

La formación de emprendedores

Iván Anzola Castillo

Profesor Titular Universidad de la Sabana
Director del Programa de Administración de Empresas Nocturna
de la Universidad Militar Nueva Granada

Introducción

Este documento quiere mostrar la importancia que actualmente reviste la formación empresarial dentro del contexto académico y la vida económica de la sociedad contemporánea; se mostrará una propuesta de un perfil empresarial, para ser desarrollado en universidades colombianas, y en particular el perfil del administrador de empresas que en concreto pueden proponer las escuelas y programas de administración de empresas.

Antecedentes

Los desarrollos históricos muestran en grandes líneas como hasta 1940 los gerentes (propietario – gestor), eran hombres recios, enérgicos, de mando con base en su personalidad y carisma. Entre 1940 y 1950, se desarrolla el Movimiento de las Relaciones Humanas, destacando la importancia del ta-

lento humano, las reglas de oro de las relaciones humanas, en donde los gerentes promueven el ambiente de equipo y el trabajo de grupo.

Entre 1950 y 1960, época de gran crecimiento, se presenta la época dorada del técnico; 90% de los gerentes son ingenieros (estadística, investigación de operaciones). La administración se puede y comienza a enseñar como técnica, los propietarios delegan su papel a estos profesionales sin desentenderse plenamente de su control directivo.

Entre 1960 y 1970 se define al gerente como integrador (grupos primarios, comités de gerencia, la administración por objetivos, gerencia moderna), el gerente es un gran coordinador – arquitecto.

Entre 1970 y 1990 aparece la crisis de los combustibles: petróleo, exceso de dinero en circulación, endeudamiento de los países del tercer mundo, presiones de grupos ambientalistas, etc.

El gerente requiere mayor proyección social y en la década de los años noventa aparecen una vez más señales de crisis financiera, recesión mundial, ¿Cuál es entonces el gerente -gestor transformador que se requiere para las organizaciones?

Algunas líneas generales son las siguientes:

- Más factor humano que conocimientos
- 60% cualidades humanas
- 20% experiencia
- 20% conocimiento

Ser capaz de crear empresas (no hay exceso de la demanda sino defecto de ella), el emprendedor será más requerido que los técnicos funcionales.

Se busca aprovechamiento y manejo no del conflicto, sino de las situaciones de tensión.

Escenario

- a. Vemos un mundo en contracción por acceso geográfico y avance continuo; las comunicaciones vía satélite comprimen la información, hay flujos de capitales internacionales en expansión, el mercado de capitales no es sólo monopolio de las naciones ricas, se incrementa el conocimiento, se presentan nuevos desequilibrios demográficos, pérdida de valores, impacto tecnológico creciente, etc. El comercio se ha expandido de una forma sin precedentes, mayor interdependencia, homogenización de mercados, clientes más exigentes, etc.
- b. Observamos una estructura económica de cambio tanto de tipo geográfico como sectorial y financiera, por ejemplo los Estados Unidos no son más los número uno en manufactura (sectorial), el Japón ha incrementado su productividad entre 1960 y 1990 en 80% (geográfico) y las 20 naciones económicas de más rápido crecimiento se dan en algunos países en vía de desarrollo como

lo indican México, Brasil y los dragones del sudeste asiático. El impacto del petróleo, provocó serios cambios en el sistema financiero internacional, generando excesos de capital en los bancos (petrodólares), localización del capital en los países del tercer mundo, colocando 50% de los 499 billones de dólares en el 1980, prestados a esos países y los bancos se excedieron en otorgarlos ocasionando que países se endeudaran más allá de sus posibilidades.

Consecuencias inmediatas: el caos internacional, la recesión mundial, el desplome de los precios del petróleo y la disminución de los ingresos por exportaciones; se desatiende el pago del servicio de la deuda externa; en algunos casos se reestructuran y se originan nuevas formas de financiamiento.

- c. Democratización: cambios en la forma política de algunos gobiernos, sentimientos de autonomía, nuevo papel de las organizaciones.
- d. Revolución electrónica.
- e. Horizontes de tiempo en expansión y simultáneamente en contracción.
- f. Cambios demográficos con impacto en la estructura del empleo, vivienda, servicios, seguridad, etc.

¿Una respuesta de los administradores?

Frente a este escenario, incierto, si se quiere, ¿cuál deberá ser, entonces, el papel entonces de este profesional para hoy y los próximos años?

