

La gestión de la competitividad en las universidades. Análisis de su marco conceptual / Managing competitiveness in universities. Analysis of the conceptual framework

Bonifacio Mavungo Simba-Puati. bonifacio10puati@hotmail.com

Institución del autor

Universidad “Agustino Neto” de Angola

PAÍS: República de Angola

RESUMEN

El presente artículo plantea algunas reflexiones teóricas que sustentan la gestión de la competitividad de las entidades universitarias. Estas reflexiones se proponen debido a las insuficiencias que actualmente están presentes desde su concepción, como una necesidad dentro del contexto de la globalización neoliberal y la internacionalización de la Educación Superior, lo que se relaciona con el tratamiento teórico y metodológico, para el desarrollo de dicho proceso de manera sistemática y continua.

PALABRAS CLAVE: GESTIÓN; COMPETITIVIDAD; CALIDAD; INNOVACIÓN; IMAGEN; LIDERAZGO.

ABSTRACT

This article presents some theoretical considerations that support the management of competitiveness of university institutions. These reflections are proposed due to the inadequacies that are currently present from conception, as a necessity in the context of neoliberal globalization and internationalization of higher education, which is related to the theoretical and methodological approach for the development of the process systematically and continuously.

KEY WORDS: MANAGEMENT; COMPETITIVENESS; QUALITY; INNOVATION; IMAGE; LEADERSHIP.

INTRODUCCIÓN

Los cambios económicos y la dinámica del desarrollo en el campo científico – técnico han demandado el perfeccionamiento continuo de la educación superior angolana, de modo tal que la formación profesional en sus distintas modalidades satisfaga las nuevas exigencias de la sociedad. Como parte de este proceso se han trazado estrategias para elevar la calidad de los procesos universitarios, para lo que se hace

necesario elevar la competitividad de estas instituciones sobre la base de una mayor toma de conciencia de la importancia fundamental que este tipo de educación reviste para el desarrollo sociocultural y económico y para la construcción del futuro, de cara al cual las nuevas generaciones deberán estar preparadas con nuevas competencias y nuevos conocimientos e ideales.

En consecuencia, la universidad actual ya no puede limitarse a formar, investigar y a ser una fuente de desarrollo y de transmisión cultural, sino que además es un agente responsable del progreso económico y social. En este entorno, estas instituciones se han convertido en un participante imprescindible en los sistemas nacionales de innovación, desempeñando un papel relevante a la hora de originar y promocionar la difusión de conocimientos, habilidades, valores de la sociedad y las nuevas tecnologías. Por tanto, se hace necesario la organización de un proceso de gestión universitaria, que conscientemente dirigido, propicie la competitividad orientada a alcanzar este propósito.

El presente artículo persigue como objetivo: reflexionar desde el punto de vista teórico acerca de la concepción de la gestión de la competitividad de las universidades, de forma tal que contribuya al mejoramiento de este proceso de manera sistemática y continua.

MATERIALES Y MÉTODOS

Durante la investigación se emplearon métodos de nivel teórico como análisis y síntesis e inducción–deducción, los cuales permitieron el análisis crítico y la toma de posiciones teóricas que permitan desde la gestión, comprender, explicar e interpretar este proceso de manera continua y sistemática. Además, el análisis documental como método empírico, que permitieron de conjunto la elaboración de las reflexiones teóricas que se proponen respecto a la relación de la gestión con la competitividad como una vía para alcanzar un estadio superior de las universidades en el contexto actual.

RESULTADOS DEL TRABAJO

En la actualidad, en la literatura relativa al desempeño organizacional existen tres términos que se utilizan indistintamente, ellos son: administración, dirección y gestión. En esta investigación, a partir del análisis de los conceptos antes citados a partir de la revisión bibliográfica posibilitó consultar algunos autores que han realizado valiosos aportes al estudio de estas categorías, entre los que destacan: Albright (1990); Mora (1990); Monks (1994); Reyes (2006); Respeto (2004); Pérez (2007), entre otros. Estos autores hacen referencia al tratamiento dado a los términos gestión, dirección o

administración, en tal sentido se considera que entre los términos (administración, dirección o gestión) o el vocablo original en inglés management; no se aprecian diferencias significativas en su esencia y contenido, utilizándose indistintamente, existiendo en los últimos tiempos una tendencia al uso del término gestión.

