
ARTÍCULO

Los microempresarios sociales como modelo de referencia para emprendedores universitarios

Social microentrepreneurs as a reference model for university entrepreneurs

ALEJANDRO MUNGARAY LAGARDA*, NATANAEL RAMÍREZ ANGULO**,
BENJAMÍN BURGOS FLORES*, ALEJANDRA RAMÍREZ CERVANTES**,
LEMUEL RAMÍREZ JIMÉNEZ***

*Universidad de Sonora, Departamento de Economía

** Universidad Autónoma de Baja California, Facultad de Economía y Relaciones Internacionales

*** Secretaría de Relaciones Exteriores

Correo electrónico: aramirez17@uabc.edu.mx

Recibido el 16 de febrero del 2023; Aprobado el 28 de enero del 2024

RESUMEN

En respuesta a los cambios sociales y económicos en el contexto internacional, los modelos educativos buscan promover la formación de profesionistas con conocimientos, habilidades, capacidades y cualidades que se adapten a las demandas de la sociedad. El objetivo de este trabajo es analizar porque los estudiantes prestadores de servicio social en el Programa de Investigación, Asistencia y Docencia de la Micro y Pequeña Empresa (PIADMYPE) de la Universidad Autónoma de Baja California (UABC), han tenido oportunidades para

ser emprendedores, a partir de un esquema de aprender sirviendo. Se realizó una encuesta como instrumento de recolección de datos para conocer las perspectivas de estos egresados y los resultados muestran que los jóvenes en servicio social fueron propensos a emprender debido a que los microempresarios que atendieron se convirtieron de facto, en modelos de referencia durante su proceso de aprender haciendo el servicio.

PALABRAS CLAVE: Formación profesional; Emprendedores; Servicio social; Universidades; Empresas

ABSTRACT

In response to social and economic changes in the international context, educational models are striving to promote the training of professionals who possess knowledge, skills, abilities, and qualities that are adaptable to meet the evolving demands of society. The aim of this study is to analyze why students who provide social service in the Research, Assistance, and Teaching Program of the Micro and Small Business (PIADMYPE, for its Spanish acronym) at the Universidad Autónoma de Baja California (UABC) have had opportunities to become entrepreneurs, starting from a learning-by-serving scheme. To collect data, a survey was conducted to understand the prospects of these graduates. The results indicate that young people who participated in social service were inclined to become entrepreneurs because the micro-entrepreneurs they served as part of their learning process became de facto reference models.

KEYWORDS:

Professional training; Entrepreneurs; Social service; Universities; Companies

INTRODUCCIÓN

La reconfiguración internacional de las realidades económicas, ha generado un ambiente competitivo por la adquisición de conocimientos como principal estrategia para que las empresas, regiones y países, logren insertarse exitosamente en los flujos internacionales del comercio y, en menor medida, para dar respuesta a los costos sociales derivados de las transformaciones económicas. En este contexto, en muchos países se comenzaron a promover modelos educativos para la formación de profesionistas con conocimientos, habilidades, capacidades y cualidades que la sociedad demanda, otorgando a los sistemas

de educación superior (SES), un papel estratégico para generar respuestas a los retos económicos y sociales a través de sus egresados. Quizás uno de los retos actuales que más compromete a las universidades a impulsar una educación para la ciudadanía, es buscar contribuir a abatir el enorme y persistente rezago social a través del emprendimiento. En consecuencia los cambios en los modelos educativos han favorecido las preferencias por las actividades enfocadas en el emprendimiento.

Desde hace más de dos décadas se ha planteado la necesidad de articular esfuerzos para un aprendizaje más significativo de los estudiantes a través del fortalecimiento de las relaciones entre cuerpos académicos, microempresarios y sectores de gobierno, para realizar actividades que permitan incrementar los conocimientos e impactos significativos en una dinámica empresarial más incluyente. Parte del reto se orienta a las capacidades de la universidad para impactar el espectro social fuera del salón de clases, a través de prácticas académicas y servicio social. Los principales desafíos son cómo ubicar a los estudiantes en escenarios reales para que participen en la solución de problemas de los distintos sectores buscando el bienestar social (Mungaray et al., 2007).

Hay quienes deciden emprender por necesidad y otros por oportunidad. La necesidad se deriva de la insatisfacción con las condiciones laborales, mientras que la oportunidad lo hace con base en los modelos emprendedores de referencia obtenidos de la información en los programas de educación superior, en donde se permite a los estudiantes fortalecer el conocimiento empírico adquirido ya sea en el núcleo familiar o en el círculo social. Con base en ello, al tener una perspectiva diferente en cuanto las condiciones del mercado laboral, los estudiantes o egresados se pueden sentir motivados a crear su propio empleo, es decir, su emprendimiento basado en oportunidades (Vargas y Uttermann, 2020).

El objetivo principal de este trabajo es analizar las razones por las cuales los estudiantes que prestaron servicio social con microempresarios emprendedores en el PIADMYPE de la UABC, han tenido la oportunidad de ser emprendedores a lo largo del tiempo. La relevancia de este modelo de aprendizaje en servicio con asistencia técnica in situ a las microempresas con problemas de marginación, es que se hizo a partir de una metodología, con instrumentos de compilación de datos y un software que facilitó el análisis de la información microempresarial. Esto orientó acciones para que el estudiante pusiera en juego sus conocimientos, propiciando mejora continua en los procesos internos de cada microempresa, pero a la vez, asumiendo tales experiencias como modelos de referencia para futuras decisiones empresariales. Esta visión de vinculación como estrategia para el desarrollo de capacidades emprendedoras a través del servicio solidario a microempresas pobres, se distingue de aquellas donde académicos y empresarios se relacionan con el propósito de realizar acciones de beneficio mutuo para estimular la competitividad de empresas medianas y grandes.

Para conocer la perspectiva sobre el aprendizaje obtenido en relación al emprendimiento de los estudiantes que prestaron su servicio social en el PIADMYPE, se utilizó una

encuesta como instrumento de recolección de información. Ello permitió analizar el impacto y la influencia de la cercanía con microempresarios que han tenido resultados positivos en sus actividades, demostrando que los estudiantes y egresados tienen modelos de referencia suficientes para emprender por oportunidad, a partir de un modelo de referencia proveniente de personas humildes, con limitaciones y debilidades en comparación a otros emprendedores.

