

Estrategias educativas en una escuela de negocios: de la teoría a la práctica

C.P. y M.A. Carlos Enrique Pacheco Coello

Profesor de carrera titular "C" de la Facultad de Contaduría y Administración de la Universidad Autónoma de Yucatán y consultor de empresas
pcoello@uady.mx

C.P. y M.A. Antonio Emmanuel Pérez Brito

Profesor a nivel de licenciatura en la Facultad de Contaduría y Administración de la UADY y de licenciatura y posgrado en diversas universidades
cptony76@hotmail.com

C.P. Gabriel Jesús Pérez Brito

Contador Público por la Facultad de Contaduría y Administración de la Universidad Autónoma de Yucatán, y Contador Administrativo en Amerijet International
gperez@amerijet.com

En los últimos años, las autoridades educativas se han focalizado en un modelo que no es nuevo, pero que es la moda en el mundo globalizado que nos toca vivir, ante las exigencias de nuestro principal socio comercial que es el estadounidense, nos referimos al "Constructivismo" que se reconoce no es malo; sin embargo, muchos colegas no le entienden y lo confunden con el disfraz de que el alumno prepara la clase, se discute y el maestro cómodamente se limita a escuchar. A lo anterior y sin que esta opinión se base en una investigación y, por lo tanto, en probar su bondad, se externarán algunas inquietudes tendentes al logro de un estudio serio y puntual.

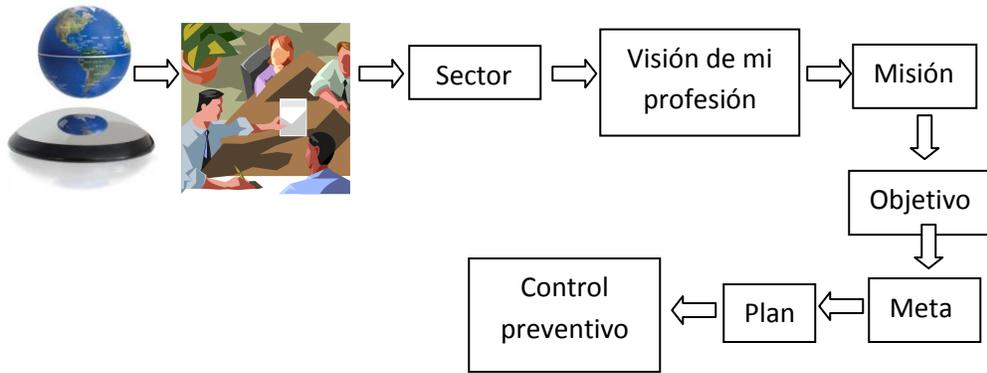
¿Se comprende en verdad el proceso enseñanza–aprendizaje?

Lo anterior, porque una cosa es enseñar, mostrar en la pizarra o poner en una diapositiva un tema magistral, y otra es que el alumno realmente aprenda y reflexione, cuestione y pueda ser capaz de innovar y tomar decisiones ante contextos parecidos a la realidad, y que quede claro que no se trata de repetir los errores de las empresas en su acontecer diario, sino de que se "debe" recalcar el hacer de ellas un activo semillero (las organizaciones) de entes competitivos, eficientes y eficaces, que generen empleos, impuestos, retorno de la inversión de los que creyeron en ella y entre otros socialmente responsables, y una manera de lograrlo es con egresados de las escuelas de negocios con mente fresca, reflexivos y éticos.

Para ello, los maestros juegan un papel importante, cuya misión es formar al profesional con las características mencionadas, por lo que deben conocer el proceso, enseñar y hacer que aprendan. Existe un dicho que señala lo siguiente: "Sí muestro (doy clase magistral), conocen; pero si construyen, aprenden".

¿El constructivismo es el modelo ideal para las escuelas de negocios?

