

# Buenas Prácticas de Emprendimiento de una Institución de Educación Superior en Celaya, Gto.

Patricia C. Troncoso,  
Coordinadora de Posgrado,  
UNITESBA,  
patriciatroncoso@unitesba.edu.mx,

Eduardo Rojas,  
Coordinador General de Desarrollo Estudiantil,  
UNITESBA,  
eduardorojas@unitesba.edu.mx,

Pablo Diosdado Estrada,  
profesor investigador, ITC,  
pablo.diosdado@itcelaya.edu.mx,

Tzili F. Hurtado Sánchez,  
estudiante de la licenciatura en Mercadotecnia  
Internacional, UNITESBA,  
tzili72@hotmail.com

## Resumen

Este estudio describe el proceso de fomento al emprendedurismo en una Institución de Educación Superior (IES) de Celaya, Guanajuato. Se destacan las buenas prácticas del proceso utilizado como: diseñar el contenido de una asignatura en todas las carreras, con énfasis en el desarrollo sostenible, incluir materias y actividades que apoyan durante el currículo, difusión interna y externa, y vinculación con el sector empresarial y con el gobierno local.

## Palabras Clave:

Emprendedurismo, Buenas prácticas, Desarrollo sostenible, Universidad, Vinculación empresarial y educativa.

## Abstract

This study describes the process of promoting entrepreneurship in the Higher Education Institution (HEI) in Celaya, Guanajuato. Best practices of the process used as stands: design the content of a subject in all Carreras to form, with emphasis on sustainable development, including supporting materials and activities throughout the curriculum, internal and external dissemination, and link with industry business and local government.

## Keywords:

Entrepreneurship, Good Practices, Sustainable Development, University, Linking business and educational.

## Introducción

Desarrollar la capacidad emprendedora en los jóvenes es una de las tareas prioritarias de las economías de países por los beneficios que trae consigo, y también es uno de los objetivos de las Instituciones de Educación Superior (IES) en el contexto del mundo de hoy.

Como se sabe, la capacidad emprendedora no se limita sólo al crear empresas, sino también a generar en los jóvenes una forma de pensar y actuar dirigida hacia el desarrollo económico, el desarrollo de la localidad, para lograr un adecuado uso de los recursos y respeto por la biodiversidad, todo ello conducido por la búsqueda de una oportunidad de negocio dentro de una gestión integral.

En este marco, la sustentabilidad se reconoce que es un fenómeno complejo que involucra el medio ambiente, la economía, la política y la cultura. Por ello, se propone visualizar el emprendimiento universitario como una reflexión y propuestas hacia un planteamiento integrado por: la sociedad civil, las instituciones educativas, el sector empresarial y el gobierno. Se trata de diseñar un nuevo modelo de desarrollo sostenible orientado por el respeto a la naturaleza y la equidad social que deberá comenzar por sem

IES han movilizado una serie de recursos destinados a la capacitación docente, elaboración de programas adecuados, tutorías y en general facilitar el acceso a los recursos necesarios para desarrollar la competencia citada en los estudiantes.

## Educación Ambiental

En los años 90 se formularon declaraciones encaminadas a formalizar acciones en pro de la educación ambiental como lo fue la Declaración de Talloires, la creación de la Asociación University Leaders for a Sustainable Future, la Celebración de la Cumbre de la Tierra en Río de Janeiro en 1992, entre otras, en donde se reconoce del papel de la educación, y en particular de las IES, para contribuir a la solución de los problemas mundiales que afectan el medio ambiente y encaminar los esfuerzos a la construcción de un desarrollo sostenible (Vilches, 2012)

Desde esta perspectiva, el sistema educativo se ha abocado a explorar cómo llevar a cabo la sensibilización ambiental, la educación para la conservación, la enseñanza de valores ambientales y el desarrollo de hábitos, compromisos y competencias ambientales (Vilches, 2012). El objetivo es iniciar un clima de implicación en los estudiantes.

Este proceso educativo, para involucrar los aspectos citados, se propone de una manera holística, para visualizar cómo el alumno interactuará con los demás en su vida, directa o indirectamente.

Un primer paso es la capacitación del docente, quien será el encargado de promover la sostenibilidad durante la formación de pre grado y grado, deberá incluir en su quehacer cotidiano conocimientos, valores y criterios de sostenibilidad aspectos esenciales en la formación de la comunidad educativa en general.

Cabe señalar que la educación ambiental en el currículum, no sólo significa incluir contenidos de sostenibilidad en el temario de las distintas

materias. Implica además una serie de cambios en la concepción del proceso enseñanza – aprendizaje – evaluación.

