

**Un modelo de escuela de negocios como estrategia para fortalecer la competitividad
académica en la UTNA**

YULIANA FABIOLA LEYVA MUÑOZ¹

ROXANA MONTERO MENDOZA²

DELIA MARGARITA PADILLA GUARDA³

RESUMEN

El presente trabajo de investigación propone ubicar un modelo de escuela de negocios acorde a las características de la Universidad Tecnológica del Norte de Aguascalientes (UTNA) y de la región, en apoyo al sector productivo, al tiempo de fortalecer la formación académica en negocios con una perspectiva humanista y sustentable para enfrentar los retos de la empresa en el entorno social.

La metodología es de carácter documental y aplicada, con instrumentos para identificar la evolución y perspectivas de las escuelas de negocios y ubicar las categorías para tipificar y realizar un análisis comparativo de su funcionamiento y calidad académica, a fin de construir un modelo propio y viable, incorporando prácticas académicas y de gestión del conocimiento que optimicen las competencias profesionales y el involucramiento de profesores y alumnos, generando el desarrollo de estrategias a concretarse con la formulación y trabajo en casos de estudio e intervención pertinentes al contexto.

Palabras clave: Escuela de Negocios, modelos, perspectivas, competitividad académica.

ABSTRACT

This research was proposed to locate a business school model according to the Technological University of North Aguascalientes (UTNA) and the region characteristics, in order to support the local productive sector, and strengthening business academic training with a humanistic and sustainable perspective for the organizations challenges in the social environment.

The methodology is documentary and applied, with tools to identify business schools trends and perspectives and locate categories to establish a comparative analysis of their performance and academic quality, in order to build a viable and proper model, to incorporate academic practices and knowledge management that optimize professional skills, with teachers and students involvement, to develop strategies that generates the formulation and intervention on relevant to the context study cases.

Keywords: Business School, models, perspectives, academic competitiveness.

¹ Universidad Tecnológica del Norte de Aguascalientes (UTNA).

² Universidad Tecnológica del Norte de Aguascalientes (UTNA).

³ Universidad Tecnológica del Norte de Aguascalientes (UTNA).

El presente trabajo se encuentra dentro del marco de un proyecto de investigación más amplio denominado “Escuela de Negocios como alternativa para el desarrollo empresarial en la región del norte de Aguascalientes”, y se constituye en el resultado de tres etapas:

ESQUEMA 1: Etapas del proyecto de investigación.



Elaboración propia

ETAPA 1 INVESTIGACIÓN DOCUMENTAL

Para esta etapa inicial de la investigación se realizó un estudio exploratorio de tipo documental con el fin de introducirse en el tópico, identificar fuentes de información y realizar un análisis desde una perspectiva teórica y comparativa.

Principales antecedentes.

En la literatura revisada, los autores coinciden en señalar y enfatizar que las escuelas de negocios tienen dos principales perspectivas la europea y la americana.

En la europea se pueden distinguir dos periodos el primero de 1819 a 1944 referido a la fundación y creación de dos modelos el del sur (Francia y Bélgica) y el del Norte (Alemania). Y el segundo de 1945 hasta la actualidad.

El modelo europeo del sur nace con la primera escuela de negocios fundada en Francia, 1819 École Supérieure de Commerce de Paris (ESCP), el plan de estudios se caracterizó por ser interdisciplinario, conformado por teoría y práctica aplicada a los negocios con simulaciones, así como por adoptar una perspectiva global, incluyendo el aprendizaje de idiomas, mínimo tres. Más tarde surge en Bélgica, con un programa similar, incluyendo temas de geografía e historia. Cabe señalar que una característica distintiva fue que en su mayoría fueron creadas como instituciones independientes, financiadas por grupos empresariales y/o adquiridas por la Cámara de Comercio e industria, donde con la educación recibida los graduados podían aspirar a puestos de mando medio o de ventas en el comercio y la banca (Kipping, 2004, 13) y fue hasta 1947 que en Francia, por decreto se reconoce a las escuelas de negocios como instituciones de educación superior (Bryant, n/d) y en la Universidad de Madrid se establece la primera facultad de ciencias económicas y políticas del país en 1944 (Kipping, 2004, 13)

Según Kaplan (2014), el modelo del norte era alemán, donde el plan de estudios inicialmente era teórico y práctico e interdisciplinarios, rápidamente se academizó, considerando la investigación científica para lograr un conocimiento especializado en la administración como disciplina académica y con una orientación hacia la búsqueda del bien común más que el incremento del lucro individual, abandonando así solo la orientación práctica.

El Modelo Americano también es uno de los principales ejes del modelo de escuelas de negocio, Kaplan (2014) señala que Joseph Wharton fue quien fundó la primera escuela norteamericana de negocios en 1881. Bajo la influencia del Taylorismo y los trabajos de Adam Smith, el propósito de esta primera escuela fue lograr que el estudio de los negocios de comercio se transformara en una rigurosa profesión, a fin de mejorar la eficiencia económica.

