

**IDENTIFICACIÓN DE LAS COMPETENCIAS PROFESIONALES DEL
ADMINISTRADOR**

**IDENTIFYING PROFESSIONAL COMPETENCES OF BUSINESS
MANAGERS**

Ricardo Mena Torres
Pabla Peralta Miranda

RECIBIDO: Marzo 24 de 2012

ACEPTADO: Abril 15 de 2012

RESUMEN

El presente artículo es producto de una Investigación, cuyo objetivo consistió en identificar las competencias profesionales del Administrador de Empresas en una universidad de la ciudad de Barranquilla. La investigación se dividió en cinco fases: Diagnóstico, evaluación de las competencias actuales, identificación de las competencias profesionales en el sector productivo, recolección de datos y propuesta. El tipo de estudio fue cualitativo, el método aplicado inductivo-deductivo, y las técnicas de investigación utilizadas fueron la encuesta y la entrevista semiestructurada. La muestra, que se seleccionó estratégicamente, fue distribuida así: 14 docentes, 360 Empresas Pymes del sector de Comercio y Servicio, 128 estudiantes y 4 empleados administrativos. Los resultados de la investigación indican que las competencias del Administrador se encuentran en forma implícita en el

·Maestrante en Administración de Empresas e Innovación de la Universidad Simón Bolívar. Especialista en Finanzas, docente de tiempo completo.

·Maestrante en Administración de Empresas e innovación de la Universidad Simón Bolívar. Especialista en Mercadeo. Docente investigadora. Editora de la revista *Desarrollo Gerencial*, Órgano de difusión científica de la Universidad Simón Bolívar.

currículo. En conclusión, teniendo en cuenta las directrices de la educación, oficialmente los programas deben basarse en competencias profesionales, acordes con la pertinencia y las necesidades de la región. Sólo así se formarán profesionales más competentes, ajustados a los cambios socioeconómicos, y políticos y articulados con las organizaciones.

Palabras claves: Competencias profesionales, currículo, competencias en la educación superior, Administración de Empresas.

Abstract

This article is the result of a research Project which aimed to identify professional competences of business managers at a university in Barranquilla. . The research was divided into five parts: Diagnosis, evaluation of current competencies, identification of professional competences in the productive sector, data collection and proposal. This type of study was qualitative with an inductive-deductive method, as well as research techniques such as a survey and a semi structured interview. the sample, which was selected strategically, was distributed as follows: 14 teachers, 360 small and medium-sized enterprises (Pymes) in the commerce and service sectors, 128 students and 4 administrative-type employees. The results of the study show that business managers' competences are implicit in the curricula. This is the only way to train more competent professionals, adjusted to socio-economic and political changes related to the organizations.

Key Word: Professional skills, curriculum, competencies in higher education, and business administration.

INTRODUCCIÓN

Entre 1994 y 1995, el Banco Mundial produce dos informes clave, multilaterales, sobre las funciones de la educación superior en América Latina: “Liderazgo académico, formación para profesionales, formación técnica y perfeccionamiento” y “La Educación Superior”(Gil Cubillos, .C. 2010, p. 50).

La Revista, OEI, Organización de estados Iberoamericano, en 1996, cita a la UNESCO, que divulgó, un documento para la educación superior (Informe Delors), diseñado por una comisión internacional y relacionada con un análisis de la evaluación de las competencias, y en 1998, se reunieron 182 países en la primera Conferencia Mundial de Educación Superior. De la

propuesta de la UNESCO derivan unas implicaciones: reforma en la Instituciones de Educación Superior (IES), para impactar en lo social y en lo económico, enfatizando en la formación por competencias, el liderazgo académico y la formación profesional. Al respecto, el BID y el FMI fijan unos objetivos: calidad y eficiencia, evaluación y certificación, planes de estudios, didáctica, liderazgo intelectual, tecnología, desempeño, préstamos y becas.

La UNESCO, (1998) en el informe final, de Conferencia mundial de la Educación Superior, en el siglo XXI, Visión y Acción afirma que la “Educación superior del siglo XXI, deberá inscribirse decididamente en el proyecto global de Educación permanente, para todos”.

En cada país, existe al respecto un organismo que trabaja

con el Centro Interamericano de Desarrollo del Conocimiento en Formación Profesional, CINTERFOR, dependencia de la OIT, creado en 1998, cuyos objetivos consisten en divulgar, compartir, promover y articular las prácticas y recursos de una red pública y privada que unifica las competencias laborales. La red está integrada por 65 entidades de 27 países de América Latina, el Caribe, España y África. Por ejemplo, en España se encuentran el Sistema de Cualificación y Formación Profesional de España y el Instituto Nacional de Empleo de España (INEM); en Inglaterra, la Autoridad Nacional de Cualificación (QCA) y el Consejo Nacional de Cualificación Profesional del Reino Unido (NCVQ); en México, la Certificación de Competencia Laboral (CONOCER); en Brasil, el SENAC; INTECAP, de Guatemala;

INSAFORP, del Salvador; INA, de Costa Rica, y en Colombia, el Sistema Nacional de Formación Para el Trabajo (SNFT), entre otros citados, por M. Maldonado. (2006), Pp. 167-168

