	65.3	-.2	3.6	6.9	20.8
	Probablemente no	2	2.0	2.0	67.3	.0	1.4	0.0	5.0
	Probablemente sí-	33	32.7	32.7	100.0	.2	4.6	24.8	41.6
	Total	101	100.0	100.0		0.0	0.0	100.0	100.0

Fuente: Elaboración Propia

Los encuestados contestaron de la siguiente manera. Definitivamente sí 48.5 %; probablemente sí 32.7 %; no estoy seguro 13.9 %; probablemente no y definitivamente no 2.0 % y 3.0 % respectivamente. Los datos arrojados por la encuesta pone en evidencia el alto porcentaje de los encuestados que contestaron que definitivamente sí, el programa les proporcionó las herramientas y conocimientos necesarios para desarrollar y cumplir con las tareas de asesorar a un microempresario emprendedor. Es necesario señalar, que parte de la información generada por los estudiantes PSS ha sido utilizada para consolidar una base de datos de indicadores microempresariales, incluso los estudiantes han fungido como microconsultores pues ha contribuido al desarrollo de conocimientos de este tipo de unidades económicas.

El carácter educativo y pedagógico que ha tenido este programa, constituye sin lugar a dudas el desarrollo de información valiosa para las microempresas, pues se evalúa de manera ágil el desempeño económico y financiero de las unidades económicas, con base en el procesamiento y sistematización de la información por parte del PSS.

Los modelos de referencia pueden desarrollar un papel de vital importancia para influir en las decisiones de los demás, al momento de decidir iniciar actividades relacionadas con el emprendimiento (Matthews, 1996). En este caso, otros posibles modelos de referencia que han sido ampliamente estudiados en la investigación empírica sobre el emprendimiento, igualmente han demostrado que la viabilidad de iniciar actividades de emprendimiento, se encuentran influenciadas por sentimientos positivos e intensos de autoeficacia, pero de igual manera estos sentimientos se incrementan al tener modelos de referencia (Krueger N. , 1993).

8. ¿Crees que en tu experiencia como prestador de servicio social, desarrollaste sentimientos positivos e intensos al participar asesorando a un microempresario emprendedor?									
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado	Simulación de muestreo para Porcentaje ^a			
						Sesgo	Error estándar	Intervalo de confianza a 95%	
								Inferior	Superior
Válido	Definitivamente no	1	1.0	1.0	1.0	.0	1.0	0.0	3.0
	Definitivamente sí-	52	51.5	51.5	52.5	-.1	5.0	42.6	61.4
	No estoy seguro	3	3.0	3.0	55.4	-.1	1.7	0.0	6.9
	Probablemente no	4	4.0	4.0	59.4	.0	1.9	1.0	8.9
	Probablemente sí-	41	40.6	40.6	100.0	.2	4.9	30.7	50.5
	Total	101	100.0	100.0		0.0	0.0	100.0	100.0

Fuente: Elaboración Propia

En la pregunta número 8, los encuestados contestaron de la siguiente manera: Definitivamente sí 51.5 %; Probablemente sí 40.6 %; No estoy seguro 3.0 %; Probablemente No 4.0 % y Definitivamente No solo el 1.0 %. Cabe resaltar que es un hallazgo interesante encontrar que

del total de los encuestados el 51.1 % haya señalado que su experiencia como prestador de servicio social tuvo un impacto significativo en el desarrollo de sentimientos positivos.

Desarrollar sentimientos positivos e intensos en el estudiante PSS permite aumentar el resultado del aprendizaje, por el cual el observador, en este caso el estudiante logrará diferenciar los comportamientos efectivos y no efectivos (Hackett, 1981), es decir el estudiante logra desarrollar sentimientos positivos y buenos, si el comportamiento de su modelo de referencia (microempresario) es positivo y efectivo. En este caso, los modelos de referencia en el estudiante PSS tienen un impacto de gran relevancia por ser personas que se conocen personalmente, este hecho puede generar una influencia positiva o negativa. Sin embargo, tal y como lo muestra la evidencia estadística, se encontró que el un gran porcentaje de los encuestados contestó que su experiencia tuvo una influencia positiva.