REVISIÓN DE LITERATURA

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; el desarrollo de nuevos mercados y/o el surgimiento de una nueva forma de organización industrial (Kilby, 1971). También hace referencia al proceso innovador que depende del emprendedor y resulta vital para la introducción de nuevos métodos en el proceso productivo (Schumpeter y Opie, 1934); y además, a la creación de nuevas empresas que producen nuevas ideas para el desarrollo de modelos empresariales en diferentes mercados.

Existen visiones 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 (Litsardopoulos, Saridakis, Georgellis y Hand, 2022). Otras lo asocian con el ambiente macroeconómico, las características socioeconómicas, el contexto institucional y el nivel de desarrollo económico entre países y regiones (Acs y Amorós, 2008).

La literatura muestra dos importantes hipótesis relacionadas con el emprendimiento: el emprendimiento por necesidad (push effect) y el emprendimiento por oportunidad (pull effect). Por un lado, el push effect se da como respuesta a circunstancias económicas adversas, ya sea por la falta de empleo o la rigidez de los mercados laborales. Por su parte, el pull effect asocia el emprendimiento al aprovechamiento de oportunidades de mercado resultantes de nuevas dinámicas del crecimiento económico, donde las capacidades y el capital humano juegan un papel crucial para ello (Osorio, Mungaray y Ramírez, 2017).

La discusión sobre las diversas hipótesis del emprendimiento, da lugar a estrategias y políticas públicas en materia de desarrollo económico, empleo e innovación. Parte de las estrategias provienen de diferentes organismos 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, Facundo y Suaznábar, 2017),

mientras que la Organización Internacional del Trabajo (oIT), en concordancia con la Agenda de Desarrollo 2030, ha puesto en marcha diversos proyectos comprometidos con el emprendimiento, como una oportunidad para la inserción laboral y la inclusión para el desarrollo de capacidades individuales y organizacionales (oIT, 2016).

Las universidades están jugando un papel importante para la formación de profesionistas con las capacidades, aptitudes y habilidades para desarrollar proyectos y estrategias de emprendimiento, que les permitan afrontar las realidades de una economía global en constante cambio (Fierro et al., 2015). Esto ha dado lugar a la discusión sobre el papel que juegan las universidades en el desarrollo económico, buscando posicionar a la educación y la investigación como elementos generadores de valor, a través de la generación de capital humano como elemento estratégico para impulsar el emprendimiento como una actividad relevante para atender las necesidades económicas de un país.

El programa de estabilización desde finales de los ochentas y hasta la segunda década de este siglo, estuvo marcado por la apertura comercial, el ajuste del gasto gubernamental y la privatización de grandes empresas. La economía mexicana se enfrentó al problema de que entre más se abría al exterior, la macroeconomía fue permeando el ámbito de las empresas. Este cambio de modelo económico provocó que la incertidumbre económica creciera conforme fue avanzando la apertura. Para la gran empresa, habituada a esto, el nuevo contexto no supuso problemas. Sin embargo, para las microempresas los beneficios de la apertura comercial fueron de mínimos a cero, pues sus volúmenes de producción no son lo suficientemente amplios para entrar a las cadenas de valor del mercado mundial y sus propietarios no tienen la preparación necesaria y capacidad de gestión para llegar a mercados más grandes. Ante esta realidad, algunas universidades han desempeñado un papel importante para que este tipo de unidades económicas adquieran ese tipo de conocimientos, los cuales serían difíciles o imposibles de conseguir por otros medios (Mungaray y Sánchez, 2003).

Ha sido tradición en México que las microempresas se consideren como unidades económicas marginales en el proceso de desarrollo, por su poca capacidad para generar valor agregado. Sin embargo, a principios del siglo XXI 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. Este proceso de reinversión hacia lo pequeño fue favorecido por la crisis del empleo productivo a finales del siglo pasado y de las crisis recientes, poniendo en evidencia la relevancia de este tipo de empresas, pues a pesar de la poca calidad de los empleos, se convirtió en la principal fuente de captación de mano de obra que la mediana y gran empresa no logró absorber. De hecho, antes de 1980 las micros y pequeñas empresas (Mypes) habían registrado una clara pérdida de participación en el empleo, que se explicaba por un fortalecimiento de la mediana y gran empresa. Sin embargo, este proceso se revierte en el período posterior por un repunte de las Mypes en la composición industrial (Ortiz, 2017). Desde 1999 y hasta 2022, entre el 98 y 94% de las

empresas en México son microempresas y, junto con las pequeñas empresas, conforman el 99% de la base empresarial total. El dinamismo de la microempresa en materia de establecimientos ha sido favorecido por los efectos adversos del bajo nivel de crecimiento de la economía observado en las últimas décadas, principalmente debido al alto número de trabajadores buscando su propia fuente de ingresos para subsistir mediante la creación de una microempresa familiar. No obstante, a pesar de representar el 95% de los establecimientos y aportar el 37.7% del personal ocupado, sólo generan el 0.6% del VP total.

En este contexto de organización industrial, el interés que en los últimos años han despertado los modelos de conducta empresarial, destaca que la propensión para emprender se observa con mayor frecuencia en aquellos individuos que crecieron en un ambiente influenciado por conocimientos empresariales en la familia, amigos, profesores y conocidos al momento de formar las intenciones y actitudes emprendedoras (Sealy y Singh, 2010). Esto se observa principalmente en individuos jóvenes (Honjo, 2021) que relacionan el desarrollo de su espíritu empresarial con algún modelo de referencia, especialmente de padres y compañeros (Kennedy, Drennan, Renfrow y Watson, 2003).

Van Auken, Fry y Stephens (2006) han discutido que existen antecedentes o factores que subyacen en la decisión de emprender y forman parte de la influencia de los modelos de referencia a seguir. Entre el 35% y el 70% de los empresarios suelen tener modelos de referencia relacionados con el emprendimiento (Scherer, Adams, Carley y Wiebe, 1989) y otras evidencias muestran que los individuos con padres que son o fueron empresarios, tendrán una gran inclinación para ser emprendedores (Parker, 2018).