Existen, por otra lado, varios modelos de formación por competencias, como: Proyecto Tuning de la Unión Europea, UEALC 6x4, Unión América Latina y el Caribe, en América Latina, surgido en el 2002, Córdoba, España, en la IV reunión, del espacio común de Enseñanza de Educación Superior Europeo, citado por M. Maldonado, (2006). La situación de la educación superior se debate entre dos polos opuestos: la oferta tradicional y la de los niveles de formación (Braslavsky & Acosta 2006 pp. 32-34). Esta última tiene dos elementos importantes: el conocimiento y el contexto cultural, y de éstos hacen parte las

competencias. Las cuales están incorporadas en diferentes modelos de educación superior tales como: el Modelo de Educación y Evaluación por Competencias, (MECO) en México, desarrollado por Verdejo. P, (2008); en Colombia, el Modelo de Competencias Compleja, expuesto, por Rueda Restrepo N. (2007); el modelo de formación y certificación de competencias de Sergio Tabón (2008), enfocado en un sistema complejo, basado en el pensamiento de Edgar Morín; el Modelo de competencias genéricas en la educación superior (2009). Un estudio comparativo entre la opinión de empleadores y académicos, desarrollado por Palmer & Montaña Palou, universidad de las islas baleares, un estudio con 500 trabajadores y 173 académicos, para analizar las competencias genéricas; y por último el modelo

presentado por Moncada Cerón, J. (2011) que es un modelo de formación por competencias en la educación superior.

Según Malagón (2007), la Unesco cuenta con cuatro documentos fundamentales para los estudios de pertinencia: Políticas para el cambio y el desarrollo en la educación superior (1995), Plan de acción para la transformación de la educación superior para América Latina y el Caribe (1996), la resolución sobre la educación superior en el siglo XXI, visión y acción, documento de trabajo (1998) y la declaración sobre la educación superior siglo XXI visión y acción final (1998) (p. 39).

En este marco, un estudio de pertinencia en educación superior debe suplir las exigencias del entorno y los cambios sociales, para realizar propuestas curriculares

pertinentes que respondan al mundo globalizado, y cuenten con siete componentes claves:

Relaciones con la sociedad en su conjunto; la educación superior y el mundo del trabajo; relación con el Estado y las bases de la dirección y gestión de los centros; financiación y gastos compartidos; la revolución en la enseñanza y el aprendizaje; fortalecimientos de las funciones de investigación de la educación superior; la responsabilidad con respecto a los otros niveles de educación (Malagón, 2007, pp. 40-44).

Soporte teórico de competencias en la educación superior

Según Porter (2003), “lo fundamental para el crecimiento de una empresa es instalarse en una posición lo menos vulnerable posible a los ataques de sus oponentes y a la erosión que

puedan ocasionarle los clientes, proveedores y productos sustitutos” (p. 43).

Para Porter, entonces, es importante que las empresas sean conscientes de su papel en el mercado, lo que pueden lograr mediante un proceso de autoevaluación, como también de una evaluación del entorno. Todo ello con el fin de tomar posiciones estratégicas, basadas ya sea en la variedad, en las necesidades o el acceso. Además, las decisiones tomadas por las empresas en su quehacer cotidiano deben llevar consigo una dosis de creatividad, la cual le permitirá a la administración dirigir los esfuerzos a aquellas actividades que le traerán a la empresa una mayor utilidad en el futuro. Esto requiere a su vez de una evaluación constante de la posición competidora por parte de la empresa y del comportamiento del

sector, que le permitan definir así estrategias para obtener ventajas en un entorno cambiante.

Ante las fuerzas que las empresas encuentran en su entorno, ellas deben responder en forma equilibrada. Y para ello deben desarrollar estrategias que las conduzcan a tal fin y a estar a la vanguardia. Esto requiere necesariamente de un análisis del sector, de una diferenciación del producto y, también, de la identificación de la competencia actual y futura.

De acuerdo con lo expuesto por Porter, se podría decir que el sector educativo, como parte de un entorno económico, se ve influenciado por el poder de negociación con los clientes, las amenazas de productos sustitutos, los nuevos competidores y el poder de negociación de éstos, así como por la lucha entre competidores

actuales. “Cualquiera que sea el poder colectivo de estas fuerzas, el fin de la estrategia de un empresa es encontrar una posición dentro del sector desde la que pueda defenderse del mejor modo posible contra dichas fuerzas o incluso orientarlas hacia su favor”(Porter, M. 2003, p. 26).

Pero, según Sierra Romero (2009), “existe actualmente un divorcio entre la docencia y el mundo empresarial. Se hace necesario que los futuros profesionales conozcan la realidad laboral donde irán a desempeñarse y la universidad debe ser el lugar donde estos realicen el proceso de adaptación”.

Actualmente, se requiere que los estudiantes desarrollen durante sus estudios la capacidad de una visión macro administrativa, la cual le permitirá evaluar los fenómenos externos y con base en ello definir

las acciones a tomar. Ver a la empresa extrovertidamente le permitirá al gerente detectar oportunidades, y aprovecharlas aplicando el esfuerzo requerido, como también enfrentar amenazas. (Mendoza Guerra, 2011. p. 5)

De acuerdo con lo expuesto por este último autor, en la toma de decisiones, el futuro profesional debe aprender a identificar las diferentes variables que existen en el entorno y la relación de estas con la empresa. En este sentido, el comportamiento de las variables genera unos cambios que deben ser tenidos en cuenta por sus efectos en la rentabilidad y el flujo de efectivo. Pues, justamente es aquí donde es puesta a prueba la capacidad de la gerencia para concretar los beneficios que puede obtener al explotar las oportunidades otorgadas por el entorno, y la habilidad de convertir

las amenazas encontradas en futuras oportunidades para la empresa.