La inspiración, motivación y aumento de la confianza en los conocimientos y habilidades emprendedoras aumenta la probabilidad de que un individuo llegue a ser emprendedor. Esta ha sido una hipótesis ampliamente discutida en diversos trabajos, por lo que ha encontrado evidencia que se acerca teóricamente

Es necesario puntualizar que la inspiración, motivación y aumento de la confianza, forman parte no solamente de las habilidades que pueda adquirir una persona o individuo, sino que esas habilidades se pueden traducir en una aplicación especial para futuras actividades (Markham, 2002), aunque también el desarrollo de la motivación y la autoconfianza pueden influir de una manera en la que sean factores de importancia al momento de tomar decisiones, en este caso una decisión de realizar actividades de emprendimiento.

La inspiración, motivación y aumento de la confianza han sido estudiadas, especialmente la autoconfianza de una manera teórica y empírica, con lo que ha sido relacionada de manera directa con las actividades de emprendimiento, por lo que se le considera un elemento que desempeña un rol importante, con matices fuertemente psicológicos que estimula a los individuos a ser emprendedores (McGee, 2009).

9. ¿Crees que en tu experiencia como prestador de servicio social universitario, lograste desarrollar inspiración, motivación y aumento de la confianza?									
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado	Simulación de muestreo para Porcentaje ^a			
						Sesgo	Error estándar	Intervalo de confianza a 95%	
								Inferior	Superior
Válido	No	5	5.0	5.0	5.0	.0	2.2	1.0	9.9
	Sí-	79	78.2	78.2	83.2	-.2	4.1	70.3	86.1
	Tal vez	17	16.8	16.8	100.0	.2	3.8	9.9	24.8
	Total	101	100.0	100.0		0.0	0.0	100.0	100.0

Fuente: Elaboración Propia

Los datos mostrados en esta pregunta han manifestado que el 78.2% de los encuestados contestó Sí; el 5.0 % de los encuestados contestó No y el 16.8 % contestó que tal vez. El mayor porcentaje de los encuestados señaló que su experiencia como estudiantes PSS, de acuerdo a la evidencia mostrada, es que la inspiración, motivación y aumento aumentaron durante su estancia en el programa de servicio social a microempresas. Con lo cual, se fortalece la hipótesis de que los jóvenes estudiantes que prestaron servicio social en el PIADMYPE con microempresarios emprendedores, tienen mayores probabilidades de ser emprendedores o de tener un acercamiento con actividades relacionadas con el emprendimiento.

Tomar en consideración el tema de fortalecimiento de la autoconfianza puede influir en homogeneizar los contextos para incentivar la motivación y la inspiración, pues se estaría contribuyendo a indirectamente a la formación de las intenciones empresariales. El servicio social de los estudiantes, es un campo que se debe atender para rediseñar este punto, por las ventajas que presenta el elemento de la autoconfianza en el desenvolvimiento de las actividades del emprendimiento.

Un estudio realizado por (Douglas, 2002) a un grupo de ex alumnos de negocios de una universidad con el objetivo de determinar los factores que incluyen en el ánimo de iniciar actividades relacionadas con el emprendimiento. Se encontró que el riesgo, la necesidad de independencia y el potencial de ingresos son factores importantes que afectan las decisiones de carrera, además del riesgo, la independencia son especialmente importantes para aquellos que pretenden tener proyectos relacionados con el emprendimiento.

En este sentido, aquellos estudiantes PSS entrelazan motivación y las intenciones que aportan en la detección de oportunidades para delinear objetivos, estrategias y proyectos que permitan encontrar nuevas oportunidades para desarrollar proyectos empresariales. Muchos de los microempresarios con los cuales se presta el servicio social, se encuentran operando en

condiciones económicas adversas, funciones de producción con rendimientos decrecientes, bajas tasas de ganancias, poco capital humano y escasa tecnología aplicada en sus procesos.