Debe insistirse en el ahora, pues el cambio que se exige por parte de grandes conglomerados es urgente, no demagógico, real-efectivo y sobre todo posible-factible.

Tomando algunos planteamientos de Jean Paul Sallenave, examinemos algunas de sus apreciaciones que resultan útiles en la formación de profesio-

nales con espíritu emprendedor y en particular de los administradores de empresas.

El gerente es obsoleto

Quien estudia la empresa debe resignarse a conocer tan sólo a la empresa de ayer o de anteayer (dependiendo del profesor). El gerente de hoy se capacitó formalmente hace diez años o más en la Universidad o en un instituto de administración, luego subió en el escalafón de la jerarquía organizacional para llegar al puesto que ocupa hoy. Si bien es cierto que algunos siguen cursos de educación continuada, como son programas de alta gerencia o de desarrollo gerencial, muchos consideran que se capacitaron de una vez para siempre, que lo que no se enseña en la Universidad se adquiere con la práctica, que la capacitación es para los vendedores y que mientras más alto se encuentran en la pirámide organizacional, es porque tiene los conocimientos necesarios para desempeñar el cargo o porque se sienten seguros.

Quien desea buscar excusas para no capacitarse en forma continua, encuentra muchos pretextos: falta de tiempo, conflictos de horarios, costo, pero en realidad no tiene el coraje de sentarse a una mesa con otros empresarios y confesar que está allí para aprender; piensan que la necesidad de volver a aprender o seguir aprendiendo después del colegio es una enfermedad vergonzosa; cabe destacar en esta materia la importante contribución que muchas universidades, a través de los programas de educación no formal, han aportado en este sentido. (El Rosario, Los Andes, La Javeriana, Forum de la Universidad de la Sabana, Universidad Militar Nueva Granada).

Si el gerente de hoy es obsoleto, no es por culpa suya. La empresa evoluciona, pero los conocimientos están sometidos a la inercia del aprendizaje, agravado por la inercia de quienes enseñan. A este

respecto, Arthur Koestler escribe en **Los Sonámbulos**.

“La inercia del espíritu humano y su resistencia al cambio, no se manifiestan tanto, como se podía creer, en las masas ignorantes – fácilmente convencidas con solo apelar a su imaginación – sino en los profesionales que viven de la tradición y del monopolio de la enseñanza.

Toda innovación es una amenaza para las mediocridades académicas: pone en peligro su autoridad de oráculo, y evoca la horrenda posibilidad de derrumbarse todo un edificio intelectual laboriosamente construido”.

Los profesores son parcialmente responsables de la obsolescencia del gerente. ¿Por qué enseñan lo que enseñan? Muchas veces porque así se les enseñó, o porque la materia está en un libro escrito hace muchos años. Se debería exigir a los profesores de Administración un contacto continuo con la realidad empresarial – a través de trabajos de asesoría o de períodos sabáticos en empresas – de tal manera que hagan una autocrítica de su enseñanza a la luz de sus experiencias.

Así evitaremos dictar en Colombia los mismos cursos que se dictan en los Estados Unidos o Europa, con libros traducidos que reflejan una problemática diferente, de los negocios. Puede ser que el problema principal del mercado en los Estados Unidos sea uno de posicionamiento de marca, y que se justifique pasar una decena de horas de enseñanza sobre este tema en una universidad estadounidense, utilizando libros que destacan el tema. Pero cuando en Colombia el problema del mercado es la distribución física de los productos, tenemos que volver a la enseñanza del mercadeo y así en todos los demás campos.

¿Cómo reducir la obsolescencia del gerente? Primero tenemos que aceptarla como inevitable. No

conocemos sino la empresa de ayer, mientras el desafío es manejar la de mañana.

Sin embargo, se puede reducir el margen de inadecuación del empresario, fomentando los programas de capacitación continuada, haciendo una labor de propaganda, para cambiar la concepción de la educación empresarial – no es una etapa en la vida, limitada a años de estadía en el colegio, sino más bien un deber profesional continuo del empresario- la capacitación en este sentido no se resume en un Ph.D, sino en la capacidad de analizar la realidad empresarial en Colombia y en desarrollar una enseñanza adaptada a esta realidad.

