

15
24



UNIVERSIDAD NACIONAL AUTONOMA DE MEXICO

FACULTAD DE CONTADURIA Y ADMINISTRACION

Taller Empresarial: Opción Teórico-Práctica para el
Desarrollo de Habilidades del Estudiante
Universitario para Crear y Desarrollar
Empresas.

Seminario de Investigación Administrativa
Que para obtener el Título de
LICENCIADO EN ADMINISTRACION
P r e s e n t a
José Hilario Corona Uscanga

Asesor del Seminario:

C. P. y M. A. SALVADOR RUIZ DE CHAVEZ OCHOA



TESIS CON
FALLA DE ORIGEN

México, D. F.

1995

1996

TESIS CON
FALLA DE ORIGEN



Universidad Nacional
Autónoma de México



UNAM – Dirección General de Bibliotecas
Tesis Digitales
Restricciones de uso

DERECHOS RESERVADOS ©
PROHIBIDA SU REPRODUCCIÓN TOTAL O PARCIAL

Todo el material contenido en esta tesis esta protegido por la Ley Federal del Derecho de Autor (LFDA) de los Estados Unidos Mexicanos (México).

El uso de imágenes, fragmentos de videos, y demás material que sea objeto de protección de los derechos de autor, será exclusivamente para fines educativos e informativos y deberá citar la fuente donde la obtuvo mencionando el autor o autores. Cualquier uso distinto como el lucro, reproducción, edición o modificación, será perseguido y sancionado por el respectivo titular de los Derechos de Autor.

Agradecerco...

A mis padres, el Sr. Hilario Corona Aguilar y la Sra. Leonor Uscanga de Corona, por el apoyo, esfuerzo y dedicación que siempre me han brindado durante tantos años de estudios, y que gracias a ello debo mi formación tanto personal, profesional y familiar.

A los profesores: Héctor Sánchez Rued, Yolanda Fimes Cataño, César Chávez Castillo, Lilia Olga Varela Barraza, Jorge Cerecedo Maya, Miguel Angel Ríos Galindo, Manuel Buendía Palau, Héctor Campos Lomeli, Clara Mnsón Velasco, Laura Fischer Navarro, José Luis Robles Ramírez, José Zaldivar Alfaro, Carlos Sedano Martínez, Julio Cancino León, Emilio Ordoñez López, Angel Osornio Morales, Jaime Espinosa de los Monteros y Alfonso Aguilar Alvarez, que por su dedicación y profesionalismo, fueron parte importante en mi formación a lo largo de mis estudios en la licenciatura.

De manera muy especial a la Psic. Angelica Oviedo López, L.A. Francisco Pedronni Luna, L.A. Adrián Méndez Salvatorio e Ing. Antonio Castro Martínez por el apoyo y confianza que siempre me han brindado, durante mi estancia en la FCA y en particular en el Programa Emprendedores UNAM, igualmente al C.P. y M.A. Salvador Ruiz de Chávez Ochoa, por sus valiosos consejos y asesoría brindada a lo largo de ésta investigación.

A mis compañeros de generación: Eduardo Fabila González, Lilia Fabila González, Claudia Solís Castañeda, César Márquez Márquez, Noé Nieto Miranda y Victor Salazar Arteaga, por su amistad y las inolvidables jornadas de trabajo y estudio que pasamos juntos.

A Angel Amezcua Reyes, Héctor González Ramírez, Emiliano Rico Nieto, Marcela Robles Arvizu, Norma Solís Santana, Eduardo Soler Aguirre, Perla Morales Sánchez y Ramón Romano Villanueva, compañeros inseparables y grandes colaboradores dentro del Programa Emprendedores UNAM.

A mi estimada escuela, la Facultad de Contaduría y Administración, lugar de gran calidad humana y académica, forjadora de grandes hombres para el progreso de nuestra nación.

A mi querida Universidad Nacional Autónoma de México, lugar de cultura, investigación, deportes y convivencia humana, que gracias a la comunidad existente en ella, hombres y mujeres como yo, han tenido, tienen y seguirán teniendo la oportunidad de decir con orgullo que somos egresados de la Máxima Casa de Estudios.

Gracias a todos.

ÍNDICE

TEMA	PAGINA
INTRODUCCIÓN.	1
CAPITULO PRIMERO	
ANTECEDENTES Y FUNDAMENTOS.	7
I. IMPORTANCIA.	8
II. PROGRAMAS DE DESARROLLO EMPRESARIAL.	9
1. Desarrollo Empresarial Mexicano (Sistema DESEM)	
2. Instituto Tecnológico de Estudios Superiores de Monterrey	
3. Instituto Tecnológico Autónomo de México	
4. Universidad Autónoma Metropolitana	
III. EL PROGRAMA EMPRENDEDORES EN LA FACULTAD DE CONTADURÍA Y ADMINISTRACIÓN Y LA UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA DE MÉXICO.	26
1. Antecedentes	
2. El seminario de titulación	
3. Trabajos previos para el establecimiento del taller	
4. Formalización del Taller III "Creación de Empresas Juveniles"	
5. Inicio de actividades del Taller III	
CAPITULO SEGUNDO	
PAPEL Y RESPONSABILIDAD DE LA UNIVERSIDAD NACIONAL EN LA FORMACIÓN DE PROFESIONALES.	37
I. MISIÓN DE LA UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA DE MÉXICO.	38
II. MISIÓN DE LA FACULTAD DE CONTADURÍA Y ADMINISTRACIÓN.	46

III. ESTUDIO Y DESARROLLO DEL PLAN DE ESTUDIOS 1993 EN LA FCA.	49
1. Descripción	
2. Estudios previos	
3. Lineamientos para su diseño	
4. Acciones para su implantación	
5. Principales adecuaciones	

CAPITULO TERCERO
PLANEACIÓN Y ORGANIZACIÓN DE EL TALLER EMPRESARIAL 55

I. FUNDAMENTOS DE UN TALLER EMPRESARIAL.	57
1. Objetivos	
2. Principios pedagógicos	
II. ORGANIZACIÓN Y ESTRUCTURA ACADÉMICA Y OPERATIVA EN EL TALLER.	61
1. Antecedentes de la estructura	
2. Propuesta de la estructura académica y operativa	
A. Descripción de puestos	
a) Jefe de la División	
b) Departamentos académicos	
c) Coordinador del taller	
d) Consejo empresarial	
e) Asesor	
f) Empresario Juvenil	
g) Consejo de tutores	
h) Monitor empresarial	
B. Contisiones de operación	
a) Administrativa	
b) Finanzas	
c) Imagen corporativa	
d) Difusión	
e) Eventos	
III. CREACIÓN Y RATIFICACIÓN DEL EQUIPO EMPRESARIAL.	77
I. La empresa juvenil	

IV. PLAN TEÓRICO - CONCEPTUAL PARA EL DESARROLLO DE EL ALUMNO. 80
1. Objetivo	
2. Temario	
V. ELABORACIÓN, CONCEPTUALIZACIÓN Y SEGUIMIENTO DEL PROYECTO. 85
1. Planificación en grupo	
2. Contenido del proyecto	
A. Objetivos	
B. Actividades	
VI. CURSOS Y ACTIVIDADES EXTRACURRICULARES. 89

CAPITULO CUARTO
CARACTERÍSTICAS ESENCIALES DE LOS COMPONENTES Y FUNCIONAMIENTO DEL TALLER. 92

I. PERFIL Y CARACTERÍSTICAS DEL EGRESADO UNIVERSITARIO A NIVEL LICENCIATURA. 94
1. Actitudes	
2. Habilidades	
II. IDENTIFICACIÓN Y RESPONSABILIDAD DEL ESTUDIANTE UNIVERSITARIO. 96
III. PERFIL Y CARACTERÍSTICAS DEL EMPRENDEDOR UNIVERSITARIO	99
1. Concepto	
2. El emprendedor universitario	
IV. PAPEL DEL DOCENTE EN EL TALLER. 102
1. Características de un buen profesor de taller	
2. El docente como organizador y el liderazgo rotativo	
3. Características recomendables para el docente	
A. Rasgos característicos recomendables	
B. Mínimos rasgos deseables	
C. Formas de desarrollar las características deseables	

V. AUXILIARES EN LOS MÉTODOS DE ENSEÑANZA.	.108
1. Los recursos didácticos	
2. Material didáctico	
A. Medios (hardware) para uso didáctico	
3. Recomendaciones y lineamientos para la elaboración y selección de material didáctico.	
A. Marco de referencia	
B. Diseño de material	
C. Elaboración del prototipo	
D. Evaluación del prototipo	
4. Dinámicas de grupo	
A. Desarrollo	
VI. EL TRABAJO EN EQUIPO.	.116
1. Descripción	
2. Factores de desarrollo	
3. Comportamiento del equipo	
4. Sinergia	
5. Factores de integración	
A. Toma de decisiones	
B. Objetivos	
C. Coordinación	
D. Comunicación	
E. Crítica	
VII. DESARROLLO DE NUEVOS PRODUCTOS.	.123
1. La creatividad	
VIII. PRINCIPALES FACTORES ADVERSOS.	.124
CAPITULO QUINTO	
ACTIVIDADES COMPLEMENTARIAS Y RELACIONES EN LA ORGANIZACIÓN DEL TALLER.	.126
I. FOMENTO DE UNA CULTURA EMPRESARIAL.	.127
1. El empresario	
2. La empresa	
3. Perfil del pequeño empresario	
4. Futuro de los pequeños empresarios	

II. EL DESARROLLO DE UNA FORMACIÓN INTEGRAL.132
III. PROYECTOS INMEDIATOS Y CONTINUIDAD DEL TALLER.134
1. Los clubes	
2. Asesorías de apoyo	
3. Seguimiento a proyectos	
IV. APOYOS EXTERNOS.136
1. Iniciativa privada	
2. Otras instituciones	
V. INTEGRACIÓN DE UN COMPLETO PROYECTO UNIVERSITARIO .138	
1. Elementos existentes	
2. Características del proyecto	
CAPITULO SEXTO	
RESUMEN Y CONCLUSIONES.145
I. RESUMEN.146
II. CONCLUSIONES.149
BIBLIOGRAFÍA.152
HEMEROGRAFÍA.155

INTRODUCCIÓN

La importancia que tiene la dirección y coordinación de un taller de desarrollo empresarial, hacen necesario el tener como guía un documento en el que se conozcan los antecedentes, justificantes y aspectos de organización que se involucren en el mismo. Y éste reviste una mayor importancia cuando el taller se realiza dentro de la universidad de mayor trascendencia en el país, y en la que todas las actividades deben de estar debidamente orientadas a la formación de profesionistas útiles a la sociedad. Al no existir un documento que conjuntara todos estos elementos, se consideró útil el realizar la siguiente investigación, quedando ésta como testimonio de los trabajos realizados hasta su presentación y como una guía para presentar mejoras y optimizar recursos, actividades y funciones.

Para el desarrollo de ésta investigación se determinaron inicialmente los temas a tratar y el alcance de los mismos, delimitando que fueran los antecedentes, desarrollo, programas y vinculaciones que se relacionan directamente con el taller creación de empresas juveniles, coordinado actualmente por la División de Administración de la Facultad de Contaduría y Administración en la Universidad Nacional Autónoma de México.

El objeto del presente ensayo es el describir los trabajos realizados para crear y formalizar talleres de desarrollo empresarial útiles para el crecimiento del estudiante universitario a nivel licenciatura.

Implantar un taller de este tipo busca ampliar los conocimientos y capacitar de manera integral al estudiante para que pueda crear, desarrollar, estructurar y manejar una entidad económica propia y despertar en él una actitud emprendedora y de autosuficiencia, con una mentalidad de empleador y no de empleado.

Para esto es necesario montar una estructura académica y operativa enfocada especialmente para el logro de los objetivos planteados, esperando que los alumnos, al terminar el ciclo empresarial, hayan obtenido los conocimientos básicos para iniciar una empresa.

Para desarrollar este trabajo se recopiló la información referente a la historia y organización de diversos programas de emprendedores o de desarrollo empresarial; y se recurrió a entrevistas con los dirigentes de cada programa, en la respectiva institución o universidad, y a la información especificada en folletos informativos y manuales.

Las instituciones visitadas fueron: Desarrollo Empresarial Mexicano, (Lic. Martha Cervantes, directora de programas educativos en el Valle de México); Instituto Tecnológico de Estudios Superiores de Monterrey, (Lic. Luis Miguel Román Lira, director del programa emprendedor, *campus* Estado de México); Instituto Tecnológico Autónomo de México, (Lic. Carlos Sedano Martínez, director de desarrollo empresarial); Universidad Autónoma Metropolitana, (Lic. Clara Valladares Sánchez, académica del área de producción económica y profesora de el taller de simulación empresarial). En la UNAM se consultó a académicos de la FCA: L.A. Adrián Méndez Salvatorio, jefe de la división de administración; Ing. Antonio Castro Martínez, coordinador del área de operaciones y adquisiciones; L.A. Laura Fischer De la Vega coordinadora del área de mercadotecnia; Lic. Pablo Licea Aleazar, coordinador del área de economía; Lic. Sergio Hernández y Rodríguez, profesor en el Sistema de Universidad Abierta; y L.A. Francisco Pedronni Luna, director de la escuela de administración en la Universidad del Pedregal, éstos dos últimos, participantes en el programa emprendedores, en sus inicios.

Los cuestionamientos realizados a estos directivos fueron en relación con la actividad del programa que dirigen, tales como: a) fecha en que se inició el programa en su institución;

b) motivo por el cual se implantó;

c) objetivo del mismo;

d) beneficios alcanzados;

e) adversidades en su implantación

f) forma de llevarlo a cabo (opcional u obligatorio);

g) impacto y conocimiento del programa ante la comunidad;

h) número de personas que trabajan en la organización del programa por parte de la institución;

i) actividades que realizan estas personas en específico;

j) capacitación recibida;

k) perfil adecuado del estudiante al ingresar al programa y en caso de no cumplirlo cómo se le ayuda para que lo desarrolle;

l) características del estudiante al terminarlo y del emprendedor de su institución;

m) apoyos y cursos que como complemento se ofrecen a los estudiantes.

n) perfil del docente que imparte la asignatura en el programa; o) tiempo que dura

la fase de teoría y de formación de la empresa; p) seguimiento se les da;

q) forma en que la institución apoya a las empresas que se crean en el programa;

r) asesorías y apoyos externos que reciben;

s) cómo debe enfrentar el emprendedor la situación actual del país. (retos y oportunidades).

También se consultaron publicaciones, libros, revistas, planes de estudios y documentos especializados en el ámbito de talleres, capacitación docente y didáctica, de desarrollo empresarial, espíritu emprendedor y del sector de la micro

y pequeña empresa, así como manuales, reglamentos y programas de trabajo actuales, involucrados en la fase de planeación, estructuración y realización actual del Programa Emprendedores UNAM.

Desde la década de los sesenta en la Facultad de Contaduría y Administración, ha habido diversos proyectos referentes a la formación de micro-empresas y, en particular, al desarrollo de distintos programas con el objeto de fomentar la actitud emprendedora. Lo que hoy se conoce como Programa Emprendedores UNAM es el resultado de la evolución de los distintos programas, partiendo desde lo que fueron prácticas en una asignatura, hasta lo que fue la creación y formalización de un taller.

La investigación en su mayor parte es documental bibliográfica y hemerográfica en los referente a los antecedentes, desarrollo actual y proyectos inmediatos; y de campo en la parte de vinculaciones con otras instituciones y empresas privadas.

En el capítulo primero se describe la importancia que tienen los talleres de desarrollo empresarial y la forma en que los llevan a cabo Desarrollo Empresarial Mexicano, el Instituto Tecnológico de Estudios Superiores de Monterrey, el Instituto Tecnológico Autónomo de México, la Universidad Autónoma Metropolitana y la Universidad Nacional Autónoma de México, en ésta última destacando desde sus antecedentes, los trabajos previos y actual funcionamiento.

En el capítulo segundo se destacan la misión, tanto de la UNAM, como la de la FCA y su relación con la formación y compromiso que debe tener la comunidad universitaria que se instruye en ella, describiendo por otra parte, los estudios y trabajos realizados para desarrollar el plan de estudios 1993 en la misma Facultad.

El capítulo tercero presenta los objetivos y principios pedagógicos con los que se debe de planear un taller, la estructura académica y operativa necesaria para llevar a cabo el mismo dentro de la FCA, así como la explicación de los aspectos importantes a observar en el inicio del mismo, tales como la creación de un equipo de trabajo, el plan de desarrollo del proyecto y actividades extracurriculares que se deben de realizar.

En el capítulo cuarto se describen aspectos que se involucran con el taller de diversas formas; el perfil y las características de un egresado de la FCA y su responsabilidad desde que es estudiante y la actitud emprendedora que deberá desarrollar en ésta etapa; el papel y requisitos que deberá de cumplir el docente que imparta la asignatura; el proceso para crear materiales didácticos; el trabajo en equipo y el impulso para el desarrollo de nuevos productos contemplando factores adversos que se pueden presentar.

En el capítulo quinto se mencionan las actividades complementarias que no precisamente están dentro del ámbito académico, pero que se relacionan dentro de la parte formativa del taller, como es el fomento de una cultura empresarial enfocada hacia una formación integral del estudiante; proyectos y apoyos que den continuidad al taller, como pueden ser la creación de un club extra-académico y la integración de diversas partes de la universidad para concebir un completo proyecto universitario, enfocado al desarrollo empresarial.

El capítulo sexto se compone del resumen y conclusiones.

Entre los problemas que se presentaron durante la investigación destacan los siguientes:

- a) Las instituciones de educación superior que imparten programas de desarrollo empresarial, no cuentan con una memoria cronológica, un manual de organización y de procedimientos, o algún texto en el que se puedan consultar aspectos

referentes a la operatividad y funcionamiento del programa, por lo que se recurrió a las entrevistas personales para la obtención de la información.

b) No existe material bibliográfico especializado en el área de talleres a nivel de bachillerato o licenciatura, de modo que se recurrió al análisis de la información de los talleres en sus niveles de educación básica, y posteriormente se hizo su relación, utilizando los mismos principios pedagógicos y destacando su aplicación en los niveles superiores.

c) La bibliografía en la que se describe el perfil y características de un pequeño empresario, por lo general no contempla que éste se puede formar dentro de una institución de educación superior, de tal modo que se buscaron aquellos puntos que se pudieran relacionar de forma clara y directa dentro de un plan de estudios y que le sean útiles al estudiante.

d) Las distintas Facultades e Institutos de la UNAM que manejan programas de desarrollo empresarial, de investigación y de servicio social, en general manejan aspectos muy distintos entre sí, por lo que sólo se tomaron en cuenta aquellos que se podrían relacionar con la formación de un taller para estudiantes de nivel licenciatura.

CAPITULO PRIMERO

ANTECEDENTES Y FUNDAMENTOS

I. IMPORTANCIA

II. PROGRAMAS DE DESARROLLO EMPRESARIAL

- 1. Desarrollo Empresarial Mexicano (Sistema DESEM)**
- 2. Instituto Tecnológico de Estudios Superiores de Monterrey**
- 3. Instituto Tecnológico Autónomo de México**
- 4. Universidad Autónoma Metropolitana**

III. EL PROGRAMA EMPRENDEDORES EN LA FACULTAD DE CONTADURÍA Y ADMINISTRACIÓN Y LA UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA DE MÉXICO

- 1. Antecedentes**
- 2. El seminario de titulación**
- 3. Trabajos previos para el establecimiento del taller**
- 4. Formalización del Taller III "Creación de Empresas Juveniles"**
- 5. Inicio de actividades del Taller III**

I. IMPORTANCIA

Durante las últimas dos décadas, ha surgido una corriente especial en lo referente al estudio, creación y promoción de nuevos negocios, principalmente en el nivel microeconómico. Esta variante económica ha provocado que los sectores, público y privado estén dando una mayor importancia a esta forma de producción. Las pequeñas empresas predominan con un alto porcentaje en cuanto a su número y a la cantidad de personas que emplean, por lo que se ha detectado la necesidad de estudiarlas de manera más detallada. Algunas instituciones públicas y privadas, como la Cámara Nacional de la Industria de la Transformación, Secretaría de Comercio y Fomento Industrial, Nacional Financiera, Instituto Mexicano de la Pequeña y Mediana y Pequeña Empresa, S.C., y la editorial Del Verbo Emprender, imparten cursos de capacitación y actualización sobre los principales tópicos a los microempresarios ya establecidos, debido a que en su mayoría no tienen una base administrativa sólida.

Como parte de esta corriente se han involucrado también universidades e institutos de educación superior, incluyendo en sus planes de estudio, asignaturas o talleres con el objeto de que el alumno tenga una experiencia, lo más real posible, formando una micro-empresa. Se pretende que los estudiantes tengan la oportunidad de aplicar sus conocimientos sobre distintas áreas como mercadotecnia, producción, recursos humanos y finanzas, entre otras. Todo esto llevado de tal forma que el estudiante empiece a descubrir y a vivir los procedimientos necesarios para crear una empresa, desde una lluvia de ideas, pasando por el estudio de factibilidad, la investigación de mercados, la creación de un prototipo y de la parte organizacional, la capitalización, la producción y la venta, hasta el cierre de la misma. Todo se lleva de tal forma que el estudiante

adquiere los conocimientos y la práctica para formar una empresa con alta probabilidad de éxito.

Al investigar en las distintas universidades y escuelas acerca de estos programas, se revisaron los aspectos más importantes, como su estructura, su puesta en marcha, los apoyos operativos, administrativos y financieros y, principalmente las características de sus participantes.

En seguida se describen los principales programas mexicanos de desarrollo empresarial.

II. PROGRAMAS DE DESARROLLO EMPRESARIAL

1. DESARROLLO EMPRESARIAL MEXICANO. SISTEMA DESEM

(Desem, 1993, p. 4-17 y Armas, 1993, p.2)

Desarrollo Empresarial Mexicano, es una filial de *Junior Achievement International*, que es actualmente la organización mundial líder en desarrollo de cultura empresarial, con presencia en 70 países del mundo.

Junior Achievement International es una organización de servicios educativos empresariales creada en Estados Unidos, en 1919, por Horace A. Moses para difundir de manera práctica el conocimiento de la economía, bajo el principio de "aprender haciendo".

En México se fundó en 1975, con el objeto de crear una cultura empresarial entre los estudiantes mexicanos, se adquirió mediante una franquicia y se inició como un subcomité de educación, del Consejo de la *American Chamber*. Tiempo después y debido al éxito obtenido se desligó de ésta, para trabajar

independientemente. Actualmente opera en nueve estados de la República y el Distrito Federal. Con base en este programa se han creado otros en distintas instituciones, mismos que DESEM ha asesorado, para que desarrollen sus propios programas.

Además de laborar con jóvenes a nivel bachillerato y licenciatura, Desem también busca crear una cultura empresarial desde temprana edad, por lo que actualmente se están organizando programas para niños de sexto año de primaria llamados "Fundamentos Empresariales", y se están desarrollando otros programas desde preescolar hasta sexto año de primaria, donde se les enseña a los niños la importancia de su situación como individuos, como consumidores, y como trabajadores dentro de su comunidad y la economía.

El objetivo de Desem es llevar al mayor número posible de personas la oportunidad de conocer y entender de forma práctica el sistema de comunidad de mercado, desarrollando en ellos su "espíritu" emprendedor.

El programa jóvenes emprendedores, está dirigido a estudiantes de nivel bachillerato y licenciatura cuyo objetivo es el de formar jóvenes empresarios.

Cuando se implantó, el país vivía una aguda crisis económica, política y social, situación no propicia y había una gran ausencia de "espíritu" empresarial en México. Fue difícil ya que las escuelas no lo aceptaban fácilmente el programa porque era desconocido. Poco a poco las escuelas lo fueron conociendo y se fue desarrollando, y muchos empresarios y educadores entendieron que era algo necesario.

En sus inicios, tuvo el apoyo de General Motors, y de las empresas afiliadas a la *American Chamber*. Las escuelas que empezaron a participar fueron preparatorias, bachilleres, escuelas del Instituto Politécnico Nacional y también algunas preparatorias particulares.

En las escuelas se lleva de manera opcional u obligatoria como una materia, pero el programa está diseñado para que de forma natural y espontánea los estudiantes ingresen y se desarrollen, es por eso que a las escuelas se les pide que los jóvenes que se inscriben, sea por iniciativa propia, aunque en ocasiones es difícil controlar este punto, pues hay maestros que promueven a sus alumnos y el curso lo toman como parte de la calificación final, por lo que se perjudica al programa, debido a que el estudiante ya no lo ve como su proyecto, si no como una obligación.

Actualmente Desem, tiene participación con el Programa Jóvenes Emprendedores en nueve estados de la República y el Distrito Federal, con un total de 120 escuelas afiliadas, y 2500 alumnos aproximadamente, y en el de Fundamentos Empresariales, en 1994 participaron 27,000 niños. En los 20 años que tiene de funcionamiento el programa, se calcula que han pasado por el, más de 40,000 estudiantes.

Desem es conocido solamente en ciertos sectores y comunidades, universidades, y a nivel programas emprendedores. A nivel de preparatorias particulares, en ocasiones no se conoce debido a que las escuelas que lo tienen, no hacen la suficiente difusión para que el estudiante los pueda conocer. Con los programas para niños, Desem quiere llegar a más personas, incorporándolo a escuelas primarias y por la vinculación con empresas y patrocinadores. En estados como Sonora, Morelos y Puebla Desem es ampliamente conocido.

En la organización interna del programa, existen la Dirección General y una Dirección de Programas. De ésta dependen tres gerencias, una para atención de escuelas privadas, otra de fundamentos empresariales, y otra del programa de jóvenes emprendedores. Además se cuenta una dirección administrativa que se

encarga de trámites, pagos, etcétera. Dos secretarías y dos asistentes administrativos. A nivel nacional el personal de apoyo son 35 en total.

Participan también un gran número de voluntarios, como los aproximadamente 200 consejeros a nivel nacional, y la cámara de jóvenes emprendedores que está integrada por empresarios de ciclos pasados y por los actuales, con sede en la oficina de la ciudad de México organizando diversas actividades como desayunos y ciclos de conferencias. La capacitación al personal y a los voluntarios, se les da sólo en algunos casos y dependiendo, de la actividad a realizar.

Mensualmente se organiza una actividad llamada "Desayuna con el consejo", donde asiste un empresario miembro del Consejo de Desem e intercambian experiencias y que manifiesten sus inquietudes con ese empresario, se llevan a cabo capacitación con ciclos de conferencias, una Feria empresarial, anualmente se realiza el Foro Empresa-Escuela y se realiza en las instalaciones de una empresa, con la participación de los funcionarios de la misma, y también cada año se lleva a cabo el Foro Internacional de Emprendedores. Estas son las actividades básicas directas, además de tener intercambios, con escuelas y diversas instituciones. En esta parte también es donde entra en funciones la cámara, desarrollando distintos eventos para los participantes del Programa, como excursiones, pláticas, cursos de ventas, etcétera. En general son actividades sociales. Todas estas actividades no son obligatorias, pero para aquellos que participan les cuenta para su calificación en una evaluación final, que se realiza al final de cada ciclo y determinar a los mejores equipos empresariales.

La principal característica del estudiante que ingresa al Programa, es que sea voluntario, que sean jóvenes que quieran hacer algo, no importa de que carreras, o nivel socioeconómico, si ellos tienen las ganas de ser emprendedores, por sí solos

van a entrar y van a poder desarrollarlo, si no tienen esa intención, jamás se va a poder trabajar bien con ellos. Algunas escuelas a sus propios alumnos, les piden que sean alumnos regulares y que no deban materias, pero algunas ocasiones, eso no es determinante para asegurar el perfil y características de esa persona.

Para el estudiante que cursa el taller, cambia su forma de enfrentarse a la vida en forma general, un estudiante que paso por el Programa, cambia su actitud, su forma de ser, muchos se vuelven más seguros de si mismos, se sienten identificados con algo y que al hacer las cosas, las pueden hacer bien. Muchos de ellos visualizan también sus sueños y la posibilidad de hacer su empresa, concretar proyectos, patentar ideas, etcétera.

Una parte importante de Desem, es que no es una escuela, y el alumno asume otra actitud ante la diferencia de un sistema escolarizado. Y todas las relaciones o vinculaciones que se puedan realizar son vía empresa-empresa.

También al ser una empresa que involucre varias escuelas, al alumno le permite competir y comparar su nivel con las demás instituciones, incluso a nivel nacional e internacional.

En Desem se nombra un coordinador especial para cada escuela, esa persona también tiene relación con el asesor y con el coordinador del sistema, y esta persona únicamente les va dando el seguimiento respectivo a las actividades y los avances que van desarrollando las empresas.

Algunas escuelas manejan el Programa sólo para las carreras de Administración o Contaduría, pero en Desem, se tiene abierto para todas las carreras, el objetivo es llegar al mayor número de personas posibles.

Durante la creación de la empresa, se revisan todos sus aspectos de organización, investigación, capacitación, etcétera. El producto debe terminarse en la décima semana, y la duración total de la empresa es de 25 semanas.

Para servir a los interesados en continuar con su empresa, Desem esta realizando una alianza con un Instituto de Formación Emprendedora, que se dedica a la creación de empresas ya formales, para que los oriente y capacite, sobre todo en cuestiones fiscales, de registros, y de patentes.