10. ¿Consideras que el prestar servicio social, fue una actividad que te permitió aprender en la detección de oportunidades empresariales?									
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado	Simulación de muestreo para Porcentaje ^a			
						Sesgo	Error estándar	Intervalo de confianza a 95%	
								Inferior	Superior
Válido	Definitivamente no	1	1.0	1.0	1.0	.0	1.0	0.0	3.0
	Definitivamente sí-	47	46.5	46.5	47.5	.1	4.9	36.6	56.4
	No estoy seguro	9	8.9	8.9	56.4	-.1	2.8	4.0	14.9
	Probablemente no	2	2.0	2.0	58.4	.1	1.4	0.0	5.0
	Probablemente sí-	42	41.6	41.6	100.0	-.1	4.9	32.7	51.5
	Total	101	100.0	100.0		0.0	0.0	100.0	100.0

Fuente: Elaboración Propia

La situación antes mencionada, permite aplicar el conocimiento recibido durante los cursos, pues se dirigen esfuerzos que permiten ampliar la dotación de factores de los microempresarios generando una sinergia de aprender de aprender por el apoyo y brindando soporte. De lo anterior resulta que las estrategias aplicadas mejoren las opciones para detectar oportunidades donde se pueda aplicar el conocimiento, de igual manera para encontrar nichos en los cuales se desarrollen actividades empresariales que permitan el uso eficiente de los recursos en todas sus dimensiones.

Los datos que arroja la encuesta manifiesta los siguientes datos: Definitivamente sí, probablemente sí y no estoy seguro con 46.5 %, 41.6 % y 8.9 %. Para los datos con respuesta negativas se obtuvo la siguiente información estadística: Definitivamente no y probablemente no 1.0 % y 2 % respectivamente. Resultando en un claro impacto de la actividad por estimular actividades empresariales.

El estudiante PSS que se relaciona con el microempresario, pone en práctica sus conocimientos en un contexto social diferente en el que normalmente se desenvuelve. Al participar en esta actividad, el estudiante PSS por medio del reconocimiento de las actividades que realiza el microempresario emprendedor, contribuye a fortalecer la identificación de diversas oportunidades, pues se aprende con el ejemplo del modelo de referencia (microempresario).

Por un lado aprender con el ejemplo y aprender haciendo en los modelos de referencia se posiciona como una oportunidad para adquirir experiencia por medio de la observación de un microempresario emprendedor. Y por el otro, aprender apoyando trae consigo un efecto una serie de tareas que van acompañadas de actividades relacionadas con la prestación de asesoría

microempresarial, pues permite que el estudiante PSS al aprender apoyando a un emprendedor pone en práctica conocimientos que a la postre influyen en el fortalecimiento del espíritu emprendedor y una clara preferencia por la actividad emprendedora.

11. ¿En tu experiencia como prestador de servicio social al aprender apoyando a un microempresario emprendedor, tu preferencia por la actividad emprendedora se fortaleció?.									
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado	Simulación de muestreo para Porcentaje ^a			
						Sesgo	Error estándar	Intervalo de confianza a 95%	
								Inferior	Superior
Válido	Definitivamente sí-	42	41.6	41.6	41.6	-.3	4.9	31.7	50.5
	No estoy seguro	12	11.9	11.9	53.5	-.2	3.3	5.9	19.8
	Probablemente no	6	5.9	5.9	59.4	.1	2.4	2.0	10.9
	Probablemente sí-	41	40.6	40.6	100.0	.4	4.8	30.7	49.5
	Total	101	100.0	100.0		0.0	0.0	100.0	100.0

Fuente: Elaboración Propia

Los resultados de la pregunta 11 muestra que un alto porcentaje de los exestudiantes que contestaron la encuesta, señalaron que lograron desarrollar inclinación a ciertas actividades relacionada con el emprendimiento, por medio del apoyo a un microempresario emprendedor.

El 41.6 % de los encuestados contestó que definitivamente Sí; el 40.6 contestó probablemente sí; el 11.9 % no estoy seguro y 5.9 % probablemente no. Los datos revelan la importancia del programa para incentivar la preferencia por la actividad emprendedora, pues un gran porcentaje contestó Definitivamente Sí y probablemente Sí. Esto no habla de la sinergia que existe entre aprender haciendo y aprender apoyando, pues se generan dinámicas de apoyo y aprendizaje empresarial durante el periodo de apoyo brindado por los estudiantes PSS.

Los resultados de la última pregunta del cuestionario aplicado a los encuestados, encontró que de los exestudiantes que prestaron su servicio social un porcentaje aceptable, mostró desarrollar diversas actividades relacionadas con el emprendimiento. Entre las actividades más relevantes se pueden mencionar: actividades relacionadas con el sector servicios; reclutamiento de personal; pequeñas y medianas empresas dedicadas al manejo de distribución de auto partes; negocios pequeños con actividades de comercio; negocios en el sector restaurantero; actividades de emprendimiento realizado con el reciclaje, manejo de residuos para la producción de productos orgánicos; producción de pan artesanal; venta de artículos por internet; asesoría financiera; consultoría en seguros y fianzas; consultoría financiera; renta y ventas de casas; negocio de transporte privado; granja familiar; negocio Bar y restaurante;

venta de productos del hogar; venta de abarrotes; venta de comida rápida; cafeterías; papelerías; renta de espacios de esparcimiento y ente otros.

