

El Impacto de la Globalización en la Educación y el Perfil del Administrador Internacional

(The Impact of Globalization on Education and the Profile of the International Manager)

Barragán Codina, Manuel*

Resumen. Una de las prioridades de un egresado universitario, es su inserción en el mercado laboral profesional, y es ahí donde realmente puede comprobar la aplicación de sus conocimientos profesionales adquiridos durante sus estudios profesionales, y lo que experimenta frecuentemente en nuestro país, es que le resulta extremadamente difícil colocarse dentro de las empresas, cuando opta por esta alternativa, y esto da lugar a un reflexión académica sobre que tanto debe o puede hacer una institución de educación superior en Mexico, para facilitar o por lo menos apoyar a sus egresados a integrarse lo mas pronto posible en el mercado profesional, tomando en consideración el alto nivel competitivo que provoca el impacto de la globalización económica, que definitivamente es un monitor para las instituciones educativas sobre el diseño del perfil de estudiante de administración y sus competencias requeridas para su desarrollo y éxito profesional. Esta investigación tiene como finalidad mostrar los aspectos mas importantes de reflexión para las instituciones educativas.

Palabras claves. Egresado, Globalización, Administrador, Economía, Educación

Abstract. One of the priorities for the university graduate, is its insertion into the professional labor market, and that's where the graduate, can actually test the application of professional skills acquired during their professional studies, and what often experienced in our country, is that the graduate finds highly difficult to be hired in business, when this alternative is chosen, and this leads to an academic reflection on how universities can or should do in Mexico, to facilitate or at least support their graduates to find employment as soon as possible in the professional market, taking in consideration the high level of competition causes mostly by the impact of economic globalization, which definitely is a monitor for all educational institutions on the design of the profile of the management students and skills required for their development and professional success. This research aims to show the most important aspects of reflection for educational institutions.

Keywords. Graduate, Globalization, Manager, Economics, Education

Introducción

Las universidades en México y fundamentalmente su sistema educativo en el ámbito superior, están transformándose de una manera muy interesante a fin de poder cumplir con los requerimientos de sus respectivas comunidades empresariales. Y es precisamente ahora, en estos tiempos de adaptación hacia la libre competencia y la economía global, cuando la comunidad empresaria requiere de una atención especial por parte de las universidades en lo referente a la formación de profesionistas. En contraste con Estados Unidos, en nuestro país las universidades y las empresas juegan un papel diferente en cuanto a relaciones de vinculación se refiere. Veamos por qué:

- En los Estados Unidos, cuando una empresa requiere descubrir y aplicar la más nueva tecnología y sistemas de administración, ***acude a la Universidad*** para aprender las teorías correspondientes (ejemplo de esto, es que comúnmente atestigüamos adelantos tecnológicos, científicos y administrativos presentados y patentados por las universidades de Estados Unidos).
- En cambio en México, cuando el estudiante termina la universidad, y requiere integrarse a un centro de trabajo y consecuentemente aplicar sus conocimientos, ***acude a las empresas***, pero resulta que es ahí donde el área de contrataciones, le deja entrever que no ha aprendido algo realmente valuable que pueda realmente aplicar dentro de la empresa, y que será ahí, en donde recibirá la actualización mas reciente a sus conocimientos. Se aclara que su ingreso es en calidad meramente de “aprendiz”, en casos mas frecuentes se le aclara con respecto a su remuneración: que su sueldo se integra por dos partes, el 50% en efectivo y el restante 50% es en experiencia y nuevos conocimientos.

¿Es la empresa el lugar donde finalmente aprende el recién egresado? Es necesario revertir este proceso de colocación de los egresados de las universidades, en donde la característica principal será que la empresa acuda a las universidades para descubrir y aplicar los nuevos conocimientos. Y esto puede lograrse, y es lo que se pretende en este ensayo, mediante el replanteamiento del perfil del egresado en administración, tomando en cuenta en impacto eminente de la globalización en los planes y programas, de tal manera que le otorgue al administrador una acentuación internacional, y se convierta en un verdadero administrador internacional, capaz de orientar los esfuerzos de internacionalización de las empresas y consecuentemente afrontar con efectividad los retos que plantea la globalización, tanto en campo educativo como profesional

Marco de referencia

Volviendo a nuestro ensayo; el medio ambiente de participación se distingue claramente por ser altamente competitivo. La comunidad empresarial se encuentra en un terreno anteriormente no explorado en su totalidad por las micro, pequeñas y medianas empresas mexicanas: el comercio internacional; y por lo tanto requiere de apoyo, ayuda y orientación, y la universidad es el medio más viable de proveer ejecutivos y administradores altamente capacitados, capaces de ayudar a las empresas a la internacionalización de sus negocios, y lo más importante, que logren

mantener su participación en un medio comercial agresivo, debido a la inclusión en terreno mexicano, de tantas multinacionales dispuestas a lograr una buena porción del mercado. Innumerables son los casos en giros de negocios mexicanos que se ha cedido totalmente a empresas extranjeras, sobre todo en área de servicios y alimentos.