La gestión es vista como el proceso de cambio y la administración como una función de mantenimiento. La gestión, connota tanto las acciones de planificar, como las de administrar, entendida esta última como la ejecución de las instrucciones del plan elaborado. Por esta razón, el concepto de gestión evoca procesos dinámicos, frente al estatismo que se le atribuye al concepto de aseguramiento de la calidad de los procesos en las organizaciones.

Desde este punto de vista, el término gestión comprende el conjunto de acciones integradas para el logro de un objetivo a cierto plazo. Por tanto la gestión es un eslabón intermedio entre la planificación y los objetivos concretos que se pretenden alcanzar, comprende los procesos de planeamiento, conducción, seguimiento y evaluación de un conjunto de decisiones y acciones, con el objeto de buscar la solución de distintos problemas y al mismo tiempo para lograr determinados objetivos de una organización social o del individuo.

Se asume por parte de los autores que la gestión es un concepto independiente y más abarcador, viéndola como la acción de manejar recursos y orientarlos al logro de objetivos; algo así como el balance entre la eficiencia y la eficacia defendiendo el papel importante del liderazgo en la gestión de cualquier actividad, imputándole el atributo de negociador de nuevos valores y significados, de nuevas motivaciones y expectativas en los trabajadores, a partir del conocimiento, las habilidades, las tendencias tecnológicas y la forma de cómo estructurar los procedimientos internos.

El estudio de la gestión permitió observar que este es un proceso consistente en Planificar, Hacer, Verificar, Actuar en correspondencia con las acciones en las organizaciones, en función del cumplimiento de los objetivos a partir del conocimiento de las habilidades de los trabajadores, las tendencias tecnológicas, la información y la forma de cómo estructurar los procedimientos internos a través del desarrollo de sus procesos.

En la actualidad existe una tendencia a extrapolar fundamentos de la gestión empresarial al plano educativo, en este sentido se considera que la gestión en las universidades tiene su propio sistema de conocimientos y práctica social, históricamente construidas en función de la esencia de los procesos universitarios, corroborando que en el campo académico existen dos posiciones fundamentales al respecto, una, tomar directamente de la gestión empresarial y aplicarla al campo universitario, y otra, la cual se considera es más acertada, de que la gestión

universitaria aunque tiene su origen en la teoría de la gestión empresarial, tiene su especificidad partiendo de la naturaleza de sus procesos.

La gestión educativa y en particular de la Educación Superior como disciplina es relativamente joven, su surgimiento estuvo condicionado por:

- El vínculo cada vez más estrecho entre los productos de la educación superior y el desarrollo económico y social de cada país, lo que ha implicado la necesidad de trabajar con un alto nivel de orientación a metas específicas tanto en la docencia, como en la investigación,
- El incremento de la dinámica de cambio del entorno social, que ha requerido una mayor agilidad en la toma de decisiones,
- La necesidad de una mayor direccionalidad académica para el cumplimiento de las metas y la coordinación del trabajo en equipo.

Todos estos factores hacen que aparezca en los últimos años la concepción de la gestión universitaria, como concepción sistematizadora e integradora de toda la universidad a su entorno.

Según Fuentes (2003), es posible definir la especificidad de la gestión de la Educación Superior como campo teórico y praxiológico en función de la peculiar naturaleza de la Educación Superior como práctica política y cultural comprometida con la promoción y formación de los valores profesionales y sociales que orientan el pleno ejercicio de los hombre en el seno de la sociedad, lo cual es consecuente con el ideario marxista y martiano, al decir la universidad se realiza para sí, en cuanto se realiza para la sociedad, lo que es expresión de la pertinencia e impacto de la universidad en la sociedad.

Desde esta perspectiva la gestión de las universidades a partir de la integración de sus procesos se valorará según la pertinencia, el impacto y la optimización de su gestión para satisfacer las necesidades sociales e individuales, con lo que se da respuesta a las expectativas de la sociedad en su conjunto y de los sujetos en lo singular.