Los modelos de referencia pueden fungir como fuentes de capital social. Este término ha sido ampliamente aceptado y probado empíricamente para referirse a las redes sociales que teje un individuo para posteriormente extraer beneficios de ellas (Davidsson, 2015). 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 (Holienka, Mrva y Marcin, 2013). Para Bosma, Hessels, Schutjens, Praag y Verheul (2012), los modelos de referencia son una oportunidad de aprender con el ejemplo y por apoyo. Ambos aprendizajes pueden florecer en un contexto social donde el individuo observe, identifique y genere una dinámica bidireccional de apoyo, asesoramiento y detección de oportunidades empresariales por medio de las redes sociales (Lafuente, Vaillant y Rialp, 2007).

Desde una perspectiva de las intenciones empresariales, los modelos de referencia se sustentan en el aprendizaje social, a partir del rol de los padres y la preferencia por una carrera empresarial (Scherer et al., 1989; Javalgi, Radulovich y Scherer, 2012) asociada a una determinada actividad que haya generado experiencias favorables. Como resultado de dicho proceso de aprendizaje, las expectativas llevarán a un proceso de autoevaluación para conocer si cuentan con las habilidades para desempeñarse en tal actividad (Van Auken et al., 2006). Así, el modelo de referencia puede motivar el desarrollo de habilidades que le permitirán convertirse en emprendedor. De ahí que participar sea la mejor oportunidad

para obtener conocimiento y autoconfianza, pues es la presencia de otros empresarios lo que legitima las aspiraciones empresariales (Mueller, 2006).

Existen determinantes del emprendimiento que han sido ampliamente estudiados y discutidos dentro de los modelos de referencia (Gómez-Araujo, Lafuente, Vaillant, y Gómez Núñez, 2015; Avila, Schmutzler, Marquez y Gómez-Araujo, 2021). Entre estos sobresalen factores relacionados con la personalidad, la actitud al riesgo (Caliendo, Goethner y Weißenberger, 2020), antecedentes familiares y la autoconfianza. Estos factores juegan un rol importante al momento de desear convertirse en emprendedor; y si bien el individuo puede no poseer los conocimientos empresariales necesarios, los puede obtener por transferencia directa a partir de la identificación con un modelo de referencia a seguir (Holienka et al., 2013). En consecuencia, un modelo de referencia se convierte en una certeza palpable con objetivos alcanzables, y mejora la autoconfianza para participar en actividades empresariales (Lim, Oh y De Clercq, 2016).

Desde 1942, la constitución de México ha incorporado el servicio social como requisito para que los estudiantes de educación superior obtengan un título profesional 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 y Ocegueda, 2000). Este hecho vinculado al desarrollo económico, justifica crear una dinámica que permita que los estudiantes ejerzan sus conocimientos y tengan la oportunidad de participar en alguna actividad empresarial, influenciados por el comportamiento, la demostración y los ejemplos que proporcionan otros individuos relacionados con el emprendimiento (Akerlof y Kranton, 2000), como es el caso de los microempresarios de base social.

El PIADMYPE se creó como un programa de servicio comunitario en 1999, como un medio para que los estudiantes de economía y administración adquirieran habilidades, conocimientos y desarrollaran una mentalidad empresarial. Este programa permitía que los estudiantes participantes, brindaran asistencia a microempresarios por un periodo de 12 semanas, desarrollando un proceso de recolección, procesamiento y análisis de datos que termina en un informe sobre el desempeño de las microempresas. 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 con su ejemplo y desarrollando su espíritu empresarial. Así, al prestar su servicio social relacionándose con el ejemplo de un microempresario emprendedor, aprenden haciendo y construyen intenciones y actitudes emprendedoras (Osorio, Mungaray y Ramírez, 2022).

El microempresario con el que se relacionó el estudiante en servicio social, suele ser un individuo que brinda ejemplo para el desarrollo del espíritu empresarial del joven prestador, estimulando el comportamiento, estilo y atributos específicos del emprendimiento (Shapiro, Haseltine y Rowe, 1978). Más allá de la asistencia técnica, el

valor agregado del PIADMYPE en la formación de futuros emprendedores, se asocia a su vinculación con modelos de referencia que influyen a los jóvenes al momento de emprender por sí mismos (Murrel, 2005), gracias a la inspiración, motivación, aumento de la confianza, aprender con el ejemplo y aprender haciendo (Lafuente y Vaillant, 2013). La inspiración permitiría que los estudiantes prestadores de servicio social, al observar que los microempresarios, producto de su necesidad, desarrollan un espíritu empresarial, traten de imitar su comportamiento. La motivación incentiva a los individuos, en este caso estudiantes, a comenzar alguna actividad relacionada con el emprendimiento y el aumento de la confianza. Como el hecho de emprender de los individuos dependerá de la autoconfianza en sus habilidades, esta se convierte en factor clave para aumentar las probabilidades de que un individuo llegue a ser emprendedor (Arenius y Minniti, 2004). En el caso de aprender con el ejemplo y aprender haciendo, los modelos de referencia son una gran oportunidad para ganar experiencia por medio de la observación de un emprendedor, pues el conocimiento por medio del ejemplo se adquiere a partir de una experiencia concreta. Por su parte, aprender haciendo, ejecutar un trabajo o una serie de actividades relacionadas con la prestación del servicio social a microempresarios, lleva a que el estudiante ponga en práctica conocimientos aprendidos y fortalece la confianza y su espíritu emprendedor.

Gibson (2004) define los modelos de referencia como construcciones cognitivas basadas en individuos similares a uno mismo. Por ello, al vincularse y construir su ideal con base en sus propias necesidades, el individuo es capaz de aprender, motivarse y aclarar la percepción de sí mismo. En general, los individuos se sienten atraídos por modelos de conducta que perciben como similares en términos de características, comportamiento y objetivos, de los cuales son capaces de aprender ciertas habilidades, aptitudes y destrezas (Bosma et al., 2012). Esto genera un emparejamiento psicológico de habilidades cognitivas y patrones de comportamiento entre una persona de referencia y un individuo observador (Bandura, 1997). A este emparejamiento se le llama aspecto del rol, mientras que los aspectos del modelo permiten determinar quiénes son capaces de aprender ciertas habilidades y desarrollarlas. 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).

Desde la perspectiva 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. Este tipo de aprendizaje puede ser matizado por el rasgo relacionado con el aprender por apoyo (Nauta y Kokaly, 2001). De ahí que si bien los modelos de referencia proporcionan a los individuos inspiración, apoyo y orientación, pero también resalten su impacto empresarial al contribuir al desarrollo de cuatro funciones interrelacionadas: inspiración y motivación, aumento de la confianza, aprender con el ejemplo y aprender haciendo.

