



**PUNTO
DE VISTA**

UNIVERSIDAD Y GLOBALIZACIÓN

Retos y oportunidades

JOSÉ LUIS GÓMEZ SOLÍS

Facultad de Ciencias Químicas/Universidad Autónoma de Chihuahua

*Siempre debemos mantener dentro de nosotros la
posibilidad del cambio, nunca debemos ser
prisioneros de las decisiones del pasado.*

Nathaniel BRANDEN



Nos encontramos viviendo una era de constantes cambios, de adelantos tecnológicos, de avances vertiginosos en la ciencia y la tecnología. Podemos ahora disfrutar de una gran variedad de productos que hace poco más de veinte años no nos imaginaríamos que pudiésemos tener: el teléfono celular, el internet, las comunicaciones por vía satélite, los reproductores de DVD y muchas cosas más que el hombre ha llegado a construir en su afán de proporcionar mayores ventajas y comodidades a la humanidad.

Esta era es precisamente la globalización, que desde las últimas dos décadas del siglo xx ha causado un gran impacto en nuestra vida con la invención de la fibra óptica, las pantallas de plasma, la tecnología digital, los nanoconductores, los automóviles más rápidos, una mayor utilización del plástico y la biotecnología; es decir, una compleja interconexión a nivel mundial.

Esto ha permitido que podamos conocer los acontecimientos mundiales en el momento en que están ocurriendo, y así, a través de las telecomunicaciones vía satélite y del cable electrónico y digital, podemos acortar las distancias al lograr una rápida interconexión aún desde un continente a otro.

Para los países en desarrollo y sin duda alguna para los del primer mundo, la globalización representa una oportunidad de fortalecimiento en lo económico y financiero al extender sus fronteras a través de todos los países, así como también para desarrollar una muy amplia posibilidad de crecimiento y superación por medio de la educación a distancia: el “efecto Mac”, como llaman los autores de la obra homónima al impacto que está causando en América Latina y el Caribe el programa instruccional masivo de formación de recursos humanos que se transmite desde San Diego, California, Estados Unidos, por vía satélite, microondas y cable a doce países del continente con un audiencia de más de treinta mil personas.

Para las organizaciones de clase mundial, los cambios han sido de muy diversas y variadas formas, en todas ellas predomina el entendimiento y aprendizaje de nuevos estilos de liderazgo, de adaptación de sistemas informáticos que les dan mayor eficiencia en sus operaciones, de la adopción de nuevas actitudes y valores, de la implementación de sistemas que garanticen la calidad de sus productos y servicios y algunos otros factores necesarios para participar con productividad y competitividad en el contexto global.

Entender esto como necesario será la mejor decisión de las organizaciones para garantizar su supervivencia.

Se debe tomar en cuenta que las nuevas oportunidades que brinda la globalización de los mercados trae nuevos competidores a las puertas de los negocios. Algunas empresas buscan expandir sus mercados y pueden estar muy bien capacitados y financiados en las técnicas de mercadeo global. Sin embargo, la estrategia de “localización global” emplea la táctica de adaptación del producto, precio, posicionamiento y promoción de acuerdo con las necesidades de cada mer-

cado individual; esto eliminó el problema que muchas organizaciones enfrentaron al tratar de estandarizar productos que no eran óptimos para la globalización.

Con el desarrollo comercial del Internet a nivel global, el mundo es ahora un escenario de grandes oportunidades y retos para las instituciones, particularmente las educativas. Las organizaciones están ya tratando de adaptarse a estos cambios, otras comienzan a visualizar no solo los peligros, sino las grandes oportunidades que todo esto les brinda hacia el futuro inmediato y ya están en búsqueda de las fórmulas para aprovecharlas.

Los efectos de la globalización son muchísimos y diversos. Uno de ellos es el impacto de ciertos sucesos que antes se tendía a ignorar. Por ejemplo, un conflicto laboral en Corea afectó las líneas de producción de automóviles y de chips para computadoras en América Latina.

Si un cierto mercado local es difícil de predecir, las dificultades en el mercado mundial se podrían multiplicar por mil.

Las organizaciones interesadas en elevarse a la categoría de clase mundial deben tomar también en cuenta que el estrés de estos cambios tiende a crear efectos negativos en sus estructuras internas de poder. Con el creciente número de nuevas destrezas y habilidades que se hacen necesarias para desarrollar y operar una empresa de clase mundial, se comenzará a dar una mayor importancia a aquellas personas capacitadas en las tecnologías de la informática, en las características del mercado externo que se pretende penetrar y en las relaciones personales con los clientes y proveedores extranjeros.