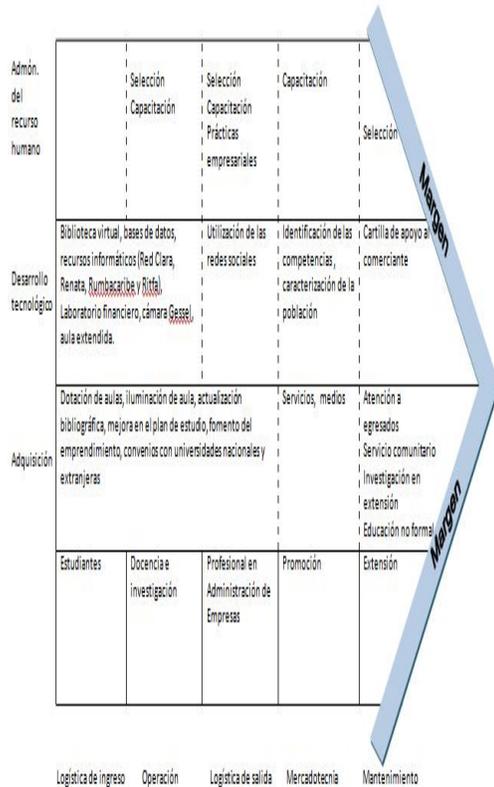
Cadena de valor

De acuerdo con Porter, M. (1982), “la empresa es un conjunto de actividades cuyo fin es diseñar, fabricar, comercializar, entregar y apoyar su producto. Esto se representa por medio de la cadena de valor (Pp. 52).

Así, las actividades desarrolladas en la empresa deben contribuir a la generación de valor, tanto al cliente como a ella misma.

En este orden de ideas, el programa de Administración de Empresas objeto del presente trabajo, como unidad de negocio, en el desarrollo de sus funciones, se encamina a la generación de valor.

CADENA DE VALOR PROGRAMA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS



Fuente: Elaboración de los autores

En la medida en que el programa identifique sus competencias profesionales contribuirá a la creación de ventajas competitivas, logrando de este modo una mejor posición ante sus directos competidores y el desarrollo de un factor de diferenciación.

Estrategias competitivas genéricas de Porter

- “Las estrategias genéricas tienen por objeto superar los rivales en la industria; en algunos sectores industriales, la estructura de la cadena de valor significa que todos los integrantes pueden obtener altos rendimientos, mientras que en otras el éxito de una estrategia genérica apenas bastará para conseguir rendimientos aceptables en sentido absoluto” (Porter, 1987, p. 1).

Diferenciación

De acuerdo con Porter (1987, p. 3), “mediante esta estrategia la empresa diferencia el producto o servicio que ofrece, creando algo que en la industria se percibe como único”.

En lo que concierne a esta estrategia, el apoyo a la formación docente es un aspecto a tener en cuenta. En estos momentos, el programa de Administración de Empresas de la universidad en referencia cuenta con más docentes en el área profesional con formación en maestrías y doctorados.

También en esta perspectiva, el escalafonamiento de los grupos de investigación al más alto nivel de categoría en Colciencias permite a los programas académicos, ser reconocidos a nivel regional, dado que realiza trabajos de investigación en la disciplina, obteniendo visibilidad y reconocimiento ante la comunidad académica (Blanco & Solorzano, 2011, pp. 92).

Mirando hacia ese nuevo horizonte, el programa de Administración de Empresas, de las instituciones de

educación superior (IES), cuenta, además, con alianzas estratégicas internacionales que permiten promover y avanzar en el desarrollo del currículo, la investigación y la extensión (Blanco & Solorzano, 2011). Con respecto a los recursos y capacidades de las instituciones de educación superior se tiene en cuenta:

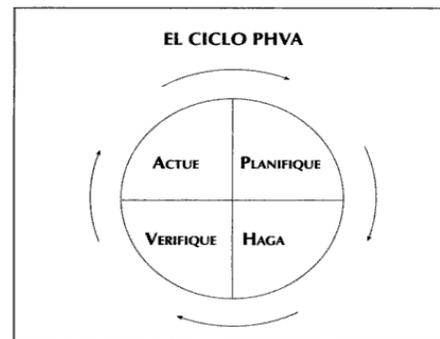
El Método Deming

De acuerdo con Walton (2004), este método “busca un cambio en la forma de aplicación de la administración desconcentrándola de los niveles superiores, mediante una participación activa de los demás integrantes de las organizaciones reflejados en 14 puntos identificados por el actor” (p. 11), que consisten en:

- Crear constancia de un propósito para la mejora de productos y servicios

- Adoptar una nueva filosofía
- Dejar de confiar en la inspección masiva
- Poner fin a la práctica de conceder negocios basados únicamente en el precio
- Mejorar constantemente y por siempre el sistema de producción y servicios
- Instituir la capacitación
- Instituir el liderazgo
- Eliminar el temor
- Derribar las barreras que hay entre las áreas
- Eliminar los lemas, las exhortaciones y la metas de producción laboral
- Eliminar las cuotas numéricas
- Remover las barreras que impiden instituir un programa vigoroso de educación y capacitación
- Tomar medidas para llevar a cabo la transformación

Deming “propone el ciclo PHDA, lo cual en realidad, representa trabajo en proceso más que tareas o problemas específicos”. Y esto supone una evaluación constante de las actividades realizadas en busca de mejoras (Walton, 2004, p. 18). Como se representa en la siguiente gráfica.