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, lograron asimilar un modelo de referencia para emprender. Para corroborar tal hipótesis, se organizó un trabajo de campo a través de un cuestionario que mide el nivel de emprendimiento en egresados universitarios que, como estudiantes, participaron en el PIADMYPE como prestadores de servicio social. El cuestionario resalta aspectos que pueden ayudar a definir el concepto de emprendedor y muestra el papel de modelos de creación de futuros emprendedores y de intenciones empresariales. Para ello se organizó una base de datos de los jóvenes que desde 1999 han participado como prestador de servicio social (pss) en el PIADMYPE. El cuestionario fue aplicado a una muestra de 350 egresados, donde los 101 que lo completaron, desarrollan un emprendimiento con un mínimo de 1 y un máximo de 6 años; el 60.4 % son mujeres, el 30.6% son hombres y la edad oscila entre 22 y 42 años, con un promedio de 28 años y una desviación estándar de 4 años.

El cuestionario fue creado como un formulario electrónico por las bondades que representa el almacenamiento directo en la base de datos, su disponibilidad, accesibilidad y el llenado fácil de las preguntas. Se enfocó a 5 dimensiones pertenecientes al emprendimiento: aprendizaje en el emprendimiento; probabilidades de convertirse en emprendedor; desarrollo de conocimientos y habilidades emprendedoras; inspiración, motivación y confianza para el emprendimiento y detección de oportunidades empresariales. Estuvo dividido en dos partes: la primera incluye datos generales del encuestado y la segunda consiste en la presentación de las preguntas junto con las opciones a responder: Definitivamente sí; Probablemente sí; No estoy seguro; Probablemente no y definitivamente no. Los datos almacenados en la plataforma virtual en tiempo real, fueron exportados y ordenados en una hoja de Excel y su análisis se realizó con el paquete estadístico SPSS.

RESULTADOS Y DISCUSIÓN

El 73.3% de los encuestados son solteros, 21.8% casados y 4.8% viven en unión libre. El lugar de nacimiento que predomina es Tijuana, si bien entidades del centro de la república, como la Ciudad de México, Guadalajara y el sureste mexicano como Oaxaca de Juárez y Acapulco figuran en la lista. También otras ciudades del noroeste mexicano, como Culiacán y Hermosillo resaltan como ciudades expulsoras de jóvenes que en su momento realizaron estudios universitarios en la UABC, pero que regresaron a su lugar de origen.

Del total de los encuestados, el 39.6% son hombres y el 60.4% mujeres, lo cual indica que las mujeres tienen preferencias hacia programas de mayor impacto comunitario. En lo que respecta a la ocupación, el 19.8% desarrolla ambas actividades como empleado y

emprendedor, lo cual explica que el emprendimiento puede ser una actividad paralela a un empleo y una fuente de ingreso extra. Esto indica que desempeñar ambas actividades se relaciona con las habilidades, competencias, recursos financieros o logísticos que se obtienen como empleado, lo cual influye en la actividad emprendedora (Paturel, 1997). El 63.4% manifestó ser empleado, mientras que el 16.8% restante dijo ser emprendedor.

El 55.4% de los encuestados realiza o ha realizado de algún tipo de emprendimiento, mientras el 34.7% restante contestó que no lo ha hecho. Esto podría significar una alta prevalencia del poco miedo al fracaso, lo cual es importante porque el estigma social al fracaso es un factor que retrasa o inhibe el ejercicio de actividades de emprendimiento, pues disuade a las personas de emprender (Townsend, Busenitz y Arthurs, 2010). Se puede asumir que el haberse desarrollado como pss en el PIADMYPE, les ayudó a eliminar o disminuir el miedo al fracaso y por tanto, a emprender. Más aún, el 62.4% de los encuestados indicó tener intenciones de realizar alguna actividad relacionada con el emprendimiento, mientras que el 23.8% contestó que tal vez.

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 emprendimiento o en la comunidad. Esto supone una nueva perspectiva sobre el impacto de la participación del estudiante en el servicio social (Mungaray, Ramírez-Urquidy, Taxis, Ledezma y Ramírez, 2008). De hecho, el 70.3% de los encuestados contestó que el aprendizaje adquirido durante su servicio social en PIADMYPE, le ayudó a incrementar su actividad en su trabajo y solo el 11% contestó que no lo hizo.

Una de las bondades del PIADMYPE radica en que durante su estancia de SS, los estudiantes analizan información, procesan datos y analizan metodologías aplicadas a la realidad de los microempresarios pobres objeto de su atención. Esto concuerda con lo que sugiere (McGoldrick, 2002), que los participantes en actividades relacionadas con el aprendizaje en servicio, sitúan el conocimiento como una manera de aprender críticamente, evaluando lo importante y lo poco importante de acuerdo al contexto prevaleciente, pero con una gran probabilidad de que el conocimiento adquirido, a la postre, pudiera ser implementado y desarrollado en otros contextos.

Sin duda la experiencia como pss incrementó sus probabilidades de involucrarse en actividades emprendedoras. El 40.6% de los encuestados contestó positivamente, mientras el 47.5% Probablemente sí. Esto resalta que la probabilidad de convertirse en emprendedor se relaciona positivamente con involucrarse en actividades de acompañamiento a los microemprendimientos sociales atendidos. Esta respuesta positiva habla de la relación entre el espíritu empresarial y los modelos de referencia, por lo cual vale la pena seguir invirtiendo en mejorar 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 incrementan las probabilidades y desarrollan las intenciones empresariales. Con ello se accede a una lógica donde los estudiantes se encuentran influenciados por el comportamiento, la demostración y los ejemplos que proporcionan los microempresarios con los que se relacionan a través de PSS.