Requisitos

Esboceamos ahora un análisis de la realidad empresarial y de sus tendencias, y contrastémoslo con lo que se enseña. Este ejercicio nos va a mostrar que la empresa atraviesa una serie de mutaciones económicas, tecnológicas, políticas y culturales que van a modificar fundamentalmente la ciencia y el arte de la administración y por tanto, la forma de desempeñarla.

Se enseña que la empresa es una entidad económica que busca la mayor utilidad para el bienestar de los empleados, del público y de los accionistas (quizás no en este orden). Se enseña que podemos comprender el fenómeno empresarial y tomar decisiones óptimas y así llegar a la excelencia que fue el nombre del paraíso gerencial de la década de los años ochenta.

Olvidemos estas imágenes doradas: La empresa no es una entidad puramente económica. No busca la maximización de la utilidad. No se maneja buscando el bienestar de todos. No podemos comprender el fenómeno empresarial en su totalidad. No se toman decisiones óptimas. La excelencia es un mito.

Enseñanza tradicional No. 1: la empresa es una entidad económica

Realidad: la empresa es una organización económica, tecnológica, política, social y cultural. No se reduce a una sola dimensión. Si bien es cierto que son factores económicos los que hicieron a la empresa de hoy tal como la conocemos, los factores tecnológicos, políticos, sociales y culturales van a modelar la empresa del año 2002 y siguientes. A este tema de la multidimensionalidad creciente de la empresa se requerirá aplicarle **más investigación**.

Digamos solamente que la brecha creciente entre los países industrializados y los del tercer mundo tanto socialistas como capitalistas, la autoridad simbolizada anteriormente por el jefe (de familia, de la empresa o del Estado), y la conciencia de la identidad cultural de los pueblos, son factores que van a transformar radicalmente a las empresas de hoy, de tal modo que las de los años 2.000 en adelante, serán menos económicas y más políticas, tecnológicas, sociales y culturales, más financieras, más especulativas.

Requisitos: Tanto los empresarios como los profesores de administración tienen la obligación de explorar los “campos de desconocimiento” de la acción empresarial, es decir, el impacto de fenómenos, tales como la sindicalización política, la inflación – recesión continua, el regreso del trueque como modo de intercambio internacional, etc., sobre el porvenir de la empresas. Es cierto que ya tenemos expertos en estos temas, pero todavía muy poco de sus conocimientos han permeado el currículo de las facultades de administración, y aunque los empresarios están enterados de estos fenómenos, los catalogan como “problemas” y las empresas los siguen manejando como en el pasado.

Enseñanza tradicional No. 2: la empresa busca la mayor utilidad.

Realidad: No hay utilidad

Requisitos: si no hay utilidad y no se toman como utilidad las ganancias obtenidas por efecto de la inflación, ¿qué busca la empresa? ¿Cómo va a crecer o a sobrevivir? Tarde o temprano, el Estado, directa o indirectamente, deberá salvar un número más y más grande de empresas en dificultad. El caso más reciente se presenta de manera crítica en el sector cooperativo, incapaz de atraer asociados “económicos”. ¿Cuáles serán las relaciones entre el Estado y las empresas en la primera década del año 2002? Sobrevivirá la dicotomía entre el sector privado y el sector público, o evolucionaremos hacia un modelo japonés, una tercera vía de la democracia económica, un modelo francés o por qué no, un modelo colombiano? Dejemos de enseñar que la empresa busca la mayor utilidad y exploremos la contribución real de la empresa a la vida de los trabajadores, de las ciudades y de la nación.

Enseñanza tradicional No. 3: al estudiar las funciones de la empresa (producción, mercadeo, finanzas, etc.), se puede entender el fenómeno empresarial.

Realidad: Entendemos las funciones de la empresa pero no a la empresa en su totalidad, ya que ella es más que la suma de sus funciones. ¿Por qué actúan las empresas como lo hacen? La respuesta a esta pregunta no se encuentra en libros de contabilidad, de mercadeo o de producción. La acción¹ em-

presarial es incomprensible en su totalidad. Admite un gran número de interpretaciones validadas o “planteamientos”. No hay un planteamiento mejor, tampoco son todos los planteamientos igualmente válidos. A veces pretendemos aclarar objetivamente la acción empresarial, pero siempre hay factores subjetivos en una decisión, puesto que las empresas no deciden ni actúan; sólo los empresarios en su infinita diversidad humana deciden y actúan.

