



**“El saber de mis hijos
hará mi grandeza”**

X Congreso Internacional 2016

CONVISIÓN EMPRESARIAL

**“Desarrollo Sustentable en el Mundo
Empresarial”**

**Eje Temático: Innovación y Proyectos de
Emprendimiento Social**

PONENCIA:

La Motivación como Estrategia Educativa Empresarial para impulsar la creación de Empresas Socialmente Responsable en los estudiantes de Educación Superior de Instituciones Públicas.

RESPONSABLES:

M.A. María de Lourdes Atondo Soto

Correo electrónico: lasatondo@gmail.com Celular: 6621730895

M.A. Ivonne Esmeralda Lizárraga Coronado

Correo electrónico: Ivonne_lizarraga@hotmail.com Celular:
6621144063

L.R.C. Martha Elena Sánchez Soto

Correo electrónico: marthasanchez@yahoo.com Celular: 6621200116

RESUMEN

Las instituciones públicas de educación superior, tienen el compromiso de formar profesionistas, comprometidos, con un alto sentido humano y de competencia, capaces de crear, desarrollar e innovar; con visión hacia el desarrollo sustentable, tecnológico, social y económico que demanda el entorno globalizado.

En la presente investigación etnográfica se busca identificar las áreas de oportunidad del estudiante que lo conduzca a desarrollar una cultura empresarial y emprenda su propio proyecto, detectando, las herramientas motivacionales que deben estimular su interés innovador, en las diferentes carreras que ofrece las instituciones públicas, logrando involucrar un objetivo común.

Todo lo anterior encaminado hacia su vocación empresarial.

Con los resultados se pretende identificar los factores internos y externos, buscando generar confianza en el alumno, para impulsar su propia empresa, estableciendo un compromiso, con su familia, amigos y el entorno, que lo impulse a participar en un contexto empresarial socialmente responsable.

INTRODUCCIÓN

La Formación Educativa es la herramienta que emana del conocimiento legítimo para favorecer al estudiante en su quehacer diario durante su desarrollo profesional. Contribuyendo con ello al desarrollo social y cultural del medio en que se desenvuelve.

La educación es esencial para adquirir y reforzar la motivación educativa, favoreciendo al individuo en su crecimiento y permitiendo la transformación en la sociedad, siendo esto definitivo para la obtención de conocimiento, formando hombres comprometidos para el entorno: político, cultural, social, ambiental y económico.

INTRODUCCIÓN

La Motivación como Estrategia Educativa Empresarial, es un proceso en la búsqueda de motivos que inspiren al alumno a generar acciones innovadoras para lograr un resultado deseado, garantizando el desarrollo personal, comprometiendo a las instituciones de educación superior a gestionar actividades extracurriculares encaminadas al profesionalismo de sus estudiantes, en el proceso de enseñanza aprendizaje.

INTRODUCCIÓN

Se tiene entonces como objetivo, el plantear estrategias motivacionales para impulsar la creación de empresas proporcionando con ello las herramientas necesarias para el desarrollo de empresas socialmente responsables.

De tal manera que este programa parte de la premisa de que las instituciones de educación superior deben guiar a los estudiantes con sus ideas hasta la creación de su propia empresa socialmente responsable.

MARCO CONCEPTUAL

El planear-emprender, encierra muchos desafíos que debe vencer el ser humano en el proceso de enseñanza-aprendizaje, debe de tener claro en su mente que no nada más es la Técnica la que debe de desarrollar, sino también debe de existir el enamoramiento, la pasión por lo que quiere hacer y cuando sea necesario, reorientar las actividades planeadas e ir implantando más ideas nuevas para este semillero, convirtiendo estas en oportunidades de negocios.

Emociones



El entorno que rodea al emprendedor y la influencia que se tiene sobre él, es muy importante, ya que tenemos en primer plano, la familia y amigos, que dependiendo del contexto, le dan fuerza a la actividad de emprender, pero de igual manera, pueden influir de manera negativa.

Contextualmente, la gestión del espíritu empresarial en las instituciones de educación superior es una labor compleja y sutil, cuyos ingredientes imprescindibles, son el saber identificar, allí donde se encuentre, captarlo, desarrollarlo y retenerlo. Hay Instituciones que son excelentes captadoras de talento pero después no consiguen desarrollarlo o retenerlo. Por ello resulta cada vez más valioso el papel de un liderazgo capaz de equilibrar todas estas tareas relacionadas con el talento humano, para que las organizaciones y las personas puedan dar lo mejor de sí. (Pilar Jericó)

La motivación como estrategia para impulsar al estudiante, representa una pieza fundamental durante la formación académica en las instituciones de educación superior, implicando desarrollar una formación profesional en el proceso de enseñanza-aprendizaje del alumno, resultando de ello una cultura empresarial, y que posteriormente pueda ser aplicado en la empresa socialmente responsable, como un compromiso de los jóvenes en contribuir con su entorno y también brindar una ventaja competitiva a su propuesta empresarial.

PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

Durante la formación profesional otorgada en las instituciones públicas, existe en el alumno, deficiencias en cuanto al desarrollo de acciones motivacionales enfocadas a fomentar e impulsar al alumno hacia la creación de empresas socialmente responsables, así como también, bajo nivel de orientación de la creatividad e innovación de las ideas, promoviendo así el interés en los estudiantes e identificar sus fortalezas creativas y poderlas adaptar a los requerimientos de la actividad empresarial.

Por lo tanto se considera que la problemática actual en la institución es la falta de motivación del estudiante hacia programas académicos encaminados a la cultura empresarial socialmente responsable y actividades motivacionales extracurriculares que lleven al estudiante a analizar los mecanismos que los motive a emprender su empresa.

OBJETIVO GENERAL

Plantear estrategias motivacionales que impulse la creación de empresas socialmente responsables en los estudiantes de instituciones públicas de educación superior.

OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Desarrollo de un programa extracurricular que impulse la creación de empresas socialmente responsables.
- Talleres de talento emprendedor enfocados a la actitud emprendedora para la creación de Empresas Socialmente Responsables.
- Círculos motivacionales de negocios.

METODOLOGÍA

El método utilizado en la investigación es el etnográfico y la metodología a seguir será descriptiva-explicativa, permitiendo con ello identificar las características que motivan a los estudiantes hacia una cultura emprendedora para la creación de su propia empresa socialmente responsable.

UNIVERSO DE LA INVESTIGACIÓN

Para el universo se tomaron en cuenta la matricula del semestre impar (2015-1) de 3618 alumnos inscritos en 10 carreras, en ese período se realiza la preparación de estudiantes para el Encuentro Nacional Estudiantil de los Institutos Tecnológicos en su fase local. Se invitó a todos los alumnos a participar en una actividad académica denominada Talento Emprendedor, y trabajar con sus ideas con la intención de formar su propia empresa.

Mostraron interés: 6 carreras - 2,139 alumnos

Inscritos en talento emprendedor: 170 alumnos

7.9 % de los interesados.

DESARROLLO DEL TEMA

La responsabilidad social empresarial, se ha convertido en una forma de gestionar y hacer negocios, ocupándose para ello la propia empresa, buscando ser sustentable en lo económico, social y ambiental. Con ello busca que tanto las generaciones futuras de empresas sean sustentables y los empresarios emprendedores busquen la preservación del medio ambiente.

Actualmente, es posible encontrar programas de responsabilidad social en el cuidado del ambiente en prácticamente todas las principales economías del mundo.

La Motivación como Estrategia Educativa Empresarial para impulsar la creación de empresas socialmente responsable en estudiantes de Educación Superior de Instituciones Públicas. Se debe de promover a través del programa espíritu emprendedor ético, sustentable, con la mentalidad que es un área de oportunidad para el impulso de empresas nuevas ya sea pequeñas o medianas de los estudiantes.

La estrategia de negocios que impulse a seguir a los estudiantes en su creación de empresas, debe estar enfocada a la responsabilidad social, convirtiéndola en su ventaja competitiva.

Ventajas al planear estrategias motivacionales encaminadas a la sustentabilidad en la creación de empresas.

- Incrementa la competitividad en el entorno en empresas de ese nivel.
- Aumente la posibilidad de la creación de empresas promovidas por las instituciones de educación superior públicas.
- El programa a implementar apoyaría el número de empresas creadas por estudiantes durante su formación profesional.
- Con este programa se puede promocionar estrategias de asociación y clústeres como una forma de desarrollo empresarial.

RESULTADOS

Las Instituciones de Educación Superior deben de preparar a sus estudiantes para los cambios de política educativa que emanan del gobierno, tanto federal como estatal.

Quedando claro que esa política educativa trae consigo cambios en programas académicos y es donde se debe de aprovechar para enunciar, describir y desarrollar una cultura empresarial socialmente responsable.

De acuerdo a las observaciones y como resultado, se presenta el siguiente diagnóstico:

- Existe una desorientación por parte de las Institución hacia los alumnos, en relación a su motivación y formación de una Empresa Socialmente Responsable.
- No se realiza una promoción intensiva para participar en los eventos académicos de motivación hacia una cultura empresarial socialmente responsable.
- El académico no le interesa involucrarse con los estudiantes para impulsarlos a que tengan una actitud emprendedora.
- No existen programas estructurados extra-clase continuos que los lleve a identificar su vocación empresarial socialmente responsable.
- El estudiante como ser humano necesita orientación hacia que camino seguir y es donde la institución debe impulsarlos y guiarlos hacia el bien común en una sociedad con diversas necesidades.