Durante el Desarrollo del Programa, diversas empresas dan su apoyo con consejeros, consultores, conferencistas para los ciclos de capacitación, en el préstamo de instalaciones para las ferias.

En un corto plazo lo que busca Desem, es completar la serie de *Junior Achievement International* que son 18 Programas educativos, y llevarlos a manejar en un plazo no mayor de 5 años. En este momento están en proceso de traducción, todos estos programas, se tienen listos: Jóvenes Emprendedores, dos simuladores por computadora, uno para primero y otro para sexto año de primaria, además se está trabajando otro de segundo grado, y el de secundaria para sus tres años. Se espera tener entre 1995 y 1996 la serie completa de primaria y secundaria, para posteriormente empezar a trabajar los de preparatoria.

Tomando en cuenta que muchas instituciones ya tienen su programa emprendedor. Lo que Desem pretende es penetrar con otros proyectos, como el simulador por computadora y la creación del club de emprendedores, para que todas las instituciones que manejan este tipo de programas, puedan tener los beneficios que ofrece Desem sin necesidad de que estén en el mismo.

El papel del emprendedor y los grandes retos que le esperan, principalmente es el compromiso consigo mismo, de mucho trabajo y esfuerzo que realizar, ante la difícil situación y el desempleo, el emprendedor debe de estar consciente de esto y saber lo importante que puede ser cumplir de la mejor forma su papel ante la sociedad, no ser pasivo, sino un ser trabajador y comprometido en beneficio de nuestro país.

2. INSTITUTO TECNOLÓGICO DE ESTUDIOS SUPERIORES DE MONTERREY (ITESM) CAMPUS ESTADO DE MÉXICO, PROGRAMA EMPRENDEDOR

(Anzola, 1990, p. 2-16)

El Programa Emprendedor se empezó a trabajar en 1982. Nació como Programa Empresario de un departamento, pero en 1985 se extendió a todos los *campus* del sistema y se implantó, como parte de la misión del ITESM el fomentar el espíritu emprendedor innovador.

El ITESM ha buscado identificar las necesidades de las comunidades a las que se dirige. Inicialmente fue un programa para preparar a los administradores de empresas, a los hijos de los empresarios o de los mismos profesionistas como directores de empresas. Después hubo cambios y se detectó a nivel nacional la necesidad de desarrollar tecnología. Así nacieron las carreras de ingeniería y con éstas el desarrollo a personas que desarrollaran habilidades para ser generadores de empleo y no solamente aspirar a ser empleados.

También se busca que los alumnos sean emprendedores, especialistas en su área, y que desarrollen otros valores con respecto a la comunidad.

El programa emprendedor tiene como objetivo la formación de personas altamente capaces, con una clara conciencia del entorno económico y énfasis en el desarrollo de su espíritu y habilidades de emprendedores, de innovadores y creativos; con un enfoque hacia la generación de ideas emprendedoras y con un alto grado de tecnología.

La principal adversidad al momento de su implantación, era de que la gente no tenía esa cultura de ser empresario. Otra era la cuestión económica, la cantidad de dinero que se necesita invertir para tener una empresa propia.

Comenzó de forma diferente en los distintos *campus*. Regularmente se inició en las áreas de administración, como una materia optativa. Después se implantó en las carreras de administración y actualmente se lleva como curso sello. Un curso sello, es una materia que es llevada por todos los alumnos, de todas las carreras, en todos los *campus*. El programa tiene una estrecha relación con otras asignaturas, ya que lo que se busca, es que el alumno complemente todos los conocimientos y los traduzca en un plan de negocios. Se imparte entre el cuarto y quinto semestre de la licenciatura, donde ya se tienen algunos conocimientos básicos y aun no se han especializado. Aquí se desarrolla la parte teórica, que debe estar bien fundamentada, y a partir de sexto semestre aparecen los primeros proyectos y algunas empresas, muchas de éstas se consolidan en las expo-ferias.

Los estudiantes, al conformar su empresa hay desde ingenieros haciendo proyectos en comunicaciones, licenciados en sistemas de computación en la fabricación de un producto, las hay desde los giros tradicionales hasta los que hacen algo realmente innovador. Y los que la integran tienen la total y completa libertad de elegir con quien van a trabajar.

A partir de que se implantó oficialmente, se afirma que un alto porcentaje de sus alumnos son propietarios de una empresa, ya sea por que la han heredado, la han iniciado o se han asociado. Hay un impacto con los egresados y lo principal es que son generadores de empleo. Por otra parte, estas generaciones han sobresalido incluso a nivel internacional. Como muestra de ello se revierte por la inquietud de algunas instituciones que se han acercado al FTESM a solicitar asesorías sobre como iniciar este tipo de programas.

Las actividades que se realizan alternas al programa son variadas, son desde la inducción a los alumnos de nuevo ingreso, programas motivacionales y de calidad, técnicas de generación de ideas, talleres, visitas a empresas, coordinación

para visitantes distinguidos, y cursos de conceptos básicos de empresa. Respecto a planes de negocios, se canalizan a través de PRO-ITESM, que es la asociación entre Probusa y el IITESM que puede proporcionar apoyo financiero a los alumnos. Un grupo de asesores evalúa la factibilidad de los proyectos y en su caso se generan los trámites de ventanilla única para proceder al financiamiento.

El seguimiento en cuanto al apoyo financiero puede llegar a ser desde 30,000 hasta 1'000,000 de nuevos pesos. Posteriormente, mediante asesorías, se revisan los avances del proyecto.

Asimismo se realizan prácticas profesionales, juegos de negocios y programas de exportaciones que entre otras actividades realizan exposiciones de administración, ingeniería y del emprendedor.

Para los alumnos la capacitación es constante ya que desde la inducción se les empieza a hablar de lo que es el emprendedor y con los demás cursos se busca la total integración.

Al ingresar al programa no se busca que el alumno tenga un determinado perfil. Se parte de la base que el estudiante cuando ingresa al IITESM tiene la capacidad de iniciar una empresa. Al terminar sus estudios puede o no abrirla, pero si puede adquirir a lo largo de su carrera esos valores que le ayuden en un determinado momento a llevarlo a cabo, por el enfoque que se les da, que el emprendedor puede hacer lo que se proponga. El emprendedor puede ser, interno o externo, el que abre su propia empresa, o aquél que dentro de una organización genera cambios.

Aunque se maneja un modelo de características del emprendedor que es el ACTIVAR, (Audacia, Confianza, Tenacidad, Iniciativa, Voluntad, Apasionamiento y Responsabilidad), cualquier ser humano puede tenerlas. Todos los seres humanos son valiosos en diferentes áreas y en distintos sentidos.

habilidades, etcétera. y lo importante de manejar características es buscar que en sí mismo descubra las mismas, que se descubra como emprendedor. No importa cual sea el tipo de perfil que se maneje, siempre y cuando el alumno se de cuenta de que puede hacer las cosas.

En cuanto al docente, por lo general son personas que han trabajado en áreas específicas, y lo que se hace es aprovechar sus talentos. Para desarrollar un programa de estas características, además de la capacitación a profesores, éstos participan en programas de calidad educativa, donde se busca que cada profesor esté actualizado en su respectiva área.

En cuanto a otro tipo de asesorías, se tiene mucha relación con la SECOFI, la SHCP, vía pláticas de orientación y apoyos de este tipo. Otro tipo de apoyos son los patrocinios de diversas empresas.

Con el desarrollo del programa lo que se busca es, una integración con la parte académica a través de lo que se denomina el sistema empresarial, y a corto plazo es generar la idea de que los alumnos visualicen factibilidad de negocios de alta tecnología en pequeñas empresas, que la gente trabaje más en equipo, y que los mismos alumnos se dediquen a dar consultoría o a seguirse preparando y a capacitar a los futuros alumnos, mediante el intercambio entre empresarios ex-alumnos y alumnos.

La relación con otros programas similares a éste, sería el identificar que área tiene más desarrollada una institución con respecto a la otra, e intercambiar sus fortalezas, como cursos, eventos o programas especiales. Un punto también importante es el intercambio entre empresarios y académicos, no sólo buscar las relaciones universidad-universidad sino también la relación, universidad-empresas.

Sobre los retos y oportunidades de la actualidad, el pueblo mexicano se ha caracterizado siempre por responder bien, ante momentos de crisis y ante

momentos difíciles. De hecho el programa emprendedor del ITESM, en sus inicios, México pasaba por una situación económica muy difícil, similar a la actual, por lo que se debe de tomar también como una gran oportunidad, para que el emprendedor demuestre lo que es capaz de hacer. En México se ha cambiado mucho el concepto del empresario, ahora debe tener mayor educación en el sentido académico, pensando que la gente preparada está desarrollando conocimientos y poder vertirlos en una empresa.

3. INSTITUTO TECNOLÓGICO AUTÓNOMO DE MÉXICO (ITAM) PROGRAMA DESARROLLO EMPRESARIAL

(ITAM, 1994, P. 1-4)

El Programa denominado Desarrollo Empresarial ITAM, se inició en agosto de 1987. Lo que el ITAM busca es crear profesionistas que vayan a la vida corporativa, ya sea en la iniciativa privada o al gobierno. A muchas personas lo que realmente le interesa es ser empresario, es por eso que se implantó este Programa como una alternativa más, para la vocación del estudiante que quiera desarrollarse en la vida de un empresario, y no el de trabajar en una empresa.

Básicamente son tres los objetivos: Descubrir y desarrollar las habilidades que se requieren para ser empresario, aplicar los conocimientos adquiridos en la carrera, en la formación de una empresa y crear la capacidad para desarrollar empresas de carácter permanente.

Al momento de su implantación, entre las adversidades principales estaban, que la cultura ITAM no es empresarial, si no que es corporativa, que es preparar gente para las grandes empresas, y no tener como prioritario el sector de la

pequeña empresa, esto al principio creó en los maestros que vieran al programa como un juego, y no se le daba la importancia debida, pero con el tiempo fue tomando fuerza hasta su consolidación.

La forma de llevarse es opcional, está dividido en dos materias que es Desarrollo Empresarial I y II, cada una con una duración de un semestre, y lo puede llevar cualquier estudiante de segundo semestre en adelante. En cada periodo participan alrededor de 45 alumnos, y para poder llevarla hay prerequisites que son Economía, Administración y Contabilidad.

El impacto se ha dado principalmente a través de la Asociación de Empresarios ITAM, (AEITAM) que es la forma en la que se le da continuidad a los egresados, se realizan eventos periódicos y se invita a toda la comunidad.

Las personas que trabajan en él son, un coordinador y cuatro asistentes, realizando actividades administrativas, y lo que se busca en ellos es que sean o hayan participado en el programa de Desarrollo, de manera que tengan la cultura que se práctica, y la hagan extensiva.

Para ingresar al programa no se realiza una prueba previa, o se pide un perfil específico, lo que se busca es destacar dos cosas, uno es proporcionarle al alumno, los elementos básicos de administración para que funcione una micro empresa y por otro lado se busca desarrollen habilidades como liderazgo, por lo cual se estructura el grupo de tal forma que cada grupo sea una empresa, y así poder manejar muchos tipos de habilidades.

En cuanto apoyos, se les da un manual de la empresa, y el profesor va desarrollando diferentes temas, una práctica que es la de aprender haciendo, donde la teoría se ve en forma de cápsulas y eso inmediatamente se va aplicando a la empresa. Se empieza partiendo por la metodología de ideas para generar productos, posteriormente la investigación de mercados y así sucesivamente.

El docente en el programa se busca que de preferencia sea emprendedor empresario, que tenga el mismo nivel de los alumnos, es decir que sea empresario o director de alto nivel, o gerente general dentro de una empresa y que tenga una visión general, y no sólo una especialidad.

El programa está abierto a todas las carreras del ITAM, sin embargo los que predominan son, en primer lugar administración, segundo contabilidad y después ingeniería en computación.

La fase teórica-práctica va en paralelo, las primeras dos clases son completamente teóricas, y a partir de la tercera se va combinando teoría con práctica, por eso se maneja el concepto de la cápsula, la cual es aplicable de inmediato.

El apoyo por parte de el ITAM es sólo en asesorías, por parte del profesor y en su caso algunas veces del coordinador. Por otra parte está la Asociación de Empresarios ITAM, que en su mayoría son egresados del programa.

Se tiene también una estrecha relación con la Asociación Colegiada de Emprendedores de Canadá, además de participar en los congresos que cada año se realizan.

Las actividades extracurriculares que se organizan son de diferente índole, algunas son para reforzar conocimientos, como conferencias, ponencias y seminarios, ó desayunos que se realizan mensualmente con el objeto de incentivar a los alumnos, en estos casos por lo general se invitan a directivos de grandes empresas. Otra es la jornada anual de Desarrollo Empresarial, en la que los jóvenes empresarios exponen sus proyectos, y es una manera de promoción interna.

Para un futuro egresado, es muy valiosa esta experiencia ya que desarrolla en la práctica, lo que aprende conceptualmente en las aulas, y lo puede aplicar para

formar una empresa, y al abrirla lo que se hace es crear fuentes de trabajo. Y por la situación actual se necesita formar a los estudiantes con una orientación hacia la creación de empresas, más que ir a tocar puertas para solicitar empleo.

El programa en el ITAM, se busca que sea algo opcional para los estudiantes, que sea como una fuente de vocación, y el que tenga esa vocación o el que crea que la tiene, el programa es la forma de probarlo, más que hacer empresas permanentes, es probar si tienen la capacidad, y ver si están dispuestos a darle el tiempo, esfuerzo y todo lo necesario para iniciar una empresa. Con programas de otras instituciones, se debe de buscar siempre la colaboración, fomentar la unión, intercambios, y formar una asociación que de más formalidad, hacer invitaciones reciprocas, y buscar en que se pueden beneficiar y fomentar las relaciones de cualquier tipo.

Sobre el reto y la oportunidad ante la situación actual, todo es trabajar el triple de lo que normalmente se hacía, no desanimarse, aunque en este momento el ambiente es totalmente adverso, principalmente para el sector de la micro empresa, y enfocar a este tipo de programas, como el fomento al empresario integral, no promover negociantes, sino promover verdaderos empresarios, que implica una serie de valores, de ética, conciencia con la sociedad, y que gracias a la sociedad es que puede sobrevivir la empresa.

4. UNIVERSIDAD AUTÓNOMA METROPOLITANA

TALLER DE SIMULACIÓN EMPRESARIAL

(SEDEUM, 1995, p.3)

El Taller de Simulación Empresarial se inició en 1984, como una propuesta de trabajo de un grupo de profesores que estaban viendo la posible creación de un programa de tipo práctico, donde el alumno tuviera la oportunidad de crear una empresa, y en base a documentos procedentes del Instituto Politécnico Nacional fue que se llevo a cabo,

El objetivo del taller es crear en los alumnos la noción de lo que es un emprendedor, y se enfoca mucho a la práctica, sobre la teoría en los módulos, y así tener la experiencia de formar una empresa y ser ellos los administradores de la misma.

Entre las adversidades en su inicio, fueron que únicamente lo aplicaba la coordinación de administración, y no se tenía apoyo por parte de la Universidad, otra es que para la Universidad una de sus finalidades es dar un aspecto social a lo que es la ereación del administrador, y de alguna forma este programa lo contradice, ya que se trata de desarrollar al administrador, pero para la administración privada. En cuanto a sus beneficios, es que los alumnos pueden ver algo práctico antes de entrar a lo que es el desarrollo de su experiencia profesional, se puede llevar a cabo la formación de una empresa con todos sus requisitos, y el poder relacionarse con otras universidades.

El taller está como parte curricular de carácter obligatorio, y es exclusivo para la licenciatura en administración, en el sexto y séptimo trimestre, y debido a la estructura que se lleva en base a módulos, no la pueden llevar los de otras carreras, en cada trimestre participan alrededor de 120 alumnos.

Al iniciar su carrera, todos los alumnos entran a un tronco común interdivisional, y a partir del cuarto trimestre se separan, dirigiéndose entonces a su respectiva carrera, y para un mejor desarrollo del alumno dentro del taller, se programaron en trimestres anteriores, las materias de contabilidad y administración, que son requisitos para el mismo, y a partir de séptimo los alumnos empiezan a ver en un módulo las materias de producción, recursos humanos, mercadotecnia, de modo que van viendo la práctica antes que la teoría, aunque en el taller se ve sólo lo básico.

El programa tiene una duración de dos trimestres, en el primero se ve todo lo que es integración de equipos, definición de objetivos, misión de la empresa, y durante este tiempo se realiza lo que es la gestión de la empresa, al terminar, los alumnos tienen definido el proyecto que van a desarrollar. Por lo general en el periodo inter-trimestral, es cuando empiezan a producir el producto o servicio, y en el siguiente se dedican específicamente a todo lo que es la venta y el desarrollo de la empresa, aunque en este trimestre también se ve algo de teoría, es menor a comparación del anterior. El alumno puede darse cuenta como se maneja una empresa en todas sus áreas, ya que no se lleva a cabo como una prueba de laboratorio, si no que tienen que trabajar en su empresa. Además de que al llevar la práctica antes que la teoría, hace que fundamenten mejor su criterio y no se queden únicamente con una parte.

El impacto dentro de la misma Universidad, es que los alumnos de otras carreras se han interesado también en cursar el taller, y lo demuestran cuando se realiza la feria empresarial. Fuera de la Universidad se observan los resultados cuando se participa en exposiciones de otras universidades, realizando un aceptable papel en cuanto a su integración y desarrollo.

En la organización del taller trabajan tres personas, dos de ellas encargadas de ver todo lo referente al aspecto académico y seguimiento de cada una de las empresas, en cada turno.

Para el alumno no se tiene definido un perfil adecuado, ya que es un programa curricular y necesariamente todos los alumnos tienen que entrar, y si se habla de características básicas, lo óptimo sería que los alumnos fueran muy entusiastas, perseverantes y constantes. Algunos alumnos durante el desarrollo de la empresa modifican su actitud y otros no.

Para los alumnos que lo llevan, hay un cambio de actitud, ya que pueden encausar hacia aspectos positivos su organización, en otros ha cambiado de ser muy introvertidos a ser un poco más abiertos, más ordenados y han definido más los objetivos en su vida. Por parte del programa no se realizan actividades del tipo curricular, y se participa cuando por parte de otras instituciones hay la invitación para asistir a un evento. Sólo en algunas ocasiones se han realizado ciclos de conferencias, dentro del horario de clase.

El docente en este Programa debe ser un motivador y entusiasta, que tenga clara la idea sobre lo que es la creación de una empresa, que busque involucrar claramente al alumno. El profesor es el mismo asesor del taller, por lo tanto debe estar especializado y conocer la integración de todas las áreas funcionales.

El seguimiento para las empresas se da sólo cuando los alumnos se acercan al programa y deciden continuar con la misma, aunque sería mejor crear una asociación de emprendedores, creada por los propios alumnos. En cuanto a la relación con otras instituciones es muy importante intercambiar experiencias y avances, hacer sinergia y formalizarla, para que fuera en beneficio de todos.

El emprendedor de hoy debe tener conciencia, de que lo más importante es crear fuentes de trabajo y ayudar a los demás, y que al tener éxito en su empresa,

estará cumpliendo con uno de los objetivos por el cual creó la misma, y estar sumamente comprometido con su realidad y con las necesidades de la sociedad.

III. EL PROGRAMA EMPRENDEDORES EN LA FACULTAD DE CONTADURÍA Y ADMINISTRACIÓN EN LA UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA DE MÉXICO

I. ANTECEDENTES

Hacia el año de 1960, el Dr. Nabor Carrillo Flores fungía como Rector de la Universidad y el C.P. Arturo Elizundía Charles como Director de la entonces Escuela Nacional de Comercio y Administración, y es en el plan de estudios de este año donde se encuentra el primer antecedente sobre una asignatura relacionada con el movimiento de emprendedores. La asignatura se llamó "Promoción, organización y administración de empresas", que consistía en desarrollar la metodología de evaluación de proyectos de inversión, colocada en el quinto año de la Licenciatura en Administración de Empresas. Para el siguiente año se modificó el nombre y sólo se denominó "Promoción de Empresas" estando vigente hasta 1969.

En el plan de estudios 1970, a base de módulos, no se contempló una asignatura específica al respecto, sino que se repartió en varias.

En 1975, el Dr. Guillermo Soberón Acevedo era el Rector de la Universidad y el C.P. Manuel Resa García, Director en la Facultad de Contaduría y

Administración. En ese año, se estableció el plan de estudios 1975 para las Licenciaturas de Contaduría y Administración, que incluyó en el séptimo semestre, la asignatura "Empresas pequeñas y medianas", cuyo objetivo era que el alumno comprendiera la importancia de este tipo de empresas en México, así como sus características y problemática administrativa, y saber aplicar los conceptos, principios y técnicas fundamentales de la administración a la solución de la misma. Además estaba como optativa, la asignatura de "Promoción de Empresas", en noveno semestre de la Licenciatura en Administración que tenía como objetivo, desarrollar las habilidades y visión empresarial del alumno.

En ambas asignaturas se llevaban prácticas, que consistían en realizar un estudio de factibilidad, un estudio financiero, y ver la posibilidad de establecer una microempresa, algunos proyectos se llevaron a cabo, aunque no se les dio seguimiento.

En 1979, en la FCA aparecen algunas empresas de tipo académico, promovidas por profesores de las asignaturas de, "Empresas Pequeñas y Medianas", "Promoción de Empresas", y principalmente de "Proceso Administrativo". Estas prácticas tuvieron una duración aproximada de 4 años. No fue muy bien visto académicamente, debido a que no tenían las suficientes bases para crear una empresa, ya que sólo creaban un producto, lo vendían en los pasillos, sin un concepto administrativo y sin una formación fundamentada. Sólo se trataba de aplicar el proceso administrativo, además de que desgastaba a los alumnos, incluso desvirtuando a la asignatura, aunque hubo profesores muy entusiastas y hacían ferias en las que exponían los productos que surgían, razón por la que ya se vislumbraba formalizar el programa, para darle más vigencia y canalizar mejor esas inquietudes.

En 1981, el Departamento Académico de Mercadotecnia de la FCA, inició el proyecto de lanzamiento del producto en la asignatura de "Mercadotecnia II", de la Licenciatura en Administración, con el objeto de que los alumnos desarrollaran la teoría, en una aplicación real sobre un producto. Este proyecto se desarrollaba en los distintos grupos del sexto semestre, con una participación aproximada de 600 alumnos los cuales realizaban un prototipo, que exhibían en una exposición, manejando su estrategia de promoción, pero sin llegar a la venta ya que no se producían para tal fin, además de someterse a un concurso entre todos los grupos.

En este proyecto se desarrollaban exclusivamente aspectos mercadológicos, y se vio como una buena alternativa para poder realizar un proyecto más integral.

Para 1982 el Dr. Octavio Rivero Serrano, era el Rector en la Universidad, y en la FCA, el C.P. Alfredo Adam Adam, Director. En la FCA, Se crearon micro-empresas que surgieron como proyectos estudiantiles de la asignatura "Promoción de empresas".

En 1985, entró como Rector de la Universidad el Dr. Jorge Carpizo McGregor. En la FCA, se implantó el Plan de Estudios 1985, permanece la asignatura de "Empresas pequeñas y medianas" y se crea la de "Formulación y Evaluación de Proyectos de Inversión", en el décimo semestre de la Licenciatura en Administración, cuyo objetivo es que el alumno aplique los conceptos, principios y técnicas fundamentales de la formulación y evaluación de los proyectos de inversión para la creación de empresas públicas y privadas, en la que se destacaba principalmente la parte financiera.

En noviembre de 1987, se publicó el primer número de la "Revista Emprendedores", que es una publicación bimestral editada por la FCA, con el

objeto de ser un vínculo de información y servicio de la pequeña y mediana empresa.

2. EL SEMINARIO DE TITULACIÓN

En 1988 se iniciaron los trabajos para estructurar, como seminario optativo para titulación, Promoción y gestión de empresas, (Emprendedores), promovida por el Lic. Sergio Hernández y Rodríguez, y trabajando en el proyecto el Ing. Antonio Castro Martínez, Lic. Gustavo Palafox De Anda, Lic. Pablo Licea Alcázar y la Lic. María Isabel García.

Se presentó el proyecto al consejo técnico, en el que se mostró que el Programa Emprendedores, podía ser una opción de titulación, donde después de presentar cuatro materias encaminadas a la promoción y desarrollo de empresas y presentando un caso práctico real, los alumnos obtuvieran su Título. En aquel entonces también se buscó hacer un programa optativo, donde se pudieran aceptar alumnos de cualquier semestre, como una actividad totalmente extracurricular, aunque nunca se llegó a formalizar.

Es en esta época cuando empezó a cobrar fuerza el proyecto de formalizar el Programa el cual tenía como finalidad sembrar el espíritu emprendedor, donde los estudiantes tuvieran como objeto el desarrollar su propia empresa y vieran la manera de trabajar por su cuenta, e incluso si trabajaban en alguna empresa pública ó privada, evaluaran la rentabilidad de los procesos. Entre los trabajos realizados durante este tiempo destaca, la organización del Primer Seminario Nacional de Emprendedores, en el que se contó con la participación del Dr. Yvon Perreault, responsable del Departamento de Ciencias Administrativas de la UQAM, (Universidad de Quebec en Montreal), donde expuso una conferencia

sobre "Pequeña y Mediana Empresa", y manifestó su interés por poner en marcha varios proyectos de colaboración con la FCA.

El Dr. José Sarukhán Kermez, entró como Rector en 1989, año en que se inició en la FCA el Seminario de Titulación, "Promoción y Gestión de Empresas", como una opción para titulación de las Licenciaturas de Administración y Contaduría.

Su objetivo esencial es la creación y operación de organizaciones productivas a partir de ideas innovadoras que puedan cristalizarse con la puesta en marcha de una microempresa, viable y con proyección en su mercado para que pueda coadyuvar al desarrollo socioeconómico de México.

Ya desde entonces se agudizaba el problema del desempleo. Además de haber una campaña muy fuerte contra la UNAM, y a todas las universidades públicas, en el sentido de que el alumno no egresaba bien preparado, que era una persona con ideas subversivas para el interés empresarial. Es por eso que era urgente poner en marcha un programa como éste para quitar la imagen creada alrededor de la Universidad, ya que se tomaba como referencia algunos movimientos estudiantiles y huelgas, por lo que también era importante rescatar la imagen del estudiante. Por otro lado había que sembrar en el estudiante el deseo de emprender, de buscar rentabilidad a sus ideas, recursos y buscar ser más eficiente con lo que pudiera tener, y aunque tuviera escasos recursos poder iniciar una empresa. También era importante para que se pusieran en práctica los conocimientos adquiridos, sobre todo aquellos que cursaban los últimos semestres de modo que se integraran las diferentes áreas y habilidades que se aprendían a lo largo de los estudios de licenciatura.

Hubo una serie de adversidades, principalmente la resistencia al cambio, por la orientación que hasta cierto punto, este tipo de programas tenía, que era

enfocado a la empresa, al negocio y a la obtención de capital. Otro era el que se consideraba que los alumnos de la UNAM, no tenían dinero, (como si el espíritu emprendedor dependiera de ello) por lo que no podían iniciar un propio negocio.

Se firma un convenio de colaboración entre la Facultad de Ciencias Químicas y la Facultad de Contaduría y Administración para realizar proyectos conjuntos. Por otra parte se buscó el apoyo del DDF en lo referente a la apertura y constitución de empresas.

3. TRABAJOS PREVIOS PARA EL ESTABLECIMIENTO DEL TALLER

En 1989, hubo cambio de dirección en la FCA, entrando como Director el C.P. y M.A. Salvador Ruiz De Chávez Ochoa.

En la XXXI Asamblea Nacional de la Asociación Nacional de Facultades y Escuelas de Contaduría y Administración celebrada en la ciudad de Zacatecas, el centro DESEM-Monterrey, presenta un seminario denominado "Programa de Desarrollo de Emprendedores" el cual, es un documento general que detalla el modelo progresivo que puede seguir una universidad para implantar un Programa de Desarrollo Empresarial, con un manual para el alumnos y otro para el profesor asesor.

En 1991 bajo el impulso del L.A. Francisco Pedronni Luna, se creó la Opción Técnica de Emprendedores "Juego Empresarial" en el Colegio de Ciencias y Humanidades Plantel Sur y se hizo extensivo al plantel Vallejo, su objetivo era crear un curso para apoyar el talento y entusiasmo que tienen los jóvenes de 15 a 17 años, promoviendo la actitud emprendedora a nivel medio superior. Los alumnos aprenden a partir de experiencias reales, en las que participan en la

actividad empresarial, viven y experimentan las relaciones de compras, operaciones, personal, ventas, administración general, en el lapso de un semestre lectivo, dentro del cual deben cumplir con los requerimientos para el funcionamiento de la empresa. Participaron en este proyecto, Carlos Rios Murillo, Teresita Alderete, Francisco Pedromi Luna, Victor Morales Serrano y Pablo Licea Alcázar.

Se realiza la Primera Semana del Emprendedor y la Calidad Total, con una exposición de los productos y servicios creados por los alumnos del seminario de titulación.

