

**EL RETO DE LAS INSTITUCIONES DE EDUCACIÓN
SUPERIOR EN MÉXICO ANTE LA POTENCIALIZACIÓN
DE MENTES CREATIVAS Y EMPRENDEDORAS**

Área de investigación: Ética y Organizaciones

Angélica Sánchez Flores
Universidad Tecnológica de Querétaro
México
safa730124@hotmail.com

XVIII
CONGRESO
INTERNACIONAL
DE
CONTADURÍA
ADMINISTRACIÓN
E
INFORMÁTICA



Octubre 2, 3 y 4 de 2013 ♦ Ciudad Universitaria ♦ México, D.F.



ANFECA
Asociación Nacional de Facultades y
Escuelas de Contaduría y Administración

EL RETO DE LAS INSTITUCIONES DE EDUCACIÓN SUPERIOR EN MÉXICO ANTE LA POTENCIALIZACIÓN DE MENTES CREATIVAS Y EMPRENDEDORAS

Resumen

La responsabilidad formativa de las Instituciones de Educación Superior (IES) se fundamenta en su compromiso con su entorno, por lo que su papel va más allá de enseñar, investigar y difundir cultura. El compromiso social de la institución universitaria es brindar un sentido de perspectiva al resto de la sociedad, servir de guía a los otros miembros de la localidad ante sus preocupaciones y problemas cotidianos (Acosta, 2008). Para dar respuesta a este nuevo paradigma educativo fundamentado en un proceso de enseñanza-aprendizaje globalizado y competitivo, en el que el entrenamiento y capacitación de tipo convencional ya no es suficiente, es necesario comprender como se visualiza la estructura educativa empresarial, la vinculación industria-gobierno-sociedad y el fomento de la cultura emprendedora. Por lo que la aplicación de técnicas de investigación de mercados al sector educativo, permite recolectar información cualitativa y cuantitativa que den sustento para el diseño de estrategias orientadas a la formación de futuros profesionistas integrales creativos que realicen investigación, que innoven y emprendan, que registren, patenten y comercialicen, generando así un efecto dominó de bienestar social.

Palabras clave. Educación, responsabilidad social, creatividad, emprendedor, competitividad.



EL RETO DE LAS INSTITUCIONES DE EDUCACIÓN SUPERIOR EN MÉXICO ANTE LA POTENCIALIZACIÓN DE MENTES CREATIVAS Y EMPRENDEDORAS

Objetivos de Investigación

- Objetivo General:
 - Identificar los factores de responsabilidad entre el sector productivo y educativo ante la potencialización emprendedora y creativa en las universidades.

Preguntas de Investigación

- ¿Cuál es la relación de las universidades y el sector productivo?
- ¿Cómo detonar el potencial creativo del capital humano?
- ¿Cuáles son los beneficios de una educación empresarial?

I. Justificación

El cambio acelerado y la globalización de los mercados que marcan el final del siglo XX e inicios del XXI, son factores cruciales en nuestro momento histórico ya que impactan directa y proporcionalmente en las formas de organización social, determinando así nuevas necesidades y dilemas que deben ser resueltos.

Hoy por hoy, convivimos con el desarrollo tecnológico y la pobreza extrema, las formas de vida tradicional y los pincelazos de mundialización, el avance científico al alcance de un grupo privilegiado y la destrucción del planeta como una amenaza latente.

Este panorama provoca que cualquier organización o entidad social deba enfrentarse a los retos que implica el vivir en un mundo en constante evolución y a una sociedad que se manifiesta a una velocidad vertiginosa, haciendo cada vez más necesaria una visión holística que permita manejar la complejidad del entorno e interpretar la interdependencia de los fenómenos.

Ante la globalización y la exigencia del mundo empresarial, las necesidades del sector productivo se mimetizan con el entorno educativo, las IES que son punta de lanza, indican en la transformación de una sociedad de empleados a una de empresarios con valores, capitalizando el conocimiento en riqueza social y acción formativa que repercuta en la prosperidad regional y nacional.

Bajo este contexto la responsabilidad social de las Instituciones de Educación Superior (IES) es la de ofrecer las herramientas indispensables a sus educandos, de tal manera que les permitan acceder a una forma distinta de aprender y comprender este horizonte de complejidad creciente. Una educación integral implica el desarrollo de habilidades cognitivas, sociales y con valores para la construcción de una personalidad



autónoma que reafirme la capacidad de pensar, de tomar decisiones y de asumir la responsabilidad social y ética.