Estos cambios deberían de considerar: a) modificar las estrategias de transmisión-recepción de conocimientos por otras orientadas al aprendizaje significativo y agregar tareas de investigación, que favorezcan la participación de los estudiantes en la construcción de los conocimientos, b) valorar el trabajo de los alumnos con matrices o rúbricas, c) incorporar asignaturas transversales en todas las carreras para desarrollar las competencias pertinentes, d) elaborar proyectos interdisciplinarios, y e) crear foros de discusión.

Estas acciones buscarán generar actitudes y comportamientos responsables que preparen a los jóvenes para la toma de decisiones dirigidas al logro de un desarrollo cultural, plural y físicamente sostenible en donde se entienda la interdependencia mundial como un proyecto plural, democrático y solidario (Delors, 1996) .

Un obstáculo para lograr el involucramiento de los estudiantes y de la sociedad en la construcción de un futuro sostenible es no limitar las propuestas educativas a conceptos y teorías, sino además ejecutarlas en la realidad cotidiana con lo cual se estará renovando la educación y edificando una ciudadanía responsable con el futuro global.

Finalmente, en el sitio web que la Organización de Estados Iberoamericanos para la Educación, la Ciencia y la Cultura existe información que muestra acciones concretas de cómo es posible contribuir con la educación ambiental como ciudadanos y educadores (OEIS, 2014)

A continuación se explica el caso de estudio.

## Métodos

El método de investigación que se utilizó fue el científico: un procedimiento riguroso, válido y fiable para adquirir conocimiento acerca de las leyes que siguen los hechos y las ideas. Como

se sabe existen dos paradigmas diferentes con relación al método científico el positivismo de carácter cuantitativo y la fenomenología que es cualitativa, en este sentido el presente estudio cumple con las características cualitativas y busca no solo reunir hechos y medir, sino apreciar las diferentes construcciones y significados que la gente tiene de su experiencia.

La investigación es de tipo descriptiva, cualitativa, con enfoque de estudio de caso (Yin, 1998), la unidad de análisis es la Universidad UNITESBA de Celaya, Guanajuato.

En ella se plantea una generalización analítica, no estadística, en donde la propuesta teórica es un modelo con el que se comparan los hallazgos empíricos del caso de estudio. Este método permite observar los procesos del emprendimiento en UNITESBA.

El objetivo fue describir el proceso de fomento al emprendedurismo en UNITESBA, para destacar las buenas prácticas e identificar brechas que permitan implementar mejoras al proceso.

## Resultados

Caso de estudio: UNITESBA, una IES ubicada en Celaya, Guanajuato.

El Instituto de Estudios Superiores del Bajío (ITESBA) se fundó en 1983 con la visión de ser una de las mejores instituciones educativas de la región y ofrece educación de calidad.

ITESBA comenzó con servicios educativos a nivel Medio Superior y Técnico en Turismo desde entonces se ha caracterizado por un espíritu de innovación y de cambio que ha favorecido en propuestas educativas, logros académicos, nuevas instalaciones y diversificación de programas, y sobre todo en el fortalecimiento y consolidación de un espacio de enseñanza alterno en Celaya, Guanajuato.

Las carreras con que cuenta se caracterizan por

su dinamismo interno, presencia social y por la actualidad de sus conocimientos que han marcado la pauta en cuanto a la apertura de diferentes espacios educativos en la región y en la implementación de un modelo educativo flexible y propio.

La producción académica del nivel superior, como lo son las investigaciones, ensayos, proyectos de desarrollo, trabajos terminales, tesis, cursos, diplomados y videos, muestran un carácter inter y multidisciplinario tal que sus alcances sobrepasan el ámbito regional, ganando concursos y obteniendo premios nacionales por parte de la Secretaría de Turismo.

ITESBA en sus 31 años ha ampliado sus servicios ofreciendo otros niveles educativos y actualmente, cuenta con dos espacios educativos UNITESBA Colegio, que ofrece: Primaria, Secundaria y Preparatoria.

El segundo campus ubicado en San José de Guanajuato denominado: UNITESBA, Universidad, ofrece: Siete licenciaturas escolarizadas, Siete licenciaturas semi-escolarizadas. Adicionalmente, el área de Posgrado oferta Maestría y Doctorado en Alta Dirección (UNITESBA, 2014).

La misión de la institución es formar profesionalista competentes capaces de construir un mundo mejor (UNITESBA, 2014), en ese sentido y con relación al fomento del emprendedurismo, en la institución se imparte la materia de emprendeduría en todo los programas y busca contribuir a la formación de emprendedores quienes en el futuro podrán desarrollar una actividad económica de manera independiente o dentro de una organización y con ello aportar al mejoramiento de la calidad de vida de la localidad.