Fuente: Walton. Método Deming en la Práctica

El programa de Administración de Empresas, en una IES, ha venido propiciando un mejoramiento continuo, otorgando más participación a los docentes, mediante la creación de espacios de discusión en pro de mejoras en el ejercicio de su trabajo, como al personal relacionado con esta

actividad pero perteneciente a otras dependencias. El estímulo a los docentes se da en específico a través de su preparación profesional, mediante la realización de maestrías y doctorados con la finalidad de mejorar el nivel académico de los estudiantes. Esto también se da por medio de diferentes convenios con otras universidades nacionales y extranjeras para los docentes y estudiantes, y con el apoyo a la investigación de los docentes en eventos internacionales.

De otro lado, los estudiantes cuentan con un espacio de reflexión en los llamados círculos de calidad, donde pueden manifestar sus inquietudes y realizar sugerencias, sin obviar el apoyo a los estudiantes en su formación. La realización de muestras empresariales, con participación activa de los estudiantes y con el apoyo del

Centro de Creación de Empresas contribuye a la formación de los estudiantes y el fomento para la creación de empresas. Como afirma Barney (1991), los recursos y capacidades ofrecen así una ventaja competitiva sostenida. De acuerdo al modelo VRIN, (*Valioso, Raras, Imperfecto imitable, No sustituibles*). La sigla se define de la siguiente manera:

Valioso

Permite a una empresa concebir o implementar estrategias que mejoren su eficiencia y efectividad.

Raras

Recursos valiosos que posee la empresa. Un gran número de empresas competidoras no pueden ser fuentes de una ventaja competitiva sostenible.

Imperfectamente imitable

Debido a una combinación de tres razones: condición histórica única,

casualmente ambigua, compleja y social

No sustituible

Estratégicamente, los recursos valiosos no deben ser equivalentes, ya que ellos mismos no son raros o imitables.

Aplicando VRIN desde la perspectiva de la capacidad dinámica, una IES está en un proceso de aprendizaje, cuya trayectoria de crecimiento trasciende a los competidores, tomando así ventaja competitiva, y posesionándose en el mercado regional. Esto se refleja en el crecimiento de infraestructura y logística.

Según Barney (1991), la generación de ventaja competitiva implica el desarrollo de estrategias eficientes para tener recursos humanos certificados en las competencias profesionales. En la Aplicación los recursos valiosos, a partir de este

tipo de estrategia en la producción del servicio educativo, interactúan la racionalidad del Estado con los procesos de formación profesional, es decir, desde el micro y el meso entorno enfocado hacia el macro entorno en la situación nacional (Benavides, 2002).

En el Caso de Colombia, se tienen definidas las políticas con un Consejo Nacional de Competitividad, que regula procesos de calidad en el sector de la educación superior, CNA, MEN, con el propósito de sacar profesionales en Administración de Empresas competentes en el mercado educativo, con un perfil profesional acorde con las necesidades del contexto. Para ello se ha implementado la acreditación en alta calidad, lo que implica tener definidas las competencias en los diseños curriculares, según la pertinencia de la Región, teniendo

claro que los procesos de cualificación y certificación demandan un alistamiento e inversión de recursos. Barney (1991) propone al respecto que la ventaja competitiva, entendida como el recurso humano en la gestión del conocimiento, mediado por los procesos de aprendizaje, convierten el talento humano en un actor fundamental, capaz de transformar el entorno, a través de estrategias de las personas y de la competitividad de la organización.

Competitividad académica

Al inicio del siglo XXI, se comienza a revisar el conocimiento impartido, la manera como es transmitido y el uso que se le ha dado a éste. De acuerdo con Castillo Ariza (2009, citado por la Agenda de Competitividad del Atlántico), expone que la competitividad a nivel académico es

producto de un equilibrio entre el saber saber, saber hacer y saber ser, y convivir. Es decir, que en la medida que el individuo adquiere un dominio de un área del saber, debe formarse también en aspectos que lo enriquezcan como persona, y así evitar concentrarse en otros que siendo importantes y motivantes al ser, al final lo sumerjan en situaciones a la larga frustrantes (corrupción). Esto nos lleva a decir que la formación del ser humano debe ser integral, y que aspectos como la ética y los valores deben ser tenidos en cuenta en ella.

De hecho, la competitividad académica no se mide por la cantidad de conocimiento impartido sino por la formación integral ofrecida a los educandos, a partir de indicadores como:

- Número de estudiantes matriculados en el Programa IES

- Programa Acreditado en reconocimiento de alta calidad
- Promedios nacionales, regionales y locales, en Pruebas ICFES SABER PRO
- Programas de post-Grados (maestría, doctorados. Post-doctorado)
- Grupo de Investigaciones escalafonados por Colciencias
- Revistas Indexadas, y postulaciones en base de datos
- Posicionamiento y liderazgo en el mercado académico, local, regional, nacional e internacional
- Programas por competencias de acuerdo con los lineamientos de UNESCO, OIT, BID, FMI.
- Inversiones en infraestructura física y tecnologías
- Cuerpo académico institucional
- Desempeño laboral de los profesionales de Administración de Empresas

- Aplicación de sistema de Certificación de competencias profesional, con un enfoque global
- Internacionalización de los Programas
- Movilidad y flexibilidad del currículo del Programa de Administración de Empresas

Tomando en cuenta lo anterior, el Modelo de Formación y Certificación por Competencias-MOFECO, propuesto en esta investigación enfrenta retos en un entorno cambiante, enfocado con una complejidad, donde se pretende alcanzar un equilibrio entre el saber conocer, saber hacer y el saber ser, formando profesionales competentes, para la producción de bienes y servicios.

