

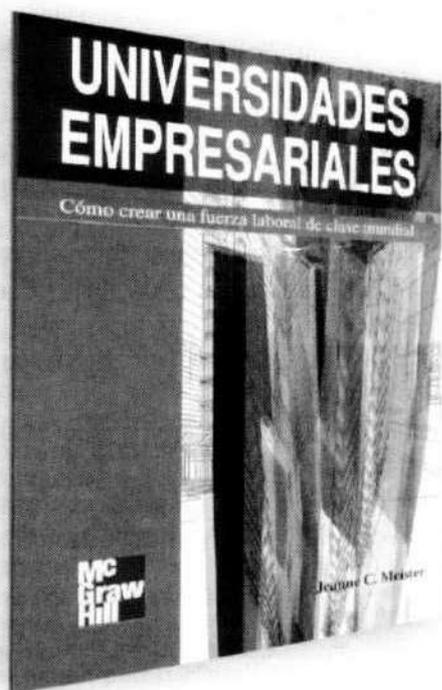
A propósito de la reseña del libro

Universidades Empresariales

Cómo crear una fuerza laboral de clase mundial

*Carlos Arturo Gómez Restrepo**

**Autora: Jeanne C. Meister, traducción de María Victoria Mejía Duque,
Editorial McGraw-Hill, 1999, Santafé de Bogotá, 294 pp.**



En momentos de álgidos debates sobre la educación superior en nuestro país, a raíz de la puesta en marcha del Plan de Desarrollo del actual gobierno y del proyecto de reforma a la Ley 30 de 1992 (Ley de la Educación Superior), y específicamente sobre el fundamental papel que debe jugar el Estado en el sostenimiento y desarrollo de la universidad pública y el modelo de educación superior que debe existir dadas nuestras propias especificidades, la actual presidenta de la *Corporate University Xchange Inc.*, firma consultora de educación empresarial, con sede en la ciudad de Nueva York, Jeanne C. Meister, presenta este libro como continuación del trabajo anterior en *Corporate Quality Universities*, efectuando un análisis sobre la forma como 50 empresas utilizan el modelo de universidad empresarial para administrar sus inversiones en la educación de sus empleados.

Partiendo del enorme incremento en el número de estudiantes que fluye a través de las universidades empresariales en los Estados Unidos, que según la encuesta *Corporate University Future Directions*, representa en las cien universidades empresariales encuestadas una comunidad estudiantil casi igual a 125 veces la Universi-

* Profesor asistente, Departamento de Finanzas, Facultad de Ciencias Económicas, Universidad Nacional de Colombia.

dad de Michigan (con base en el total de estudiantes matriculados en 1996: 36.000), la autora presenta el primer capítulo al que ha titulado "Cambios en el lugar de trabajo" en el que plantea mediante la utilización de los casos ocurridos en las empresas Xerox, Chrysler, Chase Manhattan Bank y Epsilon de los Estados Unidos, la necesidad de realizar una transición en las empresas con el fin de acomodarse a las necesidades del siglo XXI.

El surgimiento de mercados globalizados y los cada vez más rápidos cambios tecnológicos llevan al surgimiento de una organización plana y flexible, manejada por un liderazgo inspirador que remplace el anterior modelo autocrático, en la que se sustituya la seguridad laboral por un gran desarrollo personal de los empleados, a través de un cambio de paradigma que deje atrás la labor de las instituciones de educación superior por universidades empresariales y empresas de educación con ánimo de lucro.

La aparición de la economía del conocimiento, agrega la autora, ha hecho imprescindible un cambio del músculo al cerebro en el campo laboral, donde el conocimiento tiene cada vez una vida útil más reducida, inferior a los dos años, lo que conlleva la necesidad de brindar capacitación permanente ya no sólo a los niveles ejecutivos de las organizaciones, que antes eran enviados a las grandes universidades tradicionales y famosas, a obtener títulos de maestría y Ph.D. sino a todos los niveles jerárquicos de empleado, extendiendo esta necesidad a los proveedores de bienes y servicios y a los mismos clientes.