En este sentido Sass (1985), menciona que en EUA la educación universitaria en negocios recibe influencia del mundo institucional americano caracterizado por los empresarios y académicos que ocupaban posiciones de liderazgo críticas tanto en el estado como en la sociedad y la economía y donde las corporaciones y las universidades eran aliadas en la investigación científica. Por tal motivo los programas educativos, se enfocaron a preparar a los estudiantes para dirigir las grandes empresas,

a crear capacidades de liderazgo para los negocios en general, con una visión de lo que se conoce como “management”.

En 1908, nace la escuela de negocios de Harvard, con 59 estudiantes, teniendo como primera localización Cambridge, Massachusett. En 1927 se trasladó a su actual ubicación en Boston. (Club-MBA.com, 2009). Donde su principal perspectiva es la formación de estudiantes para las funciones creativas y de supervisión y no para las funciones de negocios repetitivas y rutinarias. Considerada como pionera tanto en el estudio de casos como en la titulación de maestrías, con la creación del primer Master in Business Administration (MBA) y destaca por su actividad en la investigación tanto en Estados Unidos como en el ámbito internacional.

Partiendo de los antecedentes se pretende identificar los principales enfoques de las escuelas de negocios, tomando en consideración el reconocimiento actual que hoy día tienen las escuelas que representan a cada uno de estos modelos, como continuación se presentan:

TABLA No. 1 Comparativo del modelo de Escuela de Negocios Europeo y Americano.

Modelo Europeo				Modelo Americano			
	Características Distintivas	Acreditaciones	Programas		Características Distintivas	Acreditaciones	Programas
La Europe Business School (ESCP)	*Alcance internacional pionera en escuelas multi-campus	Triple Corona (AMBA, EQUIS Y AACSB)	5 niveles (Licenciatura a Doctorado) en diversas modalidades	Harvard Business school (HBS).	*Orientación al capitalismo,	AACSB (Fundadores)	3 niveles (Ejecutivo Maestría y Doctorado) en diversas modalidades
	* Proyecto Bolonia ⁴	Todos sus Master	(tiempo completo, parcial, educación ejecutiva abierta y flexible, pasantías)		* Énfasis en el aprendizaje más que en la enseñanza, basada en el método de casos.		
	* Red mundial de socios académicos, mediante más de 100 alianzas	Cuentan con la etiqueta MS: Máster Spécialisé otorgada por le Conférence des Grandes Ecoles.			*Se contextualiza al estudiante como un líder ⁵		

Elaboración propia

⁴ En el proyecto Bolonia se toman acuerdos para 1) Adoptar un sistema de titulaciones fácilmente comprensible y comparable; 2) implantar un sistema basado en dos ciclos principales; 3) Establecer un sistema de créditos que haga comparable los sistemas nacionales para que facilite la movilidad de estudiantes; 4) Apoyar la movilidad de estudiantes, docentes, investigadores y personal administrativo; 5) Promover la cooperación europea en el ámbito de la garantía de calidad; 6) Fomentar la dimensión europea en la educación superior (desarrollo curricular y cooperación entre instituciones). (De Garay, 2012).

⁵ Ewing (1990)

Por su parte en el contexto mexicano el modelo de escuela de negocios más representativo nace en el año 2003 con el nombre de EGAP (Escuela de Graduados en Administración Pública y Política Pública) con sedes en los campus Ciudad de México, Estado de México y Monterrey, en el año 2010 sus programas fueron constituidos en una escuela nacional única denominada EGADE Business School.

Sus principales características distintivas se pueden sintetizar como sigue:

Cultura emprendedora, visión global; profesorado con experiencia académica y empresarial global; enfoque en sostenibilidad y liderazgo responsable; así como flexibilidad en el formato de estudio. (ITESM)

El team-teaching, (trabajo individual del alumno, trabajo en pequeño grupo de 6 integrantes y puesta en común del grupo completo o unido), vinculación empresarial en México y a nivel internacional, énfasis innovador en las áreas de emprendimiento y sostenibilidad empresarial y estancia de liderazgo para el desarrollo social en una comunidad, organismo u organización, de un período equivalente a seis meses de tiempo completo fortaleciendo las competencias personales y profesionales de los estudiantes mediante su participación en el diseño, el desarrollo y la evaluación de proyectos de impacto social.

1500

Acreditaciones: Triple corona (AACSB, AMBA y EQUIS),

Programas:

3 Niveles MBA Maestría, Especialidad Doctorado con modalidad bicultural o de investigación e innovación (10 centros de investigación a lo largo del país, cada uno se especializa en un tema en específico).

Análisis de la etapa de investigación documental y los Rankings

La revisión de la información de las escuelas de negocios tanto histórica como de los contenidos que presentan actualmente permite generar un comparativo en búsqueda del reconocimiento de las categorías a considerar en la construcción de un modelo propio para la UTNA. Por lo que es de importancia presentar el análisis realizado en relación a los modelos y a su vez relacionarlos con los criterios que consideran los rankings para la valoración de las escuelas de negocios.

