

microempresarial.

PALABRAS CLAVE: servicio social, apoyo a microempresas, valores.

ABSTRACT

The new trends towards the development of curricula based on skills, have led to higher education institutions to design and execute programs with practical guidance, to create spaces where students apply knowledge and consolidate core values transmitted in their formative stage. In particular the School of Tourism and Marketing of the UABC, is implementing the "Program of research and teaching assistance to micro, small and medium enterprises", which has been developed for five semesters with the students of the last semester through the social service professional. The results indicate that students are interested on this type of programs because these experiences can produce products based on reality and know the necessity of market to see the interest and commitment to the disadvantaged sections, even when there is a strong resistance from micro to provide information, especially when the program needs financial information. The challenges for the School will be to develop a system of communication to ensure the dissemination and integration of new actors in the academic, student and microenterprise.

KEY WORDS: social service, support to micro, values

INTRODUCCIÓN / JUSTIFICACIÓN

Las nuevas tendencias hacia el desarrollo de planes de estudios basados en competencias ha hecho que las Instituciones de Educación Superior (IES), diseñen y ejecuten programas de servicio social con una mayor orientación práctica, dirigidos entre otros objetivos a generar espacios para que los alumnos puedan aplicar y diseñar estrategias de mejora para las unidades estudiadas; y consolidar valores esenciales transmitidos en su etapa de formación. En forma más explícita, Sánchez y Mungaray (1) dejan claro que el servicio social contribuye a la formación integral del estudiante y permite, al promover el acercamiento activo de las IES con la sociedad, consolidar la formación académica del estudiante, desarrollar valores, favorecer la inserción al mercado de trabajo y la aplicación de conocimientos científicos, humanísticos, tecnológicos y culturales, a la solución de los problemas actuales del desarrollo. Por otra parte, favorece la articulación de esfuerzos de las instituciones educativas y los estudiantes, con el sector gubernamental, productivo y social de las diferentes regiones del país, en programas de responsabilidad compartida.

Desde hace muchos años las IES han jugado un papel importante dentro del desarrollo económico, social y cultural de las civilizaciones donde se encuentran inmersas o donde

modalidad de servicio social profesional. Estos alumnos son estudiantes de la etapa terminal de las licenciaturas en Mercadotecnia y en Turismo, en una proporción de 4:1.

El programa consiste en darle al micro, pequeño o mediano empresario una asistencia integral, inicialmente definida en un convenio que firma por una parte el mismo empresario, y por la otra, el alumno que presta el servicio social, el supervisor que verifica y guía el trabajo del alumno y por último, el responsable de la Unidad Académica donde está adscrito el alumno. Dicha asistencia contempla un diagnóstico inicial, una secuencia de 12 bitácoras y un informe final. El diagnóstico en cuestión, busca obtener información de todos y cada uno de los procesos que desarrolla la empresa para hacer posible la generación del producto o la prestación del servicio, es decir, se obtiene información referente a los procesos de compras, producción, ventas y administración sin dejar de lado el análisis de la situación jurídica de la empresa y los permisos conseguidos para poder desarrollar sus actividades. La bitácora es un formato por medio del cual se busca identificar diariamente durante 12 semanas consecutivas el nivel de producción, el nivel de ventas y la consecuente rentabilidad de la empresa, así como también determinar la estructura de costos de la misma; y finalmente el informe, que es el documento formal que produce y presenta el alumno al empresario y al supervisor del programa y es así como se cristaliza todo el apoyo y asesoramiento que el alumno puede dar a la empresa con todos los conocimientos adquiridos durante su formación profesional.

La selección de las empresas se hizo de acuerdo con los criterios de marginación establecidos inicialmente en el diseño del programa. Mungaray, *et al* (4), mencionan que tales criterios fueron: empresas que estuvieran ubicadas en zonas o colonias con carencias de servicios públicos (agua, electricidad, drenaje), que al mismo tiempo no contaran con apoyo institucional de ningún tipo, cuyos empresarios tuvieran como nivel máximo de estudios la preparatoria y que para el momento del estudio, no presentaran ningún tipo de registros contables.

RESULTADOS

Los alumnos de las Licenciaturas en Turismo y en Mercadotecnia, son alumnos que por el perfil de egreso y la naturaleza de su plan de estudios son muy sensibles al entorno y a todas las variables que inciden en él. Particularmente los estudiantes de la Licenciatura en Mercadotecnia, que agrupa la mayor cantidad de los alumnos registrados en el programa, encuentran grandes áreas de oportunidad en las empresas asesoradas, ya que tienen conocimientos sobre el mercado y las estrategias que deben aplicar para desarrollar ventajas competitivas.

En los cinco semestres que de manera consecutiva se ha llevado a cabo el programa, los resultados son concurrentes. Se cree conveniente mencionar algunos:

Resultados para los estudiantes:

Los alumnos se sienten identificados con la naturaleza de las actividades que se desarrollan. De hecho asumen un papel muy profesional en la etapa de seguimiento.