En licenciatura, desde hace cuatro años todos los alumnos de los 14 programas de pre-grado en ambas modalidades toman entre quinto y séptimo semestre de su carrera la materia de emprendeduría, la cual consta de cuatro unidades en donde: a) se identifica una oportunidad de

negocio, b) se desarrolla una propuesta de valor, c) se lleva a cabo un análisis de la empresa y del entorno, d) se hace el estudio de mercado y el estudio técnico para finalmente presentar un plan de negocio.

Los alumnos desarrollan todo lo necesario para mostrar en un stand su propuesta y con ello participan en una feria dentro de las instalaciones de la Universidad en donde cada emprendedor expone su oferta a sus compañeros de otros semestres, docentes, personal administrativo e invitados de organizaciones públicas y privadas del municipio que valoran la exposición a través de un sondeo de opinión y encuestas.

Simultáneamente se lleva a cabo un concurso en donde un grupo de evaluadores –miembros del sector empresarial y organismos públicos- califica cada oferta con una rúbrica y al final se

premiar las tres mejores propuestas e ideas de negocio.

La Feria incluye actividades de entretenimiento con un concierto de rock y actividades culturales como conferencias de invitados.

En el área de Posgrado se desarrolla el potencial del espíritu emprendedor con la realización de proyectos, ensayos y desarrollo de modelos de negocio que se presentan como aplicación del conocimiento en diferentes materias o como una de las opciones para desarrollar la investigación de grado.

A continuación se muestra un esquema del modelo que se ha desarrollado en la Institución objeto de estudio en torno al fomento de la actividad emprendedora:

**Figura 1: Modelo UNITESBA de fomento al emprendedurismo en pre grado.**



El modelo consta de cuatro etapas y al centro se encuentra la Institución, la Misión: “ Formar profesionales competentes que contribuyan al desarrollo sostenible, a través de un modelo educativo integral ... seres humanos capaces de construir un mundo mejor” (UNITESBA, 2014) filosofía que permea en todas las actividades y el Modelo Educativo Institucional que se basa en tres ejes: Aprehensión del Conocimiento, Desarrollo de Habilidades y Competencias, y Formación de Valores y Actitudes. La descripción de cada una de las etapas se refiere a continuación:

**Uno.** La **sensibilización** a la comunidad universitaria comienza por explicar los objetivos, y estrategias ya que esta competencia es uno de los rasgos de egreso que caracterizan a la institución. Se trata de una cultura institucional que motiva las iniciativas emprendedoras desde diferentes áreas, programas de materia y actividades dentro y fuera de la Universidad.

Se da capacitación al docente que impartirá la materia, quien además debe ser competente y estar calificado académicamente de acuerdo con los lineamientos y criterios de la institución. Los coordinadores de las diferentes licenciaturas están enterados y apoyan a sus alumnos que participan.

Adicionalmente, los coordinadores de las licenciaturas y de Posgrado apoyan los proyectos de tesis sobre modelos de negocio, los cuales están especificados dentro de las políticas y procedimientos correspondientes al rubro titulación de cada nivel.

La Coordinación de Desarrollo Estudiantil fomenta la participación activa del alumnado y la vinculación con los sectores empresariales y del gobierno local, particularmente del área de Desarrollo Económico.

**Dos.** Durante un semestre se **desarrolla la materia** de emprendedurismo la cual consiste en un taller en donde el alumno guiado por el docente desarrolla toda una propuesta de valor, cabe destacar que entre las preocupaciones a remarcar están: el aspecto ecológico, el cuidado del medio ambiente y la disminución del impacto negativo sobre los recursos, este último es uno de los aspectos centrales que el trabajo debe mostrar explícitamente. Una vez concluido se presenta en un plan de negocio y el o los alumnos se organizan para exponer su idea o negocio en la feria universitaria.

**Tabla 1: Esquema del desarrollo de la asignatura de emprendeduría. Elaboración propia, 2014**

Universidad	Materia	Profesor	Alumno
-Objetivos Institucionales.	Emprendedurismo	*Rol de guía.	Desarrollo las habilidades durante el curso ejecutando el proyecto en todas sus etapas.
-Plan Estratégico.		*Explica los principales conceptos y teorías.	Hace una investigación de mercados.
-Perfil de Egresado.		*Ejemplifica con casos relevantes.	Elabora el plan de negocio.
-Programa de Estudio		*Motiva a los alumnos durante el curso.	Se presenta en la Feria con su proyecto.
-Seguimiento		*Evalúa con una rúbrica.	

Simultáneamente alumnos de diferentes carreras y semestres participan en la organización de la Feria, lo cual implica coordinación en la comunidad universitaria.

**Tres. Difusión interna y externa.** Al interior de la Universidad se lleva a cabo la Feria en el mes de mayo en el patio principal. Para ello, un grupo de alumnos se hace cargo de la comunicación interna, difusión de la convocatoria, registro de los participantes, invitar a patrocinadores y evaluadores, compra de obsequios y premios, organización del concurso y la premiación, entrega de preseas y evaluación del evento con encuestas de opinión.