La gestión de las instituciones universitarias constituye por tanto, una responsabilidad social de primer orden y puede reforzarse de manera significativa a través del diálogo con todos los que participan en ella, y en particular con los profesores y estudiantes.

De esta forma la gestión universitaria no puede enmarcarse solamente en la gestión administrativa que puedan desarrollar los directivos de la Institución, se debe considerar más abarcadora, que considere el conjunto de acciones encaminadas a desarrollar o hacer evolucionar una organización a través de un sistema de relaciones de carácter social que se establece entre todos los sujetos implicados, en un clima participativo, para alcanzar los objetivos propuestos.

El autor de la presente investigación considera que son tres elementos claves de la gestión universitaria para que las mismas sean competitivas, estos son la excelencia de los procesos que la integran, la capacidad innovativa y la visión anticipativa.

1) **La excelencia de los procesos** es la base mínima de partida para competir, sin ella, la organización no tiene perspectivas de futuro. La gestión de excelencia debe orientarse a alcanzar la calidad total que involucra calidad humana y calidad de procesos. Cuando hablamos de calidad humana, hablamos de desarrollo personal, autoestima, visión personal y profesionalismo. Al referirse a la calidad de procesos, se hace referencia al mejoramiento continuo, control estadístico y de un aspecto fundamental del elemento humano, que es la participación.

Al tratar de definir calidad en la universidad, ésta se asocia con la reputación institucional que se tiene, a la disposición de los recursos académicos o financieros adecuados, a los resultados obtenidos, al valor intrínseco de los contenidos académicos, o por la apreciación del valor agregado que la institución brinda.

“Una organización se considera competitiva si tiene éxito a través de la satisfacción del cliente. Se basa en la participación activa de todos los miembros de la organización para la mejora sostenida de productos, servicios y cultura en la cual laboran.” Reyes y Del Valle (2012).

Desde la óptica de estos autores, se identifica la calidad en la educación superior con la mayor o menor satisfacción por parte de una institución o programa, de los estándares fijados por las asociaciones profesionales, por las agencias de acreditación, o de manera más simple por la satisfacción manifiesta de los empleadores.

Por tanto, se hace necesario internalizar que la calidad en la educación superior, implica la integración de todos los actores de la institución, involucrar los factores que conforman el sistema educativo y su interacción con el entorno social, económico, cultural y político.

El aseguramiento de la calidad en las universidades, debe convertirse en una estrategia de gestión y mejora como forma de respuesta a la necesidad de estudios con pertinencia sobre la realidad circundante, que coadyuve a enfrentar las realidades socialmente construidas y promueva el cambio en los planes de estudio, en la investigación, en la formación del personal y en la infraestructura. Se debe lograr una eficaz gestión de los recursos y capacidades de las universidades, que le permitan ser competitiva a nivel nacional e internacional.

Desde esta perspectiva, la calidad en la educación superior, es asumida multidimensional, que implica, además de la integración de todos los actores de la institución, involucrar los factores que conforman el sistema educativo y su interacción

con el entorno social, económico, cultural y político. Así la enseñanza, la investigación, el personal, los programas de aprendizaje y la infraestructura son elementos que deben ser considerados al elaborar programas, políticas y estrategias dirigidas a elevar la calidad de estas instituciones.

2) **La capacidad innovativa** que se orienta en la creación y mejoramiento permanente de productos y servicios existe un elemento fundamental y es que para poder crear nuevos productos y servicios hay que conocer las necesidades del cliente. La innovación nos debe llevar a asumir el rol de líderes, tanto en el ámbito individual como en el organizacional, en tanto crea un patrón cultural compartido por la mayoría de los miembros de la organización.

Desde esta perspectiva las nuevas tendencias internacionales de los países pertenecientes a la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económicos (OCDE) muestran que la Universidad ya no puede limitarse a formar, investigar y a ser una fuente de desarrollo y de transmisión cultural, sino que además es un agente responsable del progreso económico y social del área geográfica en la que se encuentra inmersa.

Desde esta perspectiva, Reyes y Del Valle (2012), comparten el criterio de que: “Hoy día la innovación es la respuesta de las exigencias de los mercados, por lo que crear representa un arte de gran valor para las empresas y, por ende, todo el personal que las constituya debe poseer como mínimo características comunes, creativas liderizando a los equipos de trabajo como gerentes, denominándose éstos en el campo educativo: docentes.”