Requisitos: Tenemos que contrabalancear el “modelo racional” que hasta ahora sirvió de paradigma explicativo de la empresa, con una visión menos dogmática, más subjetiva y más tentativa del fenómeno empresarial. Es la gran lección del libro de Peters y Waterman.²

Enseñanza tradicional No. 4: que los empresarios tomen decisiones óptimas y la empresa logrará la “excelencia”.

Realidad: primero, en la empresa no se toman decisiones sino se hacen apuestas porque siempre falta información para tomar decisiones instruidas. Además, las “decisiones” óptimas para el gerente pueden ser menos óptimas para la empresa. ¿Será que los objetivos de los empresarios coinciden con los de la empresa? ¿Tienen objetivos las empresas?

Segundo, la excelencia no existe en sí misma. Consiste en ser mejor que el competidor, nada más. Las nociones de éxito y de fracaso en el campo de la administración son relativas. Una estrategia no es buena o mala, es solamente mejor o peor que la de los competidores. La empresa que fracasa menos que sus rivales, tiene éxito. La excelencia es como el paraíso, no se logra en este mundo.

¹ Acción en el sentido de un comportamiento que manifiesta una intención o una escogencia.

² Peters, Waterman. En busca de la excelencia.

Requisitos: un autor canadiense, Henry Mintzberg, definió el manejo de la empresa como *The Art of Muddling Through*, es decir, el arte de arreglárselas. Estamos lejos de las “decisiones óptimas” o de la “excelencia”, pero más cerca de la realidad. ¿Por qué no estudiamos la labor del gerente colombiano con base en lo que han hecho los empresarios más destacados de Colombia para tener éxito, en vez de aferrarnos a marcos conceptuales ideales o irrealistas en el medio colombiano? ¿Pero con cuántos se puede contar para adelantar un serio y constante trabajo de investigación?

Los ejemplos que acabamos de ver, muestran la existencia de una brecha entre la realidad de la empresa y la visión dorada de esta que tratamos de transmitir en las facultades de administración. El requisito general para prepararse a manejar las empresas del año 2002 y siguientes, es claro y sencillo: **du-
dar** de la bondad de las recetas administrativas del pasado, **aprender** en forma continua al ritmo de la evolución de la empresa, e **integrar** en el manejo de la empresa del mañana los conceptos y métodos nuevos de administración, derivados de la observación de esta evolución, sobre la cual se carece de alguna experiencia.

El empresario

En los últimos años, varios investigadores han tratado de identificar las características de lo que será el empresario competente a partir del año 2002. Como estos investigadores eran académicos, se asustaron al principio al no descubrir ninguna correlación entre el desempeño académico de una persona y su desempeño como gerente. Aún más grave para el ego de los profesores, la posesión de un saber teórico o especializado, no parece estar ligado a un saber teórico o especializado, es decir, no parece estar ligado a un mejor desempeño profesional.

A este respecto escribe Richard Boyatzis en su obra “*The Competent Manager*”³ (El gerente competente).

“Se presume que existe un mínimo de conocimientos teóricos, a partir del cual el ejecutivo es competente, pero no sirve para nada adquirir conocimientos por encima de este mínimo. En eso difieren las perspectivas del académico y del administrador. Ambos buscan entender la acción empresarial y la interacción empresa = medio ambiente, que le permite hacer apuestas estratégicas satisfactorias, aunque no necesariamente tomar decisiones óptimas”. Pasado el umbral de conocimientos teóricos, el saber no sólo es superfluo, sino puede ser también nocivo en la medida en que menoscaba la calidad de emprender y la predisposición para la acción del administrador. No se trata de hacer la apología de la ignorancia, sino simplemente plantear que en las universidades se preocupan mucho del saber y poco del resto, mientras que el empresario de los años 2002 en adelante necesitará relativamente menos saber pero más entendimiento y más competencias. El entendimiento es la facultad de hacer el enlace entre conocimientos parciales (saber) y una visión global o sistémica de la empresa. ¿Cómo funciona una empresa? ¿Por qué triunfa una empresa donde otra fracasa? Las respuestas a estas preguntas no son cuestión de saber sino de entendimiento. En los programas actuales de las facultades de administración son muy pocos los cursos que promueven el entendimiento de la empresa.