Todos los participantes en la feria reciben un reconocimiento.

La difusión interna se da a través de posters, redes sociales y hacia el exterior en los medios masivos de comunicación locales, por los invitados y redes sociales tales como Facebook y Twitter.

**Cuatro. Las lecciones aprendidas** y la oportunidad de rescatar las mejores prácticas se efectuar al concluir el evento con la coevaluación del cumplimiento de los objetivos de la materia, las propuestas de negocios expuestas por los alumnos, las ideas de negocios que concursaron y en general de la valoración del evento en su totalidad. Esta coevaluación implica la capacidad y disposición de evaluar y ser evaluado por los compañeros.

Un aspecto relevante de esta institución es que durante el currículo de licenciatura además de la asignatura de emprendedurismo se imparten otras materias de apoyo, y en el caso de posgrado también hay materias de apoyo, las tablas 2, 3 y 4 muestran los programas escolarizados que actualmente ofrece la institución, la ubicación de la asignatura de emprendedurismo, el número de materias de apoyo que se tiene en cada especialidad y las materias específicas que apoyan esta actividad.

Tabla 2: Programas escolarizados que imparten emprendedores y asignaturas que apoyan.

**Elaboración propia, 2014**

Programas escolarizados	Asignatura de Emprendedurismo	Números de materias de apoyo durante el programa curricular	Nombre de algunas de las materias de apoyo durante el programa curricular, listado general.
Licenciatura en Administración Turística	En sexto semestre	9	Administración, Contabilidad, Costos, Relaciones Humanas, Finanzas, Cultura de Calidad, Mercadotecnia, Proyectos de Inversión, Desarrollo Gerencial, Derecho Mercantil, Derecho Administrativo, Desarrollo Gerencial, Taller de Diseño Digital.
Licenciatura en Derecho		3	
Licenciatura en Gastronomía		9	
Licenciatura en Negocios Internacionales		9	
Licenciatura en Fisioterapia		2	
Licenciatura en Ingeniería Industrial		7	
Licenciatura en Ingeniería Civil	En quinto semestre	4	

**Tabla 3: Programas semi-escolarizados que imparten emprendedores y asignaturas que apoyan.**

Elaboración propia, 2014

Programas semi-escolarizados	Asignatura de Emprendurismo	Número de materias de apoyo durante el programa curricular	Nombre de las materias de apoyo durante el programa curricular
Licenciatura en Administración Deportiva	En séptimo semestre	6	Administración, Contabilidad, Costos, Relaciones Humanas, Finanzas, Cultura de Calidad, Mercadotecnia, Proyectos de Inversión, Desarrollo Gerencial, Derecho Mercantil, Derecho Administrativo, Desarrollo Gerencial
Licenciatura en Administración y Negocios		18	
Licenciatura en Contaduría Pública y Finanzas	En quinto semestre	18	
Licenciatura en Derecho	En séptimo semestre	3	
Licenciatura en Pedagogía		5	
Licenciatura en Ventas		22	
Licenciatura en Ingeniería Industrial		7	

**Tabla 4: Programas de Posgrado que contribuyen a la formación de emprendedores.**

Elaboración propia, 2014

Programas de Postgrado	Asignatura Contribuyen a la Formación de Emprendedores	Número de Materias de Apoyo Durante el Programa Curricular	Nombre de las Materias de Apoyo Durante el Programa Curricular
Maestría en Alta Dirección	Proyectos de Inversión	7	Administración, Economía, Finanzas, Mercadotecnia, Desarrollo Organizacional, Desarrollo de Habilidades Gerenciales, Alta Dirección
Doctorado en Alta Dirección	Gerencia de Proyectos	5	Organizaciones Competitivas, Finanzas Corporativas e Internacionales, Empresas Evolutivas, Negocios Globales, Desarrollo Gerencial

## Promoción de la Cultura Emprendedora

La Universidad llevó a cabo la primer Feria de negocios denominada: Inn Business en mayo de 2012 con la participación de 19 proyectos de las licenciaturas de ambas modalidades. El nombre de la feria surge como una combinación de las palabras “Innovation” y “Business”, que significan innovación y negocio respectivamente. El logotipo que diseñaron los alumnos organizadores del evento es el que se muestra en la Figura 2.

**Figura 2 Logotipo Feria Inn Business, 2012.**



**Elaboración: alumnos de Mercadotecnia Internacional de UNITESBA.**

La segunda feria se desarrolló el 22 de mayo del 2013, participaron 20 equipos de las diferentes licenciaturas e ingenierías de las dos modalidades, se contó con la participación de un jurado calificador integrado por seis personas del ámbito empresarial, además de actividades culturales durante el evento tales como: un grupo de baile, una banda de rock y stands de comida.

