Sarah de los Ángeles Rosario Vásquez, 501-17-0867

 **Entrega:** 14 de mayo del 2018

**Atributos de las últimas décadas en el mundo de la empresa y sus justificaciones**

 Como ya es sabido, este siglo XXI, se ha caracterizado por los avances e increíbles aportes de la tecnología, en casi todos los ámbitos de la vida personal, médica, agricultura, comunicación, educación y por supuesto el mundo empresarial en todos sus contextos (político, social, económico y de capacitación continua). En armonía con lo antes expuesto, el vínculo de la administración y la educación, no son la excepción. Cada día, es evidente los cambios de paradigmas, la actualización de prácticas y los atributos que caracterizan las últimas décadas en el mundo empresarial.

 En esta época de la administración estratégica y de competitividad, trae consigo atributos que han caracterizado estas últimas décadas del siglo XXI. Ángeles (2005), afirma que la competitividad está determinada por la productividad, definida como el valor del producto generado. En tal sentido el objetivo principal de la competitividad es crear ventajas comparativas que permitan sostener y mejorar la posición que tenga la empresa en el entorno socioeconómico al que pertenezca y enfatizar en ellas en el momento de crear y ejecutar iniciativas de negocios. La competitividad es parte importante en la toma de decisiones gerenciales en la medida en que se relaciona con la eficiencia y eficacia internas de la organización.

 Es importante destacar que dentro de los atributos que caracterizan este siglo, no tan solo se puede mencionar la globalización que contiene la tecnología, el conocimiento y la creatividad, haciendo posible el emprededurismo (Anotaciones de la clase EDUC 6521 del 07 de mayo del 2018). Sino también, que es evidente que en las últimas décadas de este siglo se ha dado apertura a muchos aspectos que han permitido el éxito empresarial. A continuación, se presentan algunos de los atributos que, según la creadora de este informe considera que caracterizan las empresas en el presente:
1. **La administración crítica.** Respeto a este atributo, me refiero a que en las últimas décadas, las empresas realizan reuniones frecuentes para analizar los aspectos en los cuales deben mejorar. De hecho, en algunas instituciones, han creado oficinas encargadas del análisis y autoevaluación de los servicios que ofrecen. Con esta práctica se permite, que las empresas eleven su calidad. En el inicio de la época de la administración, estas prácticas no eran visibles, así como lo establece la teoría Científica de la administración en 1903, debido a que solo se enfocaban en el cumplimiento de las tareas de los empleadores (Anotaciones de la clase EDUC 6521 del 07 de mayo del 2018).

Es importante destacar el aporte de Rodríguez (2001), con respecto al concepto expuesto anteriormente. La administración autocrítica es el proceso administrativo, que a su vez posee un carácter dinámico e interactivo, a las contradicciones visibles e invisibles que se dan en esa interacción en las empresas. En donde, al igual que como sistematizan los planes en la estructura y el funcionamiento de los servicios, de este mismo modo se deben estructurar la calidad de los servicios. El mismo autor, llevando su concepto a de “administración crítica” a la educación, considera que la administración en estas últimas décadas debe cada cierto tiempo realizar autocríticas para fines inmediatos con respecto a los siguientes aspectos: cómo los objetivos y las actividades que ofrece la institución contribuyen al desarrollo integral del educando y al potencial humano que se encarga de ofrecer los servicios.

 En el mismo orden de ideas, Rodríguez (2001) justifica sus definiciones en las ideas dialógicas que Paulo Freire planteaba para el desarrollo del potencial humano y el aprendizaje. Debido a que en estos últimos tiempos ya no tenemos ciudadanos tan pasivos que responden a una realidad dada. Sino a sujetos protagónicos proactivos, con propósitos claros para la construcción de su realidad, es decir, sujetos que desempeñan un papel creativo y dinámico. Por lo que el poder de la autocrítica y del diálogo son cada vez atributos que caracterizan muchas empresas en el presente.