Ser competitivo requiere valerse de poderosas estrategias que perduren un período prudencial en los mercados y permita crear una nueva y mejor idea, antes que la competencia ya que de lo contrario se perderá el terreno de operación; de allí que la demanda más importante de una entidad económica en estos momentos son los directivos capaces de forjar una idea impactante para elevar y mantener los niveles de competitividad; además de que sean capaces de dirigir creativamente al personal y a las funciones hacia una innovación mantenida.

3) **La visión anticipativa:** desde esta perspectiva el autor considera a la organización como proactiva. La organización proactiva es la que no espera que ocurran las cosas para responder, sino que permanentemente está identificando los elementos que la van a llevar a ser competitiva en el futuro, adelantándose a los acontecimientos o forzando situaciones para que lo que ocurra en el futuro le favorezca, lo que convierte este aspecto en un elemento determinante del proceso de gestión de la organización. La anticipación sugiere ejercer acciones a priori, ya que el proceso de anticipar no es pasivo, se actúa para acelerar lo deseable o impedir lo indeseable.

Desde esta posición, es un elemento esencial a utilizar para generar acciones anticipadas, debido a que de alguna manera se hace necesario sentir la necesidad de hacer algo y estar preparados para ello, en tanto si las organizaciones no son capaces de estar siempre un paso adelante de la competencia se corre el riesgo de desaparecer del mercado, por esta razón las universidades que pretendan ser competitivas tienen que ser líderes en relación con los distintos procesos y para poder ser líderes ineludiblemente hay que estar permanentemente preparándose para asumir ese liderazgo.

En la medida que la competitividad sea un elemento fundamental en el éxito de toda organización en la Educación Superior, los líderes harán más esfuerzos para alcanzar altos niveles de eficiencia de los procesos universitarios, lo que en la actualidad están causando un gran impacto en la cultura organizacional.

Por ello, el logro y la permanencia en el tiempo de la universidad, se consolidará, siempre y cuando, se establezca, instrumente y se desarrolle una sólida cultura organizacional, entendida como un sistema de valores internos a la institución, sustentada en la historia, en su misión creadora, crítica y transformadora, apoyándose en las estrategias planificadas para la conquista de los objetivos propuestos de carácter académico-administrativo, los que deben estar relacionados no sólo con la docencia, la investigación y la extensión, sino también con la sociedad.

La integración de los elementos antes analizados en función de una gestión encaminada a favorecer la competitividad de las instituciones de la Educación Superior, conllevan a la necesidad de proyectar la imagen del cambio.

El cambio no se puede quedar adentro, ese cambio, esa imagen que hay que proyectar, debe ser expresado debido a las expectativas del cliente de los servicios universitarios; si no se es capaz de hacerle ver, que se trabaja para superar sus expectativas, el cliente simplemente nos deja. Por todo esto no solo hay que cambiar sino también proyectar una imagen que desde la competitividad evidencie el cambio de la organización.

La imagen de las universidades en el contexto internacional actual, es abordada recientemente en torno a estudios de marketing, es decir de venta de la imagen de la universidad con fines de competitividad, por tanto la imagen se considera como portadora de significado por tanto, es una representación internalizada del medio por parte del individuo, se trata básicamente de comprender, aprehender, organizar, dar valor y significado al entorno, creando una representación de la realidad.

Es por ello que la competitividad de una universidad pasa directamente por la creación de una imagen de competitividad, de internacionalización; la imagen construida busca legitimarse para que efectivamente, ella termine por transformarse en realidad, lo que

se constata con la capacidad de las representaciones de la organización de influir en las prácticas sociales y en el ideario colectivo; este proceso va acompañado de la construcción de hábiles estrategias comunicativas.

Trabajar dentro del marco de buenas comunicaciones le permite a las organizaciones, establecer las relaciones requeridas con el entorno (clientes, proveedores, competidores) e identificar amenazas y oportunidades para el diseño de estrategias que promuevan su desarrollo; integrar a sus miembros, conciliar intereses; desarrollar conocimientos, extender el pensamiento en tiempo y espacio; dirigir la información, estimular y motivar la conducta hacia objetivos específicos; fomentar la colaboración, el compromiso y el mejor desempeño.