La sensibilización de este primer ensayo comenzó desde el 2011 en donde un grupo de alumnos de mercadotecnia internacional motivaron la exposición de los proyectos generados en un gran evento, con la participación de invitados de las cámaras de comercio de la localidad como evaluadores, además de las autoridades de la Universidad y jóvenes de preparatoria y bachillerato.

El 21 de mayo del 2014 se realizó la tercera feria ahora denominada “Eco Business”, nombre que surge de la incipiente comprensión de la interdependencia de los estudiantes con su entorno a partir de la reflexión y crítica de su realidad social, cultural, económica y política.

Los alumnos de sexto semestre de la licenciatura en Mercadotecnia Internacional fueron los encargados de organizar la feria y diseñar el logotipo que se muestra en la figura 3.

**Figura 3: Logotipo Eco Business, 2014**



**Elaboración: alumnos de sexto semestre de Mercadotecnia Internacional de UNITESBA, 2014**

En 2014, participaron 38 proyectos divididos en tres categorías, lo cual se muestra en la Tabla 5.

**Tabla 5: Número de proyectos de la Feria Eco-Business y categoría**

Categoría del Proyecto	Número
Plan de Negocios	19
Idea de Negocio	11
Inn Business Junior	8

**Elaboración propia, 2014**

El número de proyectos se incrementó en un doscientos por ciento, y las categorías para participar se duplicaron. La relación de todos los proyectos que se presentaron se muestra en la tabla 6.



**Tabla 6: Nombre de los proyectos participantes por categoría en Eco Business, 2014**

Núm	Categorías 2014		
	Plan de Negocios	Idea de Negocio	Inn Business Junior
1	Pulpifruit (Admón y Negocios)	Ride Shoes (Derecho-Vespertino)	SENIOR GYM (ITESBA)
2	Miel de Maguey (Admón y Negocios)	BIBIDRINK (Derecho-Vespertino)	ECOCAN (ITESBA)
3	Green Garden (Admón y Negocios)	Cenimento Difrara (Derecho-Vespertino)	ECOSTAR (ITESBA)
4	Treasure (Ing. Industrial-Vespertino)	ECO-BAG (Derecho-Vespertino)	Dessins de la Mascotte (ITESBA)
5	Shirtland (Ing. Industrial-Vespertino)	Estefania Patiño (Derecho-Vespertino)	BYE-NIZ (ITESBA)
6	La Artesana (Negocios Internacionales)	ECOTAPA WC (Derecho-SUA)	The Cupcake House (ITESBA)
7	Miel de Agave (Negocios Internacionales)	Seguridad Confiable (Derecho-SUA)	
8	IGAT (Turismo)	Soluciones Integrales (Derecho-SUA)	
9	NECU (Turismo)	SPRAY DENTE (Derecho-SUA)	
10	Business Time (Turismo)	Think Green (Admón. Y Negocios-SUA)	
11	BIO-ENERGY (Ing. Automotriz)		
12	AIR CAT (Ing. Automotriz)		
13	3 GRAVIB (Gastronomía)		
14	Passion (Gastronomía)		
15	Salchicha de Cordero (Gastronomía)		
16	Diuriline (Gastronomía)		
17	Biker Burn (Gastronomía)		
18	Real de Celaya (Gastronomía)		
19	Diseño y Planificación de una casa autosustentable (Ing. Civil)		

**Elaboración propia, 2014**

### Lecciones Aprendidas

Entre las lecciones aprendidas de este ejercicio de coevaluación entre los involucrados en el desarrollo del evento están:

Para los **estudiantes** las acciones de mejora que se admitieron fueron: a) en el desarrollo de la feria mejorar la comunicación entre los miembros del equipo organizador, b) iniciar la difusión y registro de participantes con mayor anticipación, c) explicar con claridad a los evaluadores

como registrar la valoración de cada equipo en los formatos, d) buscar otras formas de financiamiento del evento o conseguir patrocinios, y e) rediseñar la encuesta de opinión para evaluar el evento.

Para el **docente** las acciones de mejora que se reconocieron, en la ejecución de la materia de emprendedurismo, son enfoque a) en el trabajo cooperativo para que los alumnos aprendan a convivir con estudiantes de diferentes carreras y respetar la individualidad de cada uno, b) en construir el aprendizaje y la responsabilidad de cada estudiante considerando como base el desarrollo sostenible, c) robustecer las siguientes cualidades psicológicas: aceptación de la incertidumbre y el riesgo, confianza en la voluntad y coraje de cada participante, conocimiento, aunque sea incipiente de las reglas del mercado y no solamente a través de la teoría.