**2.** **Relación con el personal.** En el mundo de las empresas, se ha visto que estas no solo buscan el logro de los objetivos que se han propuesto alcanzar como institución. Sino que cada vez más, se manifiesta en el clima de las empresas del presente, lograr que el personal que ofrece sus servicios (en especial en las educativas), puedan alcanzar sus metas personales. Mantenerlos motivados, es otra de las claves de esta relación con el personal, para que así pueda existir permanencia en la institución, no solo por necesidad sino porque se siente identificados de formar parte de esa institución. En algunas empresas, se puede notar que dentro de sus alianzas están, la de permitirle a su personal asistir a talleres educativos que ayuden a mejorar las prácticas de la empresa, ayudas económicas para continuar los estudios profesionales, becas para los familiares de los empleados y en el mejor de los casos, les permiten dentro del horario laboral, capacitación presencial y online (realizando carreras online, otra innovación de este milenio). Todas estas capacitaciones, les permiten seguir obteniendo sus metas personales en el ámbito profesional, como por ejemplo: tener conocimientos en cierto tipo de destrezas, conocer otras empresas que poseen objetivos similares para ayudar la empresa donde labora, subir de puestos y por consiguiente que sus ingresos monetarios les permitan mejorar su calidad de vida y la de su familia. Todo esto ha permitido, que las relaciones personales en las empresas de este siglo sean positivas y que, aunque exista competitividad entre los pares, también permeen los aspectos éticos y de cooperación.

Tamayo (2016), plantea que la gente que trabaja en las empresas son personas con todo lo que ello implica, entrando en su atención la ahora conocida como psicología laboral; entendiendo además que esta persona tiene derechos, objetivos y metas personales, que buscan lograrlos dentro de la empresa. Antes se hablaba de los recursos humanos, ahora se habla del departamento de capital humano. Según el mismo autor expuesto anteriormente, en al menos los pasados cincuenta años se pasó de ser un recurso humano, para convertirse en capital humano. Además de esto, en la actualidad se ha venido entendiendo que este capital además de requerir un ingreso monetario necesita ser visto como un ser en todas sus dimensiones (político, social y personal), viéndose que esa responsabilidad social que se consideraba solamente para los accionistas debe ser también para quienes trabajan en ella. Por lo que, las empresas no solamente es una entidad productora de bienes y servicios, sino que debe ser vista más ampliamente, es un centro social en el que acuden las personas y que conviven para realizar actividades para generar un bien o servicio. Pero esa misma empresa es ya una escuela que entrena y capacita a quienes laboran en ella.

3. **Alianzas.** Rodríguez (2001) afirma que, en la escuela del siglo XXI, vista como una empresa, aunque aún le falta mucho para aumentar su calidad, pero han mejorado respecto a las relaciones y alianzas con empresas de intereses semejantes entre sí. Es evidente que, en las últimas décadas, se han creado más alianzas entre las empresas, creando lazos de solidez en el mundo de los negocios. Se ha visualizado un **gran poder de negociación**, en donde muchas empresas hacen alianzas, o compran bienes y servicios dentro de ellas, en forma parcial o total, que permiten el funcionamiento idóneo de las mismas. En relación con esto, se han viabilizado los propósitos organizacionales, el desarrollo, la integración, la reformulación y la transformación de la organización, según las demandas del momento histórico. Operan en relación con el diálogo, con los aspectos que la sociedad necesita preservar, integrar o reformular y transformar para la finalidad última de un estado de libertad, democracia, justicia social y paz (Rodríguez ,2001). Muchas empresas se unen, para recibir retrocomunicación entre gerentes y así mejorar sus servicios a nivel del personal que labora en la institución y de nuevas ideas para los ofrecimientos de los productos (no solo de algún objeto a la venta, sino también la calidad de la enseñanza que los padres y las madres buscan para ellos mismos y sus hijos e hijas).

 3.1 **La producción cultural.** Rifkin (2000), hace un análisis magistral, respectos a la forma en que se deben hacer las alianzas, en miras a una producción cultural. El autor habla de que se comienza a eclipsar la producción física en el comercio y el intercambio mundial. Las compañías mediáticas multinacionales utilizan la nueva revolución digital que se produce en las comunicaciones para conectar el mundo, donde se mercantiliza en forma de experiencias culturales preparadas para sus clientes, espectáculos comerciales de masas y entretenimiento u ocio personalizado. “La absorción de la esfera cultural por parte de la esfera comercial apunta a un cambio fundamental en las relaciones humanas con consecuencias preocupantes para el futuro de la sociedad” (Rifkin, 2000, p. 9).

 En ese mismo orden de ideas, las instituciones educativas han buscado cada día unir sus fuerzas en alianzas culturales, realizando intercambios estudiantiles, ofreciendo becas a sus estudiantes para que se dirijan a sus países a recibir conocimientos, que podrán ser de mucha utilidad a ambos países y también dentro de los currículos de las carreras universitarias y secundarias en los países aliados, incluyen clases de simulación que les permite tener integración de forma natural a otras culturas. Con respecto a las becas estudiantiles y ese intercambio cultural, recibe beneficios el país (si el estudiante cumple de forma ética su contrato) de origen del becario por los conocimientos adquiridos que se retribuirán en su pueblo. De igual forma al estudiante ir a otra nación a estudiar, enriquece a sus compañeros y docentes con una nueva cultura, experiencias y formas de ver el mundo a partir de sus trasfondos.