No obstante las barreras, los temores y los problemas que surjan, no habrá oportunidad de éxito si no se hace algo ya. Si las personas no se convierten en actores de clase mundial, sus competidores sí lo harán, y muy pronto.

No existe una solución al problema de cómo determinar la mejor estrategia para lograr el éxito global. Existen diferencias significativas entre las estrategias óptimas basadas ya sea en el tipo de industria, en los patrones de comportamiento del cliente o en el rol que tiene la empresa dentro de su sector.

A principios de los años ochentas, los gurús de la mercadotecnia comenzaron a sugerir que la clave del éxito empresarial era adoptar un enfoque totalmente global de mercado. Esto significaba que la organización debería estandarizar completamente su estrategia

de comercialización para todos los mercados. El producto no tendría cambios de tamaño, estilo, gusto o empaque. El precio debería ser uniforme en cualquier lugar, no obstante las diferencias en el poder adquisitivo de los consumidores de país a país, los costos tan diferentes de entrega de productos y servicios a los mercados respectivos o la naturaleza del ciclo de vida del producto en esos mercados.

La promoción, los mensajes y estrategias de publicidad y promoción, debería ser la misma en todas partes, no obstante las diferencias en la regulación de la publicidad comercial entre países.

La estrategia de “localización global” emplea la táctica de adaptación del producto, precio, posicionamiento y promoción de acuerdo con las necesidades de cada mercado individual; esto eliminó el problema que muchas organizaciones enfrentaron al tratar de estandarizar productos que no eran óptimos para la globalización, es decir, la homogenización del producto y de la mezcla de mercado de tal manera que en la práctica no satisfacía las necesidades de nadie en ningún mercado.

El empresario multicultural

El progreso tecnológico de las décadas recientes ha sacudido al mundo actual con una velocidad y grado de turbulencia y a una escala tal, nunca antes experimentada en la historia humana, que ha llevado a todos a nuevas rutinas de trabajo.

La comprensión de esta nueva realidad a nivel global se ha convertido en algo no solo deseado sino vital para poder convertirse en empresario multicultural. La tensión entre lo local y lo global es ciertamente parte esencial del nuevo orden mundial y no siempre genera beneficios para todos los involucrados.

La creación de nuevos conocimientos y la transferencia eficiente de información son el corazón de este conflicto entre aquellas naciones que son “rápidas” tecnológicamente y las que son “lentas”. Las naciones rápidas tienen la infraestructura educativa necesaria para mantenerse actualizadas en los últimos conocimientos y para conectarse a la red global de innovación y desarrollo organizacional. Los países lentos están esencialmente desconectados de esta red global y por lo tanto no cuentan con un mecanismo institucional para crear y desarrollar conocimientos. A medida que los lentos tratan de convertirse en rápidos se enfrentan a cuestionamientos de algunas de sus tradiciones más arraigadas.

Las corporaciones globales más efectivas serán aquellas que desarrollen un equilibrio entre estas tres características:

- Su receptividad y habilidad para filtrar los estímulos externos.
- Su flexibilidad y adaptabilidad, es decir, su capacidad para modificar sus actuales prácticas para incorporar nuevas ideas.
- Su identidad cultural.

Es fundamental el hecho de que la identidad cultural de toda organización debe definirse claramente, pues la cultura es en sí misma un mecanismo de transferencia de información. Esta ayuda a definir cómo abordar oportunidades y cuestionamientos e indica ciertos caminos para formular estrategias y lograr respuestas.

El empresario global necesita poseer ciertas actitudes y valores. Debe ser alguien que aprende toda la vida, que exhibe tolerancia por la ambigüedad, que abraza la diversidad, el respeto y cuidado por los individuos, y debe exhibir responsabilidad social, ambiental y global.

La organización virtual

La computación en red, así como la televisión por cable o satélite, ha hecho posible la creación del concepto de la organización virtual. La comunicación global permite ahora transmitir e intercambiar información como si estuvieran bajo el mismo techo. Los enlaces de video interactivo por computadora o por sistemas de videoconferencia de salón han permitido que trabajar con otras personas a distancia sea tan fácil como trabajar con personas sentadas al otro lado del escritorio.