Para la **Universidad** las acciones de mejora que se ubicaron fueron: brindar apoyo a través de la asesoría de las autoridades y el docente, colaborando con la publicidad y la relación de contactos.

A pesar de que los resultados fueron satisfactorios se reconoce que aún queda mucho camino por recorrer para la Universidad para lograr una

promoción más eficaz y sensibilizar a toda la comunidad universitaria. Las acciones desarrolladas actualmente desde la universidad resultan insuficientes y descoordinadas en algunos casos.

En cuanto a la difusión interna, como se puede observar en cada emisión del desarrollo de la Feria mejoró significativamente en:

- 1) la sensibilización hacia la comunidad universitaria;
- 2) el desarrollo del espíritu emprendedor inculcado en la materia de emprendedurismo;
- 3) la promoción de la cultura emprendedora al interior de la institución con la Feria y al exterior a través de los medios de comunicación y redes sociales, y finalmente
- 4) generación de lecciones aprendidas y búsqueda de las buenas prácticas que se replicarán para la siguiente emisión.

El proceso de mejora continua que se ha desarrollado a la fecha se muestra como resumen en la tabla 7.

**Tabla 7: Mejora incremental de la Feria de negocios de licenciatura**

**Elaboración propia, 2014**

Aspecto	2011	2012	2013	2014
Sensibilización	Conciencia y motivación para la construcción del espíritu emprendedor.			El desarrollo sostenible como base de la conciencia y motivación del espíritu emprendedor
Desarrollo del espíritu empresarial	Docentes imparten la materia de Emprendeduría. Alumnos desarrollan su plan de negocio. Autoridades de la Universidad apoya con recursos.			
Promoción de la cultura emprendedora interna	Difusión entre alumnos	Difusión a toda la comunidad universitaria Feria Inn Business	Feria Inn Business	Feria Eco Business

Aspecto	2011	2012	2013	2014
Promoción de la cultura emprendedora externa		Medios de comunicación masiva local.	Medios de comunicación masiva locales y una red social. Invitados del sector empresarial y del gobierno local, y alumnos de preparatoria y bachillerato como espectadores.	Medios de comunicación masiva locales, dos redes sociales y posters. Invitados del sector empresarial y del gobierno local, y alumnos de preparatoria y bachillerato como participantes activos.
Buenas prácticas	Difundir los proyectos de los alumnos	Desarrollar una feria con toda la comunidad universitaria.	Primera feria de negocios.	Segunda feria de negocios con un tema y mayor organización: Reglamento de participantes.

## Conclusiones

Para la institución objeto de estudio, el proceso de cuatro etapas (ver Figura 1) para promover el espíritu empresarial ha motivado, en la comunidad universitaria, una reflexión y consenso que ha permitido rescatado una serie de buenas prácticas a partir de las cuales es posible re definir y conducir esta tarea. A continuación se especifica cada rubro:

En la sensibilización, (ver tabla 7) ésta inició enfocada al espíritu empresarial de los alumnos de cada grupo para multiplicándose hasta involucrar a toda la comunidad universitaria no solo en la promoción del potencial emprendedor sino en la implicación de cada miembro en el desarrollo sostenible como uno de los ejes de la Misión de la institución.

En el desarrollo de la materia de emprendedurismo, se constató que en los estudiantes ha detonado el potencial empresarial que tiene como base considerar el desarrollo sostenible, en alguna medida, en cada plan de negocio o idea de negocios que se presente. A ello contribuyen las materias de apoyo que el modelo educativo propone (ver tablas 2 y 3).

En el proceso de difusión dentro y fuera de la

institución se mostró (ver tabla 7) la mejora incremental a) en el aspecto interno, el desarrollo de dos ferias de negocios, como una forma de sensibilizar y motivar el espíritu empresarial en los alumnos de licenciatura, mejoro el proceso de promoción del desarrollo empresarial en la comunidad universitaria, y b) en el aspecto externo la difusión se multiplicó.

En las lecciones aprendidas, una de las más destacables, fue el proceso de coevaluación que ha significado un reto, ya que implica la aceptación de evaluar y ser evaluado por los compañeros en igualdad de circunstancias, este es un cambio cultural al que se suma la implicación de toda la comunidad universitaria en el desarrollo sostenible como un actividad cotidiana y no solo como un concepto.

La institución, objeto de estudio, demuestra ser una organización flexible que interactúa con su entorno social y económico, y busca formas de adaptarse a los cambios que demanda la globalización y el desarrollo sustentable.

## Propuestas

Además de los hallazgos de este caso de estudio, se recomienda a las IES construir un enfoque integral en el desarrollo del potencial emprendedor que incluya la viabilidad financiera, sus

brar la idea en los educandos.