4. **Proteicos**. Rifkin (2000) cita lo siguiente “Las personas del siglo XXI se perciben a sí mismas tanto como nodos insertos en una red de intereses compartidos como agentes autónomos en un mundo darwiniano de supervivencia competitiva”. Rifkin, afirma unas palabras que en el tiempo que las escribió se refiere a ellas, como si las estuviera escribiendo en el presente. Aquí él describe netamente, a los alumnos y alumnas que tenemos en nuestros salones de clases: ciudadanos en el mundo de la evolución. Sin embargo, en algunos casos tenemos docentes que siguen impartiendo sus clases con los mismos objetivos, planes, estrategias y actividades que construyeron en el pasado.

Dentro de los atributos de las empresas del presente, incluyendo la educativa, la era del acceso también llega con un nuevo tipo de ser humano. Los jóvenes de la nueva generación «proteica» se encuentran muy cómodos dirigiendo negocios y desarrollando su actividad social en los mundos del comercio electrónico y el ciberespacio. Se adaptan con facilidad a los múltiples mundos simulados que configuran la economía cultural. “El suyo es un mundo más teatral que ideológico y más orientado por un ethos del juego que por un ethos del trabajo” (p.9). Usando la idea de Rifkin (20002), sostengo que no es posible que sigamos aceptando tener alumnos/as conectados y maestros/as desconectados del mundo de la tecnología, las técnicas de enseñanza y las necesidades de aprendizaje de nuestros estudiantes.

Para ellos el acceso y la libertad financiera es una forma de vida. En relación con esto, aunque la propiedad y la teoría a la cual los docentes nos hemos encasillados es también importante, aún lo es más estar conectados a la economía de mercado, sustentada en la propiedad, están dejando paso a otros medios de percibir la realidad más interdependientes y vinculados; más cooperativos que competitivos y más relacionados con las nociones de sistema y con la construcción del consenso (Rifkin, 2000).

En conclusión, las razones sociales, políticas y económicas que propician estos atributos expuestos anteriormente es que, muchas empresas persiguen que sus empleados entiendan la importancia de la autocrítica, para el mejoramiento de los servicios y la calidad. A su vez la sociedad se beneficia de tener empresas sólidas en sus municipios, ciudades, países y las alianzas que pudiese haber entre estos. El hecho de que existan alianzas y que se produzcan empresas que tengan el poder de la negociación, permiten que se cumplan aspectos de normativas y políticas que se deben seguir al formar alianzas y van en rumbo positivo a alcanzar el éxito económico que se desea. Es evidente, que al poseer lo expuesto anteriormente se obtengan empresas que financieramente hablando sean también exitosas. Cada día la educación es más criticada, atacada y la sociedad es más exigente con los currículos escolares, estándares, actividades extracurriculares, alineación entre los objetivos, las clases y la realidad. Es inminentemente necesario que los países, ansíen tener personas que posean competencias, atributos, destrezas, valores éticos y morales que vayan en consonancia con las exigencias, necesidades y transformaciones del mundo, tanto a nivel del uso de las tecnologías más vanguardistas como el manejo del capital humano a nivel empresarial.

**Referencias**

Ángeles, M. (2005). *Administración estratégica como la base de la calidad del*

*desarrollo empresarial* [Monografía]. Recuperado de https://www.uaeh.edu.mx/docencia/Tesis/icbi/licenciatura/documentos/Administracion%20estrategica.pdf

Rifkin, J. (2000). *La era del acceso La revolución de la nueva economía*.

Recuperado de https://docs.google.com/viewer?a=v&pid=sites&srcid=ZGVmYXVsdGRvbWFpbnxwdW50b3BoaXxneDozZjU4MDQwM2U2MTk3ZTI2

Rodríguez, J.M. (2001). La estructura de la administración crítica: una

interpretación dialéctica. San Juan: Edición del autor. Recuperado de http://www.josemiguelrodriguezmatos.net/educacion/administracion-critica/la-administracion-critica-como-una-filosofia-de-la-praxis-y-la-ciencia

# Tamayo, A. (01 de julio de 2016*). La empresa del siglo XXI*. El financiero.

# Recuperado de http://www.elfinanciero.com.mx/monterrey/la-empresa-del-siglo-xxi