Durante mayo de 1992 se realiza, el Seminario "El Emprendedor, Promotor de la Calidad Total", con una asistencia de 600 personas y la Segunda Expo-Emprendedores. Se tiene una extensa vinculación con otras instituciones que llevan Programas Emprendedores, tales como el ITESM-CEM, IFAM, UAM, y USB.

Se llevó a cabo una vinculación UNAM-DESEM, con la participación de 40 alumnos de la Facultades de Contaduría, Ingeniería, Arquitectura, el Centro de Investigaciones de Diseño Industrial y la Facultad de Estudios Superiores en Cuautitlán.

4. FORMALIZACIÓN DEL TALLER III "CREACIÓN DE EMPRESAS JUVENILES"

El Consejo Técnico de la FCA, aprobó en el mes de julio de 1992, el nuevo plan de estudios 1993, donde se implanta el TALLER III, "Creación de Empresas Juveniles", en el tercer semestre como requisito para los alumnos de la Licenciatura en Administración, con un valor de dos créditos y opcional para las otras licenciaturas.

Este Taller tiene como objetivo, el coadyuvar a la formación integral de los alumnos, fomentando una cultura empresarial, su actitud emprendedora y habilidad en la promoción, gestión y desarrollo empresarial. Trabajar en equipos multidisciplinarios, para elaborar productos ó servicios bajo la supervisión, asesoría y consultoría del Programa, proporcionar una experiencia práctica identificando la importancia de su profesión dentro de la misma, y enseñarle al alumno el compromiso que tiene como universitario, en el apoyo con su comunidad y con la sociedad en general de manera activa, responsable y comprometida.

Al establecer un programa de esta forma, se corre el riesgo de que muchos alumnos no tienen en realidad la motivación de crear una empresa de forma inmediata, si no que su intención es solamente aprobar, cumplir con los requisitos y terminar la escuela. Además un taller como este necesita mucha motivación, ya que no es sólo teoría, si no que se les enseña a pensar. Aunque también tiene sus ventajas formalizándolo, ya que se ve de forma práctica, la forma de sembrar las ideas.

En junio de 1993, se firmó un convenio entre la entidad de fomento de Fundación UNAM, Nacional Financiera y la Universidad Nacional, para crear un fideicomiso, y poder financiar proyectos presentados por universitarios y que puedan abrir su propio negocio.

Se llevó a cabo una vinculación, por parte del Departamento de Mercadotecnia de la FCA, con el Centro de Investigaciones y Diseño Industrial y con el Centro de Incubadoras de Empresas de la UNAM, para trabajar en la asignatura de "Mercadotecnia III", realizando al final del semestre una exposición de los productos. Esta vinculación sirvió como experimento para visualizar los alcances y perspectivas de crear un taller a una mayor escala.

5. INICIO DE ACTIVIDADES DEL TALLER III

El Centro de Investigaciones de Diseño Industrial, diseña el logotipo del Programa Emprendedores, que se hace en base al bicéfalo del escudo de la Universidad, resaltando de una forma muy estilizada las formas de el águila y el cóndor.

En el mes de agosto, se participó en el IV Congreso Nacional de Estudiantes de Administración y Contaduría organizado por ANFECA, "Repercusiones de la ética y la ecología en la Contaduría y la Administración" celebrado en la FCA., con la Dinámica Emprendedora (Taller crea-emprendedor).

Inicia actividades el Taller en su ciclo 93-94, en el mes de septiembre, en un desayuno de bienvenida y con la participación de 1200 alumnos de las Licenciaturas de Administración, Contaduría, Informática, Diseño Industrial, Diseño Gráfico, Ingeniería, Derecho, Química, Física, Ciencias de la Comunicación y Filosofía entre otras, conformados en 108 empresas juveniles.

El Programa esta coordinado desde la División de Administración, y apoyado por 16 consejeros, 24 monitores empresariales.

En octubre de 1993, hubo cambio de director en la FCA, tomando posesión el C.P. y L.A. José Antonio Echenique García, y el C.P. y L.A. Manuel Suárez y Santoyo, como Secretario General, y en el mes de diciembre entra como Jefe de la División de Administración, el L.A. Adrián Méndez Salvatorio.

Entre las actividades extracurriculares que se realizaron, fueron, el Curso "La Fuerza de la Palabra en tus Negocios", en el que a los alumnos se les enseña como hablar y desplazarse en público, y como preparar un discurso. Se realizaron los Seminarios "Ser Mexicano y Emprendedor, es un Compromiso de Ganador", "El Deber Ser del Emprendedor Universitario", y "Asociacionismo, Una Figura

Jurídica de Estrategia". Se celebró el Primer Encuentro Empresarial y la Primera Expo Feria Empresarial Emprendedora organizada por el taller, con la participación de 104 empresas, exponiendo en el pasillo central de la FCA y la tienda UNAM del Metro Universidad, una posada de fin de año, el "Rally Cultural y Ecológico", la Segunda Expo Emprendedores, con la participación de empresas de el ITAM, UDLA- Puebla, ITESM CEM y USB. Además se participó en Expo Ferias de las instituciones anteriormente mencionadas alcanzando importantes logros. Por último se celebró una cena de gala, donde se dio por concluido el ciclo y se premio a las empresas más destacadas.

Durante este ciclo además de vincularse con las distintas Universidades, se tuvo la participación de empresas, vía patrocinios, como son: Nacional Financiera, Ediciones Contables y Administrativas S.A. de C.V., Plumas y Bolígrafos BIC, Refrescos Pascual Boing, Marinela, Mc Donalds, Jugos del Valle, Editorial TRILLAS, Club Universidad, Restaurante Arroyo, Hotel Holiday Inn, y la Revista Emprendedores.

Para el ciclo 94-95, desde el mes de junio de 1994, se formaron un total de 95 empresas juveniles y en el mes de septiembre, se iniciaron actividades el Taller en su ciclo 94-95, con algunas modificaciones pero teniendo la misma estructura general y buscando el mismo objetivo, el desarrollo integral de la educación del estudiante universitario.

Se realizaron los seminarios, "Emprendedor de hoy, solución del mañana" y "El microempresario ante los retos económicos", la III y IV Expo Empresarial, el Rally "Ruta cultural emprendedora", y la cena de clausura, donde se premiaron a las mejores empresas del ciclo en las categorías de producto y servicio.

La fortaleza del programa es muy grande y debe seguir creciendo, ya que el problema del empleo es cada vez más grave y el autoempleo es la salida, y

programas como este, le dan al estudiante los conocimientos y la experiencia para que en un momento determinado pueda fundar su propia empresa.

CAPITULO SEGUNDO

PAPEL Y RESPONSABILIDAD DE LA UNIVERSIDAD NACIONAL EN LA FORMACIÓN DE PROFESIONALES.

I. MISIÓN DE LA UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA DE MÉXICO

II. MISIÓN DE LA FACULTAD DE CONTADURÍA Y ADMINISTRACIÓN

III. ESTUDIO Y DESARROLLO DEL PLAN DE ESTUDIOS 1993 EN LA FCA

- 1. Descripción**
- 2. Estudios previos**
- 3. Lineamientos para su diseño**
- 4. Acciones para su implantación**
- 5. Principales adecuaciones**

I. MISIÓN DE LA UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA DE MÉXICO

La Universidad Nacional Autónoma de México es una corporación pública -organismo descentralizado del Estado- dotada de plena capacidad jurídica y que tiene por fines impartir educación superior para formar profesionistas, investigadores, profesores universitarios y técnicos útiles a la sociedad; organizar y realizar investigaciones principalmente acerca de las condiciones y problemas nacionales, y extender con la mayor amplitud posible los beneficios de la cultura. (UNAM, 1992a, Art. 1)

Es así como se define a nuestra Universidad y en cuyo concepto se describen, sus objetivos y el tipo de personas que se deberán formar y egresar de ella. Es importante que todos aquellos que aspiran a formarse en la Universidad, conozcan desde su ingreso, el papel tan importante que tendrán al estar dentro de la Institución educativa más importante de la República Mexicana.

Dentro de este concepto es relevante destacar tres aspectos mencionados en el mismo, el primero es el que se refiere a la impartición de educación superior, de tal modo que se formen personas útiles a la sociedad, ya que al ser una institución pública tiene que corresponder primordialmente a la comunidad en general, por lo que aquellos que se formen en ella deberán de fijarse como principal compromiso, éste.

Segundo, es el referente a la investigación, actividad preponderante dentro de la Universidad Nacional en todas sus áreas, tanto científica como social, hecho por el que siempre ha destacado, gracias a que en ella se encuentran los investigadores de mayor prestigio de nuestro país, contando con los instrumentos, laboratorios y avances más modernos en cada una de sus áreas para desarrollar de la mejor forma sus trabajos.

El tercero es el referente a la extensión de los beneficios de la cultura, ya que además de formar personas y estar a la vanguardia en lo referente a investigación, la Universidad debe ser también un centro de difusión y formación cultural, ya que en ella existen distintos centros especializados para la realización de dichas actividades, tales como: música, teatro, danza, pintura, escultura, cine, radio y televisión, entre otras, además de tener bajo su custodia, edificios y museos considerados patrimonio de la nación, en los que se llevan a cabo eventos y exposiciones de todo tipo. Y finalmente, también hacer mención sobre el fondo editorial de la Universidad, en el que se editan y publican libros y revistas de distintas especialidades, estando al alcance de toda la comunidad.

Para realizar sus fines, la Universidad se inspirará en los principios de libre investigación y libertad de cátedra y acogerá en su seno, con propósitos exclusivos de docencia e investigación, todas las corrientes del pensamiento y las tendencias de carácter científico y social, pero sin tomar parte en las actividades de grupos de política militante, aun cuando tales actividades se apoyen en aquellas corrientes o tendencias. (UNAM, 1992b, Art. 2)

En este artículo se manifiesta la libertad y autonomía con la que goza la Universidad, pero también hace énfasis en la esencia y objetivos que se perseguirán dentro de ella, por lo que se podrán tomar y usar toda clase de corrientes, formas de investigación, de impartición de cátedras, pero sin que otras instituciones, militancias o creencias entren en ella, de lo contrario se estaría desviando el objetivo primordial de la Universidad. Por lo tanto, se debe buscar un justo equilibrio, ya que no se pueden ignorar las actividades sociales, políticas y culturales que se realizan fuera de la Universidad, si no al contrario, se deben de estudiar y analizar, para definir la forma en la que los universitarios podrán orientar

y canalizar sus conocimientos en beneficio de quienes los requieren, pero tampoco involucrar estas necesidades como actividad prioritaria dentro de la Universidad.

El propósito esencial de la Universidad, será estar íntegramente al servicio del país y de la comunidad, de acuerdo con un sentido ético y de servicio social, superando constantemente cualquier interés individual. (UNAM, 1992b, Art. 3)

La Universidad se viene transformando continuamente para dar respuesta a necesidades del país. En la década de los setenta, su población estudiantil creció mucho porque en ese momento así lo requirió México. Es una Institución estrechamente ligada a la vida del país y trata de ser cada día más propositiva, más participativa, protagonista y anticipante de los cambios que están por venir. Por eso es una Institución que interesa a los mexicanos, que siempre están atentos a lo que acontece en ella. (Carpizo, 1986a)

Tomando en cuenta que siempre la Universidad Nacional ha sido la casa de estudios de nivel superior más importante de México, todas sus acciones, métodos y avances, deben estar enfocados al desarrollo y beneficio de la sociedad. Desde luego que dentro de este proceso, influirán aquellos factores que también afecten a nuestro país, de ahí la importancia de que todos aquellos que se formen dentro de la Universidad deberán tenerlo presente, y en especial los estudiantes, ya que viene a ser este un sector determinante dentro de la institución, principalmente en el aspecto académico, ya que su desarrollo, integración y servicio social son la forma en que la sociedad ve reflejado el esfuerzo y trabajo que realizan los universitarios.

La participación y los beneficios que como estudiantes y posteriormente como profesionistas tengan los universitarios, deberán de hacerse en forma práctica, y en un nivel de excelencia, porque así se beneficiará de manera clara y convincente a la vida en nuestro país, buscando de este modo ser una forma generadora de cambios benéficos y constructivos, resolviendo problemas,

satisfaciendo necesidades y estableciendo mejores formas en el desarrollo de la sociedad en general.

Si por educación popular se entiende, como debiera, una educación a la cual tienen acceso todas las clases sociales y que ofrece, en la medida de lo posible, igualdad de oportunidades que la convierten en un factor de movilidad y de justicia social, nuestra Universidad es sin duda una Universidad popular, pues cumple con estos requisitos. Pero debe añadirse que sin lugar a dudas el primer requisito para ser Universidad popular es precisamente ser una Universidad, y aspirar por ende al nivel académico que merezca el título de excelente. (Carpizo, 1986a)

Una de las características que han identificado a la UNAM y por ser una Universidad pública, tiene abiertas sus aulas a todos aquellos aspirantes que cumplen con el nivel académico para ingresar a ella, quedando como prioridad máxima, precisamente éste punto. La preparación académica que tenga el alumno, respetando también la garantía constitucional donde se establece que la educación que imparta el Estado tenderá a desarrollar armónicamente todas las facultades del ser humano, orientándola hacia el progreso científico, luchar contra la ignorancia, acrear todos aquellos elementos que fortalezcan los conocimientos del educando y sobre todo contribuir a la mejor convivencia humana.

La Universidad es el semillero donde se forman los profesionales y los maestros e investigadores que podrán sacarnos de nuestro subdesarrollo. También de ella proviene la gran mayoría de los que llegan a ser los dirigentes políticos del país. Además, lo que ocurra en la Universidad Nacional repercutirá en todas las otras de México y afectará a corto y a largo plazo las realidades sociales del país. (León, 1987, p.30)

Por el número de aspirantes, por los niveles de conocimientos exigidos, por los trabajos de investigación y por el grado de formación desarrollada dentro de la Universidad, tiene como resultado que un elevado número de estudiantes, por su capacidad y aptitudes, sobresalgan de manera importante en los campos de la docencia, la investigación y la política de México. La gran mayoría de estos llegan entonces a ser líderes de opinión ante la sociedad, de ahí la importancia que al tomar este papel, deben tener bien claros los conceptos de ética y profesionalismo, de respeto y compromiso, así como sus derechos y obligaciones, debido a la influencia que puedan tener ante un sector de la sociedad, ya sea en cargos públicos o privados y sobre todo por los beneficios o repercusiones que sus acciones y decisiones, tengan ante la comunidad a la que están sirviendo.

Para que la Universidad logre convertirse en una agencia eficaz de crítica y orientadora del desarrollo se requiere, como premisa indispensable, una vigorosa conciencia universitaria de responsabilidad ante la nación. Liberados de toda coacción, el compromiso social de los universitarios reposa en la autoconciencia y la autorresponsabilidad. Este hecho merece recordarse sobre todo por los rasgos que ha venido adquiriendo la Universidad Nacional en las últimas décadas.

La Universidad tiene, sobre todas las cosas, una responsabilidad fundamental ante la comunidad a la que pertenece. Antes que volverse sobre sí misma, la institución debe hacer un esfuerzo por volver los ojos hacia la realidad que la circunda y recuperar con este giro su función específica de crítica y orientación del desarrollo social. (Guevara, 1987, p.84)

La Universidad como tal, se debe de considerar como uno de los factores más importantes del proyecto cultural de mayor trascendencia en el país, por los universitarios que egresan de ella, y por el desempeño que tienen propiciando un mejor desarrollo social, cumpliendo así parte de su misión, buscando ser el vértice

y propiciador de cambios, a pesar de las dificultades existentes en ella, generando movimientos, aunque en ocasiones algunos sectores de la sociedad la consideren como plataforma o medio para promover ideologías personales o de ciertos grupos, pero por la pluralidad y libertad que precisamente es una de las características más importantes de la Universidad, se respetan y se les debe de considerar como parte del cambio y factores que de alguna manera reflejo de las necesidades de la sociedad.

Como estudiantes de nuestra Casa de Estudios, tienen ustedes (los estudiantes) derechos y deberes, muy saludable es que conozcan, ejerciten y cumplan los unos y los otros. Así mismo, les recuerdo que al ingresar y permanecer en la Universidad Nacional, están realmente gozando de una beca que les otorga el pueblo de México. Sus estudios los sufragan los obreros y los campesinos y en general toda la sociedad. Deben hacer honor a la confianza que se deposita en ustedes. Les deseo éxito en sus estudios; para alcanzarlo es indispensable que realicen un esfuerzo personal, que realmente estudien y se preparen.

La Universidad es mexicanizadora del saber, porque gracias a su permanente contacto con la ciencia y la cultura universales, puede orientar éstas hacia el diagnóstico y la solución de los grandes problemas nacionales.

La Universidad participa de manera sobresaliente en la formulación de un proyecto nacional y de educación nacional, y en él se inserta.

La Universidad no aspira a crear profesionales privilegiados, sino bien preparados y con proyección social que colaboren en la transformación de la sociedad mexicana. Insertar en ella profesionales incompetentes sería una forma de desintegrarla. (Carpizo, 1987a, p.111)

Lo más valioso que tiene la Universidad son las personas que la integran, así como lo son los ciudadanos para una nación, en ambos casos cada una de las partes tienen derechos y obligaciones, y en la UNAM se integran de manera muy especial estos cuatro elementos, ya que toda la sociedad al ser parte productiva en

el país, genera recursos y parte de éstos son dedicados a la educación superior, para que en un futuro todas esas personas que han sido beneficiadas, reviertan sus conocimientos hacia la comunidad, se debe destacar que la confianza depositada en los Universitarios es primordial e irrevocable, de lo contrario no habría la reciprocidad entre el pueblo y la Universidad.

El éxito más grande al que puede aspirar un Universitario, es el ser un elemento práctico que contribuya a la solución de problemas, en un alto grado de competitividad, aportando así sus conocimientos engrandeciendo de manera importante el proyecto educativo de la nación.

El lugar hegemónico de la UNAM como modelo educativo universitario a escala nacional ha marcado, de manera institucional, la pauta orientadora de propósitos sustantivos de otras universidades fortaleciendo así el privilegio y responsabilidad de ser la universidad más grande e importante del país. (Rodríguez, 1987, p.177)

Por las actividades académicas, sociales y culturales que realiza la UNAM, así como sus continuos avances y descubrimientos en todas las áreas, hacen que tenga una jerarquía bien definida, con respecto a otras instituciones de educación media y superior, siendo el ejemplo a seguir, de manera que la propia Universidad debe de buscar formas de renovación e innovación continua de tal modo que siga siendo el modelo ideal de educación y de formación de profesionales, no sólo en sus Escuelas, Institutos y Facultades, también a todas aquellas instituciones incorporadas y de todo el Sistema Educativo Nacional.

Son muchas las corrientes e ideologías que se generan en la Universidad, así como los criterios y formas de actuar, pero es claro, que el compromiso y la responsabilidad de solidificar aun más la fortaleza de la Universidad, es de los propios universitarios, buscando trascender a pesar de las dificultades actuales de

nuestro país, y que precisamente con el trabajo y esfuerzo que estos puedan aportar, es como se vislumbrará un futuro con mayor certidumbre, basados en una óptima preparación, aportando sus conocimientos en un solo perfil, el de la máxima calidad.

Sólo una universidad sólidamente académica, que se proponga la excelencia, que forme a sus alumnos de la mejor manera posible, que disponga de los mejores profesores y de los investigadores más creativos, tendrá resonancia en la vida del país. Sólo en la medida en que seamos mejores como Universidad, como Casa del saber; mejores también como individuos formados en una institución que se ha propuesto las más altas metas y trabaja por alcanzarlas, sólo en esta medida estaremos en condiciones de participar en la construcción de un país más democrático y más justo. Una universidad mediocre, unos universitarios deficientemente formados, sirven poco a la nación. Si nos preocupamos por la orientación de la vida del país, como institución y como individuos debemos interesarnos ante todo en la construcción de una universidad cada vez mejor; porque nuestro trabajo tenga el sello de la excelencia.

Las limitaciones económicas del país y de la institución no pueden justificar el abandono del proyecto de una universidad de excelencia. Ciertamente, en los países desarrollados -que en parte han adquirido esta condición por la solidez de su ciencia y de su tecnología- será más fácil lograr la excelencia que nosotros buscamos en medio de dificultades económicas. Para nuestra Universidad y para sus miembros el logro de la excelencia exige esfuerzos adicionales a los que necesitan hacer las universidades de esos países; pero para nosotros la excelencia es un imperativo de superación nacional, de salvación colectiva. La historia exige a nuestro país esfuerzos excepcionales para salir de la crisis en que se encuentra envuelto; el país exige a los universitarios afanarse por prepararse mejor, por generar conocimientos de avanzada, por difundir ampliamente los resultados de su trabajo cotidiano.

Pero en otro sentido, también la Universidad académica tiende a equilibrar las desigualdades sociales, en tanto que dota a los estudiantes de los conocimientos que les permiten insertarse de manera más ventajosa en el mercado de trabajo. La UNAM siempre

ha sido factor de movilidad social, pero sólo podrá seguir operando de este modo si sus egresados poseen la preparación requerida; si los diplomas, títulos y grados que expide están avalados por conocimientos sólidos. Sólo la Universidad académica permite compensar en parte las desigualdades sociales. Una Universidad mediocre constituye un fraude para los universitarios y para el país.

Les propongo que trabajemos, pues, por hacer posible el proyecto de una universidad de excelencia, tanto más si queremos que siga beneficiando a los sectores más desprotegidos; trabajemos por una universidad de excelencia si pretendemos contribuir a crear una sociedad más justa; trabajemos para conseguir la excelencia académica, si queremos que nuestra Institución subsista como Universidad; es decir, como el espacio donde se crea y recrea el conocimiento, donde la crítica se ejerce sin cortapisas, donde, en fin, la libertad y la razón dan prueba de la posibilidad de construir nuevas y superiores formas de convivencia.

Estoy seguro de que para la defensa de la Universidad están dispuestos miles y miles de universitarios y de mexicanos, que tienen clara idea de la importancia de esta institución académica en la vida del país. (Carpizo, 1988a, p.119)

II. MISIÓN DE LA FACULTAD DE CONTADURÍA Y ADMINISTRACIÓN

La Universidad es un organismo de educación media y superior, y para poder cumplir su misión tiene que delegar a las distintas Facultades, Escuelas, Institutos, Colegios y Centros de Investigación el encargo de impartir educación.

La Universidad Nacional Autónoma de México (UNAM) ha conferido a la Facultad de Contaduría y Administración (FCA) la misión de: formar integralmente profesionistas y personas con grado académico útiles a la sociedad que, con base en sus respectivos

marcos de referencia, sean capaces de analizar problemas y proponer soluciones dentro de los más altos valores éticos, sociales y culturales.

En este sentido, la FCA a través de sus órganos colegiados, académicos y administrativos, mantiene un esfuerzo constante por mejorar la calidad de sus funciones en docencia, investigación y divulgación de la cultura. (FCA, 1993, p.3)

Desde su formación, primero como la Escuela Nacional de Comercio y Administración y desde 1965 como Facultad de Contaduría y Administración, actualmente con las tres licenciaturas que se imparten en ella (Administración, Contaduría e Informática) y a través de sus divisiones y departamentos académicos, busca la formación integral de profesionales, estando siempre a la vanguardia en lo referente a conocimientos académicos, técnicos y prácticos de estas áreas, desarrollando un amplio trabajo de actualización y renovación de materiales bibliográficos, hemerográficos, así como la implantación de equipos modernos de informática para un mejor funcionamiento de los distintos departamentos y para el uso de los alumnos. Además de realizar con frecuencia eventos, conferencias, cursos, seminarios, semanas académicas, programas de televisión y radio, en los cuales se tiene la participación de maestros y especialistas de áreas específicas, con los que se intercambian puntos de vista y se refuerzan los conocimientos adquiridos en las aulas de clase. Además de tener a su cargo un fondo editorial, encargado de la publicación de libros y revistas, con el compromiso de mantener informado y actualizado al público en general.

Los requerimientos actuales en el mercado de trabajo, los constantes avances en las áreas económico-administrativas, contables y de la informática, y las necesidades que se generan día con día en nuestro país, requieren de personas con una preparación más integral, con una visión más analítica y propositiva,

encaminada a la solución de problemas y a la satisfacción de necesidades, tanto en organizaciones públicas como privadas, encaminadas siempre a propiciar un beneficio comunitario, antes que el individual, siempre bajo los principios de ética, honestidad y profesionalismo.

Para alcanzar estos requerimientos necesarios para la sociedad, no basta con la sola preparación que brindan los estudios de licenciatura, consciente de esto, la FCA ha diseñado los espacios necesarios para crear profesionales con diversos grados académicos y especialidades, creando así universitarios con una mejor y mayor preparación, cumpliendo de esta forma parte de su misión.

Para garantizar la formación y actualización de las personas egresadas de la FCA, ésta también ha desarrollado métodos y servicios, tales como asesorías, prácticas y vinculaciones profesionales, cursos e intercambios académicos, entre otras, con los cuales se promueve una preparación académica con un alto nivel de calidad, tanto para alumnos, docentes, investigadores, trabajadores y funcionarios, de manera que se busque siempre mantener un nivel de profesional, tanto en la formación como en la práctica.

Actualmente la FCA, es la Facultad con el mayor número de comunidad estudiantil dentro de la Ciudad Universitaria, motivo por el cual, siempre se han establecido los programas necesarios tanto académicos, culturales, deportivos y recreativos para la integración de los estudiantes, destacando el amplio número de opciones para la realización del servicio social, medio por el que se beneficia de manera directa a entidades públicas, con los conocimientos de los alumnos, además de brindarles la oportunidad de una experiencia y una realización profesional.

La FCA tiene los espacios necesarios para llevar a cabo, las distintas actividades necesarias para servir a la comunidad universitaria, auditorios, salas

para proyección de audiovisuales, laboratorio de fotografía, laboratorios de cómputo, mantiene además bajo su custodia la biblioteca con el mayor acervo de libros en las áreas de administración, contaduría e informática, de la República Mexicana, sala de consulta, espacios para el estudio individual y en equipo.

Es así, como la FCA utiliza al máximo sus recursos, elementos, personas y materiales, buscando cumplir con la misión que le ha encomendado la UNAM, la formación de profesionistas útiles a la sociedad.

III. ESTUDIO Y DESARROLLO DEL PLAN DE ESTUDIOS 1993 EN LA FCA

1. DESCRIPCIÓN

Un plan de estudios debe de concebirse como el documento de carácter oficial, dentro de una institución educativa, que servirá como una guía curricular para el desarrollo de los estudios de una licenciatura, en el que se detallan los programas analíticos de las asignaturas, estableciendo en cada una de ellas los objetivos generales y educacionales, así como el número de horas en las que habrá de desarrollarse, la temática, sugerencias didácticas y las referencias bibliográficas.

Dicho documento también definirá el perfil requerido del estudiante, los antecedentes necesarios, el perfil profesiográfico del docente, así como los medios auxiliares y métodos que éste deberá seguir para un mejor entendimiento de la cátedra.

Algunos planes y programas de estudio no han sido convenientemente actualizados ni manifiestan preocupación por los problemas que aquejan a la sociedad mexicana actual. Por el contrario, otros son cambiados frecuentemente sin que exista el tiempo prudente para poder evaluar sus resultados. (Carpizo, 1986)

2. ESTUDIOS PREVIOS

Para la implantación del Plan de Estudios 1993 en la FCA, se estableció una metodología con la que se obtuvo la información necesaria, cumpliendo con los elementos específicos exigidos a un estudiante en la actualidad.

Los trabajos de estudio, análisis e investigación se llevaron a cabo con la participación de más de 450 profesores y 80 alumnos, a lo largo de dos años. Se llevó a cabo un diagnóstico tanto interno como externo, se acudió a fuentes de empleadores potenciales, además de distintos foros de consulta profesional. Inicialmente se busca definir el perfil del egresado, y se encontró que el mercado de trabajo no requería a una persona con un solo perfil para cubrir una sola necesidad, lo que originó se definiera el perfil ampliado del egresado, poniendo especial atención en sus habilidades y actitudes, así como los conocimientos en áreas específicas.

Para la adecuación y actualización del plan de estudios se llevaron a cabo acciones como: diagnosticar el nivel de adecuación de los planes de estudio vigentes con las necesidades actuales y futuras de la sociedad en cuanto a contaduría, administración e informática, la definición de las características requeridas como egresado, así como las adecuaciones necesarias, para que durante

los estudios se adquieran los conocimientos, habilidades y actitudes descritas en este punto. (FCA, 1993, p. 4)

3. LINEAMIENTOS PARA SU DISEÑO

Una vez evaluados los resultados del diagnóstico tanto interno como externo, se procedió a definir los lineamientos para el diseño del plan de estudios, entre los cuales destacan los siguientes:

- Identificar áreas de concentración que tipifiquen el conocimiento y las habilidades que el educando aprenderá durante su transecurso por las licenciaturas.
- Estar abiertos a los cambios en los escenarios políticos, sociales y económicos, a nivel nacional e internacional.
- Favorecer una preparación humanística.
- Estar acordes con la filosofía educativa institucional.
- Satisfacer las necesidades sociales de nuestro país.
- Promover la calidad académica uniforme de los egresados.
- Estar basados en conocimientos teóricos actualizados y vinculados con la práctica profesional. (FCA, 1993, p.12)

4. ACCIONES PARA SU IMPLANTACIÓN

Para asegurar el éxito y la correcta aplicación del plan, se procedió con las siguientes acciones para su implantación:

- Capacitación a profesores.
 - Elaboración de instrumentos para evaluación.
 - Selección y elaboración de recursos didácticos.
 - Ajuste del sistema administrativo a los currícula.
 - Adquisición y adaptación de las instalaciones físicas.
- (FCA, 1993, p.13)

Asimismo en su explicación y fundamentación, el plan de estudios cuenta con una serie de comentarios detallados por licenciatura, el perfil ampliado del egresado, especificando sus actitudes, habilidades y conocimientos, y el perfil específico por licenciatura. Muestra también la estructura del mismo, con el perfil de ingreso requerido por los alumnos, los objetivos terminales de las licenciaturas, los objetivos generales por área específica de conocimiento, la organización de los planes de estudio de cada una de las licenciaturas, donde se especifica además un troneo común de cuatro semestres y no de dos, como se venía realizando en el plan anterior, y por último muestra de manera gráfica los mapas curriculares, mostrando las posibles variables que puede tener, dependiendo de la licenciatura a cursar.