Cada uno de los modelos reflejan una tendencia pero a su vez cierta estandarización del modelo de escuela de negocios, esto como parte de la globalización y la generación de identidades que aseguren la similitud y el reconocimiento de pertenencia común en el campo de gestión de negocios. (Wedlin,

2007- 4). Por ello cada uno de los modelos copian las buenas prácticas de los otros, se puede observar que los programas de la ESCP han adoptado la implementación de estudios de posgrado, mientras que el método de casos es ya una práctica común en las escuelas de negocios, y la buena práctica de la internacionalización ya ha sido adoptada también por la HBS y de EGADE, así como la de una perspectiva global y el sentido humanista y la implementación de proyectos con orientación social que formaban parte del modelo europeo en sus inicios.

Con base en el análisis es que surge el cuestionamiento sobre ¿Cuáles son los criterios o equivalencias que se deben considerar en las escuelas de negocios? De tal forma que se consideró necesario realizar un análisis de los criterios que utilizan los rankings para evaluar la excelencia de las escuelas de negocios, que permita reflejar un modelo deseable. A continuación se presenta la naturaleza de los Rankings, a fin de brindar otro panorama sobre los modelos de escuela de negocios.

Se analizaron 5 rankings (MBA Americaeconomía, Expansión, QS, Financial Time y Wall Street Journal) identificando que tienen indicadores similares aunque cada uno con su propia ponderación. Los siguientes indicadores son los que coinciden, señalando la ponderación que les otorga cada uno de los rankings:

La Académica (Profesores de tiempo completo, con experiencia laboral y un currículo académico en el ámbito de los negocios), los porcentajes de relevancia que los rankings le dan a esta categoría son:

- MBA Americaeconomía el 40% refiriéndose como fortaleza académica,
- Expansión nombrándola como claustro académico le asigna solo un 15% y
- Wall Street Journal nombra esta categoría como enseñanza con un 15%.

La Producción Académica:

- MBA Americaeconomía asignó el nombre de poder de conocimiento y lo contempla con un porcentaje del 15% ,
- Expansión tiene esta categoría como publicaciones con 5% solamente,
- Financial Time (FT) 10%
- Wall Street Journal nombra su categoría en dos vertientes como Investigación con un 15% y Publicaciones con 5%

Internacionalización:

- MBA Americaeconomía se califica con el 20% (Convenios por la escuela de negocios, cantidad de intercambio, Acreditaciones (AACSB, EQUIS, AMBA y SAQS), Membresías

(AACSB, ALADEN, AMBA, BALAS, CEMS, CFA, CLADEA, EFMD, EMBA, Global Advanes, Management, NIBES, PIM PRME, SEKN, SUMAQ y UNICON),

- Expansión tiene Relación Internacional con 10% solamente.

Red de contactos:

- MBA Americaeconomía la nombra poder de red (posición ejecutiva alcanzada por los egresados) se califica con el 25%,
- Expansión tiene tres categorías que serían podrían entrar dentro de esta categoría como progreso en la carrera 20%, evaluación del egresado 15% y Red de contactos con un 10%
- QS la inserción profesional tiene un peso del 85%,
- FT ve a los egresados como el 59% de lo que debe medir en su modelo y
- Wall Street Journal nombra sus categorías como empleabilidad 20% y red social 7.5%

Otras Categorías relevantes en los rankings:

- Wall Street Journal cuenta con dos categorías más que analizar como Instalaciones 7.5% e innovación 30%
- Expansión tiene la categoría llamada Selectividad 10%,
- FT categoriza los datos de la escuela (Diversidad, Género, Nacionalidad y Alcance) con el 31%
- QS evalúa la reputación académica con 15% y Expansión menciona la categoría llamada Evaluación del suscriptor 15%, que es similar a esta

Con el análisis anterior se puede ubicar que existen rankings más complejos que otros y que aunque son diversos, tienen elementos en común permitiendo verificar cuales son los puntos convergentes en las Escuelas de Negocio y cuales son mínimos requisitos indispensables para sus actividades como lo son los relacionados con la academia, la red y productividad o que por el contrario solo son importantes para dos de estas como las instalaciones e innovación que comienzan a ser simbólicos.

En este contexto y a partir de los elementos analizados anteriormente, para el propósito de generar un modelo de escuela de negocios para la UTNA se reconocieron una serie de categorías o indicadores de mayor interés y viabilidad para el contexto, los cuales son:

- La Académica, en cuestión del fortalecimiento del cuerpo docente, su actualización, práctica laboral y obtención de posgrados.
- Investigación, enfocada a la generación de productos académicos con valor para la generación y divulgación del conocimiento.