Lo anterior nos muestra que es indispensable tanto para empresas mexicanas como extranjeras, disponer de recursos humanos especializados en visualizar oportunidades y riesgos en el plano internacional, así como dispuestos a elaborar y desarrollar estrategias para la internacionalización de los negocios.

La comunidad empresarial, empieza a tomar una posición preponderantemente activa dentro de las universidades, de tal forma que se constituye como el instrumento de retroalimentación más efectivo para el desarrollo de los programas de estudios, innovaciones educativas a distancia y en línea, diseño de talleres y seminarios orientados a la formación de profesionistas capaces de integrarse de inmediato, sin necesidad de llegar a “aprender” y formar experiencia en sus centros de trabajo, sino que lleguen directamente a modificar estructuras y desarrollar nuevos y mas seguros modelos de comercialización dentro de las empresas

Una nueva élite de graduados

Una característica interesante dentro de esta nueva élite de profesionales, es que dentro de su formación profesional y académica, los nuevos egresados deben contar con dos rasgos fundamentales¹:

- La internacionalización dentro de su grado profesional
- Plena formación en la disciplina de investigación y orientación al cliente

Por esta razón, las universidades se interesan de manera mas activa por las siguientes actividades:

- Incluir dentro de sus programas de estudios, las materias de nivel de internacionalización tanto en licenciatura como postgrado
- Fomento a las actividades de investigación en materia de comercio internacional, dentro de las empresas mexicanas como extranjeras, y

¹ ZETHANL Y BITNER, *Services Marketing*. Irwin – Mc Graw Hill, 2010

- Apoyo a los programas de movilidad e intercambio internacional para estudiantes y maestros.

En el último punto, la situación ha avanzado un poco más allá de lo esperado: ahora no es suficiente que el alumno lleve solo unos cursos de mercadotecnia o economía internacional para que se considere listo para integrarse a los centros de trabajo, sino que además las empresas buscan el perfil del estudiante, que durante su educación, haya tenido la oportunidad de salir al extranjero para vivir las experiencias comerciales de las empresas multinacionales, y en consecuencia se llegue a eliminar una de las grandes barreras para el comercio internacional para las empresas mexicanas: el idioma; concretamente el inglés.

Las Universidades se han dado a la tarea de reformar sus programas de estudio, bajo modelos académicos que ofrecen un egresado de licenciatura y posgrado, con un nuevo perfil internacional: justo en el momento en que las empresas más lo necesitan.

Ahora las universidades les llamen competencias, actitudes ó habilidades, pero todas estas características en realidad se refieren a los programas o modelos educativos que llegan a coincidir en algo muy fundamental: profesionistas capaces de desarrollarse en escenarios globales, con herramientas técnicas y metodológicas que apoyen a las pequeñas y medianas empresas a integrarse al comercio internacional².

Tomando como experiencia los trabajos de actualización en programas de estudios en los cuales he tenido el privilegio de participar con universidades extranjeras, he podido llegar a la conclusión de que no existe mucha diferencia entre los programas de estudio de las universidades extranjeras con las nacionales: la simetría académica es bastante convincente en la mayor parte de los casos. Esto denota un buen punto de partida.

Propuesta educativa internacional:

El siguiente paso dentro de este proceso de internacionalización de la educación, consiste en analizar cuales son las características de profesionistas que solicitan las empresas.

² ZIBERHMAN, J.L. *Principles of International Education*. Freeman Press . 2009

De acuerdo a los estudios realizados, y a las tendencias que puede ser apreciadas por la mayoría de las empresas, este es el perfil de los administradores en el futuro inmediato:

1.El fenómeno globalizador implicará la formación de un nuevo administrador, que se convierta en líder con una gran capacidad de aprendizaje, ya que enfrentará situaciones contextuales inéditas, esto exige que posea conocimientos sólidos en diversas disciplinas tales como, contenido de los convenios comerciales entre países, técnicas de negociación internacional, apreciación de la geografía cultural de los países, técnicas de financiamiento de operaciones, entre otros.