La demanda en el campo de la educación superior es cada vez más grande y ésta debe ser atendida pero diversificando las posibilidades de la misma, de acuerdo con las múltiples demandas de la sociedad. La Universidad tiene como función la formación de los profesionales, científicos, humanistas y técnicos que garanticen el futuro nacional, pero dando a esta formación una mayor rigurosidad. Paralelamente habrá que abrir otras posibilidades de formación educativa superior que no sean necesariamente las previstas para la Universidad, pero son necesarias para el país. (Zea, 1986, p.49)

5. PRINCIPALES ADECUACIONES

Dentro de las adecuaciones más importantes en el Plan de Estudios 1993 de la FCA, contempla como requisitos, aspectos como: expresión oral y escrita en español y en inglés, cursos de computación y un incremento en el número de asignaturas optativas, buscando una mayor flexibilidad del plan.

Del mismo modo, con el propósito de reforzar los conocimientos teóricos del estudiante, se implantaron la práctica de talleres, en los que se realizan actividades, preponderantemente dinámicas, de tal modo que dependiendo de la licenciatura a cursar, el alumno deberá cursar el taller señalado en la curricula.

El Taller III, definido como "Taller Creación de Empresas Juveniles" forma parte del Programa Emprendedores UNAM, coordinado también en la FCA, en su División de Administración. El taller está señalado como requisito curricular para los aspirantes a la Licenciatura en Administración.

Nuestra Universidad tiene actualmente muchos y muy serios problemas, lo que no es de extrañar, porque nuestro país también los tiene; sería muy grave que la UNAM se mantuviera al margen, como sí lo hacen algunas universidades privadas, que sirven a los intereses de una clase que sí logra escaparse de los actuales problemas de México.

Parto del principio de que si hay algo que vale la pena hacerse, también vale la pena hacerse bien. Sin embargo, me permito agregar que vale la pena hacerse no sólo bien, sino lo mejor que se pueda. Este es el principio de la excelencia académica: vamos a hacer lo que debemos hacer, lo mejor que podamos. Desde luego, no se trata de un principio exclusivamente universitario, pero una universidad que no observara tal principio sería inconcebible. Es obvio que la calidad de las acciones desarrolladas en una institución universitarias dependerá no sólo de los objetivos señalados sino de las condiciones en que deben llevarse a cabo; obsérvese que el principio de excelencia académica condiciona la calidad exigida (la máxima) a lo posible. De ahí se desprende que una de las funciones prioritarias de cualquier universidad es ampliar al máximo sus posibilidades de desarrollo. (Pérez, 1988, p.124)

Los esfuerzos realizados para la actualización y adecuación del plan de estudios, reafirman el compromiso de los universitarios por estar a la vanguardia y conscientes de las necesidades del país, y el reflejo de estos trabajos se observará

en la mejor preparación de los estudiantes, cuya carga académica y actividades solicitadas, requerirá de un esfuerzo extraordinario para alcanzar la culminación exitosa de sus estudios, pero con la visión clara y con los conocimientos necesarios para cumplir con los requerimientos solicitados en el mercado de trabajo y por la sociedad.

CAPITULO TERCERO

PLANEACIÓN Y ORGANIZACIÓN DE EL TALLER EMPRESARIAL.

I. FUNDAMENTOS DE UN TALLER EMPRESARIAL

- 1. Objetivos**
- 2. Principios pedagógicos**

II. ORGANIZACIÓN Y ESTRUCTURA ACADÉMICA Y OPERATIVA EN EL TALLER

- 1. Antecedentes de la estructura**
- 2. Propuesta de la estructura académica y operativa**

A. Descripción de puestos

- a) Jefe de la División**
- b) Departamentos académicos**
- c) Coordinador del taller**
- d) Consejo empresarial**
- e) Asesor**
- f) Empresario Juvenil**
- g) Consejo de tutores**
- h) Monitor empresarial**

B. Comisiones de operación

- a) Administrativa**
- b) Finanzas**
- c) Imagen corporativa**
- d) Difusión**
- e) Eventos**

III. CREACIÓN Y RATIFICACIÓN DEL EQUIPO EMPRESARIAL

- 1. La empresa juvenil**

IV. PLAN TEÓRICO - CONCEPTUAL PARA EL DESARROLLO DE EL ALUMNO

- 1. Objetivo**
- 2. Temario**

V. ELABORACIÓN, CONCEPTUALIZACIÓN Y SEGUIMIENTO DEL PROYECTO

- 1. Planificación en grupo**
- 2. Contenido del proyecto**
 - A. Objetivos**
 - B. Actividades**

VI. CURSOS Y ACTIVIDADES EXTRACURRICULARES

I. FUNDAMENTOS DE UN TALLER EMPRESARIAL

Al hablar de la implantación de un taller en un plan de estudios, se deben cuidar varios aspectos, debido principalmente a que su impartición no se hace de manera tradicional, si no que se involucran muchos más factores, como pueden ser: el lugar, el plan específico a seguir, los ejercicios a desempeñar, la metodología, los alumnos y el instructor, es por eso que primero se debe tener bien en claro lo que es un taller.

Un taller es: Una estructura pedagógica de acción en la cual tanto la enseñanza como el aprendizaje conforman un marco de fuerte compromiso personal, en base a propuestas específicas, por medio de un camino, una guía flexible, dúctil, enriquecedora para la persona y el grupo, fundamentada en el aprender haciendo por placer y la activación del pensamiento por propia convicción necesidad y elaboración. (Lespada, 1989, p.21)

I. OBJETIVOS

Al establecer un taller se deben incluir los siguientes objetivos:

1. Favorecer el enriquecimiento paulatino, integral y armónico de la personalidad de todos los participantes, en el marco de una acción protagónica, creativa y placentera.
2. Orientar a través de esta acción educativa personalizada, la expresión trascendente de lo individual y lo supraindividual.
3. Contribuir a la formación de actitudes positivas hacia la educación permanente y la utilización placentera del tiempo libre, incluyendo la totalidad de la vida como tiempo y espacio educativos.
4. Propiciar la canalización del impulso y la alegría creadora y el uso sistemático del pensamiento divergente, facilitando la integración con el pensamiento convergente.

5. Posibilitar la utilización de múltiples canales de comunicación que faciliten el acceso a la identidad personal y la confirmación de la identidad grupal.
 6. Incentivar el ejercicio del espíritu crítico con respecto a las propias acciones y a la decodificación de la realidad.
 7. Reformular constantemente la idea y los métodos pedagógicos, favoreciendo un cambio de actitud hacia la coestión, la responsabilidad compartida, el trabajo grupal, interdisciplinario y globalizante.
- (Lespada, 1989, p.22)

2. PRINCIPIOS PEDAGÓGICOS

Por otra parte también deben de tomarse en cuenta los principios pedagógicos que tiene un taller tales como:

1. Promover la capacidad de APRENDER a APRENDER.
2. Privilegiar la práctica cuestionadora prestando especial atención al sentir y el hacer como punto de partida para conocer.
3. Facilitar la aplicación de los conocimientos y experiencias adquiridas utilizando canales reflexivos de acción.
4. Propiciar una motivación eficaz, comprometida, distintiva y responsable.
5. Promover y desarrollar la capacidad de reflexión y acción en grupo.
6. Incentivar progresivamente la comunicación efectiva entre el grupo, la escuela y la comunidad.
7. Estimular la cooperación, la auto-gestión participatoria y una labor educativa en base a la propia convicción y necesidad.
8. Favorecer un clima de convivencia basada en el afecto, la comprensión, el respeto, la libertad y la dignidad.
9. Fomentar el consenso y la conciencia grupal dentro de una flexible estructura afectiva, cordial y democrática.
10. Incentivar al enriquecimiento del Si Mismo Personal en docentes y alumnos.
11. Contribuir al aumento de la seguridad personal, tolerancia a la frustración y la expresión de sentimientos sin inhibiciones.

12. Posibilitar la eliminación de jerarquías docentes preestablecidas e incuestionables y su orientación en el redimensionamiento de su rol como orientador y catalizador del proceso de coparticipación.

13. Desechar la coerción, el paternalismo y la pasividad.

14. Incentivar la superación de las relaciones competitivas en pro de las relaciones productivas de acción conjunta.

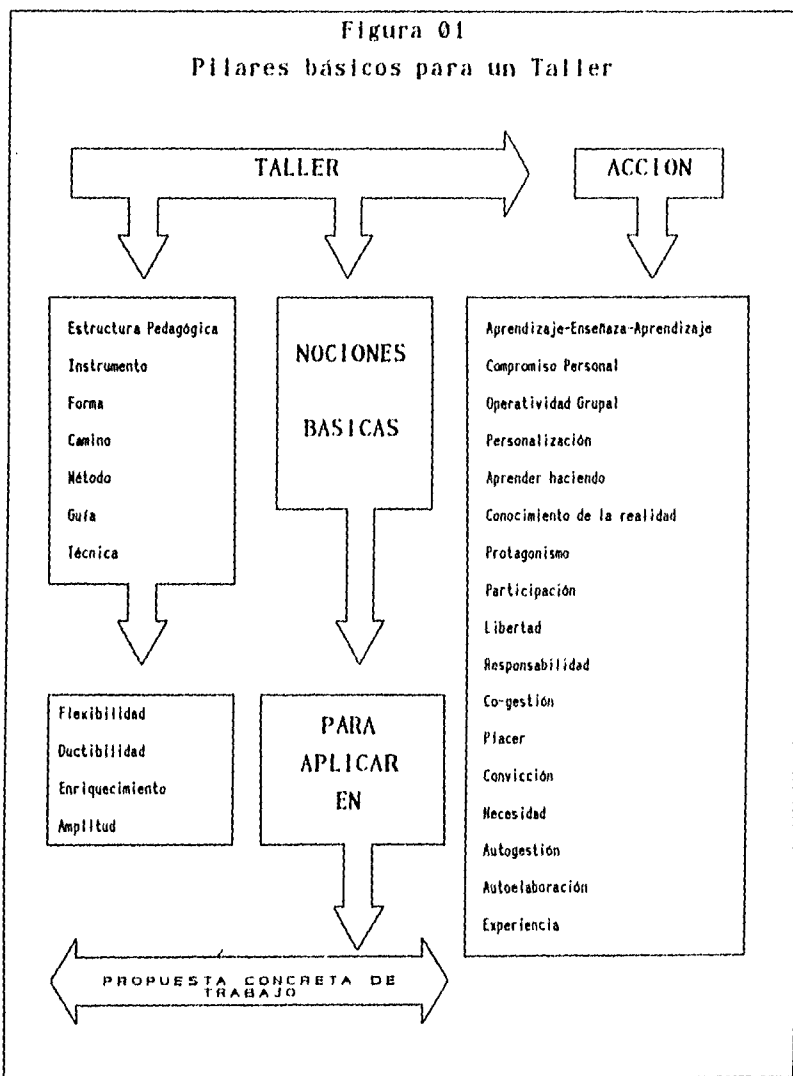
15. Promover la constante planificación, acción y evaluación grupal.

16. Posibilitar la reubicación de sus integrantes como seres humanos y el encauzamiento de sus aptitudes e inclinaciones naturales.

17. Favorecer la desinhibición progresiva del maestro y del alumno y la expresión de sus personalidades en constante enriquecimiento, estimulando el dinamismo productivo, la extroversión socializada y la participación activo-protagónica.

(Lespada, 1989, p.23)

Ver Figura 1.



Fuente: LESPADA, Juan Carlos, "Aprender haciendo los talleres en la escuela", p.17

II. ORGANIZACIÓN Y ESTRUCTURA ACADÉMICA Y OPERATIVA EN EL TALLER

Al crearse el Taller III, Creación de Empresas Juveniles, dentro del Plan de Estudios 1993, como requisito para aquellos aspirantes a la Licenciatura en Administración y optativo para las otras dos licenciaturas que ofrece la FCA, y al depender ésta directamente de la División de Administración de la FCA, se creó una estructura, dependiente de la misma, la cual se organizara de tal modo, que tuviera la capacidad para planear, organizar e integrar, los elementos para realizar actividades, que por las características de operación y funcionamiento del taller, son necesarias para su óptima realización.

1. ANTECEDENTES DE LA ESTRUCTURA

Dentro de esta estructura se tuvieron que conjugar tanto los elementos académicos, técnicos y operativos, de modo que se hiciera una estructura funcional relacionando lo mejor posible todas las partes, buscando una interacción entre todos los elementos. También al existir en la FCA, el antecedente de funcionamiento sobre el Programa Emprendedores, en su fase de Seminario de Titulación y con las vinculaciones a nivel licenciatura con otras instituciones, se tomaron en cuenta estas experiencias para destacar las actividades que serían necesarias desarrollar.

Las modalidades avanzadas de trabajo práctico implican una renovación completa de los moldes convencionales y una recuperación del sentido pedagógico de la práctica, ya que esta deberá orientarse a estudiar y resolver situaciones complejas y

multidimensionales en las que se requiere simultáneamente de ciencia, técnica, intuición y sensibilidad social.

Inicialmente, no hay que ocultarlo, surgirán enormes complicaciones organizativas como resultado de la inversión de roles entre las asignaturas teóricas y la práctica, la desaparición de los mecanismos habituales de control, la integración de grupos de trabajo multidisciplinarios y el establecimiento de vínculos operativos con determinados grupos sociales. La puesta en marcha de un programa académico que asuma cabalmente alguna de las modalidades avanzadas de práctica como eje ordenador del currículum de asignaturas, requiere de ciertas reglas operativas, un mínimo de condiciones materiales y ambientales y, evidentemente, una ubicación espacial y temporal de las actividades a realizar. (Follari, 1989, p.47)

Para establecer esta estructura se tomaron en cuenta los siguientes elementos: los lineamientos y políticas que establece la FCA y la propia Universidad, para llevar a cabo actividades académicas, extracurriculares y de recreación, la ubicación y clasificación, así como el número y el tipo de actividades que deberían de realizarse, ya sean administrativas, financieras, difusión u organización de los eventos necesarias para el taller, así como el número de personas necesarias para llevar a cabo los respectivos trabajos, los requisitos específicos para el personal académico y de apoyo administrativo, para poder desempeñarse dentro de esta estructura y, los espacios y materiales necesarios para la realización de las actividades.

A continuación se describe una propuesta de Estructura Funcional del taller, definiendo los puestos y principales funciones que cada uno de ellos deberá realizar.

El objetivo de establecer este formato de organización es el que todos los componentes del taller, actuales y próximos a ingresar, conozcan la organización, forma de trabajo, funciones y responsabilidades de su cargo, así como el especificar su campo de acción y líneas de mando.

2. PROPUESTA DE ESTRUCTURA ACADÉMICA Y OPERACIONAL

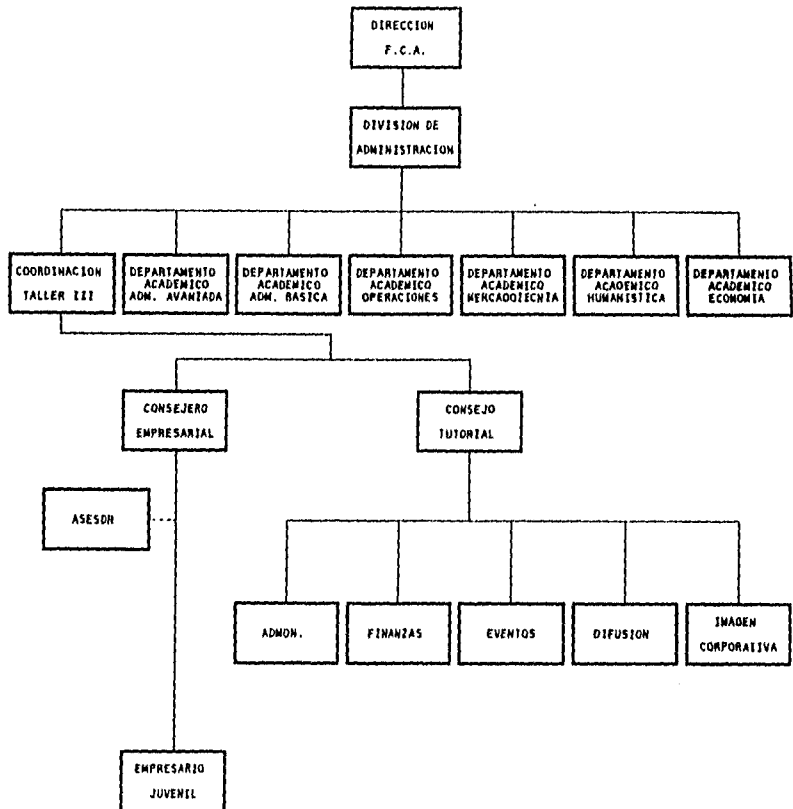
La estructura que se sugiere para la organización dentro del taller es la siguiente:

- Dirección FCA.
 - Jefe de División y responsable del taller.
 - Departamentos Académicos de la División de Administración.
 - Coordinador del Taller.
 - Consejeros Empresariales.
 - Asesor externo
 - Empresario juvenil.
 - Consejo de tutores.
 - Comisiones de operación.
(Monitor Empresarial)
 - * Administrativa
 - * Finanzas
 - * Imagen Corporativa
 - * Difusión
 - + Relación de medios
 - + Diseño de vitrinas
 - * Eventos
 - + Encuentro empresarial
 - + Expo-ferias

Ver Figura 2.

Figura 02
Programa Emprendedores UNAM
Taller Creación de Empresas Juveniles

ESTRUCTURA



A. Descripción de puestos

a) Jefe la División

El jefe de la división de administración, será la máxima autoridad y el responsable del Taller III, tendrá la facultad de autorizar, revocar y negociar todos aquellos aspectos referentes al correcto desarrollo del mismo. Asimismo revisar y evaluar la planeación y el desarrollo de las distintas actividades, tanto académicas como extracurriculares que lleva a cabo el taller en sus distintas fases de desarrollo.

b) Departamentos académicos

Los departamentos académicos son: Administración Básica, Administración Avanzada, Operaciones y Abastecimientos, Humanística, Mercadotecnia y Economía. Todos dependen de la División de Administración, y fungirán como asesores en la revisión, actualización, seguimiento e implementación de actividades, reglamentos, plan de estudio y demás cuestiones académicas y administrativas, que sean benéficas para el taller. Funcionarán según lo requiera el Jefe de la División o alguna comisión de operación para una o varias actividades específicas y de acuerdo a su especialidad.

c) Coordinador del taller

El coordinador del taller tendrá a su cargo la revisión y, supervisión de las actividades planeadas, consultando los avances, programas, presupuestos y protocolos necesarios para la realización de actividades tanto académicas,

extracurriculares, recreativas y operativas, de modo que las comisiones realicen su fase operativa. Junto con el jefe de la división revisará y evaluará la planeación y el desarrollo de las distintas actividades, que organiza el taller. El coordinador del taller deberá ser académico en activo dentro de la FCA, con experiencia dentro de una área y en la organización de eventos, seminarios o talleres académicos. Será nombrado por el jefe de la división, y tomará el papel de máxima autoridad en ausencia de éste.

El coordinador deberá ser promotor de aprendizaje, administrador de recursos, árbitro entre alumnos y autoridades, líder e incluso, guía espiritual y confesor. Queremos referirnos al coordinador como conductor del trabajo de grupos, cuyas responsabilidades específicas comienzan, entre otras cosas, por un conocimiento mínimo necesario de los alumnos, sus aspiraciones y expectativas razón por la cual es importante revisar periódicamente las actividades, el programa de estudios y la situación en general del taller. (Follari, 1989, p.122)

d) Consejero empresarial

El consejero empresarial será el docente que imparta las clases correspondientes al plan de estudios y que proporcione los conocimientos referentes a los temas marcados dentro de la asignatura. El consejero desempeñara las siguientes funciones:

- a) Impartir las horas de enseñanza curricular (Ver programa de estudios), de acuerdo al horario y salón designados.
- b) Utilizar el material didáctico y bibliográfico que le sea entregado para impartir la clase.
- c) Calificar y verificar periódicamente los avances de las empresas juveniles.
- d) Emitir las calificaciones de cada alumno y formalizarlas.

- e) Mantener el respeto y la disciplina en el salón de clase.
- f) Aconsejar y asesorar a las empresas juveniles a su cargo.
- g) Mantener una estrecha comunicación con su monitor empresarial y las empresas que le sean asignadas.
- h) Asistir a las juntas informativas del taller, así como a los diversos eventos que éste realice.

Para ser consejero empresarial el aspirante deberá de:

- a) Tener como mínimo nivel de licenciatura o equivalentes.
- b) Tener conocimientos de inglés.
- c) Tener conocimientos en el manejo de sistemas de cómputo.
- d) Haber acreditado un mínimo de 60 horas en cursos de didáctica impartidos por la Facultad de Contaduría y Administración.
- e) Haber acreditado los exámenes y requisitos de admisión del departamento de personal docente de la FCA
- f) Tener experiencia dentro del ámbito empresarial ya sea como creador o asesor de micro y pequeñas empresas.

e) Asesor empresarial

El asesor empresarial será la persona que por su experiencia en determinado giro o actividad empresarial, esta en condiciones, bajo previo acuerdo con la empresa juvenil, de proporcionar una orientación o guía para el funcionamiento integral de la misma.

Las funciones que realizará serán:

- a) Apoyar la formación del estudiante universitario en la creación, operación, desarrollo y cierre de la microempresa.

b) Asesorar al empresario juvenil en asuntos de duda o donde note que puedan existir deficiencias, así como las correspondientes a su conducta empresarial.

c) Comprometerse verdadera y desinteresadamente en la transmisión de conocimientos, experiencias y actitudes éticas y entusiastas.

El asesor lo podrán elegir los empresarios juveniles según sus necesidades, quedando dentro de la organización del taller, como un apoyo externo, sin depender directamente de alguno de los elementos de coordinación por parte de éste. Y en ningún momento se busca que el asesor realice o sustituya las actividades que son meramente del consejero empresarial.

f) Empresario juvenil

Se denominará empresario juvenil a todo estudiante universitario de nivel licenciatura que realice actividades empresariales dentro del Taller III, Creación de Empresas Juveniles y cumpla con los requisitos establecidos en el reglamento del taller.

El empresario juvenil, dentro de las actividades que deberá de desarrollar al estar integrado en la empresa juvenil serán las siguientes:

a) Desarrollar eficaz y eficientemente las funciones inherentes al área o cargo que le hayan sido asignadas dentro de la estructura organizacional de la empresa juvenil, así como cualquier otra actividad que le sea encomendada a lo largo del ciclo.

b) Trabajar e integrarse de manera activa al equipo empresarial.

c) Cumplir con los compromisos que adquiriera la empresa así como aquellos que estén establecidos para la misma en el taller, tales como: Expo-ferias, concursos, ventas, producción, etc.

d) Organizar y administrar su tiempo de tal manera que pueda cumplir con las actividades del taller, sin que estas interfieran con su desempeño académico.

El empresario juvenil es el elemento fundamental, dentro del taller, para el cual fue creado el mismo, motivo por el cual se le debe considerar como la parte más importante, brindándole su real y justo papel, ya que su aprendizaje y desarrollo que muestre a lo largo de este y su proyección a futuro será lo que le de trascendencia y prestigio a los trabajos realizados en el taller.

g) Consejo de tutores

El consejo de tutores lo integrarán todos aquellos elementos, egresados de la misma organización del taller, (monitores y consejeros) por cuyo desempeño y experiencia, mostrados a lo largo de por lo menos un año dentro de la misma, sean considerados por el jefe de la división y el coordinador del taller, como asesor o guía, para la realización de una o varias actividades dentro del mismo.

La función del tutor básicamente será la de apoyar en el aspecto operativo y logístico, a los monitores empresariales encargados de llevar a cabo, las actividades designadas en cada comisión, con el objeto de transmitirles aquellos conocimientos y experiencias, conjuntando esfuerzos para obtener un mejor resultado, acrecentando el nivel de la calidad y eficiencia en todas aquellas acciones que beneficien al taller.

El objetivo de crear este consejo dentro de la estructura del taller, pretende aglutinar a todas aquellas personas que de manera espontánea y desinteresada, deseen participar dentro del taller en aquellas actividades que por su organización, seguimiento y desarrollo, requiere de un número considerable de personas, para poder llevarlas a cabo con éxito, aprovechando la convivencia y la unión, que por las características y el ambiente organizacional que hay dentro del taller, se desarrolla entre todos sus elementos.

h) Monitor empresarial

Dentro de las comisiones de operación, actuarán como elementos de acción, monitores empresariales, los cuales serán aquellos estudiantes regulares de nivel licenciatura de quinto a décimo semestre, con promedio mínimo de 8.00, que haya cursado el taller, además de cumplir con el perfil y requisitos de selección, establecidos por el Programa Emprendedores y la Comisión de Reclutamiento.

El objetivo de tener a un monitor empresarial, como apoyo a las empresas juveniles y en el nivel operativo dentro del taller, es para que el empresario juvenil tenga una mayor confianza en lo referente al desarrollo de su empresa, así como tener a una persona que pueda brindarles una atención más personalizada, con la ventaja de que sea también un alumno, y con la experiencia de haber realizado también su empresa juvenil.

El monitor empresarial deberá tener características especiales tales como: actitud emprendedora, actitud mental positiva, espíritu de cambio, tenacidad, liderazgo, espíritu de equipo, buena condición física, ser organizado, con amplio criterio, extrovertido y con un alto nivel de iniciativa y creatividad. Para ser monitor empresarial deberá de tener una disponibilidad amplia de horario, aprobar

satisfactoriamente los exámenes de selección que le sean aplicados y cumplir con un 90% de asistencia como mínimo a los cursos de capacitación que les sean impartidos.

El monitor empresarial desempeñará las siguientes funciones:

- a) Elaboración y análisis del material técnico del taller.
- b) Investigación documental y técnica en relación al ámbito académico.
- c) Apoyo en las actividades académicas y administrativas que requiera el taller.
- d) Coordinar círculos de estudio estratégico de negocios con empresarios juveniles.
- e) Ser un vínculo de información, orientación, apoyo, enlace y seguimiento entre el taller, consejeros, asesores y empresarios juveniles, así como con otras instituciones y organismos educativos y profesionales.
- f) Integrar y participar activamente en la comisión que se integre.
- g) Apoyar las actividades de las demás comisiones cuando así lo soliciten.
- h) Asesorar y dar seguimiento a los compromisos y necesidades de las empresas.
- i) Recabar y revisar los reportes de cada empresa juvenil.
- j) Apoyo administrativo y operativo del consejero empresarial.
- k) Llevar a cabo el control de asistencia, participación y desarrollo de las empresas juveniles, que estén a su cargo.
- l) Actuar como motivador y promotor del espíritu emprendedor.
- m) Impartir los cursos extracurriculares y de formación, para los que haya sido capacitado.
- n) Apoyar la logística del programa.

- o) Redactar los oficios, cartas y demás documentos para el seguimiento y operación del taller.
- p) Asistir a todas las juntas de consejo y actividades que organice el taller.

B. Comisiones de operación

Por la cantidad de actividades que genera la organización de un taller empresarial y para el funcionamiento administrativo y operativo del mismo, deben estructurarse 5 comisiones básicas de operación, y en el caso y tiempo necesario se estructurarán otras. Para llevar a cabo tales actividades. Dichas comisiones serán: Administrativa, Finanzas, Imagen Corporativa, Difusión y Eventos.

a) Administrativa

La comisión administrativa será la encargada de:

- a) Elaborar y mantener el registro de los participantes tanto de manera individual como por empresa.
- b) Diseñar los procedimientos administrativos del taller, ya sea de inscripción, registros, reportes y calificaciones.
- c) Elaborar, registrar y archivar todos aquellos documentos y oficios, que son necesarios para el funcionamiento del taller.
- d) Recabar, clasificar y analizar los reportes de cada comisión y tenerlos disponibles para cuando sean solicitados.
- e) Apoyar en el aspecto administrativo a los consejeros empresariales y empresarios juveniles que lo soliciten.

f) Coordinar el buen servicio a las empresas, comisiones y en general a toda persona relacionada con el Programa Emprendedores, y el taller, teniendo como prioridad siempre la buena imagen, orden y disciplina.

b) Finanzas

El taller, al organizar distintas actividades y al requerir de material didáctico y de operación especializado, requiere de una partida presupuestal, creada por las aportaciones que tanto empresarios juveniles en forma de cuota y empresas patrocinadoras, en especie, confían su custodia a la organización del taller, para que la utilice de manera responsable y transparentes, en la inversión de elementos que serán benéficos para el mismo. Ésta responsabilidad se deposita en la comisión de finanzas.