Esta tarea, como ya lo dijo María Novo, no es una meta a la que hay que llegar sino una forma de viajar (Novo, 2006).

En este trayecto académico, se observa que uno más de los retos que tiene frente a sí la educación, en el marco del siglo XXI, es el desafío ecológico y el social. Ya que la educación se ha concebido como una práctica transformadora en donde el aprendizaje cooperativo y creativo puede ser el motor que impulse al ser humano hacia la edificación de una mejor calidad de vida desde una perspectiva amplia (Díaz, 2011).

Esta inquietud no es nueva pero se puso de manifiesto en la resolución 57/254 de la Asamblea General de las Naciones Unidas (ONU, 2014) en donde se declaró “el decenio de la educación para el desarrollo sostenible, 2005 – 2014” como un periodo de tiempo dedicado a la educación ambiental enfocado hacia el desarrollo sostenible, a esta resolución se sumó la Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura (UNESCO, 2014) y el Programa de las Naciones Unidas para el Medio Ambiente (PNUMA, 2014).

En México, el gobierno federal formalizó el “compromiso nacional por la década de la educación para el desarrollo sustentable” (Semarnat, 2005). Con lo cual se acepta la relevancia del tema en el mundo contemporáneo.

Las IES comprometidas con los retos y problemas del planeta han abordado el asunto con temas tales como: los relacionados con la mejora del medio ambiente, la solidaridad social y la construcción de un futuro sostenible. La formación de emprendedores universitarios también es un espacio para implicar al alumnado y tratar de hacer coexistir la perspectiva de la sustentabilidad y el crecimiento económico, que parecen ser dos ideas antagónicas.

A continuación se presenta cómo se ha plantea-

do la formación de emprendedores en las universidades, cómo se ha abordado la educación ambiental y finalmente se describe el caso de estudio y los resultados conseguidos.

## Formación de Emprendedores en las IES

La formación de emprendedores, desde las universidades, es una función académica cada día más valorada. Desde la década de los años 90 se ha convertido en uno de los objetivos de la educación a nivel superior en Europa, Japón, Canadá, Estados Unidos y México (Angelelli, 2005). El marcado interés radica en que las IES además de formar profesionistas pueden desempeñar un papel destacado en la formación de emprendedores y con ello contribuir al desarrollo económico y social, a nivel territorial, municipal, estatal y nacional. Estos emprendedores pueden robustecer el tejido económico y social de su localidad.

Se acepta que las principales actividades de las IES son la docencia, la investigación y la extensión, las cuales se realizan de manera, generalmente, separada y especializada. Sin embargo para la formación de emprendedores se requiere de una mayor integración entre ellas para apoyar las actividades de emprendimiento de la IES.

Organismos como el Global Entrepreneurship Monitor (GEM, 2014) mencionan que el espíritu emprendedor es fundamental para el desarrollo económico y el bienestar de la sociedad, al crear puestos de trabajo, impulsar la innovación, la competencia y aumentar la productividad.

En este escenario, la promoción del espíritu emprendedor, en México, es parte de los planes de estudio de las IES públicas y privadas desde hace más de dos décadas, quienes en diferente medida, se han encaminado a motivar un cambio cultural y a formar alumnos para emprender. Un ejemplo destacable es el Instituto de Estudios Superiores de Monterrey que desde sus orígenes se planteó ese desafío (ITESM, 2014). Para lograr la formación de emprendedores, las

tentabilidad y conciencia del entorno con indicadores muy puntuales, priorizar la creatividad e innovación, así como el aspecto ético-valoral que muestre un impacto social explícito.

Programar un ciclo de conferencias, una vez al año, con empresarios reconocidos a nivel estatal, regional y local, así como con profesionistas con experiencia como emprendedores dentro de las organizaciones.

Ofrecer un paquete de servicios que incluya asesorías especializadas y seguimiento individual en el proceso de iniciar un negocio, en los requisitos y en la orientación de la idea de negocio.

Fomentar el aprendizaje cooperativo que permita la integración de proyectos multidisciplinarios de alumnos de diferentes licenciaturas.

Finalmente se propone institucionalizar el proceso de desarrollo del potencial emprendedor, formular estrategias y políticas, en un manual que asegure la calidad y enuncie los recursos humanos y materiales que se requieren.

## Fuentes bibliográficas Referencias

21, A. (1 de 10 de 2014). Cumbre mundial del desarrollo sostenible. Obtenido de Departamento de asuntos económicos y sociales. División de Desarrollo Sostenible: <http://www.un.org/spanish/esa/sustdev/agenda21/>

Angelelli, P. P. (2005). Banco Interamericano de Desarrollo. Recuperado el 16 de 10 de 2014, de BID: [www.bid.org](http://www.bid.org)

Chelén, D. (4 de 10 de 2014). Emprendedores como creadores de riqueza y desarrollo regional. Obtenido de INTEC. CHILE: <http://72.38.129.6:8127/jspui/bitstream/123456789/161/1/PFDIriquezaemprendedores.pdf>

Delors, J. (1996). Los cuatro pilares de la educación. En J. Delors, La educación encierra un tesoro (págs. 91-103). Madrid: Santillana/UNESCO.

