



Revista Escuela de Administración de
Negocios

ISSN: 0120-8160

investigaciones@ean.edu.co

Universidad EAN
Colombia

Vergara Silva, Juan Carlos
Las competencias: un paradigma por construir
Revista Escuela de Administración de Negocios, núm. 48, mayo-agosto, 2003, pp. 47-53
Universidad EAN
Bogotá, Colombia

Disponible en: <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=20604807>

- Cómo citar el artículo
- Número completo
- Más información del artículo
- Página de la revista en redalyc.org

redalyc.org

Sistema de Información Científica
Red de Revistas Científicas de América Latina, el Caribe, España y Portugal
Proyecto académico sin fines de lucro, desarrollado bajo la iniciativa de acceso abierto

LAS COMPETENCIAS: UN PARADIGMA POR CONSTRUIR

Resumen

El modelo de competencias vinculado con la educación superior exige una profunda reflexión institucional que combine la imagen colectiva de una nueva época de la humanidad con respuestas innovadoras para responder a los retos derivados de exigencias propias de la competencia laboral y profesional diferentes a las que diera respuesta, en su momento, la universidad tradicional. Se analiza en este artículo el estado del arte de un paradigma innovador, no alejado de complicaciones y exigencias para toda la comunidad universitaria y empresarial.

Abstract

According to the new comprehension of Educational competencies model as a tool to implement the development and proficiency of new professionals in a "New Economy", this article presents a reflection about the challenges derived by a new way to see and watch the emergence of this new model in high levels of education as a response to the relationship between university formation and new enterprise risks.



Por
Juan Carlos Vergara Silva
Decano Seminario Andino
Bello. Instituto Caro y Céspedes
E-mail: casafuerte@epm.net

Palabras clave:

Competencias, competencias medulares, conocimiento, paradigma, negocios.



I NTRODUCCIÓN

Establecer el valor del modelo de competencias en la educación exige una nueva mirada, vinculada, primero, con el desarrollo de las tendencias educativas que han marcado el desenvolvimiento de la educación colombiana y, segundo, con su respuesta a los retos producto de la inmersión precipitada en una economía global y en un esquema tecnológico que exige respuestas nuevas a preguntas surgidas de la dinámica de un mercado laboral cambiante y de una visión innovadora de la ciencia y de la pedagogía.

Alvin Toffler, escritor premonitorio de nuestra época, escribió recientemente sobre el poder incorporado en las nuevas visiones del mundo, creadas por la actual sociedad tecnológica:

“La carrera hacia la digitalización, parte de la gran Tercera Ola de la historia, viene, como lo hemos visto, cambiando las relaciones de poder dentro de la empresa, dentro de las naciones y dentro de las entidades políticas, así como en términos geopolíticos globales. Es tiempo ya de que las sociedades puedan verter toda su energía y creatividad en la innovación tecnológica para dedicar al menos una fracción de los mismos recursos a replantear radicalmente las teorías económicas obsoletas de la izquierda y de la derecha por igual, además de sus efectos en las sociedades de todo el planeta conforme nos internamos en el tercer milenio”.¹

Como es natural, el planteamiento de Toffler nos remite necesariamente a preguntarnos por las consecuencias de la excelente definición de paradigma que el profesor Joel Arthur Barker indicó en sus apreciaciones sobre el “negocio de descubrir el futuro”:

“Un paradigma es un conjunto de reglas y disposiciones (escritas o no) que hace dos cosas: 1) establece o define límites, y 2) indica cómo comportarse dentro de los límites para tener éxito”.²



No hay discusión alguna sobre el cambio de paradigma que estamos viviendo, con sus secuelas de cambio de modelos ideológicos, y una nueva definición de todos los límites de los saberes humanos; se asocia todo ello a una nueva manera de comportamiento social e individual.

Es ya un reto responder a las preguntas implícitas en el pensamiento de Toffler y de Barker: ¿Cambio de mentalidad? ¿Cambio de paradigma? ¿Cambio de comportamiento? ¿Cambio de reglas? Las respuestas a estos interrogantes resultan indispensables para proponer un modelo de competencias en el campo educativo.