- Internacionalización, generación de redes internacionales, convenios con otras instituciones, incremento de intercambio y acreditaciones.
- La Metodología del Estudio de Casos como la difusión del conocimiento basado en el estudio y documentación de casos empresariales de la región

ETAPA 2 INVESTIGACIÓN DESCRIPTIVA CON TRABAJO DE CAMPO

Para esta fase se construyó un instrumento de recolección de información, tomando como referencia la etapa anterior generando una guía de entrevista con la siguiente estructura datos de identificación como: nombre de la institución (UTNA), del entrevistado, fecha y hora de aplicación, entrevistador, Datos de clasificación donde se solicitó el nombre y cargo del entrevistado, institución y la Información solicitada donde a través de en una primera prueba 14 preguntas y como final 18 preguntas abiertas en relación a las categorías de interés como son: Esencia, Productos o servicios (programas), Cuerpo Colegiado, Internacionalización, Egresados, Método de Caso y Acreditaciones, para realizar la aplicación por medio de una entrevista en profundidad para que el entrevistado aporte la información de una manera amplia. Este primer instrumento se aplicó como prueba piloto a la Universidad Cuauhtémoc en Aguascalientes donde se pudo evaluar la pertinencia del instrumento.

1503

Como resultado de esta prueba piloto se realizaron algunas adecuaciones, para incluir como primer pregunta, una que permitiera identificar cual es la concepción que tiene el entrevistado respecto a la Escuela de Negocios en qué considera que radica su esencia. Así mismo se incluyeron aspectos relacionados con los requerimientos de ingreso, los métodos de aprendizaje, la aplicación del método de caso así como la participación de los egresados.

Para el trabajo de campo, con la aplicación del instrumento, la selección de la muestra fue no probabilística por conveniencia, considerando las condiciones logísticas, financieras propias, así como la apertura de las instituciones a otorgar esta entrevista. La muestra se constituyó con las siguientes: Universidad Autónoma de San Luis, Universidad Nacional Autónoma de México, Universidad De Las Américas Puebla y la Universidad Autónoma de Querétaro. Así mismo se sostuvieron conversaciones, pero no entrevistas completas con líderes de opinión, directores o asesores de otras instituciones como fueron la Universidad Anáhuac, UNITEC, Instituto Politécnico Nacional y el IPADE de la Universidad Panamericana.

Después de la aplicación todas las entrevistas, se realizó una serie un análisis de la información, a través de un cuadro comparativo que distingue dos grandes apartados, un contraste de la investigación

documental que presenta a las Escuelas de Negocios importantes a nivel internacional, y otro donde se encuentra el contraste de las Escuelas de Negocios nacionales y que se recabó por medio de la entrevista

A continuación se presentan los cuadros comparativos más representativos referidos por categoría:

Categoría Esencia.

En este apartado se comentó el principal enfoque que hace de la universidad el considerarse una escuela de negocio (EN) cabe mencionar que cada institución tiene su propio concepto de lo que constituye la esencia de una EN.

TABLA No. 2 Comparativo de las instituciones entrevistadas en la categoría de esencia de las Escuelas de Negocio.

INSTITUCIÓN	ESENCIA
ESCP-EUROPE	Visión global, formación de directivos, valores humanísticos, educación en gestión, management, enfoque social y multicultural
HBA	Formación de alumnos para funciones creativas y de supervisión, sentido misionero una correcta administración gerencial es buena para la nación, orientado al capitalismo
EGADE	Desarrollo de líderes emprendedores con sentido humano y competitivo a nivel internacional, cultura emprendedora, visión con experiencia global, sostenibilidad y liderazgo responsable, flexibilidad en el formato de estudio y enfoque Team-Teching
UASL	Equilibrio entre lo teórico-práctico, modelo de creación de valor, competitividad, enfoque al estudiante, interdisciplinariedad, enfoque empresarial y prácticas empresariales
UNAM	Interdisciplinario, programas desde licenciatura y posgrados, desarrollo de investigación en sus disciplinas
UDLAP	Sentido humanístico y de artes interdisciplinario, multicultural profesores con experiencia laboral y académica vinculación con el sector productivo y red de egresados
UAQ	Teórico-práctico, desarrollo de investigación en sus disciplinas, asesoría y consultoría, seguimiento a egresados y prestigio de la universidad

Elaboración Propia

Cabe mencionar que en las breves entrevistas con otras instituciones como la Anáhuac, IPN y UNITEC se resaltaron elementos relacionados con el emprendimiento, la vinculación con el entorno empresarial a través de servicios de capacitación y consultoría.

Categoría Productos y servicios

En esta categoría, las Escuelas de Negocios cuentan con programas a nivel licenciaturas y la mayoría también en posgrados. En el transcurso de la recolección de la información se encontró que la mayor parte de las escuelas ofrecen talleres, cursos, diplomados con temas relacionados a la industria. También se verificó que las escuelas internacionales son pioneras en MBA (Master Business Administration) y que son la base de algunos modelos de los Posgrados que se imparten en el país.