Algunos de los encuestados que al momento de realizarles la encuesta contestaron que por el momento no estaban realizando emprendimiento, no descartaron realizar alguna actividad relacionada con el emprendimiento. De hecho, varios de los encuestados contestaron tener unos proyectos de emprendimiento en puerta, sin embargo, varios de esos proyectos aún no lograban concretarse.

Las razones expuestas por las cuales, aun no materializaban sus proyectos, están relacionadas con la baja solvencia económica para iniciar el proyecto, lo anterior influye significativamente en el caso de proyectos que requiere una fuerte inversión de capital. Sin embargo, otros comentaron que no han iniciado el proyecto por cuestiones personales o porque se encuentran en la preparación y fundamentación del proyecto a emprender.

En general aquellos encuestados que aún no se encuentran emprendiendo, pero que tienen el deseo de emprender y el proyecto, se encontró que el plazo para emprender va desde los dos años hasta los 4 años, lo cual, pone en evidencia la decisión de emprender en el corto y mediano plazo. Los criterios más influyentes para decidir respecto a emprender van desde la experiencia producto de su servicio social hasta el aseguramiento de un ingreso extra.

5. Conclusiones

La hipótesis que se sostiene en este trabajo es que los jóvenes estudiantes que prestaron servicio social en el PIADMYPE con microempresarios emprendedores, tienen más probabilidades de convertirse en emprendedores que aquellos que no lo hicieron. Esto abre las posibilidades al análisis de los modelos de conducta empresarial, específicamente los modelos de referencia, como factor de influencia para formar intenciones y actitudes empresariales.

Con base en ello, este estudio ha identificado que los jóvenes que prestaron servicio social, adquirieron habilidades, conocimientos y desarrollaron una mentalidad empresarial tienen grandes posibilidades en la formación de las intenciones empresariales.

Para el caso de los encuestados, se puede concluir que efectivamente el PIADMYPE muestra una alta reciprocidad entre los modelos de referencia, donde el servicio social puede desempeñar un rol de vital importancia para que los estudiantes PSS adquiera habilidades y conocimiento cuando se brinda soporte a microempresas desfavorecidas. Además reivindica lo

valioso del servicio social como instrumento de política social, que sirve para incluir a todos aquellos microempresarios emprendedores que se encuentran en condiciones de marginación a recibir asesoría empresarial de calidad, que por otros medios sería de imposible acceso por lo que servicio social es un vehículo idóneo para la difusión del conocimiento empresarial.

Los resultados destacan diversos aspectos. Uno de ellos es que el efecto de estar en constante cercanía con un microempresario emprendedor incrementa las probabilidades de realizar una actividad relacionada con el emprendimiento, pero además aumenta las probabilidades en un futuro cercano de realizar actividades relacionadas con el emprendimiento.

El segundo punto a destacar, es que aquellos estudiantes que transitaron bajo el cobijo del programa de asistencia a microempresas, en el largo plazo tienen mayores probabilidades de iniciar proyectos empresariales, pues los estudiantes están en un proceso formativo constante, donde se forjan sentimientos positivos, inspiración y aumento de la confianza, elementos clave para estimular a los estudiantes a ser emprendedores.

Se puede afirmar que la experiencia de prestar servicio social en PIADMYPE, es una tarea enriquecedora que permite interactuar a los estudiantes y a los microempresarios. En consecuencia los modelos de referencia en el servicio social universitario, tienen un efecto positivo y significativo sobre la probabilidad de emprender, con lo cual se estaría formando emprendedores por medio del servicio social universitario.