2.Los campos de conocimiento, probablemente comprendan varios idiomas, trámites aduanales, planes de mercadotecnia global, técnicas de logística y producción flexible que inclusive se orienten hacia las llamadas nuevas tecnologías, campo del conocimiento en donde, los países en vías de desarrollo pueden tener una oportunidad de inserción rentable.

3.En finanzas deberán aprender a trabajar con instrumentos, operar con códigos fiscales, civiles y penales distintos al nuestro, estudiar formas de presentación de estados financieros en moneda extranjera, manejo de paridades cambiarias en la presentación de cotizaciones, y en el largo plazo operaciones con futuros (el mercado de futuros necesita productos y volúmenes de producción normalizados y estandarizados para funcionar adecuadamente, situación que en México es poco probable en el momento actual).

4.En el área de personal, los cambios involucran la contratación de personas que ahora también interrogan sobre las actividades de la misma empresa, sobre si lo que hace es realmente lo correcto, ó si requiere de mayor investigación en ciertas áreas; con conocimiento y aceptación de formas diversas de contratación con las empresas, ya sea por honorarios o por nómina (por ejemplo, en España exigen por lo menos doce formas distintas de relación laboral); incorporación de grupos minoritarios a las organizaciones y en consecuencia la creación de una nueva cultura organizacional, la cual debe ser canalizada al logro de objetivos colectivos. Quizás en el largo plazo, las técnicas de selección de personal deberán ser más reveladoras de las capacidades, valores y conocimientos que posee un candidato. También los administradores pueden innovar en los mecanismos de control y evaluación del personal, abandonando los mecanismos existentes de naturaleza ex post, remplazando estos por otros concomitantes y ex ante. Algunas compañías solicitan a los candidatos que al ingresar ellos propongan un proyecto con el cual se incorporen a las actividades de la empresa, esto brinda un parámetro de control a priori sobre el desempeño del personal.

5.El futuro administrador deberá dominar el uso de las computadoras, y sobre todo los sistemas de información y sabrá utilizar equipos multimedia, que conjugan imagen, sonido y transmisión de información a través de mecanismos computarizados, esta idea nace de la transformación observada en el mundo, las comunicaciones han convertido la faz de la tierra en una gran red, donde la información ha adquirido un papel fundamental, y esto a su vez, ha permitido a las empresas facilitar enormemente la internacionalización de sus negocios.

6.Por último no se debe perder de vista la capacitación en administración de empresas de servicios; si se observa la tendencia de la economía, cada vez es mayor el número de empresas que se incorporan a este sector de negocios. Otros posibles campos con futuro son los relativos a la sustitución de energéticos, creación, desarrollo y manejo de los mismo, biotecnología, el ambiente y la ecología.

Conclusiones

Para terminar, es pertinente aclarar que además de la formación profesional en los campos de conocimientos que son requeridos por las comunidades empresariales, es sumamente necesario que los centros educativos enfatizen de una manera prioritaria en lo que ahora se denomina “educación integral”, y de manera precisa en la formación de valores humanos, pues la existencia de una sociedad industrializada de una manera acelerada, trae consigo un proceso de *deshumanización*, el cual es frecuente en los centros de trabajo, debido al sacrificio que se tiene que hacer sobre el tiempo familiar, la recreación, educación y cultura de los empleados, para poder alcanzar los niveles más óptimos de calidad y estandarización que los mercados internacionales exigen como requisito de entrada; por lo cual, la formación de valores es parte indispensable en la educación de los profesionistas. También es necesario mencionar que el establecimiento de los llamados *acuerdos de vinculación* entre universidades y empresas, los planes de empresa-aula, y taller – escuela son los instrumentos mas eficientes para llevar a cabo esta unión entre empresas y universidades de la forma mas eficiente posible.

Referencias

ADAMS, J. *Evolución de la teoría educativa*. México. Utcha. 2008

BODE BOY H. *Teorías educativas modernas*. México. Utcha. 2007

GALAN W. LUIS J. *Programa de Educación para la Vida*. UANL. Visión 2006 – Publicaciones UANL 2000

MESTENHAUSER, JOSEF. *La Internacionalización de la Educación: ¿hacia donde vamos?*.
Conferencia Universidad Regiomontana. Abril 2010

ZETHANL Y BITNER, *Services Marketing*. Irwin – Mc Graw Hill, 2009

ZIBERHMAN, J.L. *Principles of International Education*. Freeman Press . 2009

*Manuel Barragán Codina. Profesor del Area de Economía. Facultad de Contaduría Pública y
Administración – Universidad Autónoma de Nuevo León. manuel.barragan@hotmail.com