Hoy en día hay que lidiar con la contradicción de que la única constante en el mundo es el cambio. Todo esto implica que no solo están cambiando constantemente los sistemas de cómputo y los medios de telecomunicación, sino que están surgiendo nuevas y novedosas tecnologías.

Un ejemplo de un cambio rápido ha sido la diversificación de los servicios del sistema de telefonía en México. El ISDN (red digital de servicios integrados) ha surgido como el medio estándar para la alta transmisión de datos y para los enlaces interactivos de videoconferencia. Hace que una línea telefónica se convierta en una supercarretera de rápida transferencia de señal, además de cambiar la línea telefónica de analógica a digital, lo que hace posible comprimir datos y transmitir más información con la misma línea.

El ISDN es ya un estándar internacional adoptado por casi todas las empresas de telefonía en el mundo. Quizá la ventaja más importante del servicio ISDN es que aprovecha las líneas de teléfono actuales, por lo que no requiere que se instale una nueva red de cables. Además permite:

- Realizar enlaces de video con computadoras o sistemas de salón.
- Tener acceso más rápido a internet, lo cual es una gran ventaja si se desea utilizar el *World Wide Web*.
- Transferir datos de gráficos tales como planos, dibujos o moldes de tres dimensiones, así como archivos de video y audio, con mayor velocidad y eficiencia.
- Compartir en tiempo real archivos de computadora con otras personas localizadas en otros sitios alrededor del mundo.

Tecnologías modernas de instrucción

El doctor William A. Broderick, reconocido como uno de los líderes profesionales en el campo de la tecnología moderna de instrucción, define este concepto como la aplicación del conocimiento científico sobre el aprendizaje humano a las tareas prácticas de enseñanza y recepción de conocimientos.

En general, un sistema de tecnología instruccional incluye personal, equipo, materiales, instalaciones y procesos.

En cuanto a medios modernos para la producción de los materiales se encuentran los digitales multimedia como los más importantes, ya que permiten al usuario integrar texto y material audiovisual en una sola presentación.

Uno de los grandes retos de manejar un programa permanente de tecnología instruccional es mantenerse al día con las innovaciones tecnológicas.

Bernard J. Dodge, investigador y consultor internacional en tecnología educativa, afirma que quien trabaja con tecnología, particularmente la educativa, vive en una época muy emocionante. La tecnología de comunicaciones permite interconectar a los que aprenden con sus maestros sin importar la distancia. La tecnología de disco compacto hace posible que se pueda llevar una enciclopedia en el bolsillo.

La tecnología sirve como un catalizador convirtiendo el salón de clases convencional en un ambiente de aprendizaje en el cual los alumnos reciben la educación desde cualquier lugar del mundo.

A medida que las computadoras son cada vez más baratas y más potentes, será cada vez más factible que las experiencias de aprendizaje se den más fácilmente y la capacitación se convierta en una actividad constante y permanente en cualquier organización, y que se facilite también para lograrlo en forma personal.

Richard C. Strobbridge, presidente de Tele Images, Inc., empresa de consultoría, producción e integración de sistemas comerciales de video ubicada en San Diego, California, afirma que la implementación de tecnología moderna de instrucción depende en todo caso del cliente y de analizar cómo va a evolucionar el nuevo sistema dentro de la organización. Se debe buscar la integración de los usuarios, los medios de tecnología y los objetivos de capacitación para alcanzar el mejor nivel de desempeño y de efectividad.

Farhad Saba, distinguido académico del departamento de Tecnología Educativa en San Diego State University, afirma que es impresionante el aumento en la utilización de las telecomunicaciones para los ejecutivos, administradores, educadores e instructores, quienes utilizan los sistemas para el entrenamiento corporativo y para reuniones de trabajo. Actualmente 20 millones de personas utilizan Internet para diversos propósitos y su número sigue creciendo diariamente en más de mil personas diarias.

Compitiendo dentro de la supercarretera electrónica

Actualmente existe una integración simultánea de industrias, tecnologías, aplicaciones, y las economías de los países respectivos y socios comerciales; todo esto ocurre dentro de un escenario de tecnologías en expansión.

Las telecomunicaciones en todas sus modalidades han revolucionado, convirtiéndose en un mercado global; esto enmarca lo relacionado a una supercarretera de información a escala internacional al acceso de nuevos mercados.

La adquisición de la información, su movimiento, su captura, su selección, almacenamiento y organización son claves de éxito para el desarrollo comercial. La tendencia actual es hacia la integración total de multimedia.