Afirma Tobón (2009, P. 88) que el proceso de desempeño idóneo requiere la integración del saber, con el hacer y ser, aspectos

fundamentales en las IES. En la educación superior colombiana se debe articular en concreto con la formación para el trabajo, diálogos sociales y la empleabilidad (Maldonado, 2006, pp. 164, 165).

MÉTODO

Se utilizará el estudio descriptivo, que de acuerdo con Hernández Sampieri (2010, p. 7): busca especificar las características y perfiles de grupos de personas, comunidades, procesos, y el método inductivo-deductivo. De forma estratégica, también se utilizará un muestreo estratificado, por las ventajas que representa ante el muestreo simple debido a una población heterogénea (Hernández Sampieri, 2010), que se refleja en la disminución de los errores, al dividirse la población en segmentos y seleccionar una muestra por cada

uno. Basado en las anteriores características se seleccionó una muestra de 488 elementos, distribuidos de la siguiente forma: 360 empresas pertenecientes a las Pymes, del sector de servicio y comercio, 128 estudiantes de un programa de administración de empresas en una IES, 14 docentes y 4 administrativos. Las técnicas de investigación utilizadas fueron la encuesta, la entrevista semiestructurada y la observación directa. Para medir el índice de confiabilidad, se aplicó el coeficiente Alfa de Crombachr, con una escala determinada: el método R20, a través del software spsss.

RESULTADOS

Los resultados se presentan por áreas e ítems que involucran competencias, teniendo en cuenta la resolución 2767, del 2003, donde se definen las áreas profesionales

de un Programa de Administración de Empresas

Área de organización

En el área de organización se evaluó a través del ítem Toma decisiones en la gestión empresarial y en sus diferentes áreas. A este ítem, el 83% de los profesionales egresados del programa de Administración de Empresas lo consideran muy importante; el 16%, importante y un 1%, poco importante.

Planear estratégicamente las actividades de la organización de acuerdo con las políticas institucionales, que correspondan a las expectativas. El 77% considera este ítem muy importante; 21%, importante y el 2%, poco importante.

Organizar los recursos de la empresa de acuerdo con los objetivos y políticas. El 79% lo

considera muy importante, y el 21%, importante.

Ejecutar el plan estratégico y táctico de la organización de acuerdo con los objetivos y recursos de la organización. El 76% considera muy importante hacerlo, el 23%, importante y el 1%, poco importante.

Controlar y evaluar las acciones y resultados según objetivos y metas de la organización. El 79% considera muy importante dicho control y evaluación; 20%, importante; y 1%, poco importante.

Coordinar los procesos administrativos con el propósito de cumplir los objetivos. El 72%, considera esto muy importante; 27%, importante; y 1%, poco importante.

Administración de los recursos financieros de la organización maximizando su

rentabilidad y beneficios. El 74% de los encuestados considera esta competencia muy importante, 23%, importante; y 2%, poco importante.

Efectuar controles efectivos que vayan a favor del racionamiento de la competitividad de la empresa. El 67% considera muy importante esta competencia; 31%, importante y 3%, poco importante.

Evaluar periódicamente los Programas y elementos administrativos de la empresa. El 54% de los encuestados encuentra muy importante esta competencia; 41%, importante y el 5%, poco importante.

Buscar mecanismos administrativos que vayan a favor del beneficio y superen el costo de los estudios financieros. El 60% de los profesionales considera muy importante estos mecanismos, 35%, importante; y el 5%, poco importante.

Reconocer y explicar las limitaciones de los sistemas dentro de la organización. El 49% de los encuestados considera muy importante esta competencia; 46%, importante y el 5%, poco importante.

Área de producción y operaciones

El 74% de los administradores de empresas encuestados que se desempeñan en el sector productivo opinan que la formulación del plan estratégico debe tener en cuenta los requerimientos del mercado laboral; 23%, lo considera importante; y el 3%, poco importante.

A la competencia costear la cadena de aprovisionamiento, distribución y transporte de acuerdo con los objetivos y estrategia logística, el 59% la considera muy importante; 37%, importante, y el 4%, poco importante.

Coordinar las compras de acuerdo con las necesidades y requerimientos de los clientes. Para el 68% esta competencia es muy importante, mientras que el 32% la halla importante.

Controlar los inventarios, según indicadores de rotación y método de manejo. El 69%, considera importante esta competencia; el 28%, importante y el 3%, poco importante.

Controlar el desarrollo de las actividades según indicadores de gestión, metas y políticas de calidad. El 68% considera muy importante lo anterior; 28%, importante; y el 4%, poco importante.

Área de finanzas

A la administración de los recursos financieros de la organización maximizando su rentabilidad y beneficios, el 74% lo ve muy

importante; el 23%, importante; y el 2%, poco importante.

Efectuar controles efectivos que vayan a favor del racionamiento de la competitividad de la empresa. 67% lo considera muy importante, 31%, importante y 3%, poco importante.

Evaluación periódica de los programas y elementos administrativos de la empresa. El 54% lo considera muy importante; 41%, importante y el 5%, poco importante.

