

SISTEMAS DE GESTIÓN

DE ACTIVIDADES

DE

TERCERA MISIÓN





Aviso legal: esta obra puede ser reproducida, distribuida y comunicada públicamente sin autorización de sus autores, siempre que se cite la fuente.

Diseño y realización editorial:



imaginaria
EDITORES

www.imaginaria.com
© Imaginaria Editores, 2014.

Contenido

PRÓLOGO	8
1. COMPROMISO SOCIAL	10
1.1 La inclusión de las comunidades dentro del proceso educativo, el caso de: “La Perla del Cascomite de Zumpahuacán”	11
1.2 La formación universitaria y las demandas del campo laboral	20
1.3 Dilemas éticos en la práctica clínica	40
1.4 Transfórmate Tú Mujer, alianza exitosa entre Universidad y Estado	60
1.5 Estrategias para fortalecer la vinculación en instituciones de educación superior	74
1.6 Propuesta de un modelo integral de desarrollo sustentable para el medio ambiente, la salud, la economía y el bienestar familiar	82
1.7 Relevancia de la función de vinculación para la planificación y desarrollo de actividades de la tercera misión universitaria	94
1.8 Fundamentos teóricos para la inserción de la responsabilidad social universitaria en el curriculum de la Licenciatura de Contaduría, UAEMEX	105
1.9 Un modelo de valores empresarial aplicado a la universidad (Centro Universitario UAEM Atlacomulco) 2014	114
1.10 Pertinencia social y tercera misión en las universidades públicas: una primera comparación entre sus enfoques	122
1.11 Vinculación universidad-sociedad: compromiso profesional ético. El caso de la Facultad de Ingeniería en la UAEM	130
1.12 Formación en competencias para el desarrollo humano dirigida a emprendedores culturales en riesgo de exclusión en Colombia	143
1.13 La vinculación, una puerta al aprendizaje significativo, para los estudiantes universitarios: Caso C-SYSCOM	158
1.14 Compromiso social del contador del CU UAEM Zumpango	169
1.15 Gestión, producción y manejo sustentable de aves de traspatio en la microrregión de Coyopolan, Ixhuacán de los Reyes, Veracruz	178
1.16 Educación y comunicación ambiental con la población rural del Cofre de Perote	184
1.17 El papel de la vinculación para el fortalecimiento institucional como vocación social	191
1.18 Equidad de género en instituciones de educación superior. Caso: Facultad de Contaduría y Administración, UAEMex	200
1.19 Valores en los estudiantes de educación superior. Caso: Facultad De Contaduría y Administración, UAEMEX	216

1.10 Pertinencia social y tercera misión en las universidades públicas: una primera comparación entre sus enfoques

Platas F¹., Zarur, J²., Decaro L³

¹Universidad Autónoma del Estado de México, fplatasl@uaemex.mx

¹Universidad Autónoma del Estado de México, jezarurc@uaemex.mx

¹Universidad Autónoma del Estado de México, ladecaros@uaemex.mx

Resumen

El enfoque de la *pertinencia social* exige a las universidades públicas, el compromiso de coadyuvar al desarrollo de las comunidades locales y situar sus funciones sustantivas en la complejidad y dinamismo del proceso de globalización con el fin de reafirmar su papel científico en la sociedad (Garrocho, 2012). Por su parte, la universidad emprendedora busca la innovación en su trabajo, y a la vez, una transformación sustancial para lograr un mejor posicionamiento futuro (Clark, 1998). El presente estudio lleva a cabo una primera exploración para comparar ambos enfoques. Mediante el estudio del caso del Concurso Emprendedor de la Universidad Autónoma del Estado de México se describe la relación entre estudiantes, escuela, los sectores sociales y las empresas privadas. Finalmente, se exploran los efectos positivos y negativos de esta clase de interacciones en la actualidad.

Palabras clave: Pertinencia Social, Tercera Misión, Universidad Pública.

Abstract

The approach of social relevance demands to any public universities to put its substantive functions in the complexity and dynamism of the globalization process in order to reaffirm the scientific role in society and the commitment to contribute to the development of local communities (Garrocho, 2012). An entrepreneurial university, on its own, actively seeks to innovate in how it goes about its business. It seeks to work out a substantial shift in organizational character so as to arrive at a more promising posture for the future (Clark, 1998). The present study examined a comparison between both support approaches, the description of the relationship between students and schools, the social sector, or companies a case study (Concurso Emprendedor de la Universidad Autónoma del Estado de México); also looking at the negative and positive effects of this relationship today.