PROPUESTA

propuesta:	Programa: Espíritu emprendedor Ético, sustentable en la Educación Superior para Instituciones Públicas.
Duración:	20 horas
Impartido:	Sexto semestre
Objetivo:	Desarrollar las capacidades del estudiantes, mediante dinámicas motivacionales.
Tema 1	Taller “Emprender una Cultura Socialmente Responsable” Objetivo: Pensar, sentir, actuar y orientar hacia la creación de la riqueza ambiental, aprovechando oportunidades del entorno.
Tema 2	Taller “Conócete a ti mismo y lograr lo que deseas con éxito” Objetivo: Detallar sus habilidades personales para conocer, el como quiero que me vean. El yo-Empresa.
Tema 3	Taller motivacional emprendedor para la creación de Empresas Socialmente Responsables. Objetivo: Determinar la actitud y obtener una respuesta diferente a la hora de desarrollar la actividad empresarial socialmente responsable.
Tema 4	Taller “Líderes de Negocios” Objetivo: Desarrollar una visión global ambiental, cuyo resultado es la creación de valor que beneficie al emprendedor, la economía y la sociedad.
Tema 5	Taller “ Identifica el mejor Modelo de Negocios” Objetivo: Analizar modelos de negocios a través de casos prácticos en empresas establecidas.
Tema 6	Taller “Círculos motivacionales de Negocios” Objetivo: idear, planear, accionar y ajustar negocios mediante estrategias sustentables.
Tema 7	Taller “Seguimiento de un Modelo de Negocios” Objetivo: Guiar a la actualizar vanguardista de acuerdo a los hechos que se presenten.

Por otra parte también, el alumno debe ser atraído al mundo empresarial y quedarle claro en su mente que debe tener una disciplina y para ello se enlista los 14 motivos principales.

1. Networking	2. Comprometido,
3. Seguridad laboral,	4. Reconocimiento,
5. Hacer el bien,	6. Independencia financiera,
7. Convertirse en experto,	8. Reinvención,
9. Habilidades,	10. Cambiar el mundo,
11. Determinación,	12. Crear empleo,
13. Dinámico,	14. Crear tu marca.

Face Pong



MOVIMIENTO RAS



Apoyo a Niños con Cáncer



CONCLUSIONES

El programa espíritu emprendedor ético en la educación superior para instituciones públicas, es una alternativa para que los estudiantes se motiven a desarrollar empresas socialmente responsables, en donde también se tendrá otra alternativa de desarrollo profesional, permitiendo la vinculación a la institución con los diferentes sectores, lograr objetivos conjuntos institución-empresa.

El promocionar el programa permitirá involucrar a todos los actores (alumnos, institución, maestros, directivos) para lograr un desempeño empresarial exitoso.

RECOMENDACIONES.

Para el desarrollo de la presente propuesta es recomendable que se realice en cualquiera de los periodos semestrales, considerado por las autoridades educativas de las Instituciones Públicas de Educación Superior. Además se debe de realizar como una actividad extracurricular, a la par del currículo educativo establecido por las Instituciones Públicas de Educación Superior.

MUCHAS GRACIAS!



REFERENCIAS BIBLIOGRAFICAS

-Beatriz, B. (2010). Motivación Inteligente. Madrid: Prentice Hal.

-La nueva Gestión del Talento “Construyendo compromiso” Pilar Jericó. Editorial Prentice Hall 2008.

-Libro verde: El Espíritu Empresarial en Europa (2003) Comisión de las Comunidades Europeas

-L. Alemany, C. Alvarez, D. Urbano. (2011). Libro Blanco desde la iniciativa Emprendedora en España. Barcelona: Esade. Recuperado el 18 Enero 2016.

-Fernando, T. (2007). El libro Negro del Emprendedor. Recuperado el 25 de Enero 2016.

Javier G. 2005 Dicho por (Cámaras de Comercio y Ministerio de Educación y Ciencia. Fomento del Espíritu Emprendedor en la Escuela. Madrid: Print A Porter. Comunicación S.L.).

-John, M. (2010). *Motivación y Emoción*. México. Mc. Graw Hill. Pag.199

-Sérvulo Anzola Rojas. (2010). Administración de Pequeñas Empresas. México. McGrawHill.

Internet

Instituto Nacional de Estadística y Geografía www.inegi.org.mx

Organización Internacional del Trabajo www.ilo.org/spanish

Instituto Mexicano de la Juventud www.imjuventud.gob.mx

Secretaría de Economía www.economia.gob.mx

Presidencia de la República www.presidencia.gob.mx

Revista Entrepreneur www.entrepreneur.com/article/267092