Buscar mecanismos administrativos que vayan a favor del beneficio y superen el costo de los estudios financieros. El 60% lo considera muy importante; 35%, importante; y el 5%, poco importante.

Reconocer y explicar las limitaciones de los sistemas. El 49% lo considera muy importante; el

46%, importante; y el 5%, poco importante.

Área de mercadeo

Administrar el área de mercadeo de acuerdo con el plan estratégico de la empresa y su posicionamiento. A este ítem, el 66% lo considera muy importante; el 30%, importante; y el 4%, poco importante.

Determinar oportunidades de mercadeo con las tendencias del entorno y los objetivos de la empresa. El 68% lo considera muy importante; el 28%, importante; y el 4%, poco importante.

Diseñar prototipo de productos y/o servicios que satisfagan las necesidades y requerimientos de los clientes y cumplan la normatividad vigente. 68% lo ve muy importante; 28%, importante; y el 4%, poco importante.

Implementar el sistema de información de mercados de acuerdo con las necesidades de información de las sub áreas y los objetivos de la empresa. El 55% lo considera muy importante; 38%, importante; y 7%, poco importante.

Preparar los medios de apoyo a la investigación de acuerdo con plan estratégico. Para el 46% esto es muy importante; el 48% lo encuentra importante; y el 7%, poco importante.

Procesar la información de acuerdo con los manuales de manejo de información. El 50.6%, lo considera muy importante; 38.9%, importante; y el 10.6%, poco importante.

Realizar estudios cuantitativos según un modelo metodológico de investigación. El 51% lo considera muy importante; 40%, importante; y 9%, poco importante.

Desarrollar estudios cualitativos, según modelo metodológico de investigación e instrumentos de recolección. El 49% establece que esto es muy importante; 44%, importante; y el 7%, poco importante.

Diseñar proyectos de investigación de mercados de acuerdo con los objetivos y metas de la investigación. 49% respondió que es muy importante esta competencia, 44% la percibe como importante y el 7%, poco importante.

Diseñar estrategias de comunicación con base en las características del producto o servicio en el mercado. El 59% encuentra muy importante el diseño de estas estrategias; 37%, importante; y 4%, poco importante.

Gestionar las relaciones con los clientes mediante los canales de comunicación establecidos por

la empresa. Para el 67%, esto resulta muy importante; 31%, importante; y el 2%, poco importante.

Analizar las perspectivas que se tienen en las tendencias de las nuevas competencias. El 62% lo considera muy importante; 34%, importante; y 4%, poco importante.

Analizar las características socio demográficas para alcanzar al máximo de los consumidores, conocer su comportamiento de compra y las ventajas que esperan obtener de los productos. El 62% lo considera muy importante; el 32%, importante; y 6%, poco importante.

Delimitar el mercado de la empresa a partir de la necesidad que satisface el producto a un grupo de clientes determinado. El 58% considera muy importante esta delimitación; el 38%, importante; y el 4%, poco importante.

Área de recursos humanos

Generar nómina de salarios y compensaciones de acuerdo con la información registrada, con las normas vigentes y con los medios dispuestos por la organización. El 74% lo encuentra muy importante; el 23%, importante; y el 3%, poco importante.

Elaborar manual de funciones y compensaciones de acuerdo con metodologías organizacionales y normatividad vigente. Para el 65% son muy importantes estos manuales; el 32% los encuentra importantes; y el 3%, poco importantes.

Estructurar cargos y competencias según direccionamientos estratégicos y normatividad vigente. Lo considera muy importante el 67%; importante, el 32%; y poco importante, el 1%.

Coordinar el proceso de evaluación de desempeño de los

trabajadores de acuerdo con los procedimientos de la organización y la normatividad vigente. El 67% lo considera importante; 29%, importante; y poco importante, el 4%.

Facilitar la comparación entre el perfil de exigencias del puesto y el perfil de competencia de las personas y, por tanto, lograr que las predicciones sean más seguras, validas y factibles. El 65% lo ve muy importante; 33%, importante; y el 1%, poco importante.

Administrar el área de recurso humano de acuerdo con el plan estratégico de la empresa y su posicionamiento en el mercado. El 51% ve esto muy importante; el 45%, importante y el 4%, poco importante.

Área de economía y finanzas

Elaborar presupuestos de acuerdo con el plan estratégico de la compañía. El 77% lo considera muy importante; el 21%, importante y el 3%, poco importante.

Evaluar los resultados del negocio, fortaleciendo las estrategias comerciales y la ejecución presupuestal. 60% lo considera muy importante; es importante para el 34%; y 6% lo ve poco importante.

Toma de decisiones de acuerdo con la evaluación de indicadores financieros según los objetivos de la organización. El 71% lo considera muy importante; 27%, importante; y el 2%, poco importante.

Contabilización de los recursos de operación, inversión y financiación de acuerdo con los objetivos de la operación. El 70% lo

considera muy importante; 25%, importante; y el 5%, poco importante.

Preparar y presentar la información contable y financiera, según normas legales, políticas y organizacionales. Para el 72% es muy importante; el 24% lo ve importante, y 4%, poco importante.

Analizar los resultados contables y financieros según los criterios de evaluación establecidos por la organización. El 71% eligió la opción muy importante; 24%, importante; y 5%, poco importante.

Administrar el riesgo de la unidad de negocios de acuerdo con las políticas Institucionales. El 53% lo ve muy importante; 43%, importante; y el 5%, poco importante.