Keywords: Social Relevance, Third Mission, Public Universities.

1. LA PERTINENCIA SOCIAL Y SUS ENFOQUES EN LAS UNIVERSIDADES

La pertinencia social, al poner en evidencia la “correspondencia existente entre los objetivos y los perfiles terminales establecidos en los distintos planes y programas académicos con las necesidades prevalecientes en el ámbito de influencia de la institución educativa” (Camarena, 2010) se ha convertido en una herramienta fundamental para la evaluación curricular académica. No obstante lo anterior, la polisemia de su definición, ha permitido que su enfoque se oriente hacia diferentes perspectivas (Tabla 1):

Tabla 1. Perspectivas en los enfoques de la pertinencia social en las universidades

Perspectiva	Precusores	Objetivo
Política	UNESCO	La pertinencia se objetiva a partir de aquello que la sociedad espera de las instituciones de educación superior en asuntos tales como: la democratización de la educación, la vinculación con el campo laboral y la responsabilidad hacia el sistema social
Economicista	Michael Gibbons, Judith Sutz	Consideran la posibilidad de traducir la universidad en una empresa de conocimiento
Social	Carlos Tunnermann, Hebe Vessuri	Atribuyen a la universidad un papel protagónico en el plano social y que lleva a suponer una visión utópica de la pertinencia
Integrativa	Malagón	Plantea la construcción de una modalidad integrativa capaz de articular los contextos locales y globales.

Origen: Elaboración propia con datos de Garrocho (2012)

Con dicha base, la agenda de trabajo de las universidades procura incorporar “los objetivos del desarrollo humano y sostenible de las comunidades, favoreciendo los proyectos de convergencia entre necesidades del sector productivo y las expectativas de la sociedad en su conjunto” (Camarena, 2010).

Aunque la pertinencia social abarca distintos ámbitos y actores, uno de los aspectos que resalta de esta concepción es la posibilidad de considerar dos aspectos, que a primera vista se presentan como antagónicas y relevantes para la educación: o el privilegiar los proyectos de corte empresarial o el de atender primordialmente los de atención a necesidades sociales.

La literatura señala que cada vez más la postura con mayor tendencia de aplicación, es la primera, al menos en ciertos ámbitos académicos de la región latinoamericana. Por ejemplo, en 1999, la Comunidad Universitaria panameña, adoptó los siguientes lineamientos en relación con la pertinencia:

1. Fortalecer los vínculos existentes con los sectores integrantes de la sociedad: empresarial, gubernamental, sociedad civil y los medios de comunicación social, con el fin de asumir la educación como una responsabilidad de toda la sociedad.
2. Reforzar, a través del Consejo de Rectores de Panamá, la vinculación Empresa-Universidad para cumplir con el principio estudio-trabajo y lograr mayor apoyo de los sectores empresariales en la educación universitaria.
3. Procurar, a través del Consejo de Rectores, la revisión permanente de los contenidos curriculares de las diferentes carreras, de manera que tomen en cuenta las necesidades fundamentales del país y la región, así como los avances científicos, tecnológicos y culturales.

La explicación a este fenómeno se da, entre otros factores, con base en considerar que “las condiciones de globalidad y libre mercado que dominan actualmente el escenario mundial han propiciado que las diversas naciones y sus regiones asuman un mayor grado de competencia y articulación de sus unidades productivas y empresariales”. Esta perspectiva ha incidido en que “las tareas de investigación e innovación tecnológica llevadas a cabo en universidades han sido orientadas a incorporar una agenda externa estrechamente vinculada a los requerimientos y dinámica del mercado mundial”. Por dicha razón el “avance del libre mercado delimita de forma progresiva las funciones públicas y re-significa las tareas y responsabilidades de los gobiernos nacionales y locales” (Garrocho, 2012).

En el caso de México, es notorio el aumento de proyectos financiados por Conacyt que establecen como requisito la participación o inversión por parte de empresas privadas, principalmente en el caso de las ciencias naturales. También es importante señalar lo referente a la importancia que otorga el Conacyt al “desarrollo tecnológico y científico de las empresas” (Conacyt, 2014), asimismo se fomenta cada vez más la participación de jóvenes inventores e innovadores pertenecientes a las universidades.