Piensa que la perfección no existe, sólo hay un ser que lo es, por lo que tendríamos que cuestionar: ¿qué estrategia seguir?, conductismo o constructivismo. Para tomar esta decisión vale la pena la siguiente reflexión:



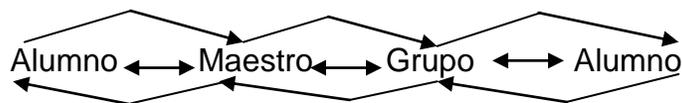
Partiendo de los requerimientos del mundo, enfocados como un rayo láser, la sociedad en la que vivimos y el sector preponderante, se observa la visión (largo plazo) del papel que deben cumplir los egresados de la licenciatura de negocios y las necesidades que tienen que satisfacer (misión), por lo cual se delinea el objetivo de la licenciatura para formar profesionistas con las características que requieren los negocios, se establecen metas y se diseña el plan de estudios estratégico (incluyendo: la estructura del mismo, los programas de estudio, la estrategia por asignatura del proceso enseñanza-aprendizaje), mismo que debe retroalimentarse de manera constante.

- **El proceso enseñanza-aprendizaje.** Debe diseñarse dependiendo de la misión de cada asignatura y ser flexible, es decir, debe modificarse en función del contexto que le rodea, en otras palabras después de cada sesión de clases el maestro debería:

Detenerse y analizar resultados \Leftrightarrow *Benchparking*

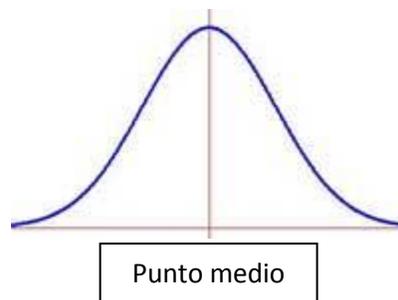
Delinear el plan a seguir en función de los resultados \Leftrightarrow *Benchmarking*

En ocasiones debe conducir (conductista), luego dejar que construyan su realidad (constructivista), y finalmente evaluar en un proceso conjunto.

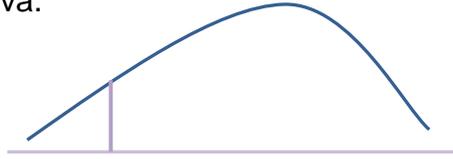


- **Misión de la escuela de negocios.** Formar alumnos y futuros profesionistas competitivos, honestos y con responsabilidad social.

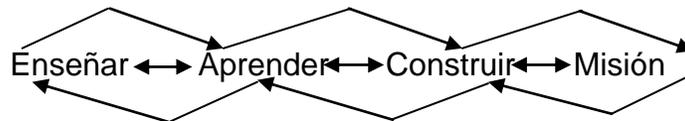
Con frecuencia se escucha que los alumnos deben cumplir con el modelo de campana.



El punto medio es la meta (parte de la misión), pero debe tratar de mejorar su comportamiento, inclinándose en alumnos, cada vez más, con tendencia de superación tanto individual como colectiva.



Sí el número de estudiantes que reprobaban, respecto a la meta (ideal del profesional) es mayor, entonces algo anda mal, por lo que hay que revisar el proceso:



El alumno aprende y construye y el maestro aprende y construye. Recordemos, la escuela de negocios juega un valioso papel en la sociedad en que vivimos y además es su obligación ante este mundo en crisis, que el mismo hombre ha propiciado con su miopía y visión corta, dejando que otros actúen; y al mismo tiempo criticando de manera negativa para evitar que otros brillen (la parábola de la canasta y los cangrejos).

México y el mundo necesita enfocar un objetivo y crecer, no concentrar la riqueza en forma equivocada como definen los libros a las finanzas, lo que da como resultado:

- Riqueza concentrada en pocas familias (maximizar las utilidades).
- Pobreza cada vez más acentuada.

Conclusión

La misión de las escuelas de negocios no es el estudiante, sino la sociedad que necesita de gente comprometida, innovadora, reflexiva, ética (no por reglas diseñadas y plasmadas en libros, sino por convicción), con visión de largo plazo, que sea competitiva y que, precisamente, necesite conocer y aprender en las escuelas, que construya (constructivismo), con bases firmes y con sustancia, que no sean teóricos, sino agentes de cambio y que ayuden a las organizaciones a crecer y a lograr un desarrollo sustentable. Así, aprendiendo del pasado se construye el futuro. Eso es lo que la sociedad le pide a la universidad y, en nuestro caso, a las escuelas de negocios.