Por esta razón, un líder debe a través de la comunicación debe ser capaz de lograr transmitir en forma rápida y sencilla la imagen de su universidad, a partir de identificar sus elementos resaltantes y creando una imagen capaz de transmitirlos aun cuando existan otros elementos que no posea la organización, es tomar conciencia no solo de lo que se está haciendo, sino de lo que se proyecta con lo que hacemos a fin de garantizar no solo la supervivencia de la organización, sino del nivel de competitividad.

CONCLUSIONES

- Es perceptible la imperiosa necesidad de desarrollar organizaciones universitarias que incentiven la calidad educativa y la competitividad como un medio de generar ciudadanos que puedan aportar en el sector real, así como en las labores de la sociedad ideas, labores e innovación que den un aporte significativo surgido del propio desempeño de la función educativa de las instituciones que tienen ese objetivo.
- La calidad y la competitividad en los procesos en las universidades redundará en la generación resultados de la educación superior que posibilitará la eficacia como sentido de logro y superación, así como de eficiencia como elemento de logro competitivo en términos de la persona, en términos de las instituciones, y sobre todo en términos de la sociedad misma.
- La gestión de la competitividad en el contexto actual se proyecta como una necesidad en función de en incremento paulatino de la calidad de los procesos sustantivos de la educación superior.

BIBLIOGRAFÍA

- Albright, A. (1990). 101 errores más comunes de los gerentes. México, D. F. : Ediciones PHH PRENTICE HALL.
- Ayala del Rey, M. V. (2012). El papel de la Educación Superior en el contexto de los documentos CONPES relacionados con la competitividad y productividad de Colombia y el nuevo plan de desarrollo. *Revista de la Educación Superior*, 115-136.
- Clemenza, C., Ferrer, J., Pelekais, C. (2005). La calidad como elemento competitivo en las Universidades. *Revista de Artes y Humanidades UNICA*, 55-83.
- Dubs de Moya, R. (2000). La formación del docente de una Educación Técnica Competitiva. Sapiens. Material impreso.
- Fernández, A. (2010). Los problemas del concepto de competitividad (II). Disponible en: <http://www.sintetia.com/analisis/los-problemas-del-concepto-de-competitividad-ii>. [consultado 3/11/14].
- Fuentes, Homero (2003). Las competencias profesionales como configuración didáctica, expresión de las cualidades de los profesionales. Santiago de Cuba : CEES “Manuel F. Gran”.
- Mora, Julia (1990). Transformación y gestión curricular. Seminario Taller Evaluación y Gestión Curricular. Medellín : Universidad de Antioquia. Material impreso.
- Pérez, R. (2000). *Diseño y aplicación de un programa para el mejoramiento continuo de calidad y productividad en los servicios*. XIII Fórum Provincial de Ciencia y Técnica : Holguín. Ponencia relevante
- Porter, Michael (1991). La ventaja competitiva de las naciones. Madrid : Plaza y Janes editores.
- Restrepo, G. El Concepto y Alcance de la Gestión Tecnológica. Disponible en: <http://ingenieria.udea.edu.co/producciones/guillermor/>. [consultado 21/10/14].
- Reyes, O. y Valle, C. del. (2012). Pensamiento creativo para la generación de competitividad en las organizaciones educativas. Observatorio Laboral. material impreso. p 79-99.

Síntesis curricular del Autor

MS.c. Bonifacio Mavungo Simba-Puati. bonifacio10puati@hotmail.com

Graduado de licenciatura en construcción civil, master en Conservación de Centros Histórico y Rehabilitación del patrimonio edificado, aspirante a doctor en ciencias económicas realizado por del centro de estudio de Gestión Empresarial de la Universidad de Holguín “Oscar Lucero Moya”, actualmente trabajando como profesor auxiliar en la universidad Agustino Neto de Angola en la Facultad de ingeniería.

Institución del autor

Universidad de Agustino Neto. República de Angola

Fecha de Recepción: 4 de diciembre 2014

Fecha de Aprobación: 10 de enero 2015

Fecha de Publicación: 06 de febrero 2015