Bibliografía

- Acs, Z. J. (2008). Entrepreneurship and Competitiveness dynamics in Latin America. *Small Business Economics*, núm. 31, pp. 219-234.
- Akerlof, G. &. (2000). Economics and identity. *The Quarterly Journal of Economics*, 115 (3), 715-753.
- Andrés, M. F. (2014). Una década formando emprendedores en la Universidad Nacional de Litoral. *Revista Pymes, Innovación y Desarrollo*, 3-19.
- Angelelli, P. L. (2017). Agencias Latinoamericanas de Fomento de la Innovación y el Emprendimiento. *Banco Interamericano de Desarrollo*, 61.
- ANUIES. (1999). Manuel Práctico sobre la Vinculación Universidad Empresa. *Revista de Educación Superior ANUIES*.
- Arenius, P. &. (2004). A cross-country study of gender differences in self-employment. *Conferencia presentada en la Primera Conferencia de Investigaciones del GEM*. Berlín, Alemania.
- Bandura, A. &. (1997). Social Learning Theory . *Englewood Cliffs, NJ: Prentice-hall*.
- Becker, E. B. (2003). How to Make Economics the Sexy Social Science. *Chronicle of Higher Education* , 10-11.
- Bosma, N. H. (2011). Entrepreneurship and Role Models. *Tinbergen Institute Discussion Paper*, 30.
- Busenitz, L. G. (2000). Country profiles: Unlocking entrepreneurial phenomena. . *Academy of Management Journal*, 994-1003.
- Calderón, C. S. (2012). Crecimiento Económico y Política Industrial en México. *Problemas del Desarrollo*, 31.
- Caliendo, M. F. (2009). Risk attitudes of nascent Entrepreneurs New Evidence from an Experimentally Validated Survey . *Small Business Economics*, 153-167.
- Chávez, M. (2001). El fracaso de las Políticas de Estabilización en México: Retos y Opciones de Política Económica. *Colegio de México*, 33.
- Clercq, D. &. (2006). The role of Knowledge in business start-up activity. *International small business journal* 24 (4), 339-358.
- Davidsson, P. a. (1997). Values, Belief and Regional Variations in New Firm Formation Rates . *Journal of Economic Psychology*.
- Douglas, E. J. (2002). Self-employment as a career choice: Attitudes, Entrepreneurial Intentions, and Utility Maximization. *Entrepreneurship Theory and Practice*.

- Fierro, M. E. (2015). *Emprendimiento en México. Reflexión y consideraciones*. México : Tecnológico de Monterrey .
- Georgellis, Y. J. (2005). Self- Employment Longitudinal Dynamics: A Review of The Literature. *Economic Issues*, Vol. 10, núm. 2, pp. 51-84.
- Giacomo, G. B. (1997). Una vinculación Universidad y Sector Productivo: Una reflexión sobre la planeación y operación de Programas de la Vinculación. *ANUIES*.
- Gibson, D. (2004). Role Models in Career Development: New Directions For Theory and Research. *Journal of Vocational Behavior*.
- Gómez-Araujo, E., LaFuente, E., Vaillant, Y., & Gómez Nuñez, L. M. (2015). El impacto diferenciado de la autoconfianza, los modelos de referencia y el miedo al fracaso sobre los jóvenes emprendedores. *INNOVAR. Revista de Ciencias Administrativas y Sociales*, núm, 57.
- Hackett, G. a. (1981). A self-efficacy approach to the career development of women. *Journal of Vocational Behavior*, 326-339.
- Hernández, G. E. (2005). Perspectivas Institucionales para una Política Industrial Regional de Redes. *Comercio Exterior*, 322-328.
- Hollenka, M. M. (2003). Role of Family Entrepreneurial Role Models in Determining Students Preferences. *Towards Entrepreneurship*.
- Honjo, Y. (2004). Growth of New Start-Up Firms: Evidence form The Japanese Manufacturing Industry . *Applied Economics*.
- Huber, B. G. (2005). Apertura Comercial y Política Industrial para las pequeñas empresas en México. *Comercio Exterior*, 8.
- Kagan, J. (1958). The Concept of Identification . *Psychological Review* , 65, 296-305.
- Kennedy, J. D. (2003). The Influence of Role Models on Students´ Entrepreneurial Intentions. *Queensland Review*, 10 (1), 37-52.
- Kilby, P. (1971). *Entrepreneurship and Economic Developmet*. Nueva York: Free Press.
- Krueger, N. (1993). The impact of prior entrepreneurial exposure on perceptions of new venture feasibility and desirability . *Entrepreneurship: Theory and Practice*.
- Krueger, N. R. (2000). Competing models of entrepreneurial intentions. *Journal of Business Venturing* , 411-432.
- Lafuente, E. &. (2013). Age Driven Influence of Role- Models on Entrepreneurship in a Transition Economy. *Journal of Small Business and Enterprise Development.*, 181-203.
- Lafuente, E. V. (2007). Regional Differences in the Influence of Role Models: Comparing Entrepreneurial Process of Rural Catalonia. *Regional Studies*, 779-795.