El hecho de que 44.6% contestó definitivamente Sí y el 42.6% probablemente Sí, pone de manifiesto la influencia de los microempresarios con los que se relacionan los estudiantes, como modelos de referencia para la adquisición de conocimientos. La fuerza relativa de un modelo de referencia contribuye sin duda a delinear intenciones empresariales y, al mismo tiempo, a desarrollar motivación para involucrarse en el emprendimiento. Un modelo de referencia puede ser tan penetrante en el estudiante PSS, que genera un proceso formativo en que el evento empresarial se materializa (Krueger, Reilly y Carsrud, 2000). Otro argumento es que los modelos de referencia pueden establecer ejemplos para que puedan ser emulados por otros y estimular, inspirar y, principalmente, motivar a otros individuos para lograr ciertos objetivos y tomar decisiones (Wright, Wong y Newill, 1997). Igual que otras experiencias ampliamente estudiadas en la investigación empírica sobre el emprendimiento, la viabilidad de iniciar actividades de emprendimiento se encuentran influenciadas por sentimientos positivos de autoeficacia, que se incrementa por la seguridad de asociarse a modelos de referencia (Nabi, Liñán, Fayolle, Krueger y Walmsley, 2017; Mathews y Moser, 1996).

El modelo de servicio social para apoyo a las microempresas, parte de la idea de que los estudiantes universitarios se encuentran en un proceso formativo y asegura que sean dotados de herramientas para posteriormente asesorar y brindar 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 su desempeño. Esto permite a su vez, tanto una relación personal como una asesoría especializada a los microempresarios. Quizás sea la sinergia de apoyo y aprendizaje entre el microempresario y el estudiante PSS, el mayor valor de la metodología que ofrece el PIADMYPE (Mungaray, Osorio y Ramírez, 2022).

En lo que respecta a la capacitación, los cursos brindan instrumentos indispensables para el análisis empresarial. Al crear una dinámica de investigación-acción, se genera información difícil de obtener por medio de otras fuentes, lo que posibilita realizar análisis económico (Mungaray et al., 2007). La capacitación se orienta a temas de 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. Los encuestados respondieron que la capacitación les fue útil definitivamente

sí en 48.5 % y probablemente sí 32.7 %, lo que evidencia que el programa les proporcionó herramientas y conocimientos para desarrollar y cumplir con las tareas de asesorar a un microempresario emprendedor. Parte de la información generada por los estudiantes PSS, la utilizan para consolidar una base de datos de indicadores microempresariales y otra para mejorar como microconsultores, con base en el conocimiento de este tipo de unidades económicas. El carácter educativo y pedagógico del programa, permite que con base en el procesamiento y sistematización de la información por parte del PSS, se pueda evaluar el desempeño económico y financiero de las microempresas de manera ágil.

Sin duda es un hallazgo importante que el 51.1% de los encuestados haya señalado que su experiencia como PSS tuvo un impacto significativo en el desarrollo de sentimientos positivos y, por tanto, en el aprendizaje que permite al estudiante diferenciar los comportamientos efectivos y no efectivos (Betz y Hackett, 2006). En este caso, los modelos de referencia en el estudiante PSS, tuvieron un impacto de gran relevancia por trabajar con microempresarios que se conocen personalmente y ejercen una experiencia positiva de gran influencia.

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. Es necesario puntualizar que estas cualidades no sólo forman parte de la personalidad, sino que se pueden traducir en una habilidad especial para futuras actividades (Markman, Balkin y Baron, 2002), por lo que desempeñan un rol importante, con matices fuertemente psicológicos, que estimula a los individuos a ser emprendedores (McGee y Peterson, 2019).

El mayor porcentaje de los encuestados señaló que su experiencia como estudiantes PSS, es que la inspiración, motivación y confianza aumentaron durante su estancia en el programa de servicio social a microempresas. Con ello se demuestra la hipótesis de que los jóvenes estudiantes que prestaron servicio social en el PIADMYPE con microempresarios emprendedores, asimilaron un modelo de referencia que fomentó su actitud emprendedora. Luego entonces, si el fortalecimiento de la autoconfianza incentiva la motivación y la inspiración para la formación de intenciones empresariales, el servicio social de los estudiantes con microempresarios genera esa autoconfianza. Sin embargo, habrá que decir que un estudio realizado por Douglas y Shepherd (2002) a un grupo de ex alumnos de negocios sobre los factores que influyen en el ánimo de emprender, se encontró que el riesgo, la necesidad de independencia y el potencial de ingresos, son factores importantes que afectan sus decisiones.

Para aquellos estudiantes PSS que entrelazan motivación e intenciones para delinear objetivos, estrategias y proyectos que permitan detectar nuevas oportunidades y desarrollar proyectos empresariales, muchos de los microempresarios con los cuales se presta el servicio social, operan en condiciones económicas adversas, con funciones de producción

con rendimientos decrecientes, bajas tasas de ganancias, poco capital humano y escasa tecnología aplicada en sus procesos. Esta situación es más que propicia para aplicar el conocimiento recibido durante la capacitación, ampliando la dotación de factores de los microempresarios y generando una sinergia de aprendizaje por el apoyo brindado. Además de oportunidades por aplicar el conocimiento, también es posible encontrar nichos para el desarrollo de actividades empresariales por parte de los PSS que respondieron que Definitivamente sí y probablemente sí con 46.5% y 41.6% respectivamente, detectaron oportunidades de emprendimiento.

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 aprendizaje de las actividades que realiza el microempresario emprendedor, contribuye a fortalecer la identificación de oportunidades a partir del ejemplo del modelo de referencia del microempresario. Por un lado, aprender con el ejemplo y aprender haciendo en los modelos de referencia, se convierte en una oportunidad para adquirir experiencia por medio de la convivencia con un microempresario emprendedor y, por otro, aprender apoyando permite que el estudiante PSS ponga en práctica conocimientos que a la postre influyen en el fortalecimiento de su espíritu emprendedor y una clara preferencia por la actividad emprendedora. El hecho de que el 41.6 % de los encuestados contestó que definitivamente sí y el 40.6 contestó probablemente sí, revela la importancia del programa para incentivar la preferencia por la actividad emprendedora. La sinergia entre aprender haciendo y aprender apoyando, sin duda generó dinámicas de aprendizaje empresarial durante el periodo de apoyo brindado por los estudiantes PSS.

Entre las actividades de emprendimiento más relevantes se pueden mencionar las relacionadas con el sector servicios; reclutamiento de personal; manejo de distribución de auto partes; actividades de comercio; restaurantes y bares; 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; venta de productos del hogar; venta de abarrotes; venta de comida rápida; cafeterías; papelerías y renta de espacios de estacionamiento, entre otros.