II. Introducción

En la actualidad los requerimientos sociales, productivos y empresariales exigen a las Instituciones de Educación Superior (IES) la formación de profesionistas integrales, creativos y competentes que sean capaces de incorporarse al mercado laboral ya sea como impulsores directos en los procesos de creación de empleos o como agentes de cambio en las organizaciones.

De ahí la importancia de resaltar la postura de las IES como eje unificador ante la transformación y adaptación del mercado laboral, empresarial, social y gubernamental. Por lo que la educación se perfila hacia una mejor y más rica apropiación de los contenidos, en la que no sólo es responsabilidad de los docentes, más bien es un compromiso compartido.

Para Freire (2010), la verdadera educación termina siempre siendo una educación en comunión, debido a que nadie se educa solo y nadie educa a nadie. La educación para ser realmente educación tiene que liberar la mente creativa del ser humano, no puede controlar, ni domesticar el instinto; tal como se entiende en un sistema educativo tradicional, el cual coloca la figura del docente en un pedestal y a los alumnos abajo, simplemente reproduciendo la enseñanza bajo un enfoque pasivo.

Sí *aprender* quiere decir encontrar un significado vital en lo aprendido, el compromiso formativo de las IES está basada en el trabajo conjunto sobre la construcción de aulas con un clima de respeto mutuo, confianza y cooperación, elementos imprescindibles para consolidar una comunidad capaz de indagar, pensar y dialogar en vistas de imaginar y construir nuevas y mejores formas de convivencia, acción que impactará directa y positivamente a la sociedad.

En función a los preceptos de Druker, Porter, Ishikawa en 1993, uno de los caminos que puede tomar nuestro país para salir adelante de la tan nombrada “crisis”, es la necesidad de un México Emprendedor que permita (Gibb, 2010): la expansión y calidad de nuevos negocios, incentivar la innovación como estrategia de competitividad para el país, impulsar el espíritu emprendedor, incrementar el apoyo a las incubadoras de negocios, fomentar la aplicación de la investigación y desarrollo del conocimiento en proyectos productivos, adoptar un enfoque sistémico entre universidad, empresa, gobierno, sociedad que fomenten las propuestas de apoyo a los jóvenes emprendedores.

Bajo esta perspectiva, la “Educación Empresarial” y los modelos de enseñanza-aprendizaje basados en competencias constituyen en las IES tanto públicas como privadas el pilar formativo al incidir en la transformación de una sociedad de empleados a una de empresarios con valores, capitalizando así el conocimiento en riqueza social. (Gibb(2004), Kuratko (2004), Solomon and Doffy (2002), Vesper & Mc Mullen (1998)). La línea de esta investigación es poder identificar los factores de relación a través de técnicas de



recolección de datos cualitativos y cuantitativos que faciliten la construcción de un proceso formativo que potencialice dichos patrones complejos y sutiles que marcan la diferencia entre los individuos y así establecer relaciones que permitan detonar la productividad de la región.

1. Las Instituciones de Educación Superior ante la responsabilidad educativa

Cabe mencionar que la “Declaración Mundial de Educación para todos”, realizada en Jomtiem en 1990, parte reconociendo que la educación constituye un derecho para hombres y mujeres del mundo entero. La convicción de que la educación debe asegurar las condiciones que permitan la expresión humana en sus más variadas manifestaciones, también crea espacios de conciencia, enriquecidos a partir de la realidad hacia la transformación creativa de los espacios de interacción social. El término educación se interpreta de distintos sentidos, por lo que es importante clarificar los usos del mismo:

FORMACIÓN	ADOCTRINAR	SOCIALIZACIÓN
Término empujado en el mundo laboral y empresarial, su uso implica que se incide en aspectos técnicos (desarrollo de destrezas y conocimientos), pero además incide en actitudes que deben ser compartidas por todos los componentes de la empresa.	Acción que conlleva la intención de promover un aprendizaje (Peters, 1977) y sustentar creencias racionalmente asumidas por el sujeto a educar.	Concepto íntimamente ligado al de educación por el que se entiende la transmisión de manera inconsciente y no formalizada de los conocimientos, valores, hábitos, actitudes y creencias que constituyen el entramado básico de un sociedad.(Sotelo, 1995)

Tabla 1: Conceptualización de Educación

Sí fundamentamos la responsabilidad formativa de las IES bajo las premisas establecidas en la Declaración Mundial de 1990, la educación se focaliza en seis dimensiones elementales para el desarrollo de la educación universal:

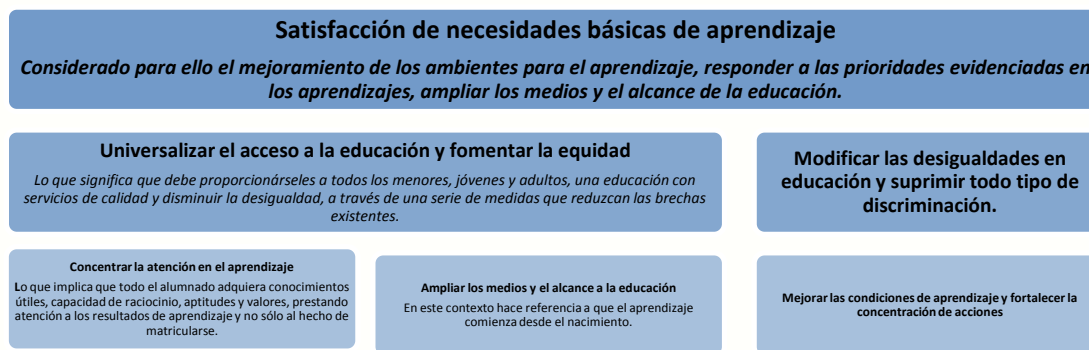


Tabla 2: Premisas Educativas de la Declaración Mundial (Jomtiem 1990).

Desde los años noventa del siglo XX, las IES en México y América Latina, se han abierto progresivamente a las nuevas demandas de la sociedad, desarrollando un papel cada vez más activo en la prestación de servicios a la colectividad en general (Ferraro, 2003). Por lo que se requiere entonces desarrollar la capacidad interactiva de académicos y emprendedores para la generación de conocimiento productivo y social, haciendo necesaria la formulación de un programa mutuamente construido que incluya ambos actores, asumiendo una relación continua de intercambio y construcción de códigos comunes de comunicación (Bianchi, 2002).



2. Exigencias compartidas del entorno productivo y socio-educativo

Este cambio de rumbo exige que las IES en México fortalezcan entre otras cosas su función de transferencia tecnológica, y esto es posible apreciarlo ya que cada vez más departamentos universitarios mantienen contactos con industrias, empresas o consultorías para realizar los trabajos más diversos y heterogéneos. En particular, la colaboración universidad y empresa puede materializarse en diferentes formas (ILPES, 1998): prestación de bienes y servicios por parte de la universidad como agencia de consulta y asesoría técnica; realización de proyectos concertados de investigación y desarrollo tecnológico nacidos en la empresa; cesión de patentes y licencias de explotación; formación de recursos humanos con acciones específicas e incluso a la medida para cada empresa y creación de pequeñas empresas conjuntas para la explotación inicial de resultados innovadores de la investigación. Esta responsabilidad compartida de apoyo entre el sector educativo y productivo, no debe visualizarse solo como socio financiero, más bien como entidad generadora de tecnología (parques científicos y tecnológicos y unidades de incubación).

Para las universidades mexicanas la transferencia de tecnología conlleva tres claros beneficios: mejora la calidad de la enseñanza, la investigación permite la obtención de recursos suplementarios y contribuye a la competitividad de las empresas y por tanto al desarrollo económico del entorno. No obstante, también requiere de ella la realización de inversiones en equipamiento y recursos humanos y una revisión y cuestionamiento de sus estructuras internas, sus formas de funcionamiento, así como del status y el comportamiento de sus miembros.

La responsabilidad formativa de las IES se fundamenta en su compromiso con su entorno, por lo que su papel va más allá de enseñar, investigar y difundir cultura. El compromiso social de la institución universitaria es brindar en un sentido de perspectiva al resto de la sociedad, servir de guía a los otros miembros de la localidad ante sus preocupaciones y problemas cotidianos (Acosta, 2008).

Esta reflexión permite acotar que la universidad en el contexto de globalización y de nuevos procesos de desarrollo local, requiere entender que el proceso de enseñanza-aprendizaje en cualquier organización contemporánea es algo más que el desarrollo de procesos de entrenamiento y capacitación de tipo convencional. Hoy en día toda organización que aprende es aquella en la cual inventar nuevos conocimientos no es una actividad especializada, dominio de un grupo reducido, sino una forma de comportamiento general en que cualquiera es un trabajador con conocimiento (Yoguel, 2005).