Combinar documentos, habilidades, actitudes y valores que capacitan a una persona titulada, para afrontar con garantías la

resolución de problemas en un contexto académico, profesional y social. El 62% halla esto muy importante; 31%, importante, y el 8%, poco importante.

Área de economía:

Identificar los factores de la oferta y demanda de acuerdo con el entorno y la empresa a nivel local, regional, nacional o internacional. El 73% lo considera muy importante; el 19%, importante; y el 8%, poco importante.

Calcular precios de acuerdo con la estrategia de mercado, teniendo en cuenta la oferta y demanda del entorno. 62% considera muy importante lo anterior; 26%, importante; y 13%, poco importante.

Determinar el punto de equilibrio para operaciones del negocio y analizar su rentabilidad en las unidades estratégicas de

negocios. Esto es muy importante para el 67% de los encuestados; el 23% lo encuentra importante; y el 10%, poco importante.

Interpretar las estadísticas en los estudios de organismos autorizados, en análisis de las variables, para la toma de decisiones. El 64% concibe como muy importante este ítem; 28%, importante; y el 8%, poco importante.

Proyectar mercados de acuerdo con el tipo de producto o servicio y características de los consumidores y usuarios. Muy importante para el 59%; importante, para el 33%; y poco importante, el último 8%.

Evaluar las variaciones del mercado para la toma de decisiones en la planeación estratégica de la organización. El 71% de los encuestados considera muy importante esta competencia; el

24%, importante; y 5%, poco importante.

Tener la capacidad de reunir e interpretar datos relevantes en el área económica para emitir juicios que incluyen una reflexión sobre temas de índole social, científica o ética. El 64% de los encuestados considera importante; el 31%, importante; y el 5%, poco importante.

Es evidente, entonces, para los empresarios, la necesidad de contar con profesionales competentes de la Administración de Empresas en las diferentes áreas de la organización. De modo que, por los resultados vistos, es fundamental propiciar el desarrollo de competencias en los estudiantes de Administración de Empresas.

CONCLUSIONES

Teniendo en cuenta los resultados de esta investigación, hasta el presente 2012 (primer semestre),

no hay definidas titulaciones en la formación de pregrados, específicamente en Administración de Empresas en la universidad en referencia, aunque a través de la resolución 2566 del 2003 están determinadas las áreas de formación, según la proyección del Sistema de Formación para el trabajo-SNFT. Así, la universidad puede organizar titulaciones, teniendo en cuenta la clasificación de ocupaciones, en coherencia con el nivel de competencias sugerida por la Clasificación Nacional de Ocupaciones-CNO, (2011), a nivel superior, en un periodo de 3 a 6 años. Para su desempeño, el profesional de la administración de empresas requiere toma de decisión y solución de problemas complejos, investigación, tecnología, y un nuevo conocimiento, tanto teórico como práctico. Según el informe del Observatorio Laboral, en mayo 31

de 2012, tiene 2498 NCL, 655 titulaciones y 361.874 personas certificadas.

Tomando como referente las estadísticas anteriores, se puede considerar que no existe titulación en Administración de Empresas que involucre las competencias exigidas por el entorno y de acuerdo con los estudios de pertinencia requeridos por el crecimiento industrial y comercial de Barranquilla y el Caribe colombiano (con el TLC, la innovación, tecnología, las nuevas zonas francas, nuevos productos, competidores, acompañada de las variables políticas, economías, gobierno y la regulación del mercado), tal como afirma Porter en su estrategia de las cinco fuerzas.

Desde la mirada de la certificación de competencias como requerimiento a los procesos de

calidad en las organizaciones, en esta investigación, los autores afirmamos que, en el caso específico del programa de Administración de Empresas en la IES, apenas inicia el proceso con la conectividad de los ciclos propedéuticos, siguiendo la ruta de los niveles de formación: Técnica, Tecnológica y Profesional, para enlazarlo con los niveles de competencias. Estos últimos incluyen: el nivel 1, que implica esfuerzo y trabajo físico; el nivel 2, situación donde requiere instrucción; el nivel 3, trabajos complejos; y el nivel 4, toma de decisión y solución de problemas.

En esta propuesta, se toma la ruta de los niveles de formación y niveles de competencias para llegar a la certificación de las capacidades y habilidades del administrador de empresas en el desempeño

profesional. Lógicamente, esto no implica prácticas, sino experiencia en las competencias profesionales. Porque si la formación es por competencias, el recurso humano que hace parte de la oferta del servicio educativo superior debe ser competente, no solo en estudios, sino también en competencias profesionales. Este tipo de organización, que incluye la formación y la certificación, normalmente están divorciados cuando se pueden integrar.

Según Moncada Cerón (2011), este modelo se ajusta a las exigencias del mundo globalizado, pues, un profesional en Administración de Empresas, certificado en competencias profesionales, es el pasaporte para el mercado laboral internacional, ya que es reconocido por la OIT, organización de la cual parte la iniciativa de la formación

por competencias en la educación superior, a través de créditos, la investigación y la internacionalización. Por lo tanto, las empresas juegan un papel muy importante en la formación por competencias.

Por todo lo dicho, el programa de Administración de Empresas objeto de nuestra investigación debe aplicar una titulación técnica o tecnológica con el propósito de asegurar un mercado para la formación profesional en Administración de Empresas, como parte de estrategia de marketing (Lambin, 1995), y apoyarse en el marco legal, Ley 749 de 2002 relacionada con los niveles de formación y ciclos propedéuticos, para la homologación de competencias, así como validar los créditos para ingresar en la formación profesional de

Administración de Empresas. Así logrará un liderazgo académico y competitividad académica en el mercado regional y nacional.