Dicha comisión tendrá a su cargo:

- a) La presentación de un plan financiero, presupuestando los gastos proyectados en su respectivo ciclo y el siguiente, así como atender y cuidar los fondos generados por el taller.
- b) Presupuestar cada una de las actividades extracurriculares del taller.
- c) Mantener un control de ingresos y egresos de los recursos financieros del taller.
- d) Elaborar un reporte financiero después de cada actividad así como un reporte mensual de actividades.

e) Imagen corporativa

La comisión de imagen corporativa deberá de diseñar y producir, los materiales necesarios para difundir, presentar y promocionar al taller, realizando estos con un alto grado de calidad, proyectando una imagen acorde con los objetivos que persigue el taller. Entre sus principales destacarán:

- a) Planear los elementos y materiales que se requerirán a lo largo del ciclo.
- b) Diseñar las convocatorias, carteles, trípticos y elementos promocionales generales y por evento, necesarios para el taller.
- c) Tener la responsabilidad del diseño y difusión de la imagen corporativa del taller y del Programa Emprendedores.

d) Difusión

La comisión de difusión será el elemento encargado de difundir, promocionar y comunicar las actividades que se realizarán en el taller, dentro de la FCA, en la Universidad y a la comunidad en general, sus actividades específicas serán:

- a) Dar a conocer de manera audiovisual y editorial todas las actividades y eventos que realice el taller.
- b) Elaborar las memorias gráficas y audiovisuales que se generen en el taller a lo largo del ciclo.
- c) Mantener una estrecha relación con los medios de comunicación tanto de la Facultad, la Universidad y otros externos.

d) Elaborar y difundir la información sobre las actividades del taller utilizando los medios que para ello se proporcionen, tales como vitrinas, mamparas y espacios en publicaciones.

e) Eventos

En la coordinación de todas aquellas actividades que se realizan como complemento a las académicas, ya sean de tipo extracurricular o recreativas, la comisión de eventos tendrá a su cargo, la organización de las mismas, y sus funciones serán:

a) Planear, organizar y coordinar los distintos eventos sociales que realice el taller, así como los cursos y presentaciones de apoyo formativo del mismo, promoviendo una mayor cultura e integración entre los participantes y manteniendo un estrecho contacto con empresas públicas y privadas que deseen apoyarlo.

b) Presentar presupuestos y avances de acuerdo a los planes y parámetros de medición sobre cada actividad.

c) Atender los detalles previos al evento y dar seguimiento a todas las actividades durante el desarrollo del mismo.

d) Coordinar la logística de los cursos, actividades formativas y demás eventos.

e) Coordinar la participación de las empresas patrocinadoras que apoyen al taller.

f) Ser los anfitriones y responsables de la organización, orden y disciplina de cada evento social y actividad formativa así como de la imagen del taller y del Programa, ante instituciones externas.

Esta misma comisión tendrá a su cargo la planeación y organización de las actividades referentes al Encuentro Empresarial, que es el evento el cual sirve como foro a los participantes de mostrar sus aptitudes artísticas, de creatividad y de conocimientos, dentro de un ambiente de convivencia y creatividad; y de las Expo Ferias, en las que se da la oportunidad a los empresarios juveniles de mostrar a la comunidad en general, los trabajos realizados por su empresa juvenil, a lo largo del ciclo empresarial. Las actividades que deberán llevar a cabo, para realizar estas son:

a) Elaborar y publicar las convocatorias y reglamentos de los concursos y expo ferias.

b) Determinar los parámetros de evaluación de los concursos así como de selección para la participación de empresas del taller en los encuentros empresariales, expo-ferias y eventos externos.

c) Coordinar la logística de los encuentros empresariales y expo ferias.

d) Atender los detalles previos al encuentro empresarial y expo ferias y dar seguimiento a todas las actividades durante el desarrollo de los mismos.

e) Ser los anfitriones y responsables de la imagen, organización, orden y disciplina de cada encuentro empresarial y expo feria.

Con esta organización y con la participación activa y responsable de cada uno de sus elementos, se busca cubrir la realización de todas las actividades que son necesarias para el funcionamiento del taller, aprovechando al máximo los recursos disponibles, y buscando siempre brindar un buen servicio.

III. CREACIÓN Y RATIFICACIÓN DEL EQUIPO EMPRESARIAL

Uno de los objetivos del Taller III, es que el alumno trabaje en la concepción y desarrollo de un producto o servicio, en equipos multidisciplinarios, el cual además de conformarse por alumnos de la FCA, de las Licenciaturas de Administración, Contaduría e Informática, lo hagan de otras de la misma universidad, como lo son Ingeniería, Química, Arquitectura, Derecho y Diseño Industrial. El buscar la integración y trabajo conjunto de estas Licenciaturas, requiere de el diseño de formas y procedimientos dinámicos y operativos, con los que los alumnos encuentren la forma de conocer personas, proyectos, conciliar objetivos y expectativas para finalmente integrarse en equipos de trabajo, el cual posteriormente se transformará en la empresa juvenil.

Tradicionalmente la escuela promueve las actividades dirigidas por sobre las actividades de expresión libre y creadora.

Para poder lograr que el alumno participe en distintas situaciones y se manifieste con toda naturalidad será necesario crear el "clima" de participación. (Zafferi, 1993, p.81)
en el que el alumno no necesite obligatoriamente un guía o docente para trabajar, sino que el por propia iniciativa busque y proponga nuevos ambientes de trabajo.

Para poder reunir, informar y fomentar una actitud de interés y acercamiento, es necesario tomar en cuenta a distintas personas, y no sólo a los alumnos, tales como directores de Facultades, coordinadores de licenciatura, profesores y apoyos administrativos, los cuales asumen un papel importante durante la etapa del inicio de los trabajos en el taller. La importancia radica en que, si se informa e involucra a personas de las distintas facultades y escuelas de la

universidad, éstas mismas serán promotoras e incentivadoras hacia los alumnos, e invitarán a estos para integrarse en una empresa juvenil.

La forma práctica en la que se debe de realizar la conformación de el equipo empresarial, es mediante sesiones de información, en las que se convoque en lugares específicos a los alumnos de distintas licenciaturas, con los que se desea trabajar, invitándolos a participar exponiendo las distintas ideas o proyectos que tengan, y que lo quieran desarrollar dentro del taller, recomendando que los alumnos contemplen los siguientes puntos:

- Proponer juntos un proyecto
- Discutir las ideas e iniciativas
- Elegir una propuesta con el consenso general
- Apertura hacia los otros elementos
- Comunicación
- Organización del trabajo y horarios

Esta parte debe de durar alrededor de 6 días.

En esta fase es importante contar con el material audiovisual e impreso suficiente, para informar y proyectar de forma clara y concisa, la dinámica, forma de trabajo, valor curricular y actividades en general, que se contemplan dentro del taller, para que desde un principio, todos aquellos interesados en incorporarse, conozcan las etapas, objetivos y alcances a los que pueden aspirar.

Posteriormente, se invita a los distintos alumnos a que den a conocer sus ideas y proyectos, así como solicitar y acercarse con aspirantes con los que quieran trabajar y desarrollar el producto, y una vez conocidos los proyectos y las personas, puedan entonces iniciar propiamente los trabajos referentes a la empresa juvenil. Esta etapa es recomendable que también tenga una duración de 6 días.

El objetivo que se busca al realizarlo de este modo y con esta duración es el que los alumnos cuenten con el tiempo suficiente para poder distinguir y escoger al personal con el que trabajarán, buscando además darles una proyección más integral al momento de concebir un proyecto empresarial.

Posteriormente el taller deberá de organizar: los horarios y procedimientos de inscripción, el acomodo de grupos, empresas y la proyección integral de éstos.

1. LA EMPRESA JUVENIL

Una vez llevado a cabo el proceso de formación del equipo empresarial, este se denominará empresa juvenil, la cual será la entidad económica con personalidad jurídica propia y diferente a la de sus dueños, en la cual se conjugarán una serie de recursos, los cuales se deben armonizar para el logro de un objetivo, sus integrantes serán alumnos del taller creación de empresas juveniles.

La empresa es de carácter educativo y formativo y los empresarios juveniles buscarán la convivencia empresarial fundamentalmente, anteponiéndola al lucro.

La empresa juvenil deberá estar integrada por empresarios juveniles de diversas carreras, siendo el número mínimo de seis y un máximo de diez.

La empresa juvenil deberá, en su organización contemplar las áreas funcionales básicas tales como: producción, finanzas, recursos humanos y mercadotecnia, y estructurar, modificar o ampliar las áreas o departamentos que sean necesarios para el óptimo funcionamiento de la misma.

IV. PLAN TEÓRICO - CONCEPTUAL PARA EL DESARROLLO DE EL ALUMNO

El taller es una organización de actividades que requiere una dinámica grupal, es decir, un orden, unas reglas, unas estructuras, lo que hace que no pueda ser improvisado, sino que debe responder a las necesidades e intereses de los alumnos, planificada y desarrollada con la guía del docente. (Zafferi, 1993, p.82)

Para llevar a cabo las actividades, referentes al área académica, fue necesario estructurar los temas y elementos necesarios para poder desarrollar las fases de la concepción de un producto o servicio, así como la creación de la empresa juvenil.

La impartición de las clases del taller, es una actividad específica, donde docentes y alumnos comparten desde sus diferentes roles una experiencia de aprendizaje activo y cooperativo.

El alumno es el protagonista de la acción, el que juzga, confronta con los demás, es consciente de sus responsabilidades, responde a las normas establecidas por el grupo.

Los alumnos eligen el giro o actividad taller en la que desean trabajar, reunidos por primera vez el docente los estimulará para que planifiquen en grupo las tareas a realizar. ¿Qué vamos a hacer? ¿Cómo lo vamos a hacer? ¿Quiénes intervendrán? ¿Con qué materiales? ¿Cuándo lo finalizaremos?, estas preguntas orientarán la formulación de objetivos, actividades, materiales y metas. Podrán formarse comisiones de trabajo, con responsabilidades a cumplir en determinados plazos. (Zafferi, 1993, p.83)

Es importante que en esta etapa, cada elemento, tanto empresarios juveniles, monitores y consejeros, conozcan específicamente sus derechos y obligaciones así como su campo de acción, para que cada quien tome el rol que le corresponda, y exista una óptima organización.

Fundamentalmente el taller se propone la obtención de un producto, pero ello debe dar lugar a tareas en equipo, investigación y actividades de construcción, de evaluación, y replanteo.

No significa el aprendizaje de habilidades, esto puede ser consecuencia del taller, pero esta estrategia didáctica responde a trabajo en grupos, de actividad social, de comunicación e interacción.

Los alumnos aprenderán a hacer uso de su libertad, es decir elegir y ser elegido, optar entre una u otra actividad, proponer iniciativas, seleccionar materiales, agruparse libremente, discutir sus ideas, defenderlas y llevarlas a la práctica.

El taller debe dar la posibilidad de expresarse creativamente, es decir, podremos presentarles diversos materiales y enseñarles determinadas técnicas, dejando que cada alumno o grupo organice su trabajo y se exprese con libertad, poniendo su sello personal. (Zafferi, 1993, p.85)

La temática, objetivos educacionales, sugerencias didácticas y referencias bibliográficas, del Taller III, creación de empresas juveniles, son las que vienen marcadas en el Plan de Estudio, y se detallan a continuación.

El Taller III, se imparte como asignatura en el tercer semestre, de la licenciatura en administración y opcional para las otras, tiene un valor de dos créditos y para tomarla no requiere de ninguna otra asignatura como requisito. Es importante resaltar que el tiempo marcado para el desarrollo de este temario es de 35 horas, el cual se refiere específicamente a la impartición de las clases, donde se ven aspectos técnicos y conceptuales, ya que el trabajo práctico generalmente se desarrolla fuera de éstas, y requiere de un tiempo similar, para poder llevarlo a cabo.

1. OBJETIVO

El objetivo general del curso se define de la siguiente forma: Al finalizar el curso, el empresario juvenil (alumno) creara una empresa para vivir experiencias reales de una organización productiva de bienes o servicios en un contexto académico. (FCA, 1993)

2. TEMARIO

El temario original sugería algunos temas, los cuales por su amplitud, no se observaban de forma completa. Del plan original se conserva el 80%. En el siguiente temario se consideraron los temas, objetivos y tiempo originales, adaptando y resumiendo los que se consideren de mayor amplitud y complejidad como: investigación de mercados, proceso productivo, costos y fuentes de financiamiento.

UNIDAD I.- INTRODUCCIÓN AL CURSO

Horas de impartición: 6

1. Programa emprendedores.
2. El emprendedor.
 - A. Características
 - B. Espíritu Emprendedor
3. La empresa.
 - A. Definición
 - B. Ambiente
 - C. Clasificación
4. Producto y servicio.
 - A. Concepto
 - B. Características
5. Propuesta del producto o servicio.
6. Misión y filosofía de la empresa.

UNIDAD II.- ESTUDIO DE MERCADO

Horas de impartición: 9

1. Perfil del consumidor.
2. Definición del mercado meta.
3. Segmentación del mercado.
4. Investigación de mercado.
 - A. Concepto e importancia
 - B. Proceso de investigación de mercado
 - a) Definición del problema y objetivos de la investigación
 - b) Determinación de las necesidades de información
 - c) Establecimiento del instrumento de investigación
 - d) Cálculo de la muestra
 - e) Recopilación, graficación e interpretación de datos
 - f) Elaboración y presentación del informe de resultados
5. Competencia y su análisis.
6. Determinación del producto final.
7. Imagen corporativa.
 - A. Nombre
 - B. Logotipo
 - C. Lema
 - D. Colores
 - E. Mascota
8. Mezcla de mercadotecnia.
 - A. Producto
 - a) Marca
 - b) Envase
 - c) Etiqueta
 - d) Empaque
 - e) Embalaje
 - B. Precio
 - C. Promoción
 - D. Plaza
9. Plan de mercadotecnia.

UNIDAD III.- ESTUDIO TÉCNICO

Horas de impartición: 6

1. Sistema de producción.
 - A. Proceso productivo
 - a) Insumos y sus fuentes
 - b) Procesos y control de calidad
 - c) Inventarios
2. Localización de la planta.
3. Capacidad de la planta.
4. Tecnología

UNIDAD IV.- ESTUDIO ADMINISTRATIVO

Horas de impartición: 4.5

1. Organización.
 - A. Definición e importancia
 - B. Elementos
 - a) Objetivos
 - b) Políticas
 - c) Organigrama
 - d) Funciones
2. Requisitos legales.
 - A. Obligaciones oficiales
 - a) Fiscales
 - b) Patentes y marcas
 - B. Obligaciones con el programa emprendedores

UNIDAD V.- ESTUDIO FINANCIERO

Horas de impartición: 6

1. Costeo y fijación del precio de venta.
2. Presupuestos.
 - A. Ventas y gastos
 - B. Estados financieros proforma
3. Punto de equilibrio.
4. Fuentes de financiamiento.
 - A. Internas

B. Externas

5. Registro de operaciones.

UNIDAD VI.- INICIO DE OPERACIONES Y VENTAS

Horas de impartición: 3

1. Capacitación y desarrollo.
2. Prueba de calidad del producto.
3. Reportes.

UNIDAD VII.- CIERRE DE LA EMPRESA

Horas de impartición: 3

1. Metodología de cierre
2. Entrega de reportes finales
3. Evaluación final

**V. ELABORACIÓN, CONCEPTUALIZACIÓN Y
SEGUIMIENTO DEL PROYECTO**

La elaboración de un proyecto consiste esencialmente en organizar un conjunto de acciones y actividades a realizar que implican el uso y aplicación de recursos humanos, económicos y técnicos en un área, con el fin de lograr ciertas metas y objetivos. Se partirá de las necesidades y de los intereses de los alumnos que integran el taller. (Zafferi, 1993, p.92)

La etapa que trata la elaboración, conceptualización y seguimiento del proyecto, que pretenda la empresa juvenil, es prioritario debido a que aquí se reflejarán todos los esfuerzos realizados con anterioridad tanto operativos y

académicos del taller, con el objeto de que los alumnos lo lleven a cabo con la mejor proyección y expectativas de éxito.

Basándose en el temario, el primer paso será el ratificar el objetivo, la misión y la conceptualización del producto o servicio a realizar.

Así elegido el objeto se deberá con el empresa, seleccionar:

- a) El lugar de trabajo (medio ambiente, aula, patio, espacio exterior, etc.)
- b) Los materiales y medios necesarios (mobiliario, elementos e instrumentos de trabajo)

Y junto con el docente propondrán, discutirán, decidirán. elegirán las actividades a realizar. Así surgirán las alternativas del proyecto de trabajo. (Zafferi, 1993, p.90)

1. PLANIFICACIÓN EN GRUPO

La planificación en grupo responderá a las siguientes preguntas:

- 1) ¿Qué vamos a hacer? Nominación del proyecto.
- 2) ¿Por qué se hace? Necesidades e intereses.
- 3) ¿Para qué se hace? Objetivos específicos y metas.
- 4) ¿Cómo lo vamos a hacer? Delimitación de actividades y tareas a concretar.
- 5) ¿Con quiénes lo vamos a realizar? Agentes colaboradores y responsables.
- 6) ¿Cuándo lo vamos a hacer? Metas.

2. CONTENIDO DEL PROYECTO

A. Objetivos

Serán los propósitos del taller, las metas a alcanzar en la concreción de las acciones y en los aprendizajes escolares.

OBJETIVOS COMUNES: Son los que aseguran para todos los alumnos el logro de metas específicas de aprendizaje.

OBJETIVOS VARIABLES: son los que se ajustan a las características y necesidades regionales, a las posibilidades personales y a los intereses grupales.

Por ello la planificación de objetivos en los talleres da la posibilidad de optar entre objetivos comunes y variables.

Fundamentalmente este tipo de estrategia didáctica apunta al logro de objetivos sociales, de participación e integración en distintos grupos de trabajo. La posibilidad de elegir y ser elegido, discutir sus ideas, de defenderlas, de proyectar las actividades, de evaluar y ser evaluado.

Es importante tomar en cuenta siempre, y para cualquier actividad, la secuencia del temario, los tiempos establecidos para cada unidad y las referencias didácticas y bibliográficas marcadas para cada una. De lo contrario se estaría desviando y perdiendo la esencia y objetivos primordiales que se buscan en el taller.

B. Actividades

Formulados los objetivos por los alumnos con la guía de los docentes, surgirán de ellos las actividades y tareas a realizar.

El proyecto podrá deberá ser de realización de todo el grupo o dará lugar a diferentes proyectos en cada comisión de trabajo.

Las actividades podrán ser de organización;

- Formación de comisiones de trabajo
- Selección de materiales e instrumentos
- Organización del reglamento de trabajo en los grupos
- Investigación sobre el tema de trabajo

Actividades de ejecución

Construcción de ...

Confección de ...

Muestra de ...

Exposición de ...

Actividades de evaluación:

Observación de ...

Realización de muestras, exposiciones, actos.

Presentación de un informe.

Dentro de las actividades y secuencias marcadas en el temario, se deben programar de acuerdo a las necesidades de cada empresa y en común acuerdo, sesiones de revisión y medición de avances, ayudado por un reporte escrito describiendo lo acontecido en cierto periodo de tiempo, comparando lo planeado con lo realizado, y en su caso fortalecer los éxitos y corregir las desviaciones.

Cuando se evalúen las actividades se deben de responsabilizar de los fogros o fracasos a quien haya estado a cargo, y el o los responsables tendrán que fundamentar los por qué en caso de no haber logrado concretar las acciones o tareas encomendadas. Parte importante es el aplicar medidas como ésta para experimentar de la forma más real, la toma de decisiones y líneas de acción, en

donde cada integrante se debe de dar cuenta la importancia y el papel que puede llegar a tener dentro de una organización.

La coordinación y comunicación entre la empresa juvenil, con el monitor, el consejero, el asesor y las autoridades responsables del taller, es donde retoma su real importancia en este punto, ya que en el caso de que el proyecto presentado por una empresa, tenga la oportunidad de apoyarse, tanto financiera como técnicamente, en base a su factibilidad de éxito, se le deberá de dar un seguimiento más minucioso y especializado buscando que ésta sea un ejemplo de trabajo y beneficio a la sociedad, como producto de un taller académico, surgido de la Universidad.

VI. CURSOS Y ACTIVIDADES EXTRACURRICULARES

El Programa Emprendedores UNAM y el Taller III, Creación de Empresas Juveniles, a lo largo del ciclo realiza actividades formativas y recreativas tales como: seminarios, proyección de películas, conferencias, convivencias, concursos, exposiciones, etc. buscando con éstas, que el empresario juvenil tenga una integración mayor en cuanto a su formación educativa, social y cultural.

El objetivo de la realización de estas actividades es el dar a conocer lo que se hace en el taller, así como estimular el espíritu emprendedor de los alumnos participantes, y de las Facultades de la propia UNAM, y de escuelas incorporadas.

Las actividades deberán ser coherentes con los objetivos, concretos de realización en el período de duración del taller, evaluables en lo posible. Podrán incorporarse en el curso del taller actividades ocasionales o de derivación del trabajo, así como también cambiarse por otras actividades si fuera necesario.

La programación de actividades debe dar lugar a la participación de todos los alumnos, respetando las iniciativas personales, estimulando la creatividad, la expresión espontánea, la reflexión y el sentido común. (Zafferi, 1993, p.93)

Es éstas participan personas de empresa y académicos, en la exposición de conferencias con temas relacionados con la micro, pequeña y mediana empresa, y otros de actualidad, que enriquecen la formación académica de los alumnos, despertando su interés por la investigación en sus áreas de estudio y el deseo de ser profesionales de calidad con espíritu emprendedor.

En el aspecto organizativo y de programación de estos eventos, resulta determinante el que se realicen fuera de los horarios de clase y que no interfieran en tiempo y programación de otras asignaturas o actividades, de lo contrario se estaría actuando de manera contradictoria con los objetivos del taller.

Además de fomentar una forma de trabajo diferente, a este tipo de eventos debe de dárseles su objetivo exacto, tanto cursos, seminarios, conferencias o convivencias, del por qué se realizan, buscando de forma previa proyectar este objetivo y posteriormente a manera de retroalimentación, verificar si se logró el mismo. Para realizar este proceso se deben contemplar los siguientes aspectos, sobre los participantes:

- a) Participar, a partir de su propio interés y viéndose obligado a conceptualizar para hablar o polemizar;
- b) Recoger diferentes puntos de vista y ponerlos en comparación y discusión recíproca;
- c) Coadyuvar a encontrar alicientes de motivación adicional, por el juego crítico de los diferentes puntos de vista y por lo entretenido que resulta practicar técnicas grupales;
- d) Asumir la disciplina personal de ubicarse dentro de una actividad de grupo siendo funcional al conjunto, aprendiendo a hablar, callar, aportar, cuando es útil al equipo;

- e) Fomentar -por técnicas específicas- la expresividad y el lenguaje, no sólo verbal sino aún corporal y mimético;
- f) Autoanalizarse en cuanto a los mecanismos puestos en función en el grupo y la imagen que uno forma en los demás;
- g) Acceder a información adicional que supera lo otorgado por cualquier exposición. (Follari, 1989, p.29)

Basado en esta metodología, se podrá entonces encuasar y organizar una actividad de este tipo esperando el mejor de los éxitos.

CAPITULO CUARTO

CARACTERÍSTICAS ESENCIALES DE LOS COMPONENTES Y FUNCIONAMIENTO DEL TALLER.

I. PERFIL Y CARACTERÍSTICAS DEL EGRESADO UNIVERSITARIO A NIVEL LICENCIATURA.

- 1. Actitudes**
- 2. Habilidades**

II. IDENTIFICACIÓN Y RESPONSABILIDAD DEL ESTUDIANTE UNIVERSITARIO

III. PERFIL Y CARACTERÍSTICAS DEL EMPRENDEDOR UNIVERSITARIO

- 1. Concepto**
- 2. El emprendedor universitario**

IV. PAPEL DEL DOCENTE EN EL TALLER

- 1. Características de un buen profesor de taller**
- 2. El docente como organizador y el liderazgo rotativo**
- 3. Características recomendables para el docente**
 - A. Rasgos característicos recomendables**
 - B. Mínimos rasgos deseables**
 - C. Formas de desarrollar las características deseables**

V. AUXILIARES EN LOS MÉTODOS DE ENSEÑANZA

- 1. Los recursos didácticos**
- 2. Material didáctico**
 - A. Medios (hardware) para uso didáctico**
- 3. Recomendaciones y lineamientos para la elaboración y selección de material didáctico.**
 - A. Marco de referencia**
 - B. Diseño de material**
 - C. Elaboración del prototipo**
 - D. Evaluación del prototipo**
- 4. Dinámicas de grupo**
 - A. Desarrollo**

VI. EL TRABAJO EN EQUIPO

- 1. Descripción**
- 2. Factores de desarrollo**
- 3. Comportamiento del equipo**
- 4. Sinergia**
- 5. Factores de integración**
 - A. Toma de decisiones**
 - B. Objetivos**
 - C. Coordinación**
 - D. Comunicación**
 - E. Crítica**

VII. DESARROLLO DE NUEVOS PRODUCTOS

- 1. La creatividad**

VIII. PRINCIPALES FACTORES ADVERSOS

I. PERFIL Y CARACTERÍSTICAS DEL EGRESADO UNIVERSITARIO A NIVEL LICENCIATURA.

Por las necesidades y exigencias actuales del mercado de trabajo, es necesario que todos aquellos estudiantes que egresan para incorporarse a este sector, tengan obligatoriamente los conocimientos mínimos indispensables para poder desarrollar su profesión a un nivel aceptable. Esta necesidad se incrementa de manera considerable si se toman en cuenta factores a nivel macro, como lo son la globalización económica, los grandes y rápidos avances tecnológicos, la modernización en la política y las nuevas estrategias educativas.

Dentro de los estudios y evaluaciones realizadas para la implantación del plan de estudios 1993, en la FCA se encontró que además de los conocimientos teórico-conceptuales de cada licenciatura y de los requeridos para un mejor desempeño, como son el inglés, manejo de computadoras y paquetes de software, es importante también desarrollar las actitudes y habilidades del egresado, para que de ésta forma tenga una mayor visión y expectativas de crecimiento.

I. ACTITUDES

Referimos como actitud a los aspectos del comportamiento que se expresan en forma cotidiana durante la interacción del sujeto con la sociedad.

Las actitudes que se busca promover son:

- De compromiso. Los profesionales deben identificarse con los objetivos organizacionales y ofrecer su mejor esfuerzo hacia su consecución.
- De respeto y observancia de los cánones éticos. La ética profesional es la norma que regula su desempeño, y la hacen prevalecer ante cualquier circunstancia.

- De servicio. Las relaciones laborales en una organización son implicaciones de servicio mutuo en tanto que coparticipan en la consecución de los objetivos organizacionales.
- De éxito. Se involucra al éxito como una aspiración inherente al ejercicio profesional, y siempre asociado al de la organización.
- Emprendedora. Se fortalece la capacidad de generar y probar alternativas innovadoras en la creación y operación de las organizaciones.
- De superación diaria. El ejercicio cotidiano debe ser evaluado y promover el avance intelectual para mejorar su desempeño futuro.
- De aprendizaje permanente. Se remarca la importancia de su actualización mediante el proceso enseñanza-aprendizaje o la lectura constante de artículos y libros de reciente aparición para incorporarlos a su desempeño. (FCA, 1993, p.23)

2. HABILIDADES

Por otra parte, las habilidades deberán de distinguirse como aquellos aspectos, que son indispensables para ejecutar las tareas propias de cada licenciatura, tales como:

- Desarrollar una visión integral sobre la misión y estrategias de las organizaciones.
- Conducir grupos y lograr objetivos en un ambiente de mutua confianza (liderazgo).
- Participar en equipos multidisciplinarios que logren los objetivos institucionales en un ambiente de cooperación y apoyo recíprocos.
- Generar fuentes de trabajo mediante la creación de nuevas empresas. (FCA, 1993, p.24)

Resulta importante mencionar que con el desarrollo de sus actitudes y habilidades, el egresado debe de tener, entre otros elementos, aquellos necesarios para poder crear, estructurar y manejar una empresa, así como conocer el papel

que juegan las áreas funcionales, dentro de la misma. Éstos conocimientos los deberá contemplar aún en los casos, en donde no necesariamente el egresado tenga o quiera crear una empresa, también al incorporarse a una entidad, ya sea pública o privada, le serán de gran utilidad.

II. IDENTIFICACIÓN Y RESPONSABILIDAD DEL ESTUDIANTE UNIVERSITARIO

Para que un egresado desempeñe con todo profesionalismo, la licenciatura para la cual se ha preparado, deberá mostrar su forma de trabajo y responsabilidad, desde que es estudiante, ya que es como un eslabón de preparación y capacitación, sobre lo que desempeñará más adelante en el ejercicio profesional.