El tercer requisito del empresario del año 2002 en adelante, es más difícil de definir y aún más, de transmitir. Se trata de las competencias que el empresario debe tener para convertir eficientemente su saber y su entendimiento en una acción, capacidad de análisis, predisposición para la acción, deseo de ganar, creatividad, capacidad de comunicación y sensibilidad ante las diferencias entre las personas.

³ “Ninguno de estos estudios muestra que un ejecutivo con más conocimientos conceptuales y factuales tiene un mejor desempeño que un ejecutivo que no los posee en la misma medida”.

Hasta ahora las universidades no se han preocupado por trabajar en el campo de la mejora de las competencias de los futuros empresarios, pretendiendo que “eso se lo enseña la vida”. Las universidades norteamericanas que están en el proceso de aprender a desarrollar competencias, ofrecen a sus estudiantes talleres de creatividad, de comunicación, de negociación, etc., incitan a sus estudiantes a trabajar en grupos, a crear pequeñas empresas y clubes de inversión en la bolsa. Paso a paso, nos alejamos de la visión tradicional de la universidad dispensadora de saber. Ojalá alcancemos a tiempo a ofrecer a los futuros administradores la panoplia de saber más, entender más y el aprendizaje de las competencias que necesitarán, para ser empresarios eficientes en los años venideros... pero esos empresarios se capacitan ya!

El modelo propuesto a la universidad

Tipo de sociedad

A continuación se presentan las principales características de la sociedad, las cuales que se consideran eficaces para conformar los aspectos del marco en que se desempeñará el egresado y determinan, en consecuencia, elementos que se deben tener en cuenta para el desarrollo de capacidades y actitudes que requerirá el administrador del siglo XXI.

Elementos de la sociedad actual

En primer lugar, se observan características presentes hoy y a mediano plazo:

1. Se observa una pérdida y sustitución de valores e ideales que conllevan cambios en normas y costumbres, rompimiento de relaciones, desajustes en las instituciones y organizaciones, debido en parte al impacto multifacético y dispensador de los medios de comunicación.

Esta situación se manifiesta también en la dificultad de encuentro de la persona consigo misma, en un sentido profundo y social, en la poca importancia que tienen los demás, en la parálisis del sentido de la responsabilidad, la solidaridad, la justicia y la moral.

2. Se continuará dando una mayor demanda del cambio social que permita responder a las diferencias sociales, a la subutilización de recursos, a la polarización de oportunidades educativas, a la mayor oferta profesional que la demanda, a la disminución del nivel de vida del profesional, en donde la concertación marcará niveles importantes de diferenciación.

3. Es seguro que la sociedad colombiana se verá afectada por un mayor desarrollo cinético y tecnológico, el cual continuará produciéndose principalmente en los países conocidos hoy por sus avances en los distintos campos de la ciencia y la técnica, pero con una mayor transferencia de este desarrollo hacia las naciones en vía de desarrollo, de acuerdo con la capacidad de negociación de estas últimas.

4. Por lo anterior, se tendría una mayor movilidad social, geográfica y laboral, la cual estará en parte relacionada con una mayor especialización. Se encontrará un mayor desempleo y necesidad de programas de reubicación ocupacional, que llevará a tomar definiciones principalmente de solidaridad orgánica más funcional. Así mismo, se daría un aumento en la influencia de los gremios y organizaciones de marcos de protección de la actividad profesional.

5. El sector de los servicios predominará sobre los demás y se definirá como el principal campo de relaciones laborales y ocupacionales.

6. Por otra parte, Colombia requiere una mayor vi-

sión y relaciones a nivel mundial, lo cual exige a los dirigentes un mayor cosmopolitismo y capacidad de mantener un intercambio dinámico, según sectores de producción y una definición del papel del país respecto de estos sectores.