TABLA No. 3 Comparativo de las universidades en la categoría de productos en las Escuelas de Negocio

INSTITUCIÓN	PRODUCTOS O SERVICIOS
ESCP-EUROP	Licenciatura, maestría de tiempo completo y parcial, educación ejecutiva abierta y flexible y cursos de verano
HBA	Maestría MBA, Doctorado DBA y programas de educación para ejecutivos
EGADE	Posgrados, cursos, talleres y executive MBA
UASL	Diplomados, licenciatura, posgrados, talleres y consultoría
UNAM	Licenciatura, posgrados, investigación, educación continua, capacitación y asesoría
UDLAP	Licenciatura, posgrados, consultoría y vinculación
UAQ	Licenciatura, posgrados, investigación, educación continua, capacitación, consultoría y asesoría

Elaboración Propia

Categoría Internacionalización.

En la internacionalización se observa que cada escuela presenta sus programas de movilidad ya sea nacional o internacional según sus políticas y esta es para estudiantes docentes e investigadores, también es una parte fundamental el aprendizaje, estudio y dominio de los idiomas y algunos promocionan la doble titulación como valor agregado.

TABLA No. 4 Comparativo de las universidades en la categoría de internacionalización en las Escuelas de Negocio

Elaboración Propia

INSTITUCIÓN	INTERNACIONALIZACIÓN
ESCP-EUROP	Enseñanza de idiomas, presencia en 5 países con clases multicampos, movilidad estudiantil, docente, investigación y administrativos, movilidad internacional
HBA	Solo tomar asignaturas con escuelas vecinas, MIT SLOAN, the fletcher school of law y diplomacy
EGADE	El 30% de los alumnos es de 15 nacionalidades diferentes, enseñanza del idioma, movilidad obligatoria en dos países con universidades afiliadas
UASL	Programas de movilidad estudiantil entre facultades, universidades nacional e internacional, doble titulación, enseñanza de idiomas (inglés, francés y alemán)
UNAM	Internacionalización de alumnos y maestros de la facultad, importancia al estudio de idiomas
UDLAP	Profesores y alumnos extranjeros, promoción de la enseñanza de idiomas algunas asignaturas se imparten en ingles, movilidad internacional con universidades con convenio
UAQ	Internacionalización de alumnos y maestros de la facultad, importancia al estudio de idiomas

1506

Categoría Cuerpo Colegiado.

La categoría de cuerpo colegiado, es equiparable a la categoría de academia que se analizó en los rankings donde se puede contrastar que todas las escuelas presentan a profesores que cumplen con un nivel de estudios de maestría como mínimo, profesores que se encuentran insertados en la industria, ya sea como dueños de empresas, directores generales, gerentes o asesores, de tal forma que combinen la experiencia con el conocimiento. En este sentido todas las escuelas de negocio que se investigaron, le otorgan gran importancia a la preparación académica de los profesores, pero

también es de gran peso la experiencia que puedan aportar a los alumnos y a la universidad; el perfil de los profesores tiene que combinar con conocimientos académicos y experiencia en la industria.

Para al ESCP-Europe los profesores que realizan investigación activa son de 20 nacionalidades diferentes las figuras de profesor son afiliados y visitantes y se cuenta con una plantilla de 700 profesionales y expertos, mientras que HBA cuenta con el 92% de sus profesores con estudio de doctorado y el 40% de estos cuentan con distintas nacionalidades, el EGADÉ trabaja con una metodología de enseñanza de habilidades para el desarrollo para centrarse en el alumno.

La UASL da prioridad a los maestros de asignatura que cuenten con experiencia en el sector productivo esto muy similar a la UDLAP quien solicita a sus profesores que tengan como mínimo una asesoría anual con una empresa y donde 4 de cada 10 profesores son miembros del Sistema Nacional de Investigadores. La UNAM al igual que la UAQ mantiene en constante capacitación a sus docentes y busca que tengan experiencia laboral así como profesores de otras instituciones y del sector productivo. Para la ANÁHUAC los profesores son en su mayoría empresarios con maestría algunos cuentan con experiencia en consultoría y es necesario que cumplan con requisitos como exámenes de evaluación y cursos, la UNITEC busca maestros insertados en la industria y en el IPN la gran mayoría presenta estudios de doctorado,

Categoría Egresados.

En esta categoría todas las escuelas cuentan con una red de egresados, con el objetivo de realizar Networking tanto en las clases como para poder vincular redes de trabajo, bases de datos que permiten enviar información a los egresados.

Cabe señalar que a diferencia de las otras universidades la UNAM, ANÁHUAC, IPN y la UAQ cuentan con esta categoría pero esta vinculación la realiza otro departamento por lo que ellos no tienen injerencia en esta actividad

Es importante señalar que los egresados juegan un papel muy importante en las escuelas de negocios, los egresados son considerados para que las escuelas aparezcan en los primeros lugares del ranking..

Categoría Método del Caso.

En este análisis se encontró que la mayoría tanto de escuelas internacionales como nacionales utilizan el método del caso como un método de enseñanza educativa opcional pero que en el caso de las

escuelas con tendencia al modelo americano, es una característica distintiva es por esto que solo HBA lo utiliza como el método principal.