- Ledezma, D. M. (2008). Retornos del Servicio Social Universitario en Microempresas Marginadas de México. *Revista de la Educación Superior*, 7-16.
- Markham, G. B. (2002). Inventor and new venture formation: The effects of general self-efficacy and regretful thinking. *Entrepreneurship: Theory and Practice*, 965-988.
- Matthews, C. H. (1996). A longitudinal investigation of the impact of family background and gender on interest in small firm ownership. *Journal of Small Business Management*.
- McGee, J. P. (2009). Self-efficacy: refining the measure. *Entrepreneurship: Theory and Practice*, 965-988.
- McGoldrick, K. (2002). Using the Theory of Service-Learning as a Tool for Teaching Economic Theory. En Z. (. K. McGoldrick and A, *Putting the Invisible Hand to work: Concept and Models for Service-Learning in Economics*.
- Mueller, P. (2006). Entrepreneurship in The Region: Breeding For Nascent Entrepreneurs. *Small Business Economics*.
- Mungaray, A. (2002). Aprendiendo en el Mercado. Una experiencia de Reciprocidad Universitaria en Apoyo a las Microempresas Mexicanas. *Tendencias*, 85-106.
- Mungaray, A. O. (2007). Formación por medio del servicio. Un modelo de servicio social universitario en apoyo a microempresas marginadas. *El trimestre económico* , 987-1011.
- Mungaray, A. R. (2011). Las Instituciones de Educación Superior en el Sistema Regional de Innovación de Baja California. *Revista de la Educación Superior* , 110-136.
- Mungaray, A. R. (2016). *Economía del Emprendimiento y las Pequeñas Empresas en México*. México: MAPorra.
- Mungaray, A. R.-U. (2008). Learning economics by servicing: a Mexican experience of service-learning in microenterprises. . *International Review of Economics Education* , 19-38.
- Mungaray, A. S. (2003). The Impact of Service Projects on Micro Enterprises in Mexican Marginalised Communities in Mexican Marginalised Communities. En S. S. H. Perold, *Service in the 21st. Century*. Cape Town, South Africa: Service Enquiry:.
- Mungaray, A. y. (2000). Community social service and higher education in México . *Statistical Abstract of Latin America*, 1011-1022.
- Mungaray, e. a. (2002). Aprendiendo en el Mercado. Una experiencia de Reciprocidad Universitaria en Apoyo a las Microempresas Mexicanas. *Tendencias*, 85-106.
- Mungaray. Moctezuma, P. (1997). Vinculación entre Instituciones educativas y Unidades Productivas. *Revista Mexicana de Sociología*, 109-130.

- Murrel, P. (2003). Firms facing new institutions: transactional governance in Romania. *Journal of Comparative Economics*, 695-714.
- Nauta, M. a. (2001). Assessing Role Model Influences on Students Academic and Vocational Decisions. *Journal of Career Assessment*.
- OIT. (2016). Promoción del Emprendimiento y la Innovación Social Juvenil en América Latina. *Organización Internacional del Trabajo*, 60.
- Parker, S. C. (2009). *The Economics of Entrepreneurship* . Cambridge University Press.
- Paturol, R. (1997). *Pratique du management Straégique*. . Grenoble: Presses Universitaires de Grenoble.
- Ruiz, C. (1995). Economía de la Pequeña Empresa. Hacia una Economía de Redes como Alternativa Empresarial para el Desarrollo. *Ariel*.
- Scherer, R. F. (1989). Role Model Performance Effect on Development of Entrepreneurial Career Preferences. *Entrepreneurship Theory and Practice* .
- Schumpeter, J. (1911). *The Theory of Economic Development*. Cambridge, Mass: Harvard University Press.
- Schumpeter, J. (1934). *The Theory of Economic Development: An inquiry into profits, capital, credit, interest, and the business cycle*. . Cambridge Mass: Harvard University Press.
- Sealy, R. &. (2010). The Importance of Role Models and Demographic Context for Senior Women's Work Identity Development. . *International Journal of Management Reviews*, 284-300.
- Shapiro, E. H. (1978). Moving up: Role models, mentors, and the Patrón system . *Sloan Management Review* 6 (1) , 19-47.
- Van Auken, H. F. (2006). The influence of role models on entrepreneurial intentions. *Journal of developmental Entrepreneurship*, 157-167.
- Wright, S. W. (1997). The impacto of role modes on medical students . *Journal of General Internal Medicine*.
- Zepeda, G. (2016). El juego de la Asignación Presupuestal a las Universidad Públicas Estatales en México después de la Transición Democrática. *Revista Mexicana de Investigación Educativa*, Vol. 21, Num. 70.