Al estudiante a nivel licenciatura, en algunas áreas o asignaturas específicas, le será difícil su desarrollo dentro de la misma, y no precisamente por problemas de comprensión o de impartición de la misma, sino en algunos casos por la deficiente preparación manifestada desde el nivel primaria, secundaria o bachillerato. Pero esto no deberá ser un obstáculo para su aprendizaje, ya que ningún momento puede ser demasiado tarde para aprender de manera óptima conocimientos básicos de la licenciatura.

En un país como el nuestro, ser estudiante universitario constituye un privilegio, pues por este solo hecho quien lo es se integra a un sector favorecido, en relación a la mayoría de una población con enormes carencias en materia de educación.

En primer término, hay que insistir en el derecho que tiene todo alumno a recibir la mejor preparación posible, derecho que

compromete a todos los sectores que integran a la Universidad. Estamos obligados a llevar a cabo el mayor esfuerzo, tanto personal como institucional, para garantizarlo, para establecer las condiciones que hagan posible su ejercicio. (Carpizo, 1988b, p.27)

Y desde luego, cada uno de los alumnos deberá de poner toda su dedicación y esfuerzo, por aprovechar de la mejor forma los recursos, laboratorios, espacios, bibliotecas y materiales que están a su disposición, y sobre todo cuidarlo más que como si fuera de su propiedad, ya que al cederle en préstamo su utilización o custodia, se le está confiando parte del patrimonio de la universidad, razón por la que deberá de protegerlo para que así como ellos, otros universitarios tengan la misma oportunidad de aprovecharlos.

En particular, los alumnos deben estudiar, investigar, participar en tareas de difusión de la cultura, trabajar de manera cotidiana por lograr el mejor desarrollo posible de todas sus capacidades; no rendirse a la autoconplacencia, sino ser cada vez más exigentes consigo mismos y por sí mismos, no simplemente por coacciones o presiones externas, o bien por el simple cumplimiento de los requisitos académicos. Si el estudiante se interesa sólo por acreditar asignaturas, sin importarle el conocimiento, tiende con frecuencia, a defender procedimientos que hacen más fácil la adquisición de un título o grado que acaba por carecer de valor real. Con ésta actitud sacrifica la posibilidad, única en su vida, de obtener una sólida preparación que le permita realizarse plenamente como persona útil a la sociedad y a sí mismo. En la medida en que el alumno se esfuerza y auto crítica, tiene derecho a exigir lo mismo de los demás. (Carpizo, 1988b, p.27)

Como alumnos universitarios, deben de ser proactivos, en favor de su propio beneficio, aprovechar todos los espacios que existen dentro de la Universidad donde se pueden encontrar lugares para el esparcimiento, como teatro, música, cine, y otros espectáculos, así como instalaciones deportivas para la práctica de

éste. En lo referente a la cuestión académica, deben de participar, en la medida de sus posibilidades y sin interferir con el desempeño de sus clases, en actividades de vinculación e investigación, donde puedan obtener experiencia y práctica profesional, donde tengan la oportunidad de aplicar sus conocimientos y ver de manera clara, lo leído u observado dentro del salón de clases.

La sociedad confía y espera mucho de los jóvenes, ellos son su porvenir. Nuestro futuro como nación se halla en sus manos. Ésta esperanza los compromete de muy diversas maneras, y a esa condición de juventud que depende de la naturaleza, habrán de agregar su propio esfuerzo.

A los estudiantes, la juventud y el esfuerzo los obligan a prepararse con dedicación, entusiasmo y rigor, a superarse cotidianamente en la realización de las labores inherentes a su situación de estudiantes. Sólo así ganarán su derecho a intervenir en la sociedad, sólo así podrán responder al reto que entraña la construcción de un mundo mejor que aquel que les quedará como legado. (Carpizo, 1988b, p.28)

Nuevamente se reitera el valor y responsabilidad que tienen los estudiantes de la UNAM al formar parte de ella, porque deberán prepararse tomando en cuenta que pueden hacerlo, gracias a que la universidad es una institución pública y dispuesta al servicio de todos los mexicanos, buscando la retribución a la sociedad, con mejores oportunidades para la misma, creando opciones de empleo, producción y bienestar; podrá entonces decirse realmente que los antes estudiantes, ahora egresados, cumplieron con su misión de formación y legado a la sociedad.

III. PERFIL Y CARACTERÍSTICAS DEL EMPRENDEDOR UNIVERSITARIO

El iniciar algo nuevo, retomar algo hecho o modificar de manera importante algún proyecto, objeto o producto antes realizado, se le puede atribuir a una o grupo de personas con la capacidad, entusiasmo y tenacidad de querer hacer ó cambiar algo, de ser diferentes y de buscar nuevas formas.

No hay límite en cuanto a conocimientos para poder iniciar o realizar un proyecto. En el caso de la creación de una empresa, no necesariamente la o las personas que la inicien, han de tener, grandes volúmenes de capital, producción o de instalaciones, o de experiencia con amplios conocimientos sobre la materia, pero si es importante que tengan bien definido lo que van a hacer, cómo lo van a hacer y plantearse el objetivo, hasta donde quieren llegar.

Para hacer algo así, indudablemente estamos hablando de una persona diferente, con las características elementales de lo que tradicionalmente se conoce como "Emprendedor", pero ¿Qué es un emprendedor ?

1. CONCEPTO

Es una persona, hombre o mujer, joven o no muy joven, pobre o rico, con estudios o sin ellos, rubio o moreno, chaparro o alto, el primer hijo de un matrimonio o el último, laico o religioso, vecino de la Nápoles o de la Nezahualcóyotl, casado o soltero, con hijos o sin ellos, que emprende con paciencia, empeño, decisión y sacrificios, acciones congruentes y consistentes con el fin de crear, quizás donde antes no había un determinado concepto de mercado, una actividad legal y productiva que beneficiará a la sociedad. (García, 1990, p.9)

El ser emprendedor es la capacidad de iniciar obras o acciones que implican cierto riesgo de dificultad. La persona emprendedora se

distingue de los demás por su capacidad creativa e innovadora. Estas personas enfrentan el reto y resuelven problemas actuales, además de encontrar nuevas soluciones a los viejos problemas.

El progreso de la sociedad lo producen verdaderamente aquellas personas que tienen la característica de emprender. (Luthe, 1990 p. 97)

En ambos conceptos encontramos que el emprendedor debe ser constante, tener paciencia, empeño, una gran visión y creatividad, y sobre todo ser el promotor de algo benéfico a la sociedad. De este modo podemos distinguir a las personas emprendedoras, capaces de iniciar algo y ser promotoras del cambio.

2. EL EMPRENDEDOR UNIVERSITARIO

En el caso del "Emprendedor Universitario" no varía en lo absoluto, ningún aspecto a lo que podríamos referirnos con un emprendedor tradicional, solamente que éste deberá emprender utilizando todos aquellos elementos que le han sido enseñados en la institución, aplicando de manera práctica los referentes a las áreas funcionales de una empresa, y aplicar las herramientas que gracias a los avances de la tecnología, facilitan las actividades para el manejo de una empresa. Además de que deberá buscar el bien común, el fomentar una cultura empresarial, y revertir sus conocimientos y beneficios hacia la comunidad.

El crear, estructurar y hacer funcionar una empresa, resulta ser una actividad de mucho desgaste, constancia y esfuerzo, pero si se ha estructurado de manera correcta y se trabaja de acuerdo con un plan estratégico, los resultados positivos se alcanzarán en el tiempo establecido, y podrán tenerse así tener perspectivas de crecimiento y expansión, y conservando como objetivo fundamental, el triunfar y hacer algo en beneficio de alguien.

El único requisito para triunfar como emprendedor (y posteriormente como empresario, ya que su pequeña o mediana empresa está en operación) es estar decidido a triunfar. (García, 1990, p.9)

Para triunfar como emprendedor es muy importante que se tenga la voluntad de hacer las cosas, y entonces todo es fácil.

La principal característica de un emprendedor es la decisión de triunfar a toda costa, y de vencer todos los obstáculos. (Ponce, 1988, p.5)

En especial, el emprendedor formado dentro de la Universidad Nacional, tiene características que lo diferencian de estudiantes y egresados de otras escuelas; podemos destacar las que siguen:

La lealtad hacia la institución, ya que los valores, costumbres y conocimientos adquiridos durante sus estudios, harán del egresado, un ser con criterio, responsable de sus actos, con objetivos definidos y respeto a personas, instituciones, creencias y cualquier forma de pensar diferente a la suya, siempre anteponiendo y mencionando con orgullo el ser egresado de la UNAM. Y reflejando éste orgullo con trabajo y ética en su lugar de labor, con tenacidad, constancia y sobre todo mucho profesionalismo.

La creatividad en la concepción y el desarrollo de un proyecto, teniendo como elemento prioritario, a las mismas personas que lo trabajan. Podrán no tener los recursos financieros, materiales y técnicos para desarrollar el proyecto, pero siempre buscarán una solución, por complicada o difícil que pueda parecer, alcanzándola gracias a las ideas, aportaciones, sugerencias y aplicación de las mismas, por parte de todos los integrantes del equipo, en busca de un objetivo común.

El trabajo en equipo que desarrollan los estudiantes por actividades académicas, de vinculación o extracurriculares, hace del estudiante una persona más íntegra, incrementando su capacidad de sociabilización, debido a que, a través de la convivencia con personas de su misma carrera y mejor aún, con las de otras se obtiene el conocimiento de distintas formas de pensar y de trabajar, debido a que con el trabajo multidisciplinario, sus integrantes identifican el papel y responsabilidad de su profesión y su papel ante la sociedad.

IV. PAPEL DEL DOCENTE EN EL TALLER

Dentro de un taller de tipo empresarial, donde éste forma parte curricular de un plan de estudios, y cuya implantación se hizo con el objeto de que los alumnos tuvieran la práctica y conocieran de forma dinámica, los elementos para crear una empresa, resulta determinante también impulsar y desarrollar todos los elementos necesarios para el buen funcionamiento del mismo, tales como manuales, reglamentos, carpetas, materiales de apoyo y la capacitación a las personas que intervendrán de manera directa en las actividades.

Uno de los elementos fundamentales en el taller, es el papel del docente, quien es el responsable directo de impartir la cátedra, enseñando los elementos teórico-conceptuales que el alumno deberá aplicar en la creación de la empresa. Resulta de primordial importancia que además de los requisitos determinados para pertenecer a la planta docente de la universidad, éste cuente con la experiencia requerida y cumpla con las características determinadas para que su labor sea lo más productiva posible.

El nivel académico de una Universidad depende del nivel de sus profesores e investigadores. Los integrantes de este sector universitario, comprendemos que necesitamos actualizarnos permanentemente, que necesitamos saber cómo enseñar mejor y ser estudiantes y estudiosos de por vida. El magisterio es una hermosa vocación de carácter social y debemos estar orgullosos de atender a ella: estamos ayudando a formar las mentes y las voluntades de quienes van a decidir el futuro de México. (Carpizo, 1987b, p. 26)

I. CARACTERÍSTICAS DE UN BUEN PROFESOR DE TALLER

El profesor del taller tiene un contacto más íntimo y cercano con los estudiantes que cualquier otro miembro de una facultad y, consecuentemente, tiene una gran influencia en el carácter y hábitos de los estudiantes. Es responsable ante la administración escolar, no solamente por la calidad y tipo de entrenamiento de taller proporcionado en la escuela, sino también por la colocación de sus estudiantes en un trabajo comercial. Por lo tanto, el profesor de taller debe estar, en todo tiempo, consciente de que sus obligaciones incluyen el entrenamiento del carácter, así como entrenamiento de la destreza y conocimiento del oficio. (Zafferi, 1993, p. 11)

El docente, que para efectos de identificación dentro del Taller III se denomina consejero empresarial, quien debe mantener un nivel de motivación constante a lo largo del semestre para que los alumnos se sientan respaldados y con deseos de hacer el trabajo con verdadero interés, y no sólo para acreditar la asignatura.

Dentro de las múltiples actividades y requisitos que el docente debe tener para poder impartir clase, están las de establecer las reglas y lineamientos del curso al iniciar el mismo, los métodos de evaluación, y los métodos de control, así como las correcciones y ajustes a realizar mientras avanzan las clases.

A continuación se describen una serie de conceptos y características que el docente, ya sea con experiencia o sin ella, debe contemplar para poder organizar y sobrellevar los trabajos dentro del taller.

2. EL DOCENTE COMO ORGANIZADOR Y EL LIDERAZGO ROTATIVO

El maestro como coordinador de acuerdo con sus aptitudes y por elección personal será el guía del grupo.

El papel del maestro coordinador, será el de permitir, facilitar, sugerir, escuchar, responder e informar cuando sea necesario.

Facilitará la comunicación de los alumnos, la interacción grupal con un buen manejo de las relaciones humanas.

El docente recibe las iniciativas de los alumnos, los ayuda a ordenar necesidades, a elegir una propuesta realista, los invita a documentarse, a investigar y los impulsa a realizar experiencias nuevas.

El maestro deberá utilizar diversos mecanismos motivacionales como crear la curiosidad por saber e investigar, la confianza en las propias capacidades, la actividad, la utilidad y aplicación y la creatividad.

El alumno necesita seguridad, sentirse querido, respetado, apoyado por el maestro y por el grupo.

La actividad grupal permite el conocimiento de las opiniones y las reacciones de los demás y la comunicación libre de las propias ideas y sugerencias.

El maestro como conductor del grupo tendrá que lograr la participación voluntaria de los alumnos, quienes realizarán las actividades o acciones que motive el docente siempre por su gusto, nunca impuestas. Pero para ello el maestro sentirá el placer de integrarse al grupo, la satisfacción de disfrutar en el hacer con los alumnos.

Las actitudes de los docentes en la conducción de los talleres es de vital importancia, pues el entusiasmo de los alumnos, muchas veces excede los límites esperados; sienten libertad para elegir,

proponer, hacer, y si no determinamos las pautas de trabajo, de disciplina, orden, cortesía, higiene, con el consenso de todos, pueden surgir situaciones de conflicto.

(Zafferi, 1993, p. 95)

3. CARACTERÍSTICAS RECOMENDABLES PARA EL DOCENTE

Las acciones, palabras y hábitos de un profesor servirán como ejemplo en el desarrollo de los estudiantes. La calidad y cantidad del trabajo hecho por ellos, su apariencia y porte, así como las condiciones del taller y de la escuela, todo reflejará los mismos impulsos mantenidos por cada profesor.

¿Qué características debe poseer una persona para enseñar con éxito a los muchos estudiantes que ingresan a la escuela con el fin de prepararse para el trabajo? Cada estudiante difiere de otro en alguna forma. Ninguno tiene experiencia. Llegan procedentes de todas las sendas de la vida. Algunos, de hogares amistosos y sanos, tienen buenas maneras y son dóciles para guiarlos e instruirlos. Otros vienen de familias desunidas o mal avenidas, tienen malas costumbres, son inclinados a la rebelión y tienen miedo a enfrentarse al futuro. Todos responderán a las instrucciones y a las asignaciones si se emplea la técnica correcta. ¿Qué cualidades se necesitan para influir en ellos, a fin de inculcarles respeto para los profesores y para que reaccionen favorablemente a la instrucción vocacional? (Zafferi, 1993, p. 14)

A. Rasgos característicos recomendables

A continuación se presenta una lista relativamente completa de los rasgos o características que debe tratar de adquirir un profesor ambicioso que busque el éxito profesional.

Desinterés	Don de mando
Equidad	Dignidad
Amplitud de criterio	Valor
Paciencia	Inventiva
Madurez	Imaginación
Control de sí mismo	Sinceridad

Energía
Firmeza

Entusiasmo
Sentido del humor

Otros rasgos convenientes del profesor son:

Tacto
Optimismo
Simpatía
Cortesía
Agilidad mental
(Zafferi, 1993, p. 16)

Honestidad
Confiabilidad
Iniciativa
Buen juicio
Organización

B. Mínimos rasgos deseables

No es factible esperar que todos los maestros puedan desarrollar todos estos rasgos. Sin embargo, hay un mínimo que cada profesor debe desarrollar en su carrera, tan pronto como le sea posible. A continuación se proporciona una breve explicación de estos rasgos mínimos.

- a) Desinterés.- Poder dar o contribuir en algo para todos a pesar de que no se le acredite el haberlo hecho.
- b) Equidad.- Ser imparcial con todo el mundo aún cuando no tenga simpatías personales.
- c) Amplitud de criterio.- Comprender el punto de vista de los demás.
- d) Paciencia.- Estar dispuesto a repetir instrucciones, contestar preguntas y enseñar repetidamente sus conocimientos o datos informativos, sin irritarse o molestarse.
- e) Madurez.- Evitar mezquindad en sus relaciones con otros, respecto a sus errores y faltas.
- f) Control de sí mismo.- Mantener su control e inclusive suavizar las situaciones que sean difíciles de manejar.
- g) Energía.- Estimular en los estudiantes un buen trabajo y pensamientos rectos.
- h) Firmeza.- Poder hacer que otros cumplan con sus instrucciones, sin tener que ser autoritario.

- i) Don de mando.- Dar instrucciones y órdenes de tal forma que los estudiantes respeten su autoridad.
- j) Dignidad.- Manifestar una actitud respetable sin ser demasiado frío o indiferente.
- k) Valor.- Tener la fuerza de actuar con las convicciones que han probado ser correctas.
- l) Inventiva.- Poder hacer lo mejor con lo que haya disponible y de éste modo ayudar a otros para que se ayuden a sí mismos.
- m) Imaginación.- Poder ver más lejos y aplicar nuevas ideas para la situación propia y de este modo estimular el pensamiento original de los estudiantes.
- n) Sinceridad.- Dejar que sus propias acciones apoyen sus palabras y de este modo lograr la completa confianza de los estudiantes.
- o) Entusiasmo.- Hacer su trabajo con entusiasmo e interés para que sirva de inspiración a los demás.
- p) Sentido del humor.- Poder gozar de una broma u observación graciosa, incluso cuando le afecta a usted. (Zafferi, 1993, p. 18)

C. Formas de desarrollar las características deseables

No basta presentar solamente la lista anterior, un profesor debe saber qué hacer o decir si desea adquirir estas características deseables y mostrar que las posee. Por lo tanto, se sugiere la participación en las siguientes actividades para ayudar al maestro a efectuar algún cambio en su conducta.

- a) Estar alerta para aprender "cómo" desarrollar rasgos deseables y hacer un esfuerzo para adquirirlos. Por ejemplo, estar pendiente de cosas tales como su tono de voz, maneras, trato amigable y sincero, y el sonreír con todo el mundo.
- b) Tener siempre presente que enseñar no es una responsabilidad para una sola vez, sino una tarea continua.
- c) Prestar atención honrada a sus propias debilidades y planear una línea de acción para desechar los malos hábitos.
- d) Desarrollar una actitud objetiva; haber madurado emocionalmente.
- e) Mantenerse en contacto con el progreso industrial, los métodos y procedimientos de la industria están cambiando constantemente.
- f) Evitar el favoritismo y la asociación con pequeños grupos de intereses especiales.

- g) Evitar juicios repentinos, intrigas o excusas.
- h) Dedicarse a intereses externos y valiosos que le mantengan en contacto con el mundo de las realidades.
- i) Aceptar puestos de responsabilidad en organizaciones estudiantiles cuando sea requerido.
- j) Ejercer la dirección en actividades que tiendan a mejorar la escuela.
- k) Trabajar para progresar, sin perder nunca de vista la importancia de su trabajo.
- l) Reconocer que sus superiores también tienen problemas en su trabajo. (Zafferi, 1993, p. 20)

El observar las anteriores características y tomarlas en cuenta al momento de reclutar o capacitar a docentes para el taller, indudablemente incrementará el nivel de desarrollo e impartición de clases en el mismo. De ésta forma enriquecer de forma tangible a los elementos determinantes para el éxito del taller y formar más y mejor a los mismos universitarios que intervienen en éste.

V. AUXILIARES EN LOS MÉTODOS DE ENSEÑANZA

Para que el docente tenga un mejor desempeño y despierte un mayor interés en el alumno y éste no vea cada clase como algo normal o que pueda predecir lo que sucederá, debe de buscar métodos, dinámicas y materiales didácticos que le ayuden en la impartición de los conceptos en cada sesión y que en cada una de éstas, el alumno asista con la idea de aprender algo nuevo en forma diferente.

Para lograr esto, se debe determinar primero cuál es el objetivo de la clase, revisar que vaya según el programa del curso, verificar el tiempo y los materiales disponibles, desarrollar el material y las retroalimentaciones acerca del ejercicio.

Por lo tanto la elaboración y selección de recursos en general, y de material didáctico en particular, debe considerar toda la serie de planteamientos vinculados a las características del desarrollo de los alumnos y los relativos a los contenidos por aprender. (SEP, 1992, p. 97)

1. LOS RECURSOS DIDÁCTICOS

Para ofrecer una clasificación de los recursos didácticos se parte del enfoque que considera al aprendizaje como un proceso complejo, que implica la reflexión y la acción del sujeto ante un objeto de conocimiento, aunque también dicho proceso requiere que el docente cuente con los recursos didácticos necesarios: acciones, situaciones, y elementos que pueda proponer a sus alumnos, para darles la oportunidad de interactuar con los objetos de conocimiento. Así, un recurso didáctico debe ser considerado no como algo accesorio que apoye el proceso del aprendizaje, sino como elemento fundamental para favorecerlo y facilitarlo y cuya efectividad dependerá de cómo se aplique. (SEP, 1992, p.98)

Es importante que el docente dentro de su plan de trabajo semestral, contemple este tipo de materiales para que en coordinación con las autoridades escolares, desarrolle continuamente elementos que le serán de utilidad durante el desempeño de las clases y conforme avancen los periodos, crear un acervo amplio de materiales.

2. MATERIAL DIDÁCTICO

Esta categoría incluye todo aquel objeto natural o elaborado que pueda utilizar el alumno y/o usuario, para el alumno, para el maestro, para ambos, por sus características físicas: planos tridimensionales, eléctricos, electrónicos; por su forma de elaboración: de fabricación industrial, de fabricación artesanal; por el tipo de desarrollo que

favorecen: para facilitar las operaciones concretas, para promover las operaciones lógico matemáticas, etcétera. (SEP, 1992, p.99)

A. Medios (hardware) para uso didáctico.

Esta categoría comprende los productos tecnológicos eléctricos o electrónicos, tanto de uso grupal como colectivo, que pueden servir de canal para la transmisión de mensajes didácticos. Entre ellos, se encuentran la radio grabadora reproductora, los proyectores de transparencias y cine, la televisión, las microcomputadoras.

Desde luego que los medios (hardware) requieren de la elaboración de mensajes en contenedores adecuados a cada equipo (software) que son los que pueden darle carácter de recursos didácticos. (SEP, 1992, p.99)

Para saber qué tipo de material se puede desarrollar, se debe conocer antes, qué apoyos existen por parte de la Facultad, de manera que se realicen los materiales, en base a las herramientas ya existentes, ya sean de papelería, audiovisuales o laboratorios de cómputo.

3. RECOMENDACIONES Y LINEAMIENTOS PARA LA ELABORACIÓN Y SELECCIÓN DE MATERIAL DIDÁCTICO.

La elaboración y selección de recursos en general, y de material didáctico en particular, debe considerar toda la serie de planteamientos vinculados con las características del desarrollo de los alumnos y las relativas a los contenidos por aprender.

Es conveniente seleccionar materiales que hagan que el alumno esté consciente del problema o actividad a que se enfrente, y busque por sí mismo o con su grupo de compañeros, la mejor solución.

Los materiales didácticos son decisivos para el desarrollo del pensamiento de los estudiantes, pero el mal manejo de éstos puede arruinar las actividades de conducción del aprendizaje planeadas e

impedir que se observen los logros esperados, por lo que se deben tomar las siguientes consideraciones:

- Deben adquirirse materiales suficientes.
- Deben distribuirse planeadamente los materiales, de modo que se realicen las actividades de manera uniforme.
- Debe determinarse la posibilidad de recolección y permanencia de los materiales.
- Debe hacerse una selección propicia del lugar de trabajo y establecer instrucciones claras y reglamentación sobre actividades, discusiones y encuentros de grupos de alumnos. Esto es importante porque distribuir materiales didácticos sin instrucciones claras y reglas a seguir sobre la finalidad perseguida, puede causar confusión y dispersión de los alumnos, sobre todo en grupos numerosos.
- Debe planearse la conclusión de la actividad; de manera que contenidos y material puedan manejarse acertadamente dentro del tiempo disponible en el aula. (SEP, 1992, p.100)

Al desarrollar, fabricar y utilizar por primera vez los materiales, se debe tener bien en claro cuales serán los objetivos de su utilización, seguimiento y conclusión, de lo contrario se corre el riesgo de perder el control sobre el grupo, y al final de la clase no obtener los resultados esperados; también procurar fabricar los mismos con materiales que sean reutilizables en su mayoría y de fácil almacenamiento, de modo que se puedan economizar recursos, y poder utilizar éstos en el desarrollo de nuevos.

A continuación se propone un conjunto de pasos a los que se debe ajustar la elaboración de material didáctico. Dichos pasos son: el establecimiento del marco de referencia, diseño del material, elaboración de un prototipo y la evaluación del mismo.

A. Marco de referencia

a) Explicar la justificación, indicando las razones, intereses y necesidades que condujeron a elaborar el material. En este aspecto, se deberán tomar en cuenta:

- Las características del sujeto de aprendizaje (edad, nivel, grado, modalidad).
- Las características del ambiente sociocultural que rodea al sujeto de aprendizaje.
- Los contenidos programáticos.

b) Elaborar una fundamentación psicopedagógica que considere:

- El nivel de desarrollo cognoscitivo de los alumnos.
- Los contenidos programáticos que se pretendan apoyar.
- El grado de dificultad del contenido del aprendizaje.
- El papel del maestro como conductor u orientador del proceso de aprendizaje.
- El papel del alumno como transformador del aprendizaje.

c) Señalar la o las funciones que puede cumplir el material didáctico, en el proceso de conducción del aprendizaje, así como:

- Estimar el tiempo destinado para el logro del aprendizaje por medio de su uso.
- Indicar las fuentes de información que lo fundamentan y comprobar la veracidad y actualización de los contenidos involucrados.

d) Asegurar que, de acuerdo con la fundamentación psicopedagógica, el material tienda a:

- Favorecer o facilitar al alumno el proceso de aprendizaje.
- Facilitar al sujeto la acción sobre los objetos mismos, para que logre establecer semejanzas y diferencias.
- Estimular la creatividad del alumno.
- Apoyar al maestro en su papel de conductor del proceso de aprendizaje.

B. Diseño del material

- Partir de los propósitos derivados de las necesidades didácticas que se pretende alcanzar con el uso del material.
- Buscar la originalidad y sencillez del diseño.
- Elaborar anteproyectos del prototipo que incluyan el boceto del diseño y las sugerencias generales de su manejo.
- Formular un instructivo que permita al usuario dar al material un manejo y mantenimiento adecuado, decidir cómo, cuándo y para qué utilizarlo.
- Someter a estudio el anteproyecto para hacer los ajustes y modificaciones que correspondan.
- Ilustrar el prototipo con dibujos acotados.
- Adecuar el tamaño según sea el caso: de uso individual o colectivo.
- Especificar las propiedades físicas y químicas de los elementos u objetos con que se elabora.
- Tomar en cuenta los elementos y objetos existentes en la región y su factibilidad de uso.
- Considerar las herramientas e instrumentos para la producción del material.
- Indicar las normas de seguridad para su uso y manejo, si se requieren.
- Especificar las pruebas de control de calidad a que será sometido el producto terminado.
- Determinar el nombre que servirá para identificar al material didáctico.
- Estimar el costo del prototipo en la fecha de diseño.

C. Elaboración del prototipo

- Respetar las especificaciones del diseño.
- Conservar la calidad del prototipo.
- Tomar en cuenta la disponibilidad de materias primas, buscando el mínimo costo.
- Considerar en la manufactura del prototipo, la estandarización de partes.
- Procurar que el prototipo requiera el mínimo de mantenimiento.

- Prever lugares para la reposición o sustitución de piezas, así como para la reparación y mantenimiento, en caso de requerirlos.
- Considerar el tipo de embarque, embalaje y estiba, que facilite el transporte, almacenaje, distribución, protección y uso del material didáctico.

D. Evaluación del prototipo

- Someter a una aplicación piloto el material didáctico para comprobar si éste y el manejo del instructivo llevan a la consecución de los propósitos planteados.
 - Comparar los resultados con otros obtenidos de los mismos contenidos programáticos, sin el uso del material didáctico.
 - Ponderar los resultados obtenidos y analizar los elementos esenciales del diseño para decidir si se modifica o conservará.
- (SEP, 1992, p. 104)

El uso de materiales didácticos requerirá una constante evaluación y renovación de los mismos, evitando en lo posible su obsolescencia y repetición continua, para que realmente se cumplan sus objetivos. Su utilización debe tomarse en cuenta como una herramienta imprescindible para el docente al impartir su clase, y debe dotársele de los mismos desde que se planea el curso, teniendo también la obligación de retroalimentar comentarios sobre el mismo y sugerir a la coordinación materiales nuevos.