Cabe resaltar que no es un requisito indispensable para que se tenga como metodología necesaria para las escuelas de negocio ya que no todas las escuelas la incluyen como principal método de enseñanza. Ya que aún se discute si a través de este método se puede llegar a la realidad o solo a una cierta área de enseñanza; mientras que otra postura es que éste método ayuda a los alumnos a tener una apertura de mente y poder desarrollar el juicio propio.

Por lo que se puede concluir que las escuelas de negocios son un conjunto de acciones que se centran en el quehacer directivo de cómo hacer y administrar un negocio, liderar, dirigir independiente a la metodología que se utilice en estas escuelas de negocio.

Categoría Acreditaciones.

Esta categoría es uno de los puntos evaluados en los rankings; aunque no todas las universidades entrevistadas lo promueven, se puede identificar que la UNAM en su Centro Nacional de Apoyo a la Pequeña y Mediana Empresa (CENAPyME) cuenta con un reconocimiento por el Instituto Nacional del Emprendedor (INADEM) mientras que la UNITEC es galardonada por la Secretaría de Economía como Incubadora de Tecnología Intermedia, y la UDLAP está acreditada por la Southern Association of Colleges and Schools - Commission on Colleges (SACSCOC) para otorgar grados a nivel licenciatura, maestría y doctorado.

Las universidades nacionales cuentan con certificaciones en COPAES (Consejo para la Acreditación de la Educación Superior, A.C.), CACECA (Consejo de Acreditación en la Enseñanza de la Contaduría y Administración) y CIEES (Comités Interinstitucionales para la Evaluación de la Educación Superior, A.C.) así como algunas son miembros de ANFECA (Asociación Nacional de Facultades y Escuelas de Contaduría y Administración) y en cuanto a las que otorgan Posgrados forman parte del Padrón Nacional de Posgrados de Calidad (PNPC) del Consejo Nacional de Ciencia y Tecnología (CONACYT), mientras que las escuelas internacionales son pioneras y fundadores de acreditadoras, la importancia de tener alguna de ellas es que se pueda ofertar un valor agregado a la escuela de negocios.

Resultados del análisis

A partir del análisis documental y de campo, de este trabajo de investigación, se pueden documentar los principales hallazgos, que en síntesis se presentan a continuación.

- ▶ Los modelos de escuela de negocios Europeo y Americano son la base para lo que se concibe como escuela de negocios resaltando la importancia de contar con acreditaciones, internacionalización, la importancia de la enseñanza en idiomas y docentes preparados en el ámbito académico, profesional y de investigación.
- ▶ Es posible identificar las categorías que distinguen a una escuela de negocios según los rankings como son: La academia relacionada con los profesores y su curriculum, producción académica, la internacionalización mediante esfuerzos de movilidad e interacción con otras culturas, la red de contactos y el involucramiento con sus egresados. Así como otras que refieren a la importancia de la infraestructura, innovación y la reputación de las universidades.
- ▶ El modelo de escuela de negocios del EGADE está basado en el modelo Americano pero se tropicaliza con algunos elementos distintivos como es el team-teaching y la cultura emprendedora.
- ▶ Las perspectivas de las Escuelas de Negocios se pueden agrupar en dos grandes vertientes. Una incluye a los modelos ortodoxos que son muy estrictos en el esquema como es el modelo americano (HBS) y otro más amplio donde se considera escuela de negocios a todas las instituciones que ofertan programas de administración y contaduría pero que han adoptado una perspectiva de negocios y no únicamente de administración en general.
- ▶ Las acreditaciones en las escuelas de negocios son muy diversas por lo que se pueden distinguir por un lado las de talla internacional como la Triple Corona (AMBA, EQUIS Y AACSB) y la AACSB (Fundada por HBA) y por otra parte las nacionales como COPAES (Consejo para la Acreditación de la Educación Superior, A.C.), CACECA (Consejo de Acreditación en la Enseñanza de la Contaduría y Administración) y CIEES (Comités Interinstitucionales para la Evaluación de la Educación Superior, A.C.), ANFECA (Asociación Nacional de Facultades y Escuelas de Contaduría y Administración) y el Padrón Nacional de Posgrados de Calidad (PNPC) del Consejo Nacional de Ciencia y Tecnología (CONACYT),
- ▶ Existe una tendencia muy marcada a la incorporación y énfasis del emprendimiento en las instituciones de educación superior, que se incluye como parte esencial de las escuelas de negocios.
- ▶ El énfasis o esencia de la escuela de negocios no se centra en los servicios hacia el sector productivo, sino en la formación del alumno con una perspectiva de lograr una especialización en negocios, y el desarrollo de sus competencias para insertarse efectivamente en la empresa.