7. Así mismo, nacen múltiples interrogantes que el hombre del siglo XXI tendrá que responder y los cuales afectan o deben ser contestados en parte por el administrador del futuro; ¿cuáles son las realidades entre producción e ingresos?: ¿Qué ocurrirá y qué responsabilidad se tiene con la contaminación y el impacto sobre los sistemas ecológicos, especialmente en lo referente a recursos renovables y no renovables?: ¿qué implicaciones tiene el crecimiento urbano y su polarización en pocos centros sobre las organizaciones laborales y empresariales?: ¿los costos de la seguridad social cómo se asumirán y negociarán?: ¿Qué ocurrirá con el aumento del tiempo libre?: ¿cómo afectarán los peligros de una confrontación mundial de tipo nuclear a Colombia o que otros riesgos se pueden presentar, como son las que originan las acciones terroristas? Y ¿qué medidas se darán en el medio empresarial?, ¿constituir grandes empresas o Mypimes? ¿Se dará una intervención del Estado en todas las organizaciones y qué implicaciones tienen para las empresas de hoy y del futuro?: ¿cómo responder a las exigencias de una sociedad cambiante?: ¿qué cambios se deben dar en las relaciones sociales – empresariales? La visión y examen del futuro se hacen indispensables y con ellos la definición de acciones: LA PROSPECTIVA captará buena parte del esfuerzo de la nueva gerencia.

Elementos de la sociedad del siglo XXI

Tomando en cuenta lo anterior y previendo otros elementos, se pueden determinar algunas de las principales características de la sociedad para el siglo XXI:

1. Una de las principales características de la sociedad será el cambio y estará basada en la ciencia, la tecnología y el conocimiento.
2. Habrá una mayor penetración de la electrónica y la informática en los diferentes campos de la vida, lo cual llevará a un incremento creciente en los niveles de mecanización y automatización.
3. La sociedad necesariamente requiere estar orientada hacia la comunicación interpersonal e intergrupala, para poder responder a los mayores niveles de complejidad y especialización.
4. Por consiguiente, estará regida por niveles superiores de capacidad, los cuales requieren mejores competencias para el manejo de la información y actitudes especiales para orientar y mantener los procesos que exige la dinámica social.
5. La sociedad dependerá de ocupaciones profesionales y de servicios. Habrá más tiempo libre para los roles de funcionamiento en las líneas de producción y ejecución.
6. Estará orientada hacia la búsqueda de nuevos sistemas de valores, dado que el hombre tendrá que resolver sus problemas sociales y esto exige que aparezca o renazca un sistema de valores distintos a los de una sociedad solamente utilitarista.

Hacia un perfil del administrador de empresas

El gremio empresarial no se encuentra ajeno a los elementos antes descritos y por el contrario continúa en un proceso de determinación, como eje principal de la dinámica social en muchos aspectos y como centro de donde nacen y confluyen múltiples relaciones que afectan profundamente a la persona y a quienes la rodean.

Toma por consiguiente nuevas direcciones, el problema del significado del trabajo y de la responsabilidad del mundo empresarial, para responder al hoy y al mañana, no solamente con un crecimiento económico, sino principalmente en el de un bienes-

tar de los hombres involucrados directamente en él y de la sociedad en general, con una visión clara de la dignidad humana.

El administrador tendrá que distinguirse del funcionamiento de normas y procedimientos como organizador y facilitador de procesos sociales, según los objetivos y la finalidad de la empresa y de la sociedad,

Objetivo del perfil

Es necesario identificar y definir los principales elementos que componen el perfil profesional del administrador de empresas, teniendo en cuenta los valores, intereses, capacidades, competencias, actitudes y conocimientos, que requiere el egresado, para poder desempeñarse según el medio social que encontrará y los principios fundamentales de la Universidad que lo lleven a alcanzar un alto ideal humano de saber, de rectitud, de creación y contemplación estética en un ambiente de libertad, rigor científico, objetividad, totalidad, universalismo y plenitud.

Presupuestos básicos

1. La Administración de Empresas, debido a su dimensión de creación, orientación y manejo de la organización humana, continuará siendo altamente requerida como actividad en los distintos sectores de la sociedad económicamente activa.
2. La formación que debe ofrecer la Universidad debe tener en cuenta que el egresado se desempeñará dentro de un medio "CAMBIANTE" y diferente en muchos aspectos del que se presenta durante el proceso de preparación en la Universidad.
3. Por consiguiente, la formación hacia los roles profesionales de la administración debe considerar la adquisición de los conocimientos que permitan el desempeño, dentro de una concep-

ción dinámica, lo que implica aprender formas de aprender y esencialmente el desarrollo de las capacidades, destrezas y aptitudes adecuadas al rol, de acuerdo con los valores e intereses fundamentales de la dignidad humana y el bienestar social.