Tobón (2006) afirma que las competencias en los programas de IES no son un fenómeno asumido en el concepto de política de educación, aun cuando esto debiera derivarse del Proyecto Tuning de la Unión Europea, enfocado por el Proyecto Tuning de Colombia, Citado por M. Maldonado (2006) con el fin de tomar conciencia de riesgos y vacíos, como también de articular el sector productivo con la educación superior, el reconocimiento de alta calidad y la pertinencia de la región Caribe.

REFERENCIAS

Barney (1991), Firm Resources and Sustained Competitive

Advantage, Journal of Management, Pp. 17, 99-120

Benavides Espínola, O.(2002) Competencias y competitividad. Diseño para organizaciones latinoamericanas. Bogotá: Mc Graw Hill

Blanco, A. & Solorzano. (2011). Formulación de estrategias de crecimiento, desarrollo y creación de valor, pp. 9-22

Braslavsky, C. & Acosta, F. (2006). Formación en Competencias para la gestión de la política educativa: Un desafío para la Educación Superior. *Revista Electrónica Iberoamericana sobre la calidad, Eficiencia, Vol. 4., No. 2, pp. 27-42.* Disponible en:

- <http://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=1984520>
- Castillo Ariza, J. (2009). Ventaja competitiva en nivel académico. En: *Agenda de competitividad del Atlántico 1*.
- Cinterfor, oficinas de OIT(1998). Oficina de la OIT, en la formación de competencias. CNO, Clasificación Nacional de Ocupaciones. (2011). Consultado en junio del 2012, disponible en: http://www.ine.es/daco/daco42/clasificaciones/cno11_notas.pdf 5
- Hernández Sampieri, R. (2010), Metodología de la investigación, Editorial McGraw Hill México, Pp. 7
- Gil Cubillos, C. (2010).Comunicadores corporativos: desafíos de una formación profesional por competencias en la era global. *Centro de Estudios en Diseño y Comunicación*, pp. 49-59. Recuperado el 01 de junio de 2012 en: <http://www.scielo.org.ar/pdf/ccedce/n33/n33a05.pdf>
- Lambí, J. (1995). *Marketing estratégico*. Tercera edición. McGraw-Hill. Pp. 336-339
- Ley 749. Niveles de educación, Ministerio de Educación, Colombia, 2002.
- Malagón Plata, Luis A. (2007).*Currículo y pertinencia en la educación superior*. Bogotá: Cooperativa Editorial Magisterio. Pp.19-50.
- Maldonado, M. (2006). *Competencias métodos y genealogía, pedagogía y*

- didáctica de trabajo*. Bogotá: Eco Ediciones. Pp. 159-245
- Mendoza Guerra, J. (2011), *Decisiones Estrategias* primera edición, editorial Uninorte, Barranquilla.
- Moncada Cerón, J., (2011), *Modelo de Educación Basado En Competencias*, México, Editorial Tirillas, Pp. 15-203
- .Observatorio Laboral, Organismo gubernamental, donde se consultan las NCL, mayo del 2012.
- Palmer, L. & Montaña – Palou, (2009), *Modelo de un estudio comparativo entre las laponion de empleadores y académicos, relacionado con competencias Genéricas*, Vol. 21. No. 3, pp.433-438, Universidad Oviedo, España
- Porter, M. (1987). *Ventaja competitiva*. México: Editorial Continental. Pp. 35-76
- Porter, M. (2003). *Ser competitivo*. México: Editorial Deusto. Pp. 26
- Proyecto UEALC 6x4, Unión Europea, América Latina y el Caribe, (2002), *Propuestas y Acciones universitarias para la transformación de la Educación Superior*, México-Colombia, Edición, Aseguramiento de la calidad, en *Educación y Trabajo C:S*
- Proyecto Tuning Colombia, citado por M. Maldonado, en *Competencias, Método, y Genealogía*, Pp. 215 - 223
- Rueda, N., & Zapata, L. (2010). *Competencias complejas*

para la gestión de los procesos sustantivos en las Instituciones de educación Superior, Medellín Pp. 35-77

Pensamiento complejo, diseño curricular y didáctico. Segunda edición. Bogotá: Ecoe Ediciones.

Resolución 2767, del 2003, del Ministerio de Educación Nacional, características específicas de calidad en el Programa de Administración de Empresas

UNESCO, (1998), conferencia mundial sobre educación superior, en el siglo XXI, Paris, Pp.. 2

Sierra Romero, G. (2009). *La empresa familiar en el Caribe colombiano. Sustantivos en las instituciones de educación superior, un sistema para determinarlas.* Tesis Doctoral. Medellín.

UNESCO. (1996). *Documento para educación. Informe Delors, diseñado por la comisión internacional relacionada con la evaluación de competencias.*

Tobón, S. (2006) *Competencias en la educación superior, Políticas hacia la Calidad.* Bogotá: Ecoe Ediciones

Verdejo, P. (2008), *Modelo MECO, Modelo para la Educación y Evaluación por Competencias,* México, Pp. 1-42

Walton, M. (2004). *El Método Deming.* Bogotá: Editorial Norma. PP 11-19

Tobón, S. (2009). *Formación basada en competencias.*