4. DINÁMICAS DE GRUPO

Una dinámica es un ejercicio práctico, que se realiza con el objeto de variar el estilo de aprendizaje tradicional y cuyo contenido se presta para que el alumno aprenda y comprenda de una forma clara y práctica el tema a tratar. Las dinámicas

por lo general se desarrollan combinando juegos y teoría, en la que deben equilibrarse estos aspectos para que sea constructiva.

Para el óptimo desarrollo y aplicación de una dinámica, se debe de buscar el momento y lugar más adecuado, de acuerdo con los temas que se están estudiando y cómo se relacionan con la dinámica. El instructor juega un papel preponderante para su desarrollo; por lo general se recomienda que éste haya realizado la misma, como parte de un grupo, para que conozca las reacciones y experiencias que se obtienen, y posteriormente se capacite y pida el consejo a otro instructor para su correcta aplicación.

A. Desarrollo

El desarrollo de la dinámica se recomienda se realicen bajo los siguientes pasos:

- a) Nombre de dinámica. En algunas ocasiones el nombre no se menciona, sino hasta el final, para no predisponer al grupo.
- b) Objetivo. Puede ser de integración, creatividad, decisión, sensibilización, dirimir conflictos, conocimiento de temas, etcétera.
- c) Material. Objetos a utilizar con el número suficiente para el grupo y el instructor, así como implementos especiales ya sean retroproyectores, grabadora audio-reproductora, video ó computadora.
- d) Disposición del grupo. Dividir y acomodar al grupo, que puede ser individual, grupos pequeños ó grandes, juntos o separados, parados ó sentados, en círculos o en línea, con ó sin materiales, al aire libre o en lugar cerrado, con ó sin luz, etcétera.
- e) Número de personas. Acondicionar y preparar la dinámica con un mínimo y máximo de participantes.
- f) Tiempo. Realización mínima y máxima, así como una supervisión y evaluación intermedia.
- g) Instrucciones. Detallar actividades específicas que pueden ser de tres formas:
 - a) Generales: se mencionan a todo el grupo sin distinción.

b) Particulares: se especifican instrucciones diferentes a sólo una parte del grupo, y al resto otras.

c) Especiales: éstas sólo las conocerá el instructor, y se refieren a los aspectos de comportamiento y organización interna del o los grupos; nunca se mencionarán antes de finalizar la dinámica, y se hará sólo en caso de ser necesario.

h) Desarrollo. Trabajo del grupo.

i) Finalización y comentarios. Terminación y experiencias adquiridas por los miembros del grupo.

j) Retroalimentación final. Comentarios por parte del instructor y orientación hacia el futuro y el porqué de la realización de la dinámica. (Buendía, 1993, p. 86)

En base a éstas instrucciones, se busca que tanto docentes e instructores conozcan el procedimiento para que ellos mismos puedan diseñar o rediseñar sus propias dinámicas, enriqueciendo sus clases, ejercicios y tareas impartidas.

VI. EL TRABAJO EN EQUIPO

Dentro de los trabajos que se realizan dentro del taller, y como uno de los objetivos específicos del mismo, está que el alumno trabaje en un equipo multidisciplinario, en los que conozca e intercambie conocimientos y puntos de vista con alumnos de las distintas licenciaturas incorporadas al mismo.

I. DESCRIPCIÓN

Con éstas prácticas se busca que los alumnos conozcan e identifiquen cuál es su papel dentro de una organización y por sus características y gustos personales, cómo pueden desempeñarse en las áreas funcionales de la misma.

Al trabajar de ésta forma, el alumno adquiere la experiencia y conoce los elementos necesarios que se involucran cuando un grupo de personas se reúnen para intentar crear una empresa. Durante este periodo se presentan diversas circunstancias tales como enfrentamientos personales, conflictos por querer dirigir, mal entendidos y diferencias sobre el producto a desarrollar lo en ocasiones desvía el objetivo primordial del taller, que es la convivencia social; por lo tanto, es importante guiar y darle una continuidad detallada a aquellos equipos que presenten estas dificultades.

Por lo general, el problema está en el liderazgo mismo o en la cultura existente del grupo.

Los líderes deben presentar una visión de posibilidades futuras. Ésta es una parte esencial del liderazgo; y otra dimensión no menos importante es asegurar el trabajo en equipo. En la mayoría de las estrategias actuales encaminadas a ello se incluye el ejercicio del poder para imponer obediencia, el empleo de alguna recompensa para moderar la resistencia, y la negociación para llegar a una posición que no alcanza a ser la ideal. Es mucho más positivo estimular la participación del empleado en la creación de la visión, que imponerle la visión a un equipo. Ese aporte les da a los miembros del equipo el sentimiento de ser propietarios. Parece que esto fuera una solución sencilla, pero exige que el líder y otros miembros del equipo tengan aptitudes de las cuales quizá carezcan: aptitudes de participación. (Blake, 1989, p. 5)

2. FACTORES DE DESARROLLO

Uno de los factores que más influye para que el equipo empresarial pueda desarrollarse óptimamente, es cuando cada uno de los integrantes está a gusto con la actividad que realiza y está consciente de lo que es capaz de realizar a un nivel

aceptable, además de que sus propios compañeros reconocen en él, al más apto para desempeñar dicha actividad.

El talento individual es indispensable para el éxito de cualquier empresa; pero las organizaciones, tal vez por primera vez en vasta escala, se están dando cuenta de que el talento, a lo mejor, no se está utilizando totalmente o se está desperdiciando. El trabajo en equipo es un proceso colectivo. No lo puede realizar una sola persona. Cuando varios individuos se reúnen para formar un grupo, cada cual aporta sus conocimientos personales, sus habilidades, sus ideales y sus motivaciones. (Blake, 1989, p. 5)

Al principio, a los integrantes del equipo les será difícil acoplarse y coordinarse sobre lo que cada uno de ellos realizará, pero conforme vaya tomando forma su estructura y su proyecto, cada elemento trabajará para que su parte correspondiente, esté a tiempo y pueda completar el trabajo que junto con lo demás, completarán un todo.

Un equipo puede mostrar su interés por la producción (o los resultados) definiendo objetivos cuantitativos, insistiendo en su obtención, explorando nuevos medios de eficiencia, o adoptando nuevos métodos de manejar el contenido. Producción es cualquier cosa para cuya realización una empresa emplea personal.

Puesto que los resultados se obtienen con otras personas y por medio de otras personas, los supuestos que se hagan con respecto a las personas son importantes en la determinación de su eficiencia. El interés por las personas se demuestra de muchas maneras, incluyendo confianza y apoyo mutuo, participación comprensión, comunicación abierta, respeto, y actitud hacia las condiciones de trabajo, las prestaciones y la equidad en la remuneración.

(Blake, 1989, p. 23)

La cultura del equipo tiende a ser más evidente cuando éste empieza a actuar. Los aspectos de acción del trabajo en equipo, tales como fijar metas, distribuir las tareas o hacer crítica, dan resultados, buenas o malos, que reflejan los atributos de la cultura del equipo.

Cuando hay coherencia en el comportamiento, los resultados validan la posición del equipo en el cuadro de trabajo en equipo. (Blake, 1989, p. 27)

3. COMPORTAMIENTO DEL EQUIPO

Un punto relevante resulta ser el hecho de que cada integrante debe aceptar al resto tal como es, destacando y aprendiendo de sus virtudes, canalizando en beneficio del equipo sus posibles defectos, buscando también que éste sea un factor motivante para que cada integrante ocupe un rol específico dentro del equipo.

El comportamiento humano es complejo. Hay muchos factores que influyen en el resultado del trabajo en equipo. Cada miembro lleva al grupo un conjunto de supuestos personales acerca de cómo trabajar con los demás. Las posibles motivaciones personales incluyen supuestos sobre cómo ser eficiente, cómo evitar el fracaso, cómo hacerse querer, cómo sobrevivir, cómo merecer aprobación, etc. (Blake, 1989, p. 26)

También es trascendente contemplar que probablemente, algunos integrantes del equipo tendrán mayor experiencia y conocimientos que otros en algunas áreas, pero sea cual sea la actividad de que se trate, es importante que los demás integrantes reconozcan a ese miembro, como líder en ese aspecto, y que del mismo modo, él reconozca la capacidad y virtudes de sus compañeros.

La cultura se puede reconocer examinando las actitudes, las creencias y las opiniones que los individuos se comunican entre sí día tras día. En la cultura se incluyen las tradiciones, los precedentes y las prácticas establecidas desde tiempo atrás que se han convertido en medios acostumbrados de interrelacionar los problemas y resolverlos. Estas son las reglas y los lineamientos que les dicen a los miembros cómo participar, qué hacer y qué no hacer. (Blake, 1989, p. 11)

4. SINERGIA

Independientemente de la organización formal que deberán crear los integrantes en el equipo, que será la que se detalle dentro de un organigrama y en la que cada uno de ellos ocupará un puesto, al momento de trabajar y de organizar la producción y ventas, todos deberán de acoplarse a trabajar a un mismo ritmo, donde no existan puestos superiores ni inferiores; por lo tanto la armonía y comunicación entre los miembros del equipo será de primordial importancia, aparte de buscar hacer sinergia todos los integrantes del equipo.

El concepto de sinergia es sumamente interesante desde el punto de vista del trabajo en equipo; exige aporte individual, estar informado y respeto mutuo; no se puede imponer por orden de una autoridad ni puede ser producto de la indiferencia. El hecho de transigir destruye la posibilidad de que surja la sinergia. La cordialidad y el mutuo apoyo son paliativos que impiden que surja. Sólo cuando el interés en los resultados grupales se integra con la confianza y el apoyo mutuo de los miembros del equipo, es probable que surja la sinergia.

La sinergia es la visión que está al alcance de todo equipo en toda organización. Puede transformarse en la norma alcanzable a que aspire el equipo. Como todos sabemos bastante sobre lo que no se debe hacer, ¿Qué curso puede resultar productivo? ¿Qué pueden hacer los líderes y los miembros del equipo para estimular y para sostener la productividad, la creatividad y la innovación? ¿Cómo puede cada individuo ser a la vez fuente y producto de la sinergia?. La respuesta está en el equipo. Cada miembro, incluso el líder, tiene que asumir la responsabilidad de crear una visión; es decir, adoptar la visión como suya y compartir la responsabilidad de alcanzarla. (Blake, 1989, p. 9)

El trabajo en equipo es un aspecto que tradicionalmente se observa como algo muy difícil de realizar por las dificultades que ésto implica; sin embargo, si se encauzan esos obstáculos y se define desde el principio la forma de trabajo y desarrollo, del mismo modo puede producir un éxito en la conclusión de los trabajos.

La participación eficaz da por resultado un mayor flujo de ideas y posiciones, y requiere contar con medios adecuados para manejar las diferencias que se presenten. A medida que el equipo maneja más información y más conflictos, se hace necesario disponer de habilidades de procesamiento eficaz. (Blake, 1989, p. 121)

5. FACTORES DE INTEGRACIÓN

Finalmente para poder analizar y procesar las diferencias, la información y conflictos, los componentes del equipo deben buscar integrarse lo más posible y confiar en los demás para que estos aspectos no se vean como algo técnico u obligatorio, sino como un proceso de mejora continua. Dichos aspectos se mencionan a continuación.

A. Toma de decisiones

Una buena toma de decisiones implica que los hechos, los datos y la lógica sirven de base para llegar a la comprensión y al acuerdo. Esto no significa que el rango o posición de los miembros individuales sea el factor determinante, que se imponga la persona que tiene la voz más fuerte, ni que se necesite la norma de la mayoría, ni tácticas de presión para la toma de decisiones. Los miembros del equipo sostienen la decisión cuando se resuelven las dudas y las reservas que quedaban. (Blake, 1989, p. 122)

B. Objetivos

Los miembros del equipo fijan claramente las metas y los objetivos para guiar sus esfuerzos; por tanto, las actividades para llegar allá tienen un propósito y una dirección. (Blake, 1989, p. 123)

C. Coordinación

La buena coordinación se hace evidente cuando los miembros demuestran capacidad de combinar sus esfuerzos y alcanzar los objetivos en forma válida, oportuna e independiente, incluso cuando están sometidos a presión para obtener resultados. (Blake, 1989, p. 123)

D. Comunicación

Una comunicación clara y franca entre los miembros es indispensable para un intercambio de hechos, ideas y puntos de vista. Entonces las soluciones que se hallan pueden ser de alta calidad, con discusión objetiva y sincera de las cuestiones pertinentes. (Blake, 1989, p. 123)

E. Crítica

La crítica de la calidad o de la eficiencia del equipo es continua. Comprometerse en la crítica significa aceptar la responsabilidad de compartir con los demás pensamientos e ideas, reservas y dudas, esperanzas y aspiraciones con respecto al proceso de interacción que sustenta las operaciones actuales de manera que puedan realizarse las labores en forma más eficaz. (Blake, 1989, p. 124)

VII. DESARROLLO DE NUEVOS PROYECTOS

Dentro del taller, se busca que el alumno desarrolle nuevos productos y servicios, que no se conforme con desarrollar algo que por ser muy comercial, no aporta nada nuevo en materia de diseño, producción, envase o valor agregado. Por lo tanto, es importante motivar al alumno a que desarrolle su creatividad y la manifieste de manera práctica en el trabajo de su equipo empresarial.

I. LA CREATIVIDAD

Facilitar la inventiva, el ingenio, la curiosidad, el deseo de investigar, formará seres libres, seguros, capaces de defender sus principios y de manifestarse originalmente.

Una de las principales condiciones para una educación creadora es habituar al alumno a ver el futuro con una visión innovadora, con deseos de transformar la realidad. (Zaffery, 1993, p.19)

Se debe buscar desarrollar las habilidades y aptitudes del alumno para que éste pueda generar nuevos esquemas y formas de pensamiento que contribuyan a romper patrones tradicionales de proyectos y que lo orienten a la creación de nuevas y mejores ideas. Para esto entonces se debe buscar también desarrollar a una persona creativa.

Una persona creativa será aquella capaz de desligarse de modelos de pensamiento convergentes de la cultura o la educación y pensar con fluidez, flexibilidad y originalidad. (Zaffery, 1993, p.25)

VIII. PRINCIPALES FACTORES ADVERSOS

Es prioritario también contemplar las adversidades y problemas a los que se enfrentarán los alumnos, cuando se integren a trabajar en equipo e intenten concebir un proyecto. Si el equipo no está lo suficientemente integrado y motivado para iniciar el proyecto se pueden presentar situaciones como estas:

- a) Conflictos personales entre diversos miembros del equipo del proyecto.
 - b) Falta, en algunos miembros del equipo, de comprensión y aprecio respecto de los sentimientos de los demás.
 - c) Las personas con cargos importantes no consagraron bastante energía y entusiasmo al proyecto.
 - d) Algunas personas con cargos importantes tenían una concepción demasiado rígida y estrecha del proyecto.
 - e) La asistencia técnica del exterior ha sido deficiente.
 - f) Las personas con cargos importantes no tenían una actitud favorable al cambio.
 - g) Problemas en las relaciones sociales entre los miembros sociales entre los miembros del equipo y otras personas.
 - h) Falta de armonía entre los miembros del equipo.
 - i) Atmósfera poco propicia al intercambio de ideas.
- (Havelock, 1980, p.320)

Para evitar en lo posible que se presenten situaciones como estas, es necesario que actúen muy de cerca los componentes del taller, el monitor y el consejero empresarial y que les den una adecuada atención y seguimiento a los trabajos que realicen los alumnos, para que los desarrollen de la mejor forma. Esta parte se deberá de realizar de forma continua de manera que se detecten y corrijan dificultades a tiempo; de lo contrario, éstas se pueden incrementar y provocar

dificultades entre los integrantes del equipo y perjudicarlos en su desempeño académico.

El nivel de motivación e incentivación debe también ser constante y en caso de ser necesario, se debe encauzar a los alumnos a actividades, conferencias y seminarios en las que aprendan y comprendan mejor aquellos conocimientos y prácticas que no necesariamente se dan en el taller, y en las que tienen la oportunidad de convivir con personas externas a la universidad.

En general, se deben prever todas las acciones necesarias para que el estudiante se sienta integrado y motivado a hacer algo, por su propio bienestar, el de sus compañeros, el de su universidad y su comunidad.

CAPITULO QUINTO

ACTIVIDADES COMPLEMENTARIAS Y RELACIONES EN LA ORGANIZACIÓN DEL TALLER.

I. FOMENTO DE UNA CULTURA EMPRESARIAL

- 1. El empresario**
- 2. La empresa**
- 3. Perfil del pequeño empresario**
- 4. Futuro de los pequeños empresarios**

II. EL DESARROLLO DE UNA FORMACIÓN INTEGRAL

III. PROYECTOS INMEDIATOS Y CONTINUIDAD DEL TALLER

- 1. Los clubes**
- 2. Asesorías de apoyo**
- 3. Seguimiento a proyectos**

IV. APOYOS EXTERNOS

- 1. Iniciativa privada**
- 2. Otras instituciones**

V. INTEGRACIÓN DE UN COMPLETO PROYECTO UNIVERSITARIO

- 1. ELEMENTOS EXISTENTES**
- 2. CARACTERÍSTICAS DEL PROYECTO**

I. FOMENTO DE UNA CULTURA EMPRESARIAL

Durante el desarrollo del taller, se estudian aspectos que se refieren específicamente a el desarrollo de una cultura empresarial, la cual para alumnos que nunca han tenido una experiencia laboral, o de conocimiento por parte de un negocio familiar o propio, resulta al inicio difícil que los comprenda. Otro punto significativo es el que por la práctica y el trabajo que implica el taller, resulta en ocasiones difícil que los alumnos asimilen el concepto de que son empresarios.

I. EL EMPRESARIO

Empresario no es aquel que tiene una empresa, sino el que ejerce el acto de emprender. El empresario es, así, el emprendedor, con todas las características que entraña esta acción: la capacidad de proponerse metas arduas y trabajar para alcanzarlas; al afán de logros consistentes; la capacidad de riesgo; el sentido de la oportunidad que va de la mano con su conciencia social. (Luthe, 1990, p.14)

El empresario es toda aquella persona que emprende. En este sentido todos tenemos capacidad empresarial cuando emprendemos.

El empresario se distingue por su capacidad de iniciar, crear, acometer y comenzar una obra, actividad o empeño. Para que se reconozca a alguien como empresario, es decir, como persona emprendedora, se deben acometer con resolución acciones dificultosas o azarosas.

El empresario no tiene límite en cuanto a su actividad. La capacidad emprendedora puede usarse en cualquier actividad humana, o sea, en toda área del quehacer humano. Sin embargo, como todos tenemos la capacidad de emprender, para que se le reconozca a alguien como empresario es menester que su acometer o crear se oriente a obras o acciones que ameriten reconocimiento de la sociedad. (Luthe, 1990, p.83)

Por eso resulta valioso, el enseñarle a el alumno universitario, el como ser y como poder desarrollarse como un hombre de negocios, creador de una empresa. Tal vez parezca muy avanzado en el nivel de aprendizaje para enseñarle estos aspectos, pero nunca se es tarde para comprenderlos.

2. LA EMPRESA

Una empresa es un conjunto de personas y recursos materiales organizados para el logro de ciertos objetivos.

El primer objetivo de la empresa es el de servicio a la sociedad, que consiste en producir los bienes o satisfactores en forma de productos o de servicios, que atiendan las necesidades que nuestra sociedad requiera.

(Luthe, 1990, p. 25)

Por lo tanto resulta importante el desarrollar toda una serie de conceptos, valores y costumbres en el estudiante, para despertar en él, un verdadero interés y pasión por ser empresario, por ser un agente de cambio y generador de empleos, a costa de su propio esfuerzo y el de sus compañeros, conjugando todos aquellos factores referentes para el desarrollo de la empresa, que al constituirse como una entidad académico-administrativa, de inicio no tendrá a el lucro como objetivo primordial, si no el aprender, y adquirir experiencia y que posteriormente, de forma espontánea se integren aquellos elementos, buscando tener un mejor desempeño, como estudiante, universitario, ciudadano y como empresario.

3. PERFIL DEL PEQUEÑO EMPRESARIO

El tipo de empresario que promueve el taller es el de un pequeño empresario, ya que se busca éste sea el creador de su propio empleo, y que el alumno desarrolle características que le ayuden a mantener y administrar su propia empresa.

El ser empresario, se necesita desarrollar cierto perfil, y desarrollar aspectos que a continuación se detallan:

1) Es una persona inquieta, rebelde y no conformista de lo que el medio le ofrece, actúa de tal forma que a mucha gente le parece que padece de locura. Está convencido de que no se ha escrito la última palabra en el área económica donde piensa entrar. Además, es terco y tiene una confianza tal en sí mismo y en lo que va a emprender, que las dificultades no lo detienen.

La inquietud no es privativa de los hombres de empresa ya que el mundo ha progresado a causa de líderes rebeldes, científicos que arriesgan su reputación por impulsar nuevas ideas y en general debido a jóvenes inconformes con la situación imperante y que se rebelan para acelerar el cambio. (Grabinsky, 1987, p.11)

2) La persona que pone en marcha un negocio es, por naturaleza, obsesiva y con mucha tendencia a explotarse así misma y con frecuencia a los que tienen el dudoso placer de trabajar para ella, sobre todo al iniciar las operaciones la empresa. Esta obsesión de poner al límite sus fuerzas, capacidad y el trabajar muchas más horas de las que la prudencia o la Ley Federal del Trabajo dictan, para provecho personal, es lo que mantienen en pie de lucha a este tipo de personas cuando la gran mayoría de la gente "normal" ya se hubiera rendido. (Grabinsky, 1987, p.12)

3) Un atributo importante en los hombres de negocios es su intuición. Se podrá argumentar que esta cualidad se adquiere por medio del estudio o los círculos sociales o familiares en los que se mueve el empresario, pero me inclino a pensar que esta virtud es más

innata, aunque desarrollada de forma diferente por cierto número de personas. (Grabinsky, 1987, p.14)

4) Otras cualidades que, aunque obvias, ayudan a definir a un empresario exitoso son la disciplina, liderazgo, don de mando, capacidad para organizar y una buena condición física; estas características se complementan, pero por sí solas no son suficientes para lograr objetivos. Un empresario muy disciplinado al no dejar volar la intuición, puede llegar a tener tal rigidez en sus acciones que le haga perder oportunidades. Por su parte, el don de mando no está casado con muchos negocios pequeños porque simplemente no hay a quién mandar: la capacidad de organizar no es, desgraciadamente, muy frecuente en pequeños empresarios, por ser hombres "orquesta", o faltos de preparación, ya que no se organizan y, no saben delegar fácilmente las tareas. (Grabinsky, 1987, p.15)

4. FUTURO DE LOS PEQUEÑOS EMPRESARIOS

Indudablemente que una persona al tomar el riesgo de crear una empresa, se lanza a cuestras una labor muy importante, en la que necesitará de toda su entrega y constancia, y desde luego de el apoyo de todas aquellas personas que estén involucradas de una u otra forma con él.

Como estoy firmemente convencido de que el promotor de nuevos negocios es esencialmente benéfico para un país joven como el nuestro, que aporta su capacidad para crear riqueza y disminuye el desempleo crónico que padecemos, creo que debe ser preocupación de todos el que se fomente la inventiva personal de aquellos que quieren y pueden crear negocios. Para el logro de sus propósitos es necesario el auxilio de otros grupos en la sociedad. Así tenemos que:

a) Las autoridades deben simplificarle la vida al promotor, sobre todo al principiar sus operaciones, reduciendo al mínimo la carga fiscal y ofreciéndole toda clase de incentivos reales para que cumpla con su función.

b) Sus trabajadores y personal deben actuar responsablemente y con lealtad en su aportación al bien común, haciendo un poco suyo el reto que significa llevar adelante la pequeña empresa. Deben ser tratados y compensados adecuadamente y juntos, empresario y empleados, asegurar mayor productividad y la continuidad de la fuente de empleo.

c) Los proveedores deben cuidar la calidad y precio justo con un trato que muestre su deseo de ayudar a que crezca y prospere su cliente para el bien de ambos.

d) Los familiares y amigos del promotor deben alentarlo y dar su apoyo moral y muchas veces económico dentro y fuera de la empresa.

e) En fin, el público en general puede ayudar al empresario apreciando la importancia que tiene el que se creen nuevas empresas, consumiendo lo que éstas ofrecen, siempre y cuando cumplan con la calidad y el precio adecuados. (Grabinsky, 1987, p.90)

Aparte, por la situación que actualmente cruza nuestro país de crisis financiera, inestabilidad económica y política, y con una gran incertidumbre en lo referente a las inversiones en cualquier grado resulta por demás admirable apoyar y promover que este tipo de personas surjan y fomenten éste espíritu a otras.

El futuro del pequeño empresario depende mucho de su facilidad a adaptarse a las situaciones explosivas que con certeza se le van a presentar. Hay que prepararse para un cambio de tal magnitud que va a dejar pequeños a los descubrimientos de este siglo. Un promotor que esté consciente y sea capaz de lograr poner en marcha su proyecto a pesar de todos los obstáculos, es una persona que merece toda nuestra admiración. Si hay muchas personas así entonces el futuro del pequeño empresario será más promisorio. (Grabinsky, 1987, p.93)

Resulta igualmente valioso crear hábitos tales como el leer periódicos, revistas, escuchar noticieros y programas de radio especializados en aspectos empresariales, así como programas de televisión y en general fomentar actividades que le serán benéficas en su desarrollo como profesional. Mientras más conocimientos tenga el empresario sobre su entorno macro y micro, mejor preparado estará para afrontar y pronosticar situaciones que le puedan ser adversas.

II. EL DESARROLLO DE UNA FORMACIÓN INTEGRAL

Aparte de la educación formal que reciben los universitarios dentro de las aulas y laboratorios de trabajo, y que propiamente es la que está marcada como curricular para su enseñanza, hay que considerar que no son los únicos lugares donde se puede tomar educación formal, ya que la capacitación y actualización debe ser constante para que el alumno esté siempre a un nivel competitivo, y este habilitado para ejercer su profesión, según lo solicite el mercado de trabajo.

Cobra una significación creciente el ideal de la actualización permanente que, si bien pone en crisis el concepto de una enseñanza continua y somete a la Universidad al desafío de ofrecer enseñanza a grupos de edad cada vez más amplios. Es así compatible con la organización social del trabajo la periódica vuelta a la educación universitaria. (Pérez, 1980, p.10)

Indudablemente la educación integral del egresado, deberá forjarla durante sus años como estudiante, y conocer, aprender y cultivar los conocimientos en sus distintas áreas, y formas de cultura.

La sociedad reclama, debido a la especialización creciente de las operaciones confiadas al trabajador en general y al profesionalista en particular, una mayor especialización a adquirir vía la educación formal, lo que supone un incremento de la escolaridad o del tiempo dedicado al adiestramiento. (Pérez, 1980, p.9)

Cuando se menciona una educación integral, y el buscar aprovechar al máximo los recursos y espacios que para tal fin existen dentro de la universidad y fuera de ella, específicamente a la asistencia de congresos de estudiantes, seminarios de actualización, ciclos de conferencias, exposiciones de arte, exposiciones con los últimos avances en materia de editoriales, industrias, avances tecnológicos, instituciones educativas, museos, obras de teatro, muestras de cine, y aprovechar todos aquellos elementos que estudiantes y egresados, crean convenientes para elevar su calidad de vida.

El cumplimiento de los fines docentes de la universidad se traduce en una evidente proyección social de la universidad. En efecto, por una parte, la universidad contribuye a la formación de los cuadros profesionales y sociales responsabilizados de la gestión de múltiples iniciativas relacionadas con la alta capacitación para el trabajo. En este sentido, la Universidad proporciona hombres útiles a la sociedad que contribuyen al equipamiento humano de la misma. Piénsese, por ejemplo, en el papel de la universidad en la formación de recursos humanos en ámbitos tales como la administración, la industria o la salud. (Pérez, 1980, p.27)

III. PROYECTOS INMEDIATOS Y CONTINUIDAD DEL TALLER

Una vez concluido el ciclo correspondiente al trabajo de las empresas, y que se han premiado a las más destacadas, es importante identificar y darles seguimiento a los empresarios juveniles y a sus respectivos proyectos para que puedan continuar de alguna forma y que su proyecto no se pierda o quede solamente en el desarrollo teórico.

Para lograr esto se deben desarrollar los departamentos correspondientes y especializados en realizar estas actividades.

Uno es la creación de un club de emprendedores, que aglutine a todos elementos que han tenido la experiencia de emprender algo y que están interesados en continuar relacionados de alguna forma con la organización del taller.

I. LOS CLUBES

Los clubes escolares se pueden definir como grupos organizados de alumnos cuyo interés y programa está centrado en alguna actividad frecuentemente fuera del campo del plan de estudios general. Las actividades que se desarrollarán serán aquellas en que los alumnos no tienen acceso dentro de las actividades de los distintos ejes de aprendizaje.

Los clubes escolares son agrupaciones con la finalidad de satisfacer intereses y necesidades ludico-recreativas; donde los alumnos proponen las actividades generando su propio desarrollo y cumpliendo el docente y las autoridades el rol de conductor del grupo. (Zafferi, 1993, p.38)

Por lo tanto es importante identificar cual será el papel específico del club, las actividades que realizará y el de aquellas personas que lo presidan y que se integren a él.