Esta tendencia a la interacción de proyectos académicos con empresas - que por definición buscan el maximizar ganancias minimizando costos - puede hacer suponer un alejamiento a la atención social. No obstante lo anterior, desde la perspectiva de Garrocho, (2012) actualmente el 90% de los investigadores mexicanos consideran a su objeto de estudio como relevante desde una perspectiva social. Ello revela, señala Garrocho, que en cada investigador existe un anhelo por hacer de su esfuerzo científico una contribución con impacto social. Garrocho concluye que, sin embargo, al observar los proyectos emprendidos se advierte que buena parte de ellos no pretende incidir en mejorar las condiciones de vida y sólo una tercera parte de los mismos podría tener repercusiones en el desarrollo regional.

2. LA TERCERA MISIÓN DE LAS UNIVERSIDADES Y SU CONVERGENCIA CON LA PERTINENCIA SOCIAL

Si bien el antecedente de concepto de Tercera Misión ha sido rastreado en la década del treinta en textos de Ortega y Gasset como *La Misión de la Universidad* y *La Rebelión de las Masas*, en la

actualidad dicho concepto se ha ampliado hasta considerar aspectos que incluyen la interacción empresarial y la obtención de fondos provenientes de fuentes privadas. En tal sentido, el planteamiento de Ortega es en el sentido de que la Universidad además de tener como misión el profesionalismo y la investigación debería incorporar “El compromiso con la sociedad y con su tiempo, por lo que ha de depurar un tipo de talento para saber aplicar la ciencia y estar a la altura de los tiempos” (Ortega y Gasset, 1937). Por su parte, a finales de los noventa, autores como Clark (1998) señalaron que la universidad emprendedora busca la innovación en su trabajo, y a la vez, una transformación sustancial para lograr un mejor posicionamiento futuro (Clark, 1998).

Esta diversidad de perspectivas, que en algunos aspectos origina convergencias, se acerca al concepto de pertinencia social (Tabla 2). Las experiencias reseñadas muestran que dicha visión tiende a ser más frecuente en las instituciones de educación superior del orbe. Existen prácticas exitosas que corroboran este planteamiento y no sólo en las universidades europeas, sino paulatinamente en las universidades latinoamericanas. La implantación de estos modelos no está exenta de errores, pero los resultados han sido halagüeños como se verá en el siguiente apartado.

Tabla 2. Perspectivas en los enfoques de la pertinencia social en las universidades

Perspectiva	Precusores	Objetivo	Similitud con la pertinencia social
Agentes sociales	Ortega y Gaset, Sheen, Etzkowitz	Acciones que se llevan a cabo con diferentes agentes sociales con los que se relacionan, y a los que transfiere su conocimiento	Actividades orientadas a satisfacer las necesidades del bienestar social
Extensión y compromiso comunitario	Gibb, Molas-Gallart.	Define la tercera misión como la perspectiva social de su extensión y compromiso comunitario,	Experiencias en el Reino Unido, con doble efecto para las universidades: vinculación con su entorno, desarrollando su función social como servicio público e ingresos por apoyos comunitarios
Universidad emprendedora	Clark	Basado en el proceso de la comercialización tecnológica de los recursos universitarios.	Incluye el financiamiento universitario para llevar a cabo acciones de desarrollo tecnológico, asistencia técnica, programas de formación continua y de postgrado y contratos de investigación, con corporaciones, fundaciones, empresas, clientes gubernamentales, asociaciones de antiguos alumnos, etc.

Origen: Elaboración propia con datos de (Bueno, 2007)

3. UNA EXPERIENCIA EXITOSA: EL CONCURSO DEL UNIVERSITARIO EMPRENDEDOR DE LA UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DEL ESTADO DE MÉXICO

Cada año, la Universidad Autónoma del Estado de México emite una convocatoria para participar en el Concurso del Universitario Emprendedor. La convocatoria invita a los alumnos de la comunidad a participar mediante un proyecto de negocios, plasmado en el formato de modelo de negocios.

La adecuada interacción entre los conceptos de pertinencia social y tercera misión se hace evidente al considerar las categorías de alto impacto, tecnología básica y de emprendedores junior (Tabla 3).