3. Mentes creativas y emprendedoras en las Instituciones de Educación Superior

En orden cronológico, Francis Galton (1869) hasta la obra de H. Gardner (1997), el concepto de “Mentes Creativas” considera la relación de creatividad y el pensamiento/inteligencia. A finales del XIX y primera mitad del siglo XX, la teoría del “genio”, establecía que determinadas personas nacían con ese don; Galton en “Hereditary genius” (1869), resumió los resultados de sus estudios antropométricos, llegando a la conclusión de que el “genio” era un rasgo innato y hereditario. Sin embargo, el artículo de Guilford “Creativity” (1950) y el libro de Brewster Ghiselin “The creative process” (1952), marcaron el final de esta teoría y comenzó a ponerse énfasis en los procesos



específicos del pensamiento. No obstante la transición de Teoría del Genio (Galton, 1869) hasta la Teoría Ecológica de la Creatividad (Csikszent-mihalyi, 1997), se observa que a medida que va perdiendo importancia el individuo; a quien primero se califica como “genial”, luego de “superdotado” y después de “dotado”, para afirmar posteriormente el sujeto en cuestión utiliza procesos intelectuales específicos, los cuales podríamos utilizar todos.

Por lo que esta reflexión permite acotar que las IES en el contexto de globalización y de nuevos procesos de desarrollo local, requiere entender que el proceso de enseñanza-aprendizaje en cualquier organización contemporánea es algo más que el desarrollo de procesos de entrenamiento y capacitación de tipo convencional.

La detección temprana durante la estadía universitaria sobre el potencial creativo del educando e inducirlo a un proceso/contexto que dé como resultado un producto capaz de dar respuesta a las necesidades del entorno, es una tarea titánica para las universidades. El emprendedurismo y la propiedad intelectual en las universidades se está considerando como uno de los nuevos indicadores no bibliométricos de productividad científica, se toma como referencia el número de empresas que surgen espontáneamente, por iniciativa de los investigadores, alumnos para producir y comercializar algunos descubrimientos científicos generados en universidades o en centros de desarrollo donde tenga presencia la universidad.

De ahí el gran interés en el desarrollo de modelos educativos con perfil emprendedor que fomenten y potencialicen la creatividad de los educando, generando sinergia en el aprendizaje, el cual será capitalizado en un bienestar social.

III. Metodología de Investigación

La investigación que se presenta es de corte cualitativa, haciendo uso técnicas de recolección de datos primaria como la observación, focus group y las entrevistas a profundidad; complementándose con búsqueda de información secundaria en documentos oficiales que abordan el tema de la investigación.



Criterio de control "NO EXPERIMENTAL"		
Investigación que se realiza sin manipular deliberadamente las variables y sólo se observan los fenómenos en su ambiente natural para después analizarlos (Briones,2002).		
<p>Criterio de temporalidad "PROSPECTIVO"</p> <p>Los datos se recabaron con posterioridad al planteamiento de la investigación.</p>	<p>Criterio de dimensionalidad "TRANSVERSAL"</p> <p>La recolección de datos se realizó en un solo momento y en un tiempo único (Hernández, Collado y Baptista, 2010).</p>	<p>Criterio Tipo: "ESTUDIO EXPLORATORIO - CUALITATIVO"</p>

Tabla 3: Criterios para el diseño de la Investigación Cualitativa

competencias (Emprending 21, 2002), el Boletín del Programa PRONUEVO de Santiago de Chile (Informativo no. 10, septiembre-noviembre 1996), el Global Entrepreneurship Monitor (1994) y el Eurobarómetro (1994). A partir de esta información se obtuvieron las categorías cruzadas de competencias y rasgos de personalidad creativa que dieron estructura tanto para la selección de los líderes de opinión como a la construcción de la batería de preguntas.

Para poder conceptualizar la terminología de: competencias, emprendedor, personalidad, creatividad y determinación de retos para las IES, se llevó a cabo en esta primera fase una investigación documental tomando en cuenta las 27 competencias genéricas acordadas en el Proyecto Tuning para América Latina, el Programa Europeo que comprende seis

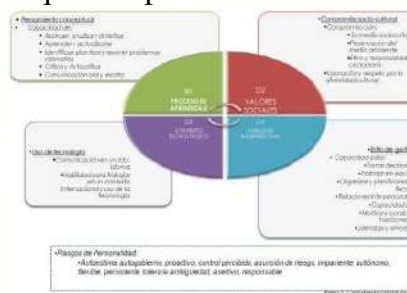


Tabla 4a: Competencias de perfil para los líderes de opinión

La construcción de las variables cruzadas para establecer el perfil de los líderes de opinión que fueron foco de atención para ser seleccionados en este estudio, tiene como fundamento los documentos que se mencionan con anterioridad, dando como resultado 5 dimensiones y 12 items que se detallan en la siguiente tabla:

CONCEPTO	DIMENSIONES (D)	ITEMS (I)
Determina el proceso mediante el cual el individuo adquiere y aplica habilidades, destrezas, conocimientos, conductas y valores.	1. Proceso de aprendizaje	<ul style="list-style-type: none"> Capacidad de abstracción, análisis y síntesis Capacidad de aprender, actualizarse y poner en práctica el conocimiento (Creatividad) Capacidad de identificar, plantear y resolver problemas (Visionario) Capacidad de crítica y autocrítica
Determina la responsabilidad y el compromiso de sus acciones y las repercusiones de las mismas ante la sociedad	2. Valores sociales	<ul style="list-style-type: none"> Compromiso y responsabilidad con su medio sociocultural y medio ambiente Compromiso ético
Manejo y uso eficiente y eficaz de la TIC's como medio para la realización de sus tareas	3. Contexto Tecnológico	<ul style="list-style-type: none"> Habilidad para el uso y comunicación de tecnologías de información
Establece la manera en la que interactúa el individuo en su medio ambiente laboral y social	4. Estilo de Gestión y Trabajo	<ul style="list-style-type: none"> Capacidad para tomar decisiones Capacidad para organizar y planificar en el tiempo (Administrador de recursos) Capacidad para trabajar en equipo
Establece la manera en la que se comunica e impacta en su ambiente laboral y social	5. Habilidad Interpersonal	<ul style="list-style-type: none"> Capacidad para motivar y conducir hacia metas comunes (Liderazgo) Capacidad Empática y de comunicación tanto oral como escrita

Tabla 4b: Construcción de perfil para los líderes de opinión



Para la búsqueda de los líderes de opinión se identificaron los siguientes organismos tanto públicos como privados: Universidad Nacional Autónoma de México, Universidad Tecnológica de Querétaro, Escuela Bancaria y Comercial, Universidad ICESI Colombia, Secretaria de Desarrollo

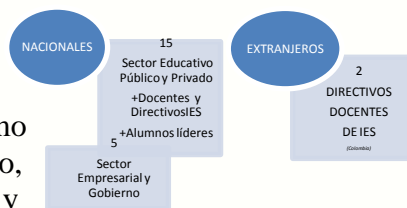


Tabla 5: Distribución de las entrevistas a líderes de opinión

Social de Querétaro, Empresarios Queretanos y Expertos en el área de competencias. En la siguiente fase (trabajo de campo), se identificaron 22 líderes de opinión (veinte nacionales y dos extranjeros) en un contexto globalizado que mantiene como única constante, el cambio.

DIMENSIÓN	DESCRIPCIÓN
Proceso de Aprendizaje	Este líder de opinión cuenta con la capacidad de poner en práctica el conocimiento para resolver problemas, además de ser crítico de su contexto y autocrítico de sus acciones.
Valores Sociales	Este líder de opinión manifiesta a través de sus acciones éticas un alto compromiso de responsabilidad sociocultural. Apoya y/o participa en actos de impacto social (Programas de Desarrollo Social, COEPES, etc.)
Contexto Tecnológico	Este líder de opinión cuenta con la habilidad de hacer uso de las tecnologías de información que benefician y agilizan sus procesos.
Estilo de Gestión	Este líder de opinión cuenta con la capacidad de tomar decisiones y administrar los recursos, lo que se manifiesta en la experiencia en puestos directivos en IES con reconocimiento en la región y validez oficial (REVOE), experiencia en puestos directivos en el sector gobierno y empresarial que haya tenido contacto o participación con programas educativos que fomenten el desarrollo de la vocación emprendedora, experiencia en tema de competencias, diseño, aplicación, ejecución de modelos educativos basados en el desarrollo de la vocación emprendedora en los educandos.
Habilidad Interpersonal	Este líder de opinión cuenta con la capacidad de motivar y hacer empatía, participa activamente en foros públicos y su trayectoria laboral basada en el trabajo en equipo.

Tabla 6: Criterios de selección a líderes de opinión



Tabla 7: Agrupación de líderes de opinión

La batería de preguntas como base para las entrevistas a profundidad y focus group fue de tipo semiestructurada, la cual constó de 11 preguntas estructuradas de la siguiente manera: siete abiertas, dos dicotómica y dos de jerarquización de variables; con una duración aproximada de aplicación de 130 minutos. Para la recolección de información cara a cara se acondicionó una Cámara de Gesell, en otras se utilizó la herramienta de comunicación a distancia Skype, previo envío de la entrevista vía correo electrónico.