No debemos olvidar que, como nos lo señalan Michael Fradette y Steve Michaud, el terreno en el que se desenvuelven los negocios y la sociedad contemporáneas no es precisamente un campo de solidez y estabilidad incontrastables:

“En años recientes hemos sido testigos de un cúmulo de discontinuidades, como lluvia de meteoros a lo largo y ancho del firmamento de los negocios, y todo indica que van a continuar y multiplicarse. Nos vemos ante un



conocimiento, la comunicación y la interactividad entre otros aspectos, hay una variable que juega como un balance. Esta variable clave, que escasea en el nuevo juego competitivo, es el tiempo.

»Existe una fuerte tendencia a acortar los tiempos internos del negocio. Las tasas de desarrollo de nuevos productos son cada vez menores y, por ejemplo, en la industria automotriz se ha logrado reducir la misma a una décima parte de lo que era hace diez años.

»Esta tendencia propicia un pensamiento más cortoplacista, donde esperamos obtener los resultados de manera cada vez más inmediata. La necesidad de construir un futuro *ahora* se hace cada vez más presente en las empresas. El empresario actual tiene que ser capaz, no sólo de visualizar el futuro de su organización, sino de tomar en el presente las decisiones correctas que permitan a la empresa construir esa imagen mental.⁴

panorama de negocios enteramente nuevo en que nuestras suposiciones y prácticas tradicionales dejaron de tener validez. Nuestra existencia misma como negocios, incluso como industrias, se ve amenazada. Para sobrevivir y prosperar, hemos de encontrar nuevas maneras de pensar en estas discontinuidades, nuevas maneras de organizar nuestras empresas para aprovecharlas, y nuevas maneras de sacarles una ventaja extraordinaria.⁸

Como complemento de las anteriores reflexiones no resulta menos esclarecedor el pensamiento de Roberto Serra sobre el nuevo juego de los negocios, vinculado con la incorporación de la incertidumbre, la teoría de la complejidad y el caos como elementos esenciales de una visión renovadora del mundo de los negocios:

“La forma tradicional de pensar el negocio ha cambiado. Y esta transformación, propia de la alta complejidad, redefine los criterios básicos de nuestro medio. Uno de los factores más importantes para las empresas actuales es su **relación con el tiempo**. En una era donde el hombre logra independizarse de la naturaleza, donde abunda el

Resulta, entonces, indispensable reconocer que en un modelo de competencias educativas el factor tiempo es esencial a la hora de valorar el desempeño de un estudiante en aula. Dicho tiempo no se refiere al modelo homogeneizador propio de las pruebas de almacenamiento de datos, en donde resolver problemas o preguntas de memoria en el menor tiempo posible generaba un “supuesto” indicador de la inteligencia de nuestros estudiantes, uniformes y uniformados por una sola manera de evaluar a toda la población estudiantil, ámbito unido a la respuesta unívoca e incontestable del profesor del área.

El profesor e investigador sueco Karl Erik Sveiby propone en relación con la producción en las organizaciones del conocimiento y con los gerentes y empleados que reúnen las competencias para enfrentar este horizonte de la nueva cultura empresarial:

“The «production» of the Knowledge organisations is solving problems that are hard to solve in a standardised manner. The staff (**key people**) tend to be very **competent**; highly educated and/or with long experience in a profession often involved with information processing.



The **business logic** depends on how the managers of the Knowledge Organisations regard their **assets**, their **key people** and their **customers**, how they **attract** them and how they **match their capacity for problem solving** with the needs of the customers.*

Si analizamos en detalle estas apreciaciones del profesor Sveiby podemos observar varios aspectos vinculados con un modelo de competencias:

Primero, un concepto de producción intelectual centrado en la innovación y en la creatividad antes que en maneras estandarizadas de resolver problemas.

Segundo, un grupo de empleados del conocimiento caracterizados por una educación superior de calidad y excelencia, relacionados con el paradigma propio del manejo inteligente de la información.