Tabla 3. Perspectivas en los enfoques de la pertinencia social en las universidades

Categoría	Descripción	Áreas de influencia	Ejemplo de proyectos finalistas (2014)
De alto impacto	Proyectos cuyos procesos son especializados, de desarrollo científico y/o tecnológico, orientados a la aplicación o generación de productos y/o servicios innovadores y de alto valor agregado e impacto social.	Involucran procesos innovadores que pueden significar una aportación al estado del arte del desarrollo tecnológico, científico y social.	Medicina: Pomada León Tecnología: Estufa Para Comunidades Rurales Chinantla Tecnología: Asistente De Movilidad Educación: Libros Didácticos
De tecnología básica	Proyectos de sectores tradicionales cuyos requerimientos de infraestructura física y tecnológica, así como sus mecanismos de operación son básicos o involucran procesos estandarizados.	Estos proyectos implican alguna innovación que no llega a ser una aportación al estado del arte del desarrollo tecnológico	Sustentabilidad: Municipio Verde Alimentos: Café Criollo Suremex Ecología: Unibici: Abejas En Movimiento Servicios: Nahui Ollin Hostel
De emprendedores junior	Proyectos de negocio a nivel medio superior en los que apliquen su creatividad para resolver un problema, cambiar un proceso o lograr un cambio positivo en el funcionamiento del negocio	En esta categoría se presentarán proyectos de negocios que contengan características de alguna de las dos categorías anteriores.	Sustentabilidad: Jardinería Vertical, Dragonfly Energía: Energychoc Tecnología; Pintura Ecológica

Origen: Elaboración propia con datos de UAEM (2014)

La tabla 3, puede dar idea del proceso que lleva a los estudiantes a concretar su proyecto e interactuar con diversos actores sociales a lo largo de todo el proceso:

1. Interacción con profesores, alumnos y autoridades para registrar, plantear y proponer ideas en torno a las propuestas que presentarán
2. Interacción con empresarios, agencias incubadoras y expertos en el ramo del emprendimiento
3. Interacción social con el usuario o con el consumidor final

Los proyectos, en la medida de lo posible buscan tener un impacto social y la factibilidad de comercializarse. Los estudiantes con esta experiencia no sólo cursan una unidad de aprendizaje sino que tienen la posibilidad de continuar su aprendizaje con instituciones dedicadas a concretar proyectos empresariales.

4. EL CUERPO CUERPO ACADÉMICO DISEÑO, ACADEMIA E INVESTIGACIÓN PARA LA VIDA COTIDIANA

El Cuerpo Académico Diseño, academia e investigación para la vida cotidiana se institucionalizó en 2013 en la Universidad Autónoma del Estado de México. Su sede es el centro Universitario de Zumpango y surgió con el objetivo primordial de realizar labores de investigación y docencia en torno a la prefiguración y materialización de lo diseñado a favor de la vida fáctica de actores sociales, principalmente, en situaciones de vulnerabilidad en el propio contexto de la universidad. La razón, de su existencia fue atender más que los aspectos edilicios del diseño, los problemas de la vida cotidiana, la vida fáctica de los actores sociales principalmente en situaciones de vulnerabilidad, tanto por su ubicación física, como por sus condiciones socio económicas o de salud.

Uno de los retos del Cuerpo Académico, desde su formación, fue establecer los mecanismos para desarrollar proyectos que conciliaran las necesidades sociales de los grupos vulnerables con proyectos empresariales susceptibles a generar dividendos.

Entre los proyectos que se pueden enumerar y que refieren a los conceptos de pertinencia social y tercera misión de la universidad destacan:

- Proyectos con grupos vulnerables de campesinos mezcaleros del Estado de México
- Generación de tecnologías de estufas para campesinos de Oaxaca
- Desarrollo de tecnologías para movilidad de personas con discapacidad
- Asesoría en tecnologías ahorradoras de agua
- Objetos de diseño háptico para personas ciegas
- Desarrollo de metodologías de diseño convergentes para vulnerabilidad por sismos en México y Guatemala
- Proyectos de historicidad y educación con redes y cuerpos académicos nacionales e internacionales

Cabe señalar que dado el impacto de dichas investigaciones, proyectos relacionados con la generación y desarrollo de tecnologías de estufas para campesinos de Oaxaca y de movilidad de personas con discapacidad han participado en el Concurso del Universitario Emprendedor, quedando entre los proyectos finalistas. De igual forma, la asesoría en tecnologías ahorradoras de agua, fue el proyecto ganador del primer lugar en la convocatoria 2013.