La totalidad del personal del establecimiento escolar: maestros de grados, maestros especiales, equipos especiales, y dirección deberán estar comprometidos en la actividad, incluyendo además, miembros de la comunidad de influencia de la escuela, padres de alumnos, que deseen participar aportando sus habilidades o conocimientos en algunas de las propuestas. (Zafferi, 1993, p.38)

El club deberá ser un organismo de vinculación y apoyo para todos los componentes del taller y cuyo establecimiento deberá ser apoyado también por las autoridades escolares, para que tenga un carácter de oficial, pero sin pasar a ser una carga administrativa, operativa o financiera, de manera que el club tenga autonomía en sus funciones, y que sea autosuficiente.

2. ASESORÍAS DE APOYO

Al terminar el ciclo y por el nivel en el que se imparte el taller, los empresarios juveniles, no tienen los conocimientos suficientes requeridos para poder abrir una empresa, cumpliendo con todos los pasos y requisitos necesarios para establecer el negocio de manera oficial, por lo tanto se debe buscar en este caso, aprovechar los departamentos académicos de la FCA, y los de otras con los que se tienen convenios de trabajo, para que asesoren a las empresas que desean continuar de manera inmediata, apoyándolos en aspectos de tramitología, fiscal y permisos especiales. Buscando también promover y mostrar a éstas empresas

como ejemplo de el trabajo que realizan los alumnos universitarios incorporados al taller.

3. SEGUIMIENTO A PROYECTOS

Canalizar y orientar de la mejor forma el trabajo y la experiencia desarrollada a lo largo de dos semestres, es una de las herencias que les debe de quedar a los alumnos que han cursado el taller, ya que para aquellos que no desean de manera inmediata continuar con su proyecto, lo puedan enriquecer y complementar mejor, con las asignaturas que llevarán en semestres más adelante, en donde podrán retomar y ejemplificar casos prácticos, con su propio proyecto de empresa y al finalizar sus estudios de licenciatura, puedan trabajar nuevamente el proyecto, en el seminario de titulación, donde puedan desarrollarlo y realizarlo como una opción tangible para crear fuentes de empleo.

IV. APOYOS EXTERNOS

El taller, aparte de los apoyos y espacios que cuenta por parte de la universidad, debe de recurrir a empresas de la iniciativa privada y otras instituciones de educación superior, para tener un desarrollo más integral y formativo.

1. INICIATIVA PRIVADA

Por una parte se recurre a la iniciativa privada, con empresas cuyas actividades, productos y crédito comercial hacen que el mercado y la sociedad en

general las reconozcan como líderes en su ramo, razón por la que el acercamiento con las mismas hace que también éstas se interesen por las actividades que se desarrollan dentro del taller, hecho por el cual se busca involucrarse con el mayor número de ellas.

El objetivo de la vinculación es el establecer convenios de participación y cooperación vía patrocinios, visitas guiadas a plantas industriales y el intercambio de información, ya sea por medio de cursos o conferencias por parte del mismo personal de las empresas.

Es importante también establecer claramente los términos de la negociación, que es lo que se va a ofrecer a cambio de lo solicitado y desde luego encontrar los términos para que ambas partes salgan ganando, buscando instituir de manera oficial programas de vinculación universidad-empresa.

2. OTRAS INSTITUCIONES

En lo referente a las instituciones de educación superior, que también cuentan con programas de desarrollo empresarial, el objetivo de reunirse y presentar propuestas de trabajo, deben de hacerse con el fin de intercambiar fortalezas y apoyarse mutuamente en trabajos donde una tenga una mayor experiencia que otra y colaborar conjuntamente.

Al colaborar conjuntamente las instituciones de educación superior deben hacerlo de preferencia bajo una denominación social, asociación o patronato, para que los acuerdos que ahí se realicen tengan el carácter de oficial, y el reconocimiento por parte de las autoridades de su respectiva institución.

Al crearse una organización de este tipo, deberá buscar primordialmente el fomentar en estudiantes, egresados y empresarios,

una auténtica actitud y capacidad emprendedora, con un espíritu de servicio que le permita generar y promover empresas que satisfagan las necesidades sociales, y de esta manera fomentar y enriquecer una cultura empresarial acorde a nuestras características y expectativas del desarrollo nacional. Y tener como objetivos:

1. Brindar a los asociados una actualización académica en las distintas actividades de los programas.
 2. Proporcionar apoyo a los empresarios universitarios que deseen continuar con su empresa juvenil.
 3. Difundir entre los jóvenes empresarios una actitud positiva, espíritu de equipo, convicción de mejora continua y un deseo de servir a la sociedad.
 4. Apoyar la creación de nuevos programas de desarrollo empresarial.
 5. Apoyar acciones empresariales académico-profesionales.
- (SEDEUM, 1995)

V. INTEGRACIÓN DE UN TOTAL COMPLETO PROYECTO UNIVERSITARIO

1. ELEMENTOS EXISTENTES

La Universidad Nacional nació como la culminación del proyecto educativo que el pueblo de México puso en marcha. Nació del espíritu de un visionario, Justo Sierra, quien recogió uno de los más caros anhelos de su tiempo; aquel originario proyecto cobró realidad en medio de una crisis, cristalizó como proyecto social, como proyecto popular, al triunfo de la revolución armada. Porque tal es el origen de nuestra Universidad, no nos extraña que cuanto le ocurre tenga repercusiones en la sociedad; no puede sorprendernos que cuando la Universidad se sacude, la nación lo haga con ella. Ésta es una muestra más de los fuertes vínculos que unen a México con su Universidad Nacional. Lo que conmueve a nuestra Universidad; lo

que es importante para la Universidad, también lo es para la nación. Éste es un hecho, no una mera impresión de los universitarios. (Carpizo, 1987b, p.57)

La UNAM, como institución de educación superior y la más grande e importante del país, requiere de personas comprometidas y apasionadas por trabajar en y para ella en beneficio del pueblo de México.

La universidad cuenta con las instalaciones y especialistas, líderes en su ramo, en muchos casos a nivel nacional, por lo que los mismos universitarios son los encargados de aprovechar estos elementos y darles una proyección de mejora continua.

En ocasiones se ignora el sinnúmero de opciones y oportunidades existentes dentro de la propia universidad, por lo que se recurre a otras, a la iniciativa privada o a instancias gubernamentales, para solicitar apoyo o asesoría, por eso se deben de destacar y promover el conocimiento de todos los recursos disponibles al servicio de todos los universitarios.

Las mismas Facultades e Institutos que están dentro de la universidad, deben ser una fuente importante para el desarrollo integrador de los estudiantes universitarios, el establecer convenios de trabajo e intercambiar experiencias, así como apoyarse en proyectos conjuntos, debe de ser el punto de partida para hacer dentro de la propia universidad, un organismo que agrupe a los departamentos y coordinaciones que apoyen tanto a alumnos como a público en general, en aspectos tan importantes y trascendentales hoy en día, como es el de crear microindustrias.

El momento actual exige estrategias firmes para apoyar a este sector para que, en las condiciones actuales, sea capaz de formular

esquemas más racionales y más susceptibles de alcanzar el éxito en el mediano y largo plazo.

Aunado a lo anterior, la formación de recursos humanos calificados, el acceso a la información técnica y de mercado, y la promoción de un ambiente innovador dentro de la organización, son elementos indispensables, de supervivencia, diría yo, para poder entrar a la competencia.

Ante este panorama, la contribución que las universidades pueden hacer en apoyo al desarrollo de la micro y pequeña industria, reviste un carácter total. La Universidad Nacional Autónoma de México, en particular, además de su papel central en la formación de recursos humanos, asesora a la industria en la implementación de las nuevas tecnologías y procesos que modernicen su operación y optimicen sus recursos; gracias a su planta académica y a su infraestructura general prototipos, desarrollos tecnológicos, así como materiales e insumos que pueden ser utilizados para su uso directo o en su desarrollo a nivel industrial. (Sarukhán, 1993, p. 11)

La capacitación y actualización constante, hacen necesario en comprometer no sólo a un grupo de personas para que brinden la misma, sino a todo un grupo de facultades, escuelas e institutos, que puedan brindarla de forma inmediata y con oportunidades reales en el momento adecuado.

Los cursos de educación continua que ofrecen la mayoría de las dependencias académicas de la Universidad, incluyen, en su programación, los temas de mayor actualidad y relevancia para la actualización de los profesionales y, un buen número esta dirigido a la pequeña y mediana empresa, así como pensados de forma que su enfoque práctico repercute realmente en la actualización y capacitación de los que participan en ellos. (Sarukhán, 1993, p. 11)

Para buscar integrar a las diferentes facultades, institutos y departamentos de la universidad, es importante conocer las actividades que desarrollar cada uno de ellos. A continuación se describen dos de ellos.

Desde hace diez años la UNAM cuenta con el Centro para la Innovación Tecnológica, dependencia que se ha constituido en un sólido vínculo entre la investigación que se desarrolla en su ámbito y el sector productivo del país. Ofrece a la empresa asesorías para el establecimiento de propiedad industrial, el dictamen técnico de proyectos, la selección y la búsqueda del mejor precio en la compra de tecnología, la búsqueda y el análisis de la información técnica y la formulación de mercado, entre otros múltiples servicios.

Otro mecanismo más para vincular a la Universidad con las agrupaciones micro, pequeñas y medianas, es el Sistema Incubador de Empresas Científicas y Tecnológicas. A través de este Sistema se promueve la creación de nuevas empresas con base tecnológica, o bien se apoya el desarrollo de innovaciones para empresas ya constituidas que no tengan los recursos para llevarlo a cabo por sí mismas. (Sarukhán, 1993, p. III)

Así como éstas se deben identificar los puntos claves de cada facultad e instituto para saber que parte se le puede encargar para desarrollar.

Para esto se debe establecer un programa inter-facultades cuyo objetivo sea el de beneficio mutuo, buscando iniciar o en su caso fortalecer los lazos de cooperación entre las mismas, teniendo desde luego las autorizaciones respectivas por parte de los directivos, los términos y áreas de negociación, el compromiso por parte de coordinadores y profesores de áreas específicas, realizar intercambios y planes de asesorías, y conforme se avance, incorporar al mayor número de facultades y escuelas, para que de esta forma se trabaje en la concepción y desarrollo de proyectos integrales de empresa.

Por su parte el programa emprendedores, por medio del taller creación de empresas juveniles, busca tener su papel respectivo en un proyecto de esta magnitud, y que conforme avance y vaya madurando, se haga llegar de un número mayor de estudiantes, de toda la universidad, para posteriormente canalizarlos y asesorarlos con los especialistas respectivos, teniendo la facilidad de que todo se

encuentre coordinado y en una sola línea, teniendo las mayores facilidades para los estudiantes y el público en general.

También habrá que considerar a organismos fuera de la universidad, tales como cámaras industriales, delegaciones políticas, secretarías de estado e instituciones bancarias entre otras, para que un proyecto como éste tenga desde los elementos más fundamentales, hasta aquellos que logran su culminación.

Para convertir en una realidad las expectativas de progreso que se abren para México se requerirá redoblar el esfuerzo conjunto de los grupos financieros, los gubernamentales, los empresariales y los académicos. El nuevo esquema no sólo requiere de financiamiento o de voluntad política o de capacitación, requiere de todo ello junto. (Sarukhán, 1993, p. III)

2. CARACTERÍSTICAS DEL PROYECTO

El plantear un proyecto de gran magnitud implicará mucho trabajo de planeación, organización, y coordinación entre aquellos que lo inicien y quienes se incorporen, el involucramiento paulatino de las distintas facultades, escuelas, institutos y organismos interesados en participar ya sea internos o externos a la universidad, además de comunicación, colaboración y constancia, tanto de los programas que se establezcan, convenios y de las personas que trabajen en su ejecución.

Las modalidades avanzadas de trabajo práctico implican una renovación completa de los moldes convencionales y una recuperación del sentido pedagógico de la práctica, ya que esta deberá

orientarse a estudiar y resolver situaciones complejas y multidimensionales en las que se requiere simultáneamente de ciencia, técnica, intuición y sensibilidad social.

Inicialmente, no hay que ocultarlo, surgirán enormes complicaciones organizativas como resultado de la inversión de roles entre las asignaturas teóricas y la práctica, la desaparición de los mecanismos habituales de control, la integración de grupos de trabajo multidisciplinarios y el establecimiento de vínculos operativos con determinados grupos sociales. La puesta en marcha de un programa académico que asuma cabalmente alguna de las modalidades avanzadas de práctica como eje ordenador del curriculum de asignaturas, requiere de ciertas reglas operativas, un mínimo de condiciones materiales y ambientales y, evidentemente, una ubicación espacial y temporal de las actividades a realizar. (Follari, 1989, p.45)

El empeño, dedicación y esfuerzo por parte de los universitarios en crear programas de desarrollo empresarial, talleres, conferencias y cualquier actividad encaminada a la capacitación de los estudiantes deberán de aprovecharse al máximo y dársele su real valor, ya que iniciar y coordinar un programa dedicado a estudiantes requiere todo el reconocimiento por parte de la comunidad universitaria, más aún cuando estos buscan ser programas generadores de personas útiles a la sociedad, con una vocación de servicio definida y sobre todo con una actitud mental positiva, para poder hacer frente a las adversidades por las que actualmente pasa nuestro país. El trabajo, y el proponer soluciones, es el camino que deben seguir los estudiantes, egresados y todo universitario comprometido con el país.

México atraviesa por una fuerte crisis económica. Una de sus explicaciones, entre muchas otras cosas, es la desarticulación y debilidad estructural de su aparato productivo, debido en buena medida a su carencia de autonomía científica y tecnológica. Esto exige al gobierno y al sector privado, pero también a las universidades, la explotación de nuevos modelos de colaboración

interinstitucional, y un incremento en los esfuerzos orientados a la solución de los problemas nacionales, con la finalidad de servir mejor a la sociedad y al hombre y poder alcanzar un México más justo y más próspero. (Carpizo, 1987b, p.83)

CAPITULO SEXTO
RESUMEN Y CONCLUSIONES

I. RESUMEN

II. CONCLUSIONES

I. RESUMEN

El capítulo primero describe la importancia que tienen los talleres de desarrollo empresarial y la forma en que los llevan a cabo Desarrollo Empresarial Mexicano, el Instituto Tecnológico de Estudios Superiores de Monterrey, el Instituto Tecnológico Autónomo de México, la Universidad Autónoma Metropolitana y la Universidad Nacional Autónoma de México. En cada uno de ellos se menciona su año de inicio, los objetivos que se persiguen, la forma en que se estructuró tanto la parte organizacional, académica y operativa para poder llevar a cabo los trabajos en el programa, se mencionan los perfiles de los docentes como elementos clave dentro del programa y de los alumnos al ingresar y egresar del mismo, destacando los apoyos que se necesitan para solventar y alentar los trabajos de los alumnos y la organización de actividades extracurriculares.

En el capítulo segundo se destacan tanto la misión, de la UNAM, como la de la FCA y las acciones realizadas por ésta, en particular la revisión de sus planes de estudio y la inclusión en los mismos de asignaturas y talleres especiales para la práctica de los estudiantes, ya que con éstos se desarrolla en los estudiantes actitudes como las de servicio, superación diaria y emprendedora.

En el capítulo tercero se describen los objetivos y principios pedagógicos con los que se debe de planear un taller, además de que para organizarlo e iniciarlo con la magnitud requerida por el tamaño de la matrícula de la FCA, se formaron nuevas estructuras en las que se sustentó todo el trabajo para poder iniciar el proyecto y así, prever los beneficios y adversidades que esto acarrearía, principalmente en sus inicios. La constancia, el seguimiento y el agrupamiento de

personas con el objetivo claro de establecer el programa, fueron factores determinantes para formalizar y poner en marcha el taller, como actualmente se conoce. Se describe la estructura académica y operativa necesaria para llevarse a cabo, así como la explicación de los aspectos a observar en el inicio de operaciones que involucran directamente a los alumnos, tales como la creación de un equipo de trabajo, el establecimiento de un plan de trabajo, y la forma en la que desarrollarán su proyecto de empresa y las actividades extra clase que deberán realizar.

En el capítulo cuarto se menciona la importancia que tienen los sectores de la universidad y en especial los estudiantes, de modo que tomaran conciencia de que, como responsables ante la sociedad, deberían de prepararse mejor. Dados los problemas actuales de nuestro país, se requiere de todo el trabajo y entrega por parte de los universitarios para provocar cambios y mejoras en beneficio de la comunidad, destacando la importancia que tienen estos en la misión de la Universidad, la Facultad y el cumplimiento de los objetivos específicos del taller, como parte de un programa académico-práctico. Además se describen aspectos que se involucran con el taller de distintas formas; el papel y requisitos que deberá de cumplir el docente que imparta la asignatura y donde se señalan características deseables y la forma en la que las puede desarrollar; se describe el proceso para crear material didáctico que sirvan como complemento en los métodos de enseñanza, los lineamientos que se deben de seguir en su elaboración y, también la descripción sobre como elaborar y aplicar dinámicas de grupo. Para los trabajos del taller se recomienda realizarlos de forma multidisciplinaria, con alumnos de varias licenciaturas donde cada uno de ellos tenga la oportunidad de poner en práctica, conocimientos y actividades propios de su área por lo que la orientación

para el trabajo en equipo y los factores de integración, son puntos a tratar con los alumnos desde las primeras clases. En conjunto se busca que con una buena preparación del docente y un buen ambiente de trabajo se fomente la creatividad para dar origen a nuevos productos, considerando también aquellos factores adversos a los que se pueden enfrentar los distintos componentes del taller.

En el capítulo quinto se mencionan actividades complementarias para el taller, como es la de fomentar y crear hábitos para formar una cultura empresarial, enfocada hacia una formación integral del estudiante, donde se conozcan puntos básicos como el desarrollo de una empresa y el futuro de éste sector productivo. También se proponen algunos proyectos que den continuidad al taller, tales como un club extra-académico en el que se involucren principalmente aquellas personas que han colaborado dentro del taller y que de alguna forma quieran seguir teniendo un contacto activo con el mismo. La formalización de un departamento o unidad de apoyo que brinde asesorías y dé seguimiento a aquellas empresas que surjan con proyectos viables y que requieran de servicios especiales, buscando también la posibilidad de involucrar a instituciones tanto públicas como privadas interesadas en apoyar los proyectos de los universitarios. Finalmente, identificar los sectores clave dentro de la Universidad y cristalizarlo en un solo y completo proyecto universitario de apoyo al sector de la micro y pequeña empresa.

II. CONCLUSIONES

Los cursos o talleres de desarrollo empresarial ofrecidos por instituciones de educación superior, desarrollan las habilidades del estudiante de licenciatura y le fomentan su actitud emprendedora y mentalidad positiva, canalizándolas a la creación de una entidad económica a nivel micro. La forma de llevar y desarrollar estos cursos en las distintas instituciones hacen de aquellos que los cursan, personas con un criterio más amplio y una visión empresarial diferente, mostrándole los pasos necesarios para llegar a ser ellos mismos, fuentes de trabajo.

El Taller III, creación de empresas juveniles, que forma parte del Programa Emprendedores UNAM, debe tomarse como una asignatura integradora y como un espacio importante para los estudiantes, para adquirir experiencia, reforzar sus conocimientos y forjar su carácter al inicio de sus estudios (tercero de diez períodos lectivos semestrales).

Se deben cuidar varios detalles para que pueda funcionar el taller, tales como la creación y ratificación del equipo empresarial, la elaboración, conceptualización y el seguimiento del proyecto con base en las asesorías particulares y en los tiempos establecidos en plan de estudios, además de fomentar actividades del tipo extracurricular y trabajo extraclase donde el alumno aplique, analice y evalúe la teoría aprendida en el aula.

Fomentar una cultura de emprendedor-empresario en los estudiantes, para formar profesionales proactivos con ideas innovadoras, y orientarlos para que modifiquen sus actitudes y habilidades, son aspectos que se contemplaron en la elaboración del plan de estudios 1993 de la FCA. Se cuidó también la capacitación a los docentes, para que fomenten la creatividad de los alumnos mediante mejores métodos de enseñanza y el trabajo en equipo.

Los resultados esperados no se verán cristalizados de manera inmediata, probablemente tarden de 2 a 3 años, periodo en el que los estudiantes han recorrido más de la mitad de sus estudios de licenciatura, han madurado y buscan formas de trabajo y su realización personal. Los trabajos que realizaron durante su estancia en el taller, los pueden optimizar y terminar de desarrollar canalizándolos en el seminario de titulación o como un proyecto de inversión para crear una empresa.

La crisis económica que agobia a nuestro país, y el creciente índice de desempleo hacen por demás importante apoyar al sector de la micro y pequeña empresa, y fomentar programas de éste tipo, debe tomarse como una alternativa de solución para éste problema. El que necesidades como ésta, se detecten y se estudien dentro de la universidad, requiere de mucho esfuerzo y consistencia, tanto de los encargados de la planeación como los de ejecutar las distintas acciones.

Las constantes modificaciones y revisiones a los planes de estudio deberán de considerar los temas y dinámicas que en su momento afecten a la sociedad y las exigencias del mercado de trabajo. En el caso del taller creación de empresas juveniles, estudiar a fondo la característica de obligatoriedad con la que está marcada, ya que si se trabaja sólo con aquellos interesados en cursarlo, se pueden obtener mejores resultados y personalizar más las actividades. La universidad debe de ser una institución que promueva éste tipo de talleres y acciones, por su papel y obligación de formar personas integrales; todo en beneficio de los estudiantes, para que al terminar sus estudios, sean egresados y dignos representantes de la universidad y servidores de la sociedad, aspecto que deben de considerar desde que están recibiendo su educación.

Para canalizar mejor los esfuerzos y buscar integrar el mayor número de elementos e instituciones dentro y fuera de la universidad, y crear formas y métodos de enseñanza y aprendizaje, se debe orientar la formación de organismos asesores y facilitadores dentro de la propia universidad, enfocados a la formación de personas generadoras de pequeñas industrias, de forma que se eleve la calidad de vida de los universitarios y de aquellos que se acerquen a ella, ya que éstos la reflejarán hacia una comunidad, creando y fomentando fuentes de empleo, beneficiando y revirtiendo los conocimientos adquiridos en la universidad en beneficio de la sociedad. El programa emprendedores cumple con parte de éste objetivo, pero se necesita del trabajo constante y tenaz de muchos universitarios para poder cristalizar un proyecto de tal magnitud.

La inversión y los esfuerzos para tal efecto, tendrán un gran valor, ya que se beneficiarían a cientos de estudiantes con una actitud y mentalidad emprendedora y a microempresarios establecidos que en un momento dado no saben a dónde acudir para asesorarse y capacitarse en lo referente a aspectos administrativos.

Finalmente, todos los universitarios debemos trabajar, con un plan estratégico de mejora continua, enriqueciendo su calidad de vida, quitando defectos, y fortaleciéndose con valores; con una convicción firme y determinante por sobresalir y trabajar por nosotros y nuestros compatriotas dentro de la universidad, ya que ésta reflejará nuestro esfuerzo, hacia nuestra gran nación: México.

BIBLIOGRAFÍA

1. ANZOLA Rojas, Sérvulo, Programa Emprendedor ITESM, Folleto de Información, México, 1990.
2. ARNAZ Durán, José Antonio, et. al. Manual del Programa jóvenes emprendedores, México, Sistema Desem A.C., 1992.
3. BLAKE, Robert R. et. al. Como trabajar en equipo, Una teoría para impulsar la productividad de su grupo empresarial, Colombia, NORMA-Desarrollo Gerencial, 1987.
4. BUENDÍA, Victor y DEL CASTILLO, Mónica, Curso: La fuerza de la palabra en tus negocios, (Manual), México, FCA, 1993
5. CARPIZO McGregor, Jorge, Fortaleza y debilidad de la Universidad Nacional Autónoma de México, México, UNAM, 1986.
6. CARPIZO McGregor, Jorge, "32 conceptos sobre la UNAM", La jornada, 31 de octubre, 1987, en: DEL RÍO Grimm, Martha et. al. (Compilación periodística), En busca de una mejor universidad, Serie Testimonios, Secretaría General Auxiliar, México, UNAM, 1988.
7. CARPIZO McGregor, Jorge, La UNAM hoy y su proyección a futuro, México, UNAM, 1987.
8. CARPIZO McGregor, Jorge, "En busca de la universidad académica", Gaceta UNAM, 28 de enero, 1988, en: DEL RÍO...
9. CARPIZO McGregor, Jorge, El ser y el deber ser de la Universidad Nacional Autónoma de México, México, UNAM, 1988.
10. Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos, México, Trillas, 1990.
11. Desarrollo Empresarial Mexicano, Manual del voluntario. Programa jóvenes emprendedores, México, Sistema Desem A.C., 1993.

12. Facultad de Contaduría y Administración, Programas Analíticos-Plan 85, Licenciatura en Administración, México, Fondo editorial FCA, 1986, (2a. ed.).
13. Facultad de Contaduría y Administración, Plan de Estudios 1993 Tomo I, Fundamentación y asignaturas comunes, Semestres I al IV, México, McGraw-Hill, 1993, (2a. ed.)
14. Facultad de Contaduría y Administración, División de Administración, Programa Emprendedores UNAM, Folleto de información, México, FCA, 1994.
15. Facultad de Contaduría y Administración, División de Administración, Reglamento del taller creación de empresas juveniles 94-95, México, FCA, 1994.
16. Facultad de Contaduría y Administración, División de Administración, Programa de trabajo, Taller creación de empresas juveniles, ciclo 95-96, México, FCA, 1995.
17. FOLLARI, Roberto y SOMS, Esteban, El trabajo práctico en la formación profesional, México, Gernika-UAM, 1989.
18. GRABINSKY, Salo, El perfil del pequeño empresario, México, Edical, 1987.
19. GUEVARA Niebla, Gilberto, "La universidad, orientadora del desarrollo nacional", La jornada, 5 de agosto, 1987, en: DEL RÍO...
20. HAVELOCK R.G. y HUBERMAN A.M. Innovación y problemas de la educación, Suiza, UNESCO, Oficina Internacional de Educación, 1980.
21. Instituto Tecnológico Autónomo de México, Programa Desarrollo Empresarial ITAM, Folleto de Información, México, 1994.
22. LESPADA, Juan Carlos, Aprender haciendo, los talleres en la escuela, Argentina, Humanitas, 1989.
23. LEÓN Portilla, Miguel, "La universidad hoy", Excélsior, 16 de junio, 1987, en: DEL RÍO...
24. LUTHE García, Rodolfo, La empresa humana, México, Limusa, 1990.

25. MENDIETA Alatorre, Ángeles y CARRERA Stampa, Manuel, Historia de la Facultad de Contaduría y Administración Vol. I, México, UNAM, 1983.
26. PÉREZ Correa, Fernando, La universidad del futuro, México, Centro de estudios sobre la Universidad, UNESCO-SEP-AIU-UNAM, 1980.
27. PÉREZ Tamayo, Ruy, "La UNAM y la excelencia académica", Nexos, febrero 1988, en: DEL RÍO...
28. RODRÍGUEZ Sánchez, Jorge R., "Educación profesional en la UNAM", Excélsior, 27 de agosto, 1987, en: DEL RÍO...
29. Secretaría de Educación Pública, Programa de capacitación y actualización docentes, Recursos para el aprendizaje, México, SEP, 1992.
30. Sinergia Emprendedora de Universidades de México, Apuntes, México, 1995.
31. Universidad Nacional Autónoma de México, Legislación Universitaria, Ley Orgánica de la Universidad Nacional Autónoma de México, México, UNAM, 1992, (2a. ed.)
32. Universidad Nacional Autónoma de México, Legislación Universitaria, Estatuto General de la Universidad Nacional Autónoma de México, México, UNAM, 1992, (2a. ed.)
33. ZAFFERI, Emilia Luisa y MEDINA, Ramón Enrique, Clubes y talleres en el nivel de educación básica, Argentina, Praga, 1993.
34. ZEA, Leopoldo, "Formación para el cambio", Novedades, 23 de septiembre, 1986, en: DEL RÍO...

HEMEROGRAFÍA

1. GARCÍA Liñán, Salvador, "El emprendedor y sus mitos", Revista Emprendedores, México, FCA, UNAM, mayo-junio 1990, Vol. III, No.2, pp. 9-10.
2. "Plan de estudios 1993", Acontecer en la Facultad de Contaduría y Administración, México, FCA-UNAM, julio-agosto de 1993, Vol. 4 Num. 38.
3. PONCE Torres, Pilar, "Un emprendedor que logró el éxito: Alejandro Romero", Revista Emprendedores, México, FCA, UNAM, septiembre-octubre 1988, Vol. I, No. 6, pp. 5-7
4. "Programa de Desarrollo de Emprendedores", Revista Noti-ANFECA, México, FCA-UNAM., ANFECA, enero-marzo de 1991, Num. 30.
5. SARUKHAN Kermez, José, "El papel de la micro, pequeña y mediana empresa en el proceso de globalización de la economía mundial", Revista Emprendedores, México, FCA, UNAM, mayo-junio 1993, Vol. VII, No. 21, pp. I-III.