Cuestionario



UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DE BAJA CALIFORNIA FACULTAD DE ECONOMÍA Y RELACIONES INTERNACIONALES

Se presenta un cuestionario con el objetivo de evaluar la actividad emprendedora en ex-estudiantes universitarios participantes en el Programa de Investigación, Asistencia y Docencia de la Micro y Pequeña Empresa (PIADMYPE) como prestadores de servicio social.

DATOS GENERALES

1. Nombre: _____
2. Sexo: Hombre _____ Mujer _____
3. Edad (años cumplidos) _____
3. Estados Civil: Soltero _____ Casado _____ Divorciado _____ Otros (especifique) _____
4. Lugar de Nacimiento: _____
5. Ocupación :Empleado _____ Emprendedor _____

1. ¿Realizas o has realizado alguna actividad relacionada con el emprendimiento?

- Sí Pasa a la tercera pregunta
- No pasa a la segunda pregunta
- Tal vez

2. ¿En un futuro piensas realizar alguna actividad relacionada con el emprendimiento?

- Si
- No
- Tal vez

3. ¿El aprendizaje adquirido durante tu servicio social en PIADMYPE te ayudo a incrementar tu actividad en tu trabajo?

- Si
- No

4. ¿Consideras que tu experiencia como prestador de servicio social en el PIADMYPE, incrementaron tus probabilidades de involucrarte en actividades emprendedoras?

- Definitivamente sí
- Probablemente sí
- No estoy seguro
- Probablemente no
- Definitivamente no

5. ¿Consideras que la experiencia como prestador de servicio social en el PIADMYPE, contribuyeron a adquirir conocimientos y a desarrollar habilidades emprendedoras?

- Definitivamente sí
- Probablemente sí
- No estoy seguro
- Probablemente no
- Definitivamente no

6. ¿Crees que en tu experiencia como prestador de servicio social al vincularte de manera constante y cercana con un microempresario emprendedor, ayudó a motivarte para involucrarte en el emprendimiento?

- Definitivamente sí
- Probablemente sí
- No estoy seguro
- Probablemente no
- Definitivamente no

7. ¿El programa de capacitación que recibiste como prestador de servicio social por parte del PIADMYPE, te mostró aspectos relevante de la gestión empresarial e instrumentos y herramientas para apoyar a los microempresarios?

- Definitivamente sí
- Probablemente sí
- No estoy seguro
- Probablemente no
- Definitivamente no

8. ¿Crees que en tu experiencia como prestador de servicio social, desarrollaste sentimientos positivos e intensos al participar asesorando a un microempresario emprendedor?

- Definitivamente sí
- Probablemente sí
- No estoy seguro
- Probablemente no
- Definitivamente no

9. ¿Crees que en tu experiencia como prestador de servicio social universitario, lograste desarrollar inspiración, motivación y aumento de la confianza?

- Sí
- No

10. ¿Consideras que el prestar servicio social, fue una actividad que te permitió aprender en la detección de oportunidades empresariales?

- Definitivamente sí
- Probablemente sí
- No estoy seguro
- Probablemente no
- Definitivamente no

11. ¿En tu experiencia como prestador de servicio social al aprender apoyando a un microempresario emprendedor, tu preferencia por la actividad emprendedora se fortaleció.

- Definitivamente sí
- Probablemente sí
- No estoy seguro
- Probablemente no
- Definitivamente no

12. ¿Podrías describir brevemente, el tipo de emprendimiento que realizas, desde cuándo y que expectativas tienes?