Es necesario considerar que las organizaciones modernas deben contar con una infraestructura que brinde acceso rápido a la conectividad electrónica con anchuras de banda suficientes.

Los productos y oportunidades de beneficio económico son: almacenamiento de grandes contenidos, comercio electrónico, telemedicina, teletrabajo, video por demanda e instrucción a distancia.

Administración de calidad total

Uno de los líderes en la calidad total, Ishikawa, dice que “la calidad se inicia con la capacitación y termina con la capacitación”.

Se considera que la calidad total es el centro de la ventaja competitiva de las empresas, de la que se obtiene un aumento en las comunicaciones y en el trabajo en equipo, una mejor cultura corporativa y una expansión del mercado, mayor disponibilidad de empleos y un mejor nivel de vida.

La implementación de la calidad total nos permite ser más eficientes, eliminar los desperdicios, no se requieren grandes inventarios y por lo tanto menos capacidad de almacenamiento, con todos los aspectos que implican los riesgos y la inversión en el almacén.

La comunicación organizacional

Patricia J. Geist, investigadora, maestra y consultora en el campo de la comunicación y toma de decisiones en grupo, hace referencia a que el éxito de un equipo de trabajo depende en buena medida de la comunicación.

El trabajo en equipo se sustenta en un sistema de esfuerzo cooperativo, el cual deja de funcionar si no se fomenta la comunicación entre sus integrantes, si no se revisa esta cuando surgen tensiones y si no se adapta a las necesidades de cada situación. Sin una comunicación clara, los integrantes de un equipo tienden a visualizar el propósito colectivo desde su propia perspectiva personal.

Todos los esfuerzos por lograr un objetivo común con resultados de alta calidad pueden ser fácilmente opacados cuando se tienen deficiencias en la comunicación, o bien cuando la información que se maneja es insuficiente, incompleta, inadecuada, tendenciosa o irrelevante.

Oportunidades y retos

El impacto de los medios electrónicos modernos y el concepto de liderazgo y responsabilidad han originado que en las corporaciones se presenten cambios importantes. El reto de liderazgo en los ambientes de trabajo es cada vez mayor. El concepto de responsabilidad está

relacionado a la capacidad para dar cuentas de lo que se hace, o sea responder por lo que se hace.

La globalización, con todo lo que involucra, la explosión de sistemas y bases de datos electrónicos, las nuevas prácticas de trabajo, entre otros factores, son de vital importancia para cualquier corporación. El liderazgo y la responsabilidad son el eje central para el desarrollo organizacional de las mismas.

La responsabilidad de los administradores, líderes y todo el capital humano en la respuesta de trabajo, la participación en los grupos de trabajo, la capacidad de asumir los cambios, la innovación, la capacidad de afrontar las crisis en las instituciones, originan organizaciones capaces de competir con éxito globalmente.

Para competir con éxito en el mercado mundial, toda organización necesita tener una gran productividad y presentar ventajas competitivas que resultan del desempeño eficiente de todos sus integrantes.

El líder de clase mundial debe ser flexible y capaz de adaptarse con rapidez a los cambios, así como anticiparse a ellos.

Para las nuevas generaciones que habitan el planeta, los cambios se han vuelto una forma muy común de vida, es debido a ello que el nivel de adaptación es inmediato, y el aprendizaje de las innovaciones relativamente fácil.

Sin embargo lo más importante se encuentra en la posibilidad cada vez más accesible de llevar el conocimiento a cualquier lugar del mundo y que cualquier persona u organización logre la superación académica y profesional a través de los medios que se encuentran al alcance, ya que anteriormente para poder prepararse en algún campo del conocimiento se tenía que acudir hasta el lugar de la enseñanza, lo que ahora se facilita enormemente y se pueden cursar estudios de capacitación, licenciaturas y aún maestrías a cualquier distancia y sin problemas de horarios preestablecidos.

Para las instituciones educativas es una ventaja enorme lograr las metas de ampliación de la cobertura de sus planes y programas de estudio y que la sociedad pueda aspirar a un mayor nivel de cultura y preparación.

Referencias

- CÁRDENAS, Miguel Ángel: *Principios para un desempeño de clase mundial*, San Diego State University, México, 2006.
- CÁRDENAS, Miguel Ángel; DEL CASTILLO, María Luisa y RUVALCABA, Berta A.: *El efecto Mac*, San Diego State University, México, 2005. ©