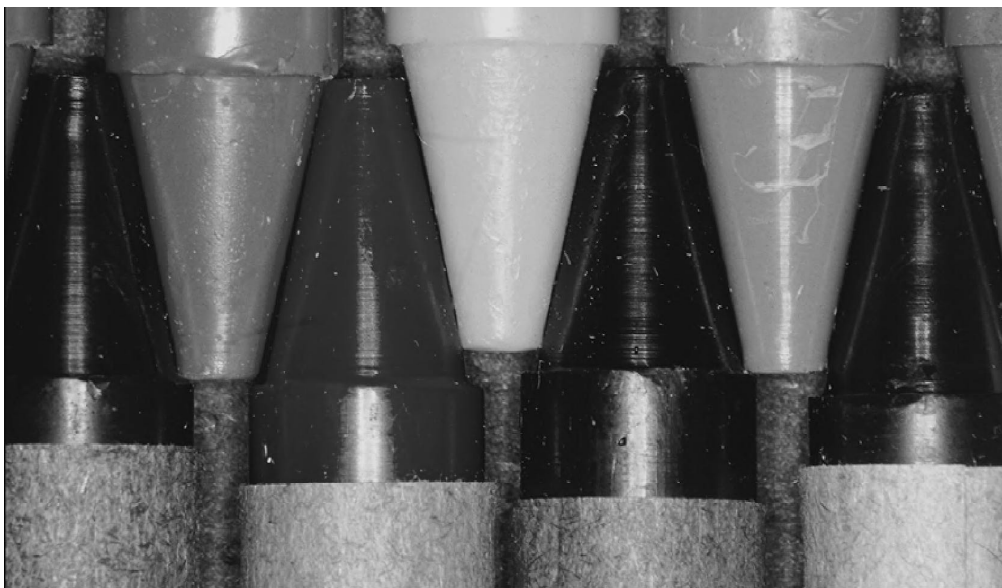
Tercero, una mirada crítica y creadora de los motivos, comportamientos y valoración compleja del consumidor, no sólo como comprador de nuestros bienes o servicios, sino como un ser necesitado de orientación y acompañamiento en sus procesos de decisión como “consumidor inteligente e informado”.

Si definimos las competencias como un modelo que evidencia las habilidades y

estructuras mentales y de reflexión que un estudiante debe poseer al finalizar su carrera, como fruto del ensamble de los contenidos curriculares, sabiamente reflejados en su actuar profesional como respuesta a un entorno de las cualidades y expectativas antes mencionadas, es natural preguntarnos por cuáles podrían ser los mecanismos que permiten el inicio, el desarrollo y la posterior evaluación de un modelo de estas características.

En primer lugar, el capital intelectual y el talento presente en nuestros docentes debe ser la materia prima de este proceso. Debemos reconocer que sólo la experiencia y la madurez del grupo de profesores es capaz de vislumbrar un esquema integral y sistémico de contenidos y prácticas que preparen eficientemente al futuro profesional. Claro está, partiendo de la base de un “imaginario colectivo”, en donde los profesores estén dispuestos a pensar en los esquemas mentales de un nuevo paradigma económico, cultural y científico como el que nos plantea esta nueva era histórica que se adviene en este siglo.

En segunda instancia, la investigación dirigida a vigilar, evaluar y crear modelos del profesional exitoso, que aporte con sus artículos, sus libros y su producción intelectual una fuente de valoración de las debilidades y fortalezas que en su ejercicio



profesional real ha venido logrando para evidenciar, en la práctica, las bondades o los errores de apreciación que la academia puede poseer sobre el perfil profesional de sus egresados.

En tercer lugar, la comprensión y la participación de los estudiantes como garantes de un proceso integral, íntegro y claro del porqué de su formación y del futuro que les espera como partícipes de un programa académico bien fundamentado, claramente definido y con una alta sensibilidad al entorno profesional, científico, cultural y ético que define su carrera.