A continuación se muestra la batería de preguntas:

- Si la globalización promueve la intercomunicación entre los países, mencione dos retos a los que se enfrenta el emprendedor del nuevo milenio.
- Partiendo de los retos que mencionó, ¿cuál sería el rol de las instituciones educativas de nivel superior para hacerles frente?
- De acuerdo al panorama que se vislumbra en la próxima década, ¿usted considera que los jóvenes egresados de las Instituciones de Educación Superior cuentan con las competencias para ser emprendedores? entendiéndose como competencias un conjunto de propiedades o características que posee una persona para realizar una tarea o alcanzar un objetivo

SI NO ¿Por qué?

- ¿Qué esfuerzos políticos, organizativos, curriculares y pedagógicos se requieren para el fortalecimiento de las competencias de un emprendedor? siendo estas competencias las que determinan el proceso de todo emprendedor, de identificar sus propios talentos y aquellos necesarios para la creación, crecimiento y consolidación de su negocio, es lo que en otros países definimos como el desarrollo del perfil emprendedor
- De acuerdo a lo que comentó en la pregunta anterior, ¿cuál ha sido el esfuerzo de su institución por promover la cultura emprendedora?
- ¿Cuáles serían las cinco características que debe tener un joven emprendedor? considerando: conocimientos, habilidades y valores para que éste sea competente laboralmente y logre incorporarse eficazmente al sector laboral ya sea como empresario o agente de cambio
- A continuación se presenta una serie de enunciados relacionados con el perfil del emprendedor. Por favor ordene del 1 al 11 de acuerdo a la importancia de cada frase, en donde 1 es lo más importante y 11 lo menos importante.

El emprendedor busca información importante en el medio, le gusta mantenerse informado, identifica tendencias, innovaciones y oportunidades (capacidad de exploración y sensibilidad al entorno)	
El emprendedor actúa sobre el medio para cambiarlo, resuelve situaciones, tiene iniciativa; sus sueños los vuelve realidad a través de la acción, organiza la información y la transformación en soluciones prácticas (pensamiento gerencial)	
El estratega tiene claro sus debilidades y fortalezas, sabe cuándo y con quién hacer alianzas estratégicas, tiene un plan para lograr el éxito. (Entendimiento estratégico organizacional)	
Se preocupa porque la información llegue a todos los que debe llegar, incentiva a la gente a participar y reconocer el valor de sus aportaciones, distribuye responsabilidades y verifica su cumplimiento; además de preocuparse por crear un buen ambiente de participación. (trabajo en equipo)	
Tiene energía de líder y la transmite a otros, motiva e inspira confianza, sus forma de ser genera cooperación y compromiso en los demás (liderazgo)	
Es negociador impactando a los demás por sus capacidades e influye en ellos positivamente (negociación y relaciones)	
Se fija metas que permite dirigir sus acciones (orientación a objetivos)	
Por lo general se anticipa a las situaciones, se adelanta a los hechos, se anticipa a las necesidades y problemas para proveer soluciones (proactivo)	
Es social y ambientalista, además del beneficio propio piensa en el beneficio a su entorno como: igualdad, justicia, medio ambiente y respeto por la diversidad (proyección social)	



Emocionalmente estable y asertivo, se controla a sí mismo y mantiene buenas relaciones constructivas con la gente y el trabajo (habilidad personal)	
Es íntegro y respeta los principios y valores de los demás, es responsable frente a los deberes y compromisos asumidos (integridad personal)	

8. A continuación se presenta una serie de enunciados relacionados con la responsabilidad formativa de las instituciones de educación superior en nuestro país. Por favor ordene del 1 al 4 de acuerdo a la importancia de la frase, en donde 1 es lo menos importante y 4 los más importante.

La educación debe impartirse en un contexto globalizado, orientada a la formación de líderes y emprendedores.	
Las instituciones educativas deben ofrecer esquemas de vinculación industria-academia como un eje de formación a sus educandos desde los inicios de su carrera profesional, con la finalidad de formar empresarios o agentes de cambio en las organizaciones.	
Las instituciones educativas deben ofrecer un modelo educativo que desarrolle y fortalezca las competencias de un emprendedor y potencialice su creatividad	
Las instituciones educativas deben desarrollar las capacidades emprendedoras de sus educandos a través de proyectos "reales" de inversión en el sector empresarial.	

9. ¿Para usted que es ser emprendedor creativo?