- ▶ El método de caso no es una metodología educativa estrictamente obligatoria para las escuelas de negocios, si no que se considera como una de las alternativas que se pueden implementar, esto a excepción de HBA y el IPADE que si lo toma como su principal método.
- ▶ Es necesario identificar las competencias que se pretenden desarrollar en una escuela de negocios como parte del constructo de la visión de la mismo, que le otorguen su valor distintivo de los servicios que ofrecen, algunos ejemplos sobresalientes son HBS el liderazgo en las empresas capitalistas y el EGADE con la cultura emprendedora.

ETAPA 3. PERFILANDO LA CONSTRUCCIÓN DE UN MODELO DE ESCUELA DE NEGOCIOS PARA LA UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA DEL NORTE DE AGUASCALIENTES

Cada vez más el futuro de las organizaciones depende no sólo de su agilidad para sobrevivir a los retos de su tiempo, sino de su capacidad para promover en él cambios significativos. Para competir se tienen que modernizar procesos, equipo, formas de organización, sistemas financieros, es decir la manera de hacer negocios, pero sobre todo, el talento humano, los cuadros profesionales que se incorporan y desarrollan con las competencias requeridas para promover este cambio. En este sentido, las instituciones de educación superior, para responder a estos retos pueden optar por un recurso de probada efectividad: la escuela de negocios, dado el importante papel que han jugado en la formación y el desarrollo de los profesionales que ejercen el liderazgo de las empresas.

1510

Por escuela de Negocios según Kaplan (2014) se entiende una institución académica de enseñanza superior que imparte materias como: administración, contabilidad, economía, mercadotecnia, finanzas, estrategias, métodos cuantitativos y comportamiento organizacional.

Actualmente se cuenta con una diversidad de perspectivas en la visión y funcionamiento de las Escuelas de Negocios, como se puede constatar en las etapas anteriores de la investigación y los hallazgos. Estas perspectivas van desde aquellas de amplio y reconocido prestigio que ofrecen programas formativos de posgrado y especialización así como servicios a la industria con atención personalizada a las compañías, hasta aquellas instituciones de educación superior públicas y privadas, que han incorporado una serie principios en la formación de los alumnos, a nivel licenciatura, para desarrollar sus competencias en la generación, integración y dirección de negocios. Es en esta perspectiva que se ubica una oportunidad para la Universidad Tecnológica del Norte de Aguascalientes (UTNA).

El sistema de las UT's y en particular la UTNA, actualmente ya cuenta con programas académicos vinculados con la gestión de negocios, algunos de los cuales han sido certificados por el Consejo de acreditación en Ciencias Administrativas, Contables y Afines (CACECA) como son los de nivel de técnico superior universitario (TSU): Desarrollo de Negocios área Mercadotécnica, Contaduría, Administración, área Recursos Humanos. A estos a su vez se han incorporado otros programas también a nivel TSU como son el de Desarrollo de Negocios, área Logística y Transporte y el de Administración de proyectos. Así mismo desde el 2009 ha incursionado en los estudios de continuidad para obtener el nivel de licenciatura con los programas de Ingeniería en Desarrollo e Innovación Empresarial e Ingeniería Financiera y Fiscal.

La construcción inicial de una visión compartida del modelo EN-UTNA, que permita fortalecer los programas actuales se representa gráficamente a continuación, a fin de identificar sus elementos constitutivos así como su inserción y dinámica en el contexto de la UTNA y los retos que éste representa.

Esquema no. 2 Modelo Escuelas de Negocio Universidad Tecnológica del Norte de Aguascalientes



El proyecto de la EN-UTNA se perfila como un esfuerzo dirigido a promover la competitividad con un enfoque a negocios y compromiso social en la comunidad educativa y zona de influencia de la Universidad Tecnológica del Norte de Aguascalientes. El funcionamiento del modelo pretende operar de manera paralela a los programas académicos actuales así como en el contexto de los propósitos y retos que la Universidad se plantea en materia de la formación, investigación y vinculación.

En este sentido el modelo EN-UTNA considera como plataforma, el modelo educativo y lineamientos vigentes en las Universidades Tecnológicas, el perfil de egreso de los alumnos en los diferentes programas así como las competencias y funciones de su cuerpo docente.

Para la propuesta se han identificado un conjunto de categorías que resultan pertinentes y de reconocido alcance en la formación y proyección académica, resultantes del análisis de las aportaciones de las escuelas de negocios, para proponer dos grandes momentos en su instrumentación el primero dentro de una connotación de componentes iniciales y el segundo con una perspectiva de su proyección futura.

El alcance inicial previsto considera un conjunto de elementos factibles a implementar en el corto y mediano plazo, insertando estrategias que acompañen la actual formación, como son la certificación de competencias en negocios, el emprendimiento, el trabajo consultivo colegiado, desarrollo de una línea de investigación y difusión del conocimiento basado en el estudio y documentación de casos empresariales de la región, así como la adopción del método de casos como una estrategia de aprendizaje.