5. CONSIDERACIONES FINALES: EL PELIGRO DE LOS EXCESOS

Los conceptos de pertinencia social y tercera misión, por la polisemia intrínseca pueden dar pie a múltiples interrogantes:

En el caso de tener que privilegiar la educación e investigación con recursos públicos ¿Debe privilegiarse el entorno de lo que dicta el mercado? o por el contrario ¿se deben privilegiar aspectos de atención social que de otra forma no serían atractivos para que el sector privado los atendiera?

¿Qué papel juegan las disciplinas artísticas o humanísticas en este debate? ¿Es preferible atender prioritariamente a las relacionadas con la ciencia y la tecnología por ser más atractivas al mercado?

¿Con que indicadores se puede evaluar el impacto de la divulgación del trabajo académico?

A modo de reflexión final, considérese el caso actual (2014) de la Universidad Nacional Autónoma de México, UNAM: una Universidad pública y de gran importancia en América Latina. Si caminando por su campus uno se pregunta sobre la ubicación del Instituto de Investigaciones Estéticas seguramente sería guiado a un nivel de un edificio. Por su parte el Instituto de Investigaciones Históricas, ocupa otro nivel del mismo edificio.

Por su parte, el Instituto de Ingeniería de la UNAM cuenta con más de una docena de edificios en el campus y dos edificios más en el interior de la república

Históricamente, la razón de ello, es que desde sus orígenes, el Instituto de Ingeniería fue financiado por instancias empresariales: “la primera fuente de financiamiento del Instituto fue ICA, que lo nutrió de técnicos y ejecutivos y también de problemas en ingeniería que habría que resolver... ICA pagó todos los gastos del Instituto durante el primer año, el 75% durante el año siguiente, la mitad del total al tercer año y la cuarta parte al cuarto año, con ánimo de transferir los costos de la investigación al que originaban los trabajos de investigación: el sector público. Desde 1960, la casi totalidad de los costos de las investigaciones del Instituto, entonces División de Investigaciones de la Facultad, eran pagados según la naturaleza de los problemas para estudiar por: la Secretaría de Obras Públicas, actualmente SCT; la Comisión Nacional de Irrigación, posteriormente Secretaría de Agricultura y Recursos Hidráulicos; la Comisión Federal de Electricidad; y demás organizaciones gubernamentales solicitantes de tecnología de alta calidad para la infraestructura nacional”. (II, 2014)

¿Es éste el camino y el derrotero para la instauración de la pertinencia social y cumplir con la tercera misión de las universidades públicas?

Sin lugar a dudas, los resultados del debate dejarán sentir su influencia en las futuras generaciones.

REFERENCIAS

- Bueno, E.; Casani, F. 2007, "La tercera misión de la universidad. Enfoques e indicadores básicos para su evaluación", *Economía Industrial*, 366; 43-66 (ISSN: 0422-2784)
- Camarena Gómez, Beatriz Olivia y Delisahé Velarde Hernández. 2010 Educación superior y mercado laboral: vinculación y pertinencia social ¿Por qué? Y ¿para qué? "Estudios sociales", Vol.17, Núm. Especial enero 2010, pp.106-125
- Clark, B. 1998, "Creating Entrepreneurial Universities: Organizational Pathways of Transformation". IAU Press
- Conacyt, 2014, Página principal del Consejo Nacional de Ciencia y Tecnología, Conacyt, México, Consultado el 20 de agosto de 2014, www.conacyt.mx
- Garrocho Rangel, y Gustavo Segura, 2012, La pertinencia social y la investigación científica en la universidad pública mexicana. *Ciencia ergo sum*. Vol. 19. Núm. 1. Marzo – Junio. 2012. Pp 24-34. México: Universidad Autónoma del Estado de México.
- II, Instituto de Ingeniería UNAM, 2014, Historia, en <http://www.iingen.unam.mx/es-mx/SobreNosotros/Historia/Paginas/default.aspx> (acceso el 20 de junio de 2014)
- Ortega Y Gasset, J. 1930, *Misión de la Universidad*, Revista de Occidente –El Arquero, Madrid.
- Ortega Y Gasset, J. 1937, *La rebelión de las masas*, Espasa Calpe, Madrid
- Tünnerman, Carlos, 2000, Pertinencia social y principios básicos para orientar el diseño de políticas de educación superior, en *Educación Superior y Sociedad*. Vol. 11. N. 1 y 2: 181-196
- UAEM, 2014, XII Concurso del Universitario Emprendedor, Universidad Autónoma del Estado de México, en: http://www.concursoemprendedoruaemex.mx/XII_CE/ (acceso el 20 de junio de 2014)