10. ¿El EMPRENDEDOR MEXICANO tiene futuro en el país?

SI NO ¿Por qué?

11. Desde tu perspectiva mencione dos ventajas y dos desventajas de ser un emprendedor en México

Tabla 8: Encuesta tipo

IV. Resultados de la Investigación Cualitativa

La información que se generó a través de las entrevistas a profundidad y focus group dio como resultado la creación de 5 códigos de análisis vía Atlas ti.



Tabla 8: Códigos Atlas ti



Figura 1: Áreas de oportunidad para las IES

El instrumento aplicado en las entrevistas a profundidad y focus group para líderes de opinión marcó tres líneas de información a recolectar: identificar la problemática que viven día a día las IES, conocer las acciones que deben/han aplicado las IES y por último establecer los retos de las IES; siendo este el punto clave da respuesta a la investigación cualitativa propuesta. La construcción de dimensiones e ítems en esta etapa de investigación cualitativa permitió

fundamentar y validar el diseño de una nueva batería de preguntas orientada a la identificación de perfiles de personalidad emprendedora en el aula (tema de otra línea de investigación que se llevó a cabo posteriormente), por lo que se validó el instrumento mostrando un valor de Alfa de Cronbach de 0.7232, siendo éste un parámetro de confiabilidad aceptable para utilización de la misma en una siguiente etapa de investigación cuantitativa.



A continuación se plasman los resultados del último código de análisis derivado de la herramienta de análisis denominada Atlas ti, en relación a los retos que enfrentan las Instituciones de Educación Superior en México ante la potencialización de mentes creativas y emprendedoras:

PROBLEMÁTICA	ACCIONES	RETOS
<ul style="list-style-type: none"> • Programas y planes de estudio de las instituciones de educación superior no están actualizadas. • Actualización del plantel docente. • El proceso de enseñanza aprendizaje debe ser profesionalizado, dinámico, de constante revisión y actualización, para satisfacer las necesidades que demanda el mercado. • El método educativo que tiene nuestro país en la actualidad está muy rezagado y no compite con otros países. 	<ul style="list-style-type: none"> • Preparar a los educandos de acuerdo a lo que demanda el mercado, con asignaturas actualizadas, que tengan aplicación en el mercado laboral. • Programas de estudio reforzados con laboratorios que les suministren competencias y desempeño • Desarrollar las capacidades emprendedoras de sus educandos a través de proyectos “reales” de inversión en el sector empresarial. • Desarrollar e implementar el Plan de EDUCACION (el qué, con qué, cómo, cuándo, dónde, etc) y todas las directivas (guías), normas, especificaciones a seguir. Programas de emprendedores pero desgraciadamente pocos tienen acceso a esa educación. • Trabajar en el desarrollo de competencias desde una visión globalizada, que incluya diferentes contextos, donde se estimule la interacción de los estudiantes entre ellos y más allá de educar para el empleo, educar para el trabajo. 	<ul style="list-style-type: none"> • Preparación y apoyo a los alumnos y pequeñas empresas. • Desarrollo de competencias empresariales desde temprana edad (colegios, universidades), y entender el rol de cada institución • Se requiere comunicación entre las diferentes entidades de apoyo (bancos, concursos, redes de inversionistas) para complementar esfuerzos y no sobreponerlos. • Voluntad política positiva para plantear soluciones, darles seguimiento y lograr las metas con la calidad debida. • Que la Secretaría de Educación Pública, Federal y Local, tengan claro el rumbo que deban tener para lograr una educación en donde los egresados tengan cabida en el mercado laboral. • Que las IES tengan rectores y directores que tengan conocimientos de política, pero con un perfil pedagógico. • Hacer a un lado los intereses personales y políticos, que no exista la demagogia actual, que se otorguen más recursos para la ciencia, ésta es el futuro de México y del mundo. • Ofrecer un modelo educativo que desarrolle y fortalezca las competencias de un emprendedor • Desarrollar las capacidades emprendedoras de sus educandos a través de proyectos “reales” de inversión en el sector empresarial.