Varios de los encuestados contestaron tener proyectos de emprendimiento en puerta, si bien varios de ellos aún no lograban concretarse, ya sea por la baja solvencia económica para iniciar el proyecto, por cuestiones personales o porque aún se encuentran en la preparación del proyecto a emprender. Los criterios más influyentes para decidir cuándo emprender van desde la experiencia producto de su servicio social, hasta el aseguramiento de un ingreso extra.

Tabla. Cuestionario y Resultados

		Frecuencia	Porcentaje
Estado Civil	Casado	22	21.8
	Divorciado	2	2
	Soltero	74	73.3
	Unión libre	3	3
	Total	101	100
Sexo	Hombre	40	39.6
	Mujer	61	60.4
	Total	101	100
1. ¿Realizas o has realizado alguna actividad relacionada con el emprendimiento?	No	35	34.7
	Sí	56	55.4
	Tal vez	10	9.9
	Total	101	100
2. ¿En un futuro piensas realizar alguna actividad relacionada con el emprendimiento?		13	12.9
	No	1	1
	Sí*	63	62.4
	Tal vez	24	23.8
3. ¿El aprendizaje adquirido durante tu servicio social en PIADMYPE te ayudó a incrementar tu actividad en tu trabajo?	No	11	10.9
	Sí*	71	70.3
	Tal vez	19	18.8
	Total	101	100
4. ¿Consideras que tu experiencia como prestador de servicio social en el PIADMYPE, incrementaron tus posibilidades de involucrarte en actividades emprendedoras?	Definitivamente si	41	40.6
	No estoy seguro	6	5.9
	Probablemente no	6	5.9
	Probablemente sí	48	47.5
	Total	101	100
5. ¿Consideras que la experiencia como prestador de servicio social en el PIADMYPE, contribuyeron a adquirir conocimientos y a desarrollar habilidades emprendedoras?	Definitivamente no	1	1
	Definitivamente si	45	44.6
	No estoy seguro	6	5.9
	Probablemente no	6	5.9
	Probablemente Sí	43	42.6
6. ¿El programa de capacitación que recibiste como prestador de servicio social por parte del PIADMYPE, te mostró aspectos relevantes de la gestión empresarial e instrumentos y herramientas para apoyar universitarios?	Total	101	100
	Definitivamente no	3	3
	Definitivamente si	49	48.5
	No estoy seguro	14	13.9
	Probablemente no	2	2
	Probablemente Sí	33	32.7
	Total	101	100

Tabla. Continua

		Frecuencia	Porcentaje
7. ¿Crees que en tu experiencia como prestador de servicio social, desarrollaste sentimientos positivos e intensos al participar asesorando a un microempresario emprendedor?	Definitivamente no	1	1
	Definitivamente si	52	51.5
	No estoy seguro	3	3
	Probablemente no	4	4
	Probablemente Sí	41	40.6
	Total	101	100
8. ¿Crees que en tu experiencia como prestador de servicio social universitario, lograste desarrollar inspiración, motivación y aumento de la confianza?	No	5	5
	Sí	79	78.2
	Tal vez	17	16.8
	Total	101	100
9. ¿Consideras que el prestar servicio social, fue una actividad que te permitió aprender en la detección de oportunidades empresariales?	Definitivamente no	1	1
	Definitivamente si	47	46.5
	No estoy seguro	9	8.9
	Probablemente no	2	2
	Probablemente Sí	42	41.6
	Total	101	100
10. ¿En tu experiencia como prestador de servicio social al aprender apoyando a un microempresario emprendedor, tu preferencia por la actividad emprendedora se fortaleció?	Definitivamente si	42	41.6
	No estoy seguro	12	11.9
	Probablemente no	6	5.9
	Probablemente Sí	41	40.6
	Total	101	100

Fuente: Elaboración propia.

PIADMYPE: Programa de Investigación, Asistencia y Docencia de la Micro y Pequeña Empresa

CONCLUSIONES

El análisis de los modelos de conducta empresarial, específicamente los modelos de referencia como factor de influencia para formar intenciones y actitudes empresariales, ha sido de gran utilidad para analizar la hipótesis de que los jóvenes estudiantes que prestaron servicio social en el PIADMYPE con microempresarios emprendedores, asimilaron un modelo de referencia para el emprendimiento. Los resultados obtenidos del análisis de la encuesta, indican que los jóvenes que prestaron servicio social, adquirieron habilidades, conocimientos y desarrollaron una mentalidad empresarial con mayor formación de intenciones empresariales.

Se puede concluir que, a lo largo del tiempo, el PIADMYPE ha desempeñado un rol de vital importancia para que los estudiantes PSS adquieran habilidades y conocimiento cuando se brinda soporte a microempresas desfavorecidas. El análisis reivindica lo valioso del servicio social como instrumento de política social, para incluir a todos aquellos

microempresarios emprendedores que se encuentran en condiciones de marginación, recibiendo asesoría empresarial de calidad, que por otros medios serias de imposible acceder (Mungaray y Sánchez, 2003).

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 actividades emprendedoras a futuro. El segundo punto a destacar, es que algunos estudiantes que transitaron por el programa de asistencia a microempresas, en el largo plazo han desarrollado interés por iniciar proyectos empresariales, pues al estar en un proceso formativo constante, se forjaron sentimientos positivos, inspiración y aumento de la confianza, elementos clave para estimular a los estudiantes a ser emprendedores.

En conclusión, se puede afirmar que la experiencia de prestar servicio social en PIAD-MYPE, ha sido una tarea enriquecedora que al permitir la interacción entre los estudiantes y los microempresarios, ha dado lugar a un modelo de referencia empresarial a través del servicio social universitario, con un efecto positivo y significativo que ha permitido formar emprendedores por medio del servicio social universitario.