No conviene olvidar que el ente administrativo y directivo de la entidad debe ser consciente de las peculiaridades y niveles de prioridad financiera y de gestión que un modelo por competencias exige; como es obvio, si el equipo administrativo no comprende o no comparte los principios de un modelo por competencias, antes que un catalizador va a convertirse en un bloqueador del éxito de la empresa educativa en la que está vinculada su acción y esencia administradora o directiva.

Las anteriores reflexiones desean poner de manifiesto que un modelo por competencias no es una tarea fácil, ni labor exclusiva de una sección de la universidad o institución educativa. Sólo puede funcionar como fruto de la sinergia de mentalidades, voluntades y *praxis* derivadas de un modelo global que abarca una entidad coordinada y con un sistema de información lo suficientemente maduro para unir los lenguajes de la academia, las finanzas y la investigación en un equipo de gestión que usa este mecanismo para vislumbrar el presente, el futuro y el aprendizaje del pasado como tarea cotidiana de su ejercicio universitario.

Lester Thurow, decano de la Sloan School of Management de MIT, ha señalado:

“La educación y las capacidades de la fuerza laboral serán el arma competitiva clave en el siglo XXI. La razón: existe todo un conjunto de tecnologías que vienen en camino y exigirán que el trabajador de la producción o

de oficina promedio posean capacidades que no eran requeridas en el pasado. Estas capacidades van más allá de las reducidas obligaciones de hacer el trabajo de cada uno, hasta llegar a un amplio conjunto de capacidades para adaptarse a nuevas tecnologías y al cambio en el mercado.”⁶

Estas sensatas palabras del profesor Thurow alertan a todos los sistemas educativos de la urgente necesidad de reflexionar y responder con celeridad, pero con madurez y prudencia, a un reto derivado de la innovación en las exigencias del profesional del siglo XXI, todo ello unido a un cambio simultáneo del papel y los fines de la universidad clásica y de la empresa tradicional aferrada a patrones mentales y culturales caducos e inoperantes en nuestra actualidad.

Jeane C. Meister nos ha aportado una definición de competencias que puede orientar nuestro análisis del modelo educativo por competencias:

“Una capacidad o competencia se define como cualquier conocimiento, habilidad, conjunto de acciones o patrones de pensamiento que, con seguridad, establezcan una distinción entre un desempeño superior y uno promedio. En otras palabras, una capacidad es lo que los empleados con desempeños superiores hacen en el trabajo con mayor frecuencia, y con mejores resultados, que los empleados con desempeño promedio.”⁷

La pregunta esencial que se deriva de esta definición es la de cómo podemos conectar la academia y el sector profesional para analizar el flujo de calidad y excelencia que se necesita para responder eficientemente a las exigencias que la empresa y la economía plantean a nuestros noveles universitarios.

Resulta claro que la respuesta de los profesores y académicos no es suficiente, se necesita del diálogo con la realidad profesional y con la matriz económica y social en la que se desenvolverán los estudiantes de hoy y los profesionales de un próximo futuro.



LAS COMPETENCIAS: UN PARADIGMA POR CONSTRUIR



Así mismo, la universidad debe plantearse el modelo antropológico y de ciencia que guiará su acción educativa y su misión social en el país.

La misma profesora Meister nos ayuda en el trabajo de señalarnos algunas de las competencias que, a su juicio, son esenciales en el profesional del siglo XXI, no sin antes señalar que no debemos desconocer la urgente necesidad de perfeccionar en el estudiante las aptitudes básicas de lectura, escritura, cálculos matemáticos y razonamiento cognitivo. Las competencias medulares que estos profesionales necesitan están centradas en:

“Aprender a aprender. Capacidad de analizar situaciones, hacer preguntas, solicitar la aclaración de aquellos aspectos que no entiendan, y pensar en forma creativa para generar opciones.

Comunicación y colaboración. Saber trabajar en grupos, colaborar con los miembros del equipo con el ánimo de compartir las mejores prácticas en todos los niveles de la organización, y trabajar en red con los consumidores, los proveedores y los miembros clave de la cadena de valor.