En principio tienen algunos inconvenientes para ganarse la confianza de los empresarios, y que estos les suministren la cantidad y calidad de información que se requiere, ya que es calificada por muchos como información de tipo confidencial.

Resultados para los empresarios

Como en este programa, el acuerdo sobre los días y horas de reunión, lo fija directamente el alumno conjuntamente con el empresario, se tienen algunos problemas al momento de complementar las bitácoras, ya que la información debe reflejar la actividad diaria y el empresario en muchas ocasiones no guarda la relación de gastos e ingresos por ventas, limitando en algunos casos la exactitud en la obtención, tabulación y generación de resultados concluyentes.

En principio, la desconfianza con los prestadores de servicio social es muy notoria, sobre todo cuando se abordan las temáticas inherentes a los aspectos financieros de la empresa.

En función de la experiencia, el programa en sí, tiene un ciclo de vida en la motivación y el interés del empresario, es decir, en principio la empatía, el nivel de compromiso y de colaboración para cumplir con las obligaciones que le corresponde son altas y en la medida que transcurren las doce semanas disminuye, probablemente porque no ven resultados tangibles en el corto plazo. Estos empresarios, generalmente no están acostumbrados a investigar para planear en el mediano o largo plazo.

Como los alumnos se involucran notablemente en su realidad empresarial y su operatividad constante, consideran que las aportaciones son significativas, sencillas y fáciles de aplicar en la empresa. En algunas ocasiones, piensan que éstas se traducen para la empresa en una mayor erogación de dinero, sin el beneficio inmediato que ellos desearían conseguir.

BIBLIOGRAFÍA

Sánchez Soler, M. D., y Mungaray Lagarda, A., (2000). *Problemática del servicio social y propuestas para su mejoramiento*. Publicado por la Asociación Nacional de Universidades e Instituciones de Educación Superior ANUIES. México.

Mungaray, A., Castellón, F., Ramirez, M., y Navarro, C., (2002). *Metodología y evaluación del PIADMYPE*, en Alejandro Mungaray Lagarda, Francisco Javier Castellón Fonseca y María Dolores Sánchez Soler (Coords.), *Asistencia a microempresas a través del servicio Social Universitario*, (pp. 27-42). Publicado por ANUIES. México.

Mungaray, A., Ocegueda J., (2002). *La experiencias del servicio social mexicano en el desarrollo microempresarial*, en Alejandro Mungaray Lagarda, Juan Ignacio Palacio Morena y Clemente Ruiz Durán (Coords.), *Potencial de la vinculación universitaria para una política microempresarial: Una perspectiva comparada*, (pp. 69-95). Universidad Autónoma de Baja California. México.

Mungaray, A., Castellón, F., Ramirez, M., y Navarro, C., (2002). *Metodología y evaluación del PIADMYPE*, en Alejandro Mungaray Lagarda, Francisco Javier Castellón Fonseca y María Dolores Sánchez Soler (Coords.), *Asistencia a microempresas a través del servicio Social Universitario*, (pp. 27-42). Publicado por ANUIES. México.

Omaira Cecilia Martínez Moreno

La doctora Martínez es egresada de la carrera de Administración de Empresas con énfasis en Recursos Humanos de la Universidad Católica del Táchira, realizó estudios de maestría en Administración Internacional en la Universidad Iberoamericana Noroeste y obtuvo su doctorado en Ciencias Administrativas en la Universidad Autónoma de Baja California en el año 2006. Su trabajo investigativo se encamina a la administración estratégica, responsabilidad social y sustentabilidad de las organizaciones y su entorno. Sus alcances como investigadora la han llevado a participar en Congresos nacionales e internacionales. Es autora y coautora de diversos artículos en revistas arbitradas. Es coautora del libro: "Experiencias universitarias de acercamiento e involucramiento con las organizaciones". Es Miembro del Cuerpo Académico: "Las Organizaciones y su Entorno". Es Perfil Deseable PROMEP y Miembro del Sistema Nacional de Investigadores (SNI).

José Gabriel Ruiz Andrade

El doctor Ruiz es egresado de la carrera de Informática del Instituto Tecnológico de Tijuana, realizó estudios de maestría en Administración Internacional en la Universidad Iberoamericana Noroeste y obtuvo su doctorado en Ciencias Administrativas en la Universidad Autónoma de Baja California en el año 2006. Su trabajo investigativo se encamina a la administración estratégica, responsabilidad social y sustentabilidad de las organizaciones y su entorno. Sus alcances como investigador lo han llevado a participar en Congresos nacionales e internacionales. Es autor y coautor de diversos artículos en revistas arbitradas. Es coordinador y coautor del libro: "Experiencias universitarias de acercamiento e involucramiento con las organizaciones". Es Miembro y Líder del Cuerpo Académico: "Las Organizaciones y su Entorno". Es Perfil Deseable PROMEP y Miembro del Sistema Nacional de Investigadores (SNI).