REFERENCIAS

- Acs, Z. y Amorós, J. (2008). Entrepreneurship and competitiveness dynamics in Latin America. *Small Business Economics*, vol. 31, núm. 3, pp. 305-322. <https://doi.org/10.1007/s11187-008-9133-y>
- Akerlof, G. y Kranton, R. (2000). Economics and Identity. *Quarterly Journal of Economics*, vol. 115, núm. 3, pp. 715-753. <https://doi.org/10.1162/003355300554881>
- Angelelli, P., Facundo, L. y Suaznábar, C. (2017). Agencias latinoamericanas de fomento de la innovación y el emprendimiento: características y retos futuros. *Banco Interamericano de Desarrollo*. <https://doi.org/10.18235/0000857>
- Arenius, P. y Minniti, M. (2004). A cross-country study of gender differences in self-employment. *Comunicación presentada en la Primera Conferencia de Investigaciones del GEM*, Berlín, Alemania.
- Avila, Y., Schmutzler, J., Marquez, P. y Gómez-Araujo, E. (2021). The relationship between innovation and informal entrepreneurship: evidence from a developing country. *Academia Revista Latinoamericana de Administración*, vol. 34, núm. 3, pp. 343-367. <https://doi.org/10.1108/arla-07-2020-0170>
- Bandura, A. (1997). *Social Learning Theory*. Englewood Cliffs, NJ: Prentice-hall.
- Betz, N. y Hackett, G. (2006). Career self-efficacy theory: Back to the future. *Journal of Career Assessment*, vol. 14, núm. 1, pp. 3-11. <https://doi.org/10.1177/1069072705281347>
- Bosma, N., Hessels, J., Schutjens, V., Praag, M. y Verheul, I. (2012). Entrepreneurship and role models. *Journal of Economic Psychology*, vol. 33, núm. 2, pp. 410-424. <https://doi.org/10.1016/j.joep.2011.03.004>
- Caliendo, M., Goethner, M. y Weißenberger, M. (2020). Entrepreneurial persistence beyond survival: Measurement and determinants. *Journal of Small Business Management*, vol. 58, núm. 3, pp. 617-647. <https://doi.org/10.1080/00472778.2019.1666532>

- Davidsson, P. (2015). Entrepreneurial opportunities and the entrepreneurship nexus: A re-conceptualization. *Journal of Business Venturing*, vol. 30, núm. 5, pp. 674–695. <https://doi.org/10.1016/j.jbusvent.2015.01.002>
- Douglas, E. y Shepherd, D. (2002). Self-Employment as a Career Choice: Attitudes, Entrepreneurial Intentions, and Utility Maximization. *Entrepreneurship Theory and Practice*, vol. 26, núm. 3, pp. 81-90. <https://doi.org/10.1177/104225870202600305>
- Fierro, E., Lagunes, L., Lagunes, A., Cernas, D., Navarrete, E., Martínez, J., Camacho, C., Hernández, K., Herrera, M. y González, L. (2015). *Emprendimiento en México: reflexión y consideraciones*. (Primera edición). Tecnológico de Monterrey.
- Gibson, D. (2004). Role models in career development: New directions for theory and research. *Journal of Vocational Behavior*, vol. 65, núm. 1, pp.134-156. [https://doi.org/10.1016/s0001-8791\(03\)00051-4](https://doi.org/10.1016/s0001-8791(03)00051-4)
- Gómez-Araujo, E., Lafuente, E., Vaillant, Y. y Gómez Núñez, L. (2015). El impacto diferenciado de la autoconfianza, los modelos de referencia y el miedo al fracaso sobre los jóvenes emprendedores. *Innovar*, vol. 25, núm. 57, pp. 157-174. <https://doi.org/10.15446/innovar.v25n57.50358>
- Holienka, M., Mrva, M. y Marcin, P. (2013). Role of family entrepreneurial role models in determining students' preferences towards entrepreneurship. *ICERI 2013 Proceedings*, pp. 3722–3730.
- Honjo, Y. (2021). The impact of founders' human capital on initial capital structure: Evidence from Japan. *Technovation*, vol. 100, núm. 102191, pp.1-16. <https://doi.org/10.1016/j.technovation.2020.102191>
- Javalgi, R., Radulovich, L. y Scherer, R. (2012). Entrepreneurial Orientation, Human Capital and Relational Capital Effects on the Internationalization of Emerging Market SMEs in the Professional Service Sector. *Innovation Management and Business Performance*, pp. 47-70.
- Kagan, J. (1958). The concept of identification. *Psychological Review*, vol. 65, núm. 5, pp. 296-305. <https://doi.org/10.1037/h0041313>
- Kennedy, J., Drennan, J., Renfrow, P. y Watson, B. (2003). The Influence of Role Models on Students' Entrepreneurial Intentions. *Queensland Review*, vol. 10, núm. 1, pp. 37-52. <https://doi.org/10.1017/s1321816600002518>
- Kilby, P. (1971). *Entrepreneurship and Economic Developmet*. Nueva York: Free Press.
- Krueger, N., Reilly, M. y Carsrud, A. (2000). Competing models of entrepreneurial intentions. *Journal of Business Venturing*, vol. 15, núm. 5-6, pp. 411-432. [https://doi.org/10.1016/s0883-9026\(98\)00033-0](https://doi.org/10.1016/s0883-9026(98)00033-0)
- Lafuente, E. y Vaillant, Y. (2013). Age driven influence of role-models on entrepreneurship in a transition economy. *Journal of Small Business and Enterprise Development*, vol. 20, núm. 1, pp. 181-203. <https://doi.org/10.1108/14626001311298475>
- Lafuente, E., Vaillant, Y. y Rialp, J. (2007). Regional Differences in the Influence of Role Models: Comparing the Entrepreneurial Process of Rural Catalonia. *Regional Studies*, vol. 41, núm. 6, pp. 779-796. <https://doi.org/10.1080/00343400601120247>
- Lim, D., Oh, C., y De Clercq, D. (2016). Engagement in entrepreneurship in emerging economies: Interactive effects of individual-level factors and institutional conditions. *International Business Review* (Oxford, England), 25(4), 933–945. <https://doi.org/10.1016/j.ibusrev.2015.12.001>
- Litsardopoulos, N., Saridakis, G., Georgellis, Y. y Hand, C. (2022). Self-employment experience effects on well-being: A longitudinal study. *Economic and Industrial Democracy*, 0143831X2210860. <https://doi.org/10.1177/0143831x221086017>