En una perspectiva futura el modelo impone una serie de retos a enfrentar no solo en el contexto de la UTNA, sino en términos de una construcción y una gestión sólida a ser considerada por el subsistema de las Universidades Tecnológicas, para incluir en sus servicios la capacitación y programas ejecutivos, el fortalecimiento de la internacionalización, la actualización de los planes y programas y el aumento de la continuidad de los mismos incorporando estudios de posgrado, ello con la finalidad de lograr una cobertura e impacto no solo de los alumnos en las áreas económico-administrativas sino del resto de los programas, los ex alumnos, el sector empresarial y el entorno social en general.

REFERENCIAS

- Americaeconomica, M. (29 de Julio de 2016). <http://mba.americaeconomia.com/ranking-mba-2016>. Obtenido de <http://mba.americaeconomia.com/ranking-mba-2016>
- Bryant, M. (n/d). Recuperado el 8 de Mayo de 2015, de https://www.hs-pforzheim.de/De-de/Wirtschaft-und-Recht/50Jahre/Die_Turmthesen/Documents/TT_Bd2_06_Bryant.pdf
- CENAPYME. (04 de Julio de 2016). *Quienes somos: cenapyme.fca.unam.mx*. Obtenido de <http://cenapyme.fca.unam.mx/>: <http://cenapyme.fca.unam.mx/>
- CGUTYP. (18 de Julio de 2016). *Universidades Tecnologicas. cgut.sep.gob.mx/*. Obtenido de <http://cgut.sep.gob.mx/>
- Club-MBA.com. (24 de Mayo de 2009). Recuperado el 2 de Mayo de 2015, de Todo sobre Harvard Business School: <http://www.club-mba.com/todo-sobre-harvard-business-school>
- De Garay, A. (2012). *Los diez primeros años del proceso de Bolonia en la educación superior en Europa*. Revista de la Educación Superior, XLI (2), 113-126.
- Del Rio, C. J. (8 de Abril de 2016). *Entrevista Escuela de Negocios UASLP*. (R. Montero, & Y. Leyva, Entrevistadores)
- EGADE. (12 de Julio de 2016). <http://egade.mx/wps/wcm/connect/EBS/EGADE+Business+School+ND/homepage/>. Obtenido de <http://egade.mx>
- Ewing, D. W. (1990). *Los secretos de la Escuela de Harvard*. México D.F.: Selector.
- Expansión. (29 de Julio de 2016). <http://expansion.mx/especiales/2015/03/02/ranking-2015-los-mejores-mba-en-mexico>. Obtenido de <http://expansion.mx>
- F. T. (14 de Junio de 2016). <http://rankings.ft.com/businessschoolrankings/executive-mba-ranking-2015>. Obtenido de <http://rankings.ft.com>
- González, B. E. (2 de Abril de 2016). *Entrevista Escuela de Negocios UNAM, CENAPYME*. (R. Montero, & Y. Leyva, Entrevistadores)
- ITESM. (s.f.). EGADE Business School. Recuperado el 18 de Mayo de 2015, de Minds Igniting Change: <https://www.egade.mx>
- Kaplan, A. (2014). European management and european business schools. *European Management Journal*, 529-534.
- Kipping, M., Usdiken, B., & Puig, N. (2004). Imitation, tension, and hybridization: multiple "Americanizations" of management education in Mediterranean Europe. *Journal of Management Inquiry*, 13(2), 98-108.

QS, U. R. (14 de Julio de 2016). *www.topuniversities.com/university-rankings/latin-american-university-rankings/2016*. Obtenido de <http://www.topuniversities.com>

Sass, S. A. (1985). The managerial ideology in collegiate business education. *Business and Economic History*, 199-213.

Stanley, H. H. (9 de Junio de 2016). *Entrevista Escuela de Negocios UDLAP*. (R. Montero, & Y. Leyva, Entrevistadores)

UAQ. (12 de Julio de 2016). *http://www.uaq.mx/*. Obtenido de <http://fca.uaq.mx/>:
<http://www.uaq.mx/>

UASLP. (14 de Julio de 2016). *http://www.fca.uaslp.mx/oferta-educativa/posgrado*. Obtenido de <http://www.fca.uaslp.mx/nuestra-facultad/historia>: <http://www.fca.uaslp.mx/>

UDLAP. (27 de Junio de 2016). *inicio: www.udlap.mx*. Obtenido de www.udlap.mx:
<http://www.udlap.mx>

UNITEC. (23 de Junio de 2016). *oferta educativa www.unitec.mx*. Obtenido de www.unitec.mx sitio web: <http://www.unitec.mx/>

UTNA. (16 de Julio de 2016). *Modelo Educativo http://www.utna.edu.mx/*. Obtenido de <http://www.utna.edu.mx/>

Wedlin, L. (2007- 4). The role of rankings in codifying a business school template: classification, diffusion and mediate isomorphism in organizational fields. *European Management Review. The journal of European academic of management*, 24-39.

WSJ. (14 de Junio de 2016). *http://www.wsj.com/public/page/business-schools.html*. Obtenido de <http://www.wsj.com>