Tabla 10: Resultados sobre áreas de oportunidad para las IES



V. Conclusiones

Para dar respuesta a este nuevo paradigma al que se enfrentan las IES es de vital importancia la participación conjunta entre sociedad, gobierno, empresa y universidades, basada en una estructura empresarial que dé respuesta a las necesidades del entorno y genere beneficios sostenibles socialmente. Siendo esto posible desde las universidades a través de la investigación, innovación, difusión, emprendimiento, registrar, patentar y comercializar sus creaciones (Acosta, 2008), basado en una estrategia de desarrollo creativo, así como la formación de comunidades emprendedoras con amplia vinculación con la industria, gobierno y parques industriales y generación de los que demanda la región. Por otro lado la plataforma educativa deberá fomentar la cultura emprendedora y el espíritu creativo, ya que la acción de formar líderes empresariales capaces de crear organizaciones en cualquier sector de la economía, no es considerada como un bien que sea franquiciable ya que el entorno de cada Institución de Educación Superior (IES) es diferente.

Una universidad donde se construya un aprendizaje con sentido, que es a la vez un aprendizaje para alentar los sentidos es la visión de una universidad de cambio, en donde la información tiene sentido, esto es, donde aprender no implica sumar información sino saber cómo utilizarla, discutirla, hacerla útil y reelaborarla con nuevos elementos y datos. Una universidad no es una “torre de marfil”, es un espacio de interacción social donde confluyen diversos grupos, perspectivas y tendencias; la universidad no homologa, sino que unifica, es decir, que integra los atributos intelectuales diversos sin oposición, ya que analizar no excluye sentir, explicar no se opone a reflexionar, diseñar no es contrario a describir el mundo. Espacios universitarios en donde las ciencias, las artes y humanidades no sean atributos diferenciados, más bien que deben valorar a formación integral de sus educandos es la diferencia que marca a las universidades de vanguardia.

Como parte de los esfuerzos para fortalecer la competencias del emprendedor y así potencializar las mentes creativas de los educandos debe existir una voluntad política positiva para plantear soluciones, darles seguimiento y así lo lograr las metas con la calidad debida. Por otro lado es importante la comunicación entre las diferentes entidades de apoyo (bancos, concursos, redes de inversionistas, etc.) para complementar los esfuerzos y no sobreponerlos.

“Siendo así una universidad que nos enseñe a ser felices, creyendo con ello en la capacidad del conocimiento (de cualquier tipo) como un medio para dialogar, fortalecer nuestras habilidades y otorgarnos la posibilidad de aportar a nuestro entorno para vivir mejor” (Acosta, 2008).



VI. Bibliografía

- Beneitone, Esquetini, González, Maletá, Siufi y Wagenarr (2007) Libro Tuning para América Latina 2004-2007, Informe Final Reflexiones y perspectivas de la Educación Superior en América Latina
- Gibb, A. (2002). In pursuit of a new enterprise and entrepreneurship paradigm for learning: creative destruction, new values, new ways of doing things and new combination of knowledge. *International Journal of Management Review*, 4 (3), 213-232.
- Gibb, A. y Hannon, P. (2006). Towards the Entrepreneurial University? *International Journal of Entrepreneurship Education*, 4, 73-110.
- Gibb, A. (2007). Entrepreneurship: Unique Solutions for Unique Environments. Is it possible to achieve this with the Existing Paradigm? *International Journal of Entrepreneurship Education*, 5, 93-142.
- Gibb, A., Haskins, G. y Robertson, I. (2009). Leading the entrepreneurial university. Recuperado el 2 de enero de 2010, del sitio web del National Council for Graduate Entrepreneurship de la Saïd Business School, perteneciente a la University of Oxford: http://www.ncge.com/uploads/NCGE_Yellow_Paper_Final.pdf160
- Hernández, R., Fernández, C. y Baptista, P. (2006). Metodología de la investigación (4a. Ed.). México, D.F., México: McGraw-Hill.
- Guilera (2011), Anatomía de la Creatividad, Editorial Fundit-ESDi
- Mendoza, F. M. (2005a). Apuntes del Congreso Internacional de Emprendedores e Incubadoras de Negocios. Manuscrito no publicado, Universidad de Celaya, Guanajuato, México.
- Mendoza, F. M. (2005b). Apuntes de la Expoemprende 2005. Manuscrito no publicado, Universidad de Celaya, Guanajuato, México.163

Links

- La educación en Paulo Freire , escrito por Guadalupe Espinoza Saucedo
http://refundacion.com.mx/revista/index.php?option=com_content&view=article&id=101:la-educacion-en-paulo-freire&catid=87:educar-para-la-libertad&Itemid=45
- Declaración Mundial sobre la educación para todos Jomtie
http://www.unesco.org/education/nfsunesco/pdf/JOMTIE_S.PDF
- Manual de Desarrollo local ILPES 1998
<http://ebookbrowse.com/ilpes-1998-manual-de-desarrollo-local-pdf-d145060212>