- Markman, G., Balkin, D. y Baron, R. (2002). Inventors and New Venture Formation: the Effects of General Self-Efficacy and Regretful Thinking. *Entrepreneurship Theory and Practice*, vol. 27, núm. 2, pp. 149-165. <https://doi.org/10.1111/1540-8520.00004>
- Matthews, C. y Moser, S. (1996). A Longitudinal Investigation of the Impact of Family Background and Gender on Interest in Small Firm Ownership. *Journal of Small Business Management*, vol. 34, núm. 2, pp. 29-43.
- McGee, J. y Peterson, M. (2019). The long-term impact of entrepreneurial self-efficacy and entrepreneurial orientation on venture performance. *Journal of Small Business Management*, vol. 57, núm. 3, pp. 720-737. <https://doi.org/10.1111/jsbm.12324>
- McGoldrick, P. (2002). Retail Marketing (2nd UK ed.). McGraw-Hill Higher Education.
- Mueller, P. (2006). Entrepreneurship in the Region: Breeding Ground for Nascent Entrepreneurs? *Small Business Economics*, vol. 27, núm. 1, pp. 41-58. <https://doi.org/10.1007/s11187-006-6951-7>
- Mungaray, A. y Ocegueda, J. (2000). Community social service and higher education in México, in J.W. Wilkie, E. Alemán y J.G. Ortega (Eds.). *Statistical Abstract of Latin America*, vol. 36, pp. 1011-1022. Los Angeles: UCLA Latin America Center.
- Mungaray, A. y Sánchez, M. (2003). The impact of service projects on Micro-enterprises in Mexican marginalised communities, in H. Perold, S. Stroud y M. Sharraden (Eds.). *Service Enquiry: Service in the 21st Century*, pp. 116-126. Johannesburg: Global Service Institute and Volunteer.
- Mungaray, A., Ocegueda, J., Ledezma, D., Ramírez, N., Ramírez, M. y Alcalá, C. (2007). Formación por medio del servicio. Un modelo de servicio social universitario en apoyo a microempresas marginadas. *El Trimestre Económico*, vol. 74, núm. 296, pp. 987-1011.
- Mungaray, A., Osorio, G., y Ramírez, N. (2022). Service-learning to foster microenterprise development in Mexico. *Higher Education, Skills and Work-Based Learning*, vol. 12, núm. 1, pp. 50-63. <https://doi.org/10.1108/heswbl-05-2020-0087>
- Mungaray, A., Ramírez-Urquidy, M., Texis, M., Ledezma, D. y Ramírez, N. (2008). Learning Economics by Servicing: a Mexican Experience of Service-Learning in Microenterprises. *International Review of Economics Education*, vol. 7, núm. 2, pp. 19-38. [https://doi.org/10.1016/s1477-3880\(15\)30091-8](https://doi.org/10.1016/s1477-3880(15)30091-8)
- Murrell, P. (2005). Institutions and Firms in Transition Economies. En *Handbook of New Institutional Economics*, pp. 667-699. Springer-Verlag.
- Nabi, G., Liñán, F., Fayolle, A., Krueger, N. y Walmsley, A. (2017). The impact of entrepreneurship education in higher education: A systematic review and research agenda. *Academy of Management Learning and Education*, vol. 16, núm. 2, pp. 277-299. <https://doi.org/10.5465/amle.2015.0026>
- Nauta, M. y Kokaly, M. (2001). Assessing Role Model Influences on Students' Academic and Vocational Decisions. *Journal of Career Assessment*, vol. 91, pp. 81-99. <https://doi.org/10.1177/106907270100900106>.
- OIT. (2016). *Promoción del Emprendimiento y la Innovación Social Juvenil en América Latina*. PNUD OIT. Recuperado de https://www.ilo.org/wcmsp5/groups/public/-/-americas/-/-roma/documents/publication/wcms_533609.pdf
- Ortiz, R. (2017). From incomplete modernity to world modernity. En *Multiple Modernities*, pp. 249-260. Routledge.

- Osorio, Germán, Mungaray, A. y Ramírez, N. (2017). Students service learning experiences in Mexican Microenterprises. *Proceedings of the 3rd International Conference on Higher Education Advances*. <https://doi.org/10.4995/head17.2017.5419>
- Osorio, Germán, Mungaray, A. y Ramírez, N. (2022). La colaboración entre estudiantes universitarios y negocios sociales. *Revista Iberoamericana De Educación Superior*, vol. 13, núm. 36, pp. 26-43. <https://doi.org/10.22201/iisue.20072872e.2022.36.1182>
- Parker, S. (2018). *The economics of entrepreneurship* (2a ed.). Cambridge University Press.
- Paturel, R. (1997). *Pratique du management Stratégique*. Grenoble: Presses Universitaires de Grenoble.
- Scherer, R., Adams, J., Carley, S. y Wiebe, A. (1989). Role Model Performance Effects on Development of Entrepreneurial Career Preference. *Entrepreneurship Theory and Practice*, vol. 13, núm. 3, pp. 53-72. <https://doi.org/10.1177/104225878901300306>
- Schumpeter, J. y Opie, R. (1934). *The Theory of Economic Development: An Inquiry Into Profits, Capital, Credit, Interest, and the Business Cycle*. Amsterdam University Press.
- Sealy, R. y Singh, V. (2010). The importance of role models and demographic context for senior women's work identity development. *International Journal of Management Reviews*, vol. 12, núm. 3, pp. 284-300. <https://doi.org/10.1111/j.1468-2370.2009.00262.x>
- Shapiro, E., Haseltine, F. y Rowe, M. (1978). Moving up: Role models, mentors, and the "patron system". *Sloan Management Review*, vol. 6, núm. 1, pp. 19-47.
- Townsend, D., Busenitz, L. y Arthurs, J. (2010). To start or not to start: Outcome and ability expectations in the decision to start a new venture. *Journal of Business Venturing*, vol. 25, núm. 2, pp. 192-202. <https://doi.org/10.1016/j.jbusvent.2008.05.003>
- Van Auken, H., Fry, F. y Stephens, P. (2006). The influence of role models on entrepreneurial intentions. *Journal of Developmental Entrepreneurship*, vol. 11, núm. 2, pp. 157-167. <https://doi.org/10.1142/s1084946706000349>
- Vargas, M. y Uttermann, R. (2020). Emprendimiento: factores esenciales para su constitución. *Revista Venezolana de Gerencia*, vol. 25, núm. 90, pp. 709-720. <https://doi.org/10.37960/rvg.v25i90.33029>
- Wright, S., Wong, A. y Newill, C. (1997). The Impact of Role Models on Medical Students. *Journal of General Internal Medicine*, vol. 12, núm. 1, pp. 53-56. <https://doi.org/10.1046/j.1525-1497.1997.12109.x>