Díaz, R. (2011). Desarrollo Sustentable. Una oportunidad para la vida. México: Mc Graw Hill.

GEM. (16 de 10 de 2014). GEM. Obtenido de Global Entrepreneurship Monitor: [www.gemconsortium.or](http://www.gemconsortium.or)

ICECI. (4 de 9 de 2014). ICECI. Obtenido de Universidad ICECI: <http://www.icesi.edu.co/>

ITESM. (1 de 10 de 2014). ITESM. Obtenido de Instituto Tecnológico de Estudios Superiores de Monterrey: <http://www.itesm.mx/wps/wcm/connect/Campus/CVA/Cuernavaca/Acerca+del+campus/Filosofia+Institucional/Misiones+anteriores/Mision+hacia+el+2015/Vision+y+mision+2015/>

Novo, M. (2006). El desarrollo sostenible. Su dimensión ambiental y educativa. Madrid: UNESCO - Pearson Educación S.A.

OEIS. (1 de 10 de 2014). Educación ambiental para la sostenibilidad. Obtenido de Organización de estados iberoamericanos: <http://www.oei.es/decada/accion.php?accion=004>

ONU. (5 de 09 de 2014). Guías de investigación. Recuperado el 2 de 10 de 2014, de Guías de Investigación: <http://research.un.org/es/docs/ga/quick/regular/57>

PNUMA. (1 de 10 de 2014). PNUMA. Recuperado el 1 de 10 de 2014, de PNUMA: <http://www.pnuma.org/educamb/quienes%20somos.php>

Semarnat. (1 de 1 de 2005). Semarnat. Recuperado el 6 de 10 de 2014, de Secretaría del Medio Ambiente y Recursos Naturales: <http://>

[www.pnuma.org/educamb/quienes%20somos.php](http://www.pnuma.org/educamb/quienes%20somos.php)

UNESCO. (5 de 10 de 2014). UNESCO. Recuperado el 1 de 10 de 2014, de UNESCO: <http://www.unesco.org/new/es/our-priorities/sustainable-development/>

UNITESBA. (1 de 10 de 2014). UNITESBA. Obtenido de Universidad Instituto de Estudios Superiores del Bajío: [www.unitesba.edu.mx](http://www.unitesba.edu.mx)

Vilches, A. G. (2012). La educación para la sostenibilidad en la universidad: el reto de la formación del profesorado. *Profesorado, Revista de currículum y formación del profesorado.*, 25-43.

Yin, R. (1998). The abridged version of case study research. En B. y. J.L, *Handbook of applied social research methods* (pág. 580). New York: Sage publications Inc.

### Datos de los Autores:

Patricia C. Troncoso Colín, Maestría en Administración por la UVM, doctorante en Alta Dirección por UNITESBA, Coordinadora de Posgrado, teléfono: 01 (461) 168 91 21 Ext. 109, Camino a San José de Guanajuato Núm. 903 (Km. 4.3), Celaya, Gto. C.P. 38110, correo electrónico: [patriciatroncoso@unitesba.edu.mx](mailto:patriciatroncoso@unitesba.edu.mx).

Eduardo Rojas Ramírez, Maestro en Ciencias por el ITC, doctorante en Alta Dirección por UNITESBA, Coordinador General de Desarrollo Estudiantil, teléfono: 01 (461) 168 91 21 Ext. 108, Camino a San José de Guanajuato Núm. 903 (Km. 4.3), Celaya, Gto., C.P. 38110, correo electrónico: [eduardorojas@unitesba.edu.mx](mailto:eduardorojas@unitesba.edu.mx) .

Pablo Diosdado Estrada, Doctor en Administración por la UNAM, Investigador y docente del ITC, teléfono: 01 (461) 61 77 770 ext.2201, Av. Garcia Cubas 1200, Fovissste, C.P. 38010 Celaya, Gto., correo electrónico: [pablo.diosdado@itcelaya.edu.mx](mailto:pablo.diosdado@itcelaya.edu.mx)

Tzili Hurtado Sánchez, estudiante de la licenciatura en Mercadotecnia Internacional, teléfono: 01 (461) 168 91 21 Ext. 109, Camino a San José de Guanajuato Núm. 903 (Km. 4.3), Celaya, Gto. C.P. 38110, correo electrónico: [tzili72@hotmail.com](mailto:tzili72@hotmail.com).