4. Finalmente, se considera que se debe formar un administrador que sea capaz de llegar a desenvolverse en los niveles superiores de la empresa: en la gerencia o definiéndose como empresario. Se debe reconocer por una parte, que no todos podrán llegar a ello y también que la formación de un profesional para los niveles superiores de la empresa no se pueden cumplir a cabalidad en el programa de formación a nivel de pregrado, pero que es en este nivel donde se pueden desarrollar y afianzar las bases, tanto de capacidades como aptitudes, que generen a la vez un proceso de auto motivación y crecimiento en el Administrador que se busca lograr.

CARACTERÍSTICAS POR DESARROLLAR

Estas hacen referencia los administradores de alto nivel de gerencia o empresarios.

Características de la personalidad (Autoimagen)

- Reconocimiento de sus capacidades
- Aprovechamiento de esas capacidades
- Alto nivel de energía
- Actitud competitiva
- Alta motivación y necesidad de poder, autoridad, dominación e intereses por el liderazgo
- Alto interés político y social
- Persona extrovertida, con alta capacidad de relacionarse y negociar

Estas características son reflejo de las siguientes que aparecen en los administradores de alta gerencia y empresarios: extrovertido, dominante, alta fuerza del yo, atrevido, amable, confiado, imaginativo, analizador, actuante, independiente, seguro, innovativo,

participativo, orientador, positivo – optimista, soñador futurista, crítico, ingeniosos, con arrojo y arrestos.

Plan de estudio y estrategias educativas

El plan de estudios requiere, para formar los valores, intereses, capacidades y características actitudinales de la personalidad; por una parte, estar orientado hacia el desarrollo de formas de pensamiento lógico formal, lo cual implica modificaciones no en la estructura de áreas, sino en el método de abordar los distintos contenidos; y a la vez, cambios en los programas de las distintas áreas y sus asignaturas respectivas para establecer los objetivos y estrategias educativas que permitan alcanzar las metas, las cuales no deben estar planteadas únicamente a nivel de adquisición de conocimientos, sino especialmente de interiorización de valores e intereses y desarrollo de capacidad y características de la personalidad.

Como parte de estas estrategias se estudian algunas de las sugeridas en el documento del profesor Sallenave, del profesor Pedro Nueno del IESE, Shapero de Ohio State University, y seguramente de muchas otras que surgirán; es necesario plantear estrategias educativas conformes con la propia idiosincrasia y características culturales.

A la par de todas aquellas alternativas que permiten suscitar un escenario para la actividad empresarial, el proyecto educativo del programa de administración de empresas debe ofrecer un formidable marco para la gestación e incubación de una macro estrategia que aliente el corazón de los alumnos y los mueva a construir el nuevo país. Colombia, un jardín, abre esas enormes perspectivas, por lo que se agrega a este documento el Compaq Disk para ilustrar lo que puede llegar a ser la gran aventura empresarial de las próximas décadas del siglo XXI.

Construir el nuevo país es un reto empresarial de grandes alcances.

Cuando se mira hacia el futuro, se avizoran numerosas incertidumbres sobre lo que será el mundo de las próximas generaciones. Pero de algo se puede estar seguro, si se quiere que la tierra pueda satisfacer las necesidades de los hombres que lo habitan, de que la sociedad humanada deberá transformarse.

En esta evolución hacia los cambios fundamentales de nuestros estilos de vida y comportamientos, la educación juega un papel preponderante. La educación es la fuerza del futuro, y entre otros desafíos, el de modificar nuestro pensamiento de manera que enfrente la complejidad creciente, la rapidez de los cambios y lo imprevisible son una exigencia moral. La nueva formación empresarial que derribe las barreras tradicionales y la manera de volver a unir lo que hasta ahora ha estado separado implica reformas políticas y programas educativos. Es necesario desarrollar la aptitud natural del espíritu humano para ubicar todas las informaciones en un contexto y en un conjunto, es necesario enseñar los métodos que permitan aprender las relaciones mutuas y las influencias recíprocas entre las partes y el todo, en un mundo complejo; eso y algo más es el reto que se debe promover en la formación del nuevo espíritu empresarial.

Consulta por separado.

- Anzola C. Iván E. "Plataforma de la estrategia marco del megaproyecto Colombia, un Jardín. CD Mayo 2002.
- Anzola C. Iván E. "Teoría organizacional de los clásicos a la cibernética". Septiembre 2000. Edición Universidad de la Sabana, Bogotá.