Pensamiento creativo y solución de problemas. Pensar en forma creativa,



desarrollar la capacidad de resolver problemas y ser capaces de analizar situaciones, hacer preguntas, aclarar lo que no entienden y sugerir mejoras.

Cultura tecnológica. Saber utilizar y ser partícipe de los sistemas de información.

Cultura global de los negocios. Saber cómo hacer negocios con culturas distintas a la propia, realizar simulaciones de negocios, con base en asuntos globales reales que una organización en expansión internacional enfrenta todos los días.

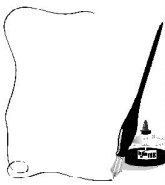
Desarrollo del liderazgo. Formar agentes activos del cambio, antes que destinatarios o receptores pasivos de instrucciones. Los empleados de todos los niveles deben desarrollar la capacidad de imaginar una mejoría o una nueva dirección, y lograr el compromiso activo de los demás para llevar a cabo la visión compartida de la organización.

Autogestión de la carrera profesional. Las aptitudes de autodesarrollo y autogestión enseñan a los empleados a asumir su carrera profesional y a dirigir la gestión de su propio desarrollo.¹⁸

Cada una de estas competencias debería ser incorporada en los contenidos propios de cada asignatura, en las prácticas derivadas de la asimilación y comprensión de los contenidos, en las actividades autónomas del estudiante, en la permanente reflexión sobre la relación de estas competencias con el desarrollo del perfil profesional y, sobre todo, cooperando para ofrecer un profesional con sello de calidad, excelencia, pertinencia y ética.

NOTAS

- ¹ TOFFLER, Alvin. *Conmociones, oleadas y poder en la era digital*. En: Leer Anne, *La visión de los líderes de la era digital*, Pearson Educación, México, 2001. Pág. 30.
- ² BARKER, Joel Arthur. *Paradigmas*. Mc Graw Hill Interamericana S.A. Bogotá, 1995. Pág. 35.
- ³ FRADETTE, Michael y MICHAUD, Steve. *Organización cinética*. Editorial Norma S.A., Bogotá. 1999. Pág. 8.
- ⁴ SERRA, Roberto. *El nuevo juego de los negocios*. Grupo Editorial Norma, Buenos Aires, 2000. Pág. 25.
- ⁵ SVEIBY, Karl Erik. *The Knowledge organisation*, en: <http://www.sveiby.com/articles/KOS1.html>. 1996.
- ⁶ THUROW, Lester. Discurso, "The State of American competitiveness and how it Can Be Improved". Julio 31, Agosto 2, 1990, Citado en el libro *Universidades empresariales de Jeanne Meister*. Pag. 7.
- ⁷ MEISTER, Jeanne C. *Universidades empresariales*. Mc Graw Hill, Interamericana, S.A. Bogotá, 2000. pág. 102.
- ⁸ MEISTER, Jeanne C. Op. Cit. Pág. 12-15.



BIBLIOGRAFÍA

- BARKER, Joel Arthur. (1995) *Paradigmas*, McGraw-Hill Interamericana S.A. Bogotá.
- DAVIS, Bob. (2002) *La velocidad... marca la diferencia*, Ediciones Urano S.A. Madrid.
- EDVINSSON, Leif y Malone Michael S. (1998) *El capital intelectual*. Editorial Norma S.A. Bogotá.
- FRADETTE, Michael y MICHAUD, Steve. (1999) *Organización cinética*. Editorial Norma S.A. Bogotá, Colombia.
- GITMAN Larry J. Y McDaniel Carl. (2001) *El futuro de los negocios*. International Thompson Editores S.A. México.
- GRULKE, Wolfgang. (2001) *Lecciones del futuro*. Pearson Educación S.A. Madrid.
- MEISTER, Jeanne C. (2000) *Universidades empresariales*. Mc Graw-Hill Interamericana S.A. Bogotá.
- SERRA, Roberto. (2000) *El nuevo juego de los negocios*. Grupo Editorial Norma, Buenos Aires.