Las organizaciones se convierten en educadores, lo cual no significa un simple cambio de nombre del antiguo departamento de capacitación a un título más pomposo, sino la aparición de verdaderas universidades virtuales, aun con grandes campus como el constituido por el Bank of Montreal, o por la Motorola en Schamburg, Illinois; Phoenix, Arizona; Austin, Texas; Yokohama, Japón; Singapur, Beijing y Tianjin, China, donde la educación a distancia para estudiantes adultos empleados de las empresas, es el común denominador.

A partir de las nuevas aptitudes que deben poseer los empleados de las organizaciones adaptadas a los cambios del nuevo siglo, justifica en surgimiento de estas nuevas universidades empresariales, las cuales han venido desarrollándose de manera vertiginosa durante los últimos cuarenta años, donde ya no asisten a clases participantes individuales, sino equipos de trabajadores que se convierten en comunidad de aprendices y donde la materia prima ya no es un caso de la escuela

de negocios de Harvard, sino un asunto de negocios que el equipo enfrenta en sus trabajos rutinarios. Además los miembros del cuerpo de profesores han sufrido un cambio dramático, del Ph.D. de Harvard a los gerentes de más alto rango que utilizan la 'capacitación' no sólo para enseñar los conceptos que utilizan todos los días en su vida profesional, sino también para modelar estos conceptos para los participantes. Plantea la autora la tesis de que la universidad empresarial debe ser entendida y por tanto gestionada como una unidad de negocios eficiente en costos y en el reporte de utilidades.

Analiza la autora el modelo de funcionamiento de la universidad empresarial, luego de enumerar las diez metas y principios definidos¹:

1. Proporcionar oportunidades de aprendizaje que sirvan de apoyo a los aspectos críticos de los negocios de la organización.
2. Considerar el modelo de universidad empresarial como un proceso, antes que como un lugar de aprendizaje.
3. Diseñar un plan de estudios que contenga las tres C: ciudadanía corporativa, marco de referencia contextual y capacidades medulares².
4. Capacitar la cadena de valor, incluidos clientes, distribuidores, proveedores de producto, así como las universidades que provean los trabajadores del mañana.
5. Cambiar la capacitación dirigida por un instructor a formas múltiples de difusión del aprendizaje.
6. Estimular a los líderes para que se involucren y faciliten el aprendizaje.
7. Cambiar el modelo de asignación presupuestal empresarial por un modelo de 'autofinanciación' por parte de las unidades de negocios.
8. Asumir un enfoque global para desarrollar soluciones de aprendizaje.
9. Crear un sistema de medición para evaluar tanto la producción como los insumos.
10. Utilizar la universidad empresarial para lograr la ventaja competitiva y el ingreso a nuevos mercados.

1. Puede consultarse en la revista *INNOVAR* No. 14, julio – diciembre de 1999, la reseña bibliográfica sobre el libro en mención elaborada por el profesor Carlos Rodríguez R., de la Facultad de Ciencias Económicas.
2. Denominadas tres C por su nombre en inglés: Corporate Citizenship, Contextual Framework y Core Workplace competencies.

Llama especialmente la atención la justificación presentada por Jeanne C. Meister (1998, 33), para la utilización del término 'universidad' en desarrollo del estudio de las diez metas enunciadas anteriormente:

...¿Por qué ser tan osado y denominar 'universidad' lo que acabamos de describir? Las compañías que han agrupado sus programas de aprendizaje y desarrollo en el modelo de universidad empresarial han llegado a la decisión que el enfoque de universidad evoca el tipo de expectativas que armoniza con sus objetivos. Querían contar con un plan estratégico que sistematizara su trabajo de capacitar, centralizara su diseño, desarrollo y administración; aplicara medidas consecuentes; se convirtiera en un 'laboratorio de nuevos productos', experimentando con nuevas formas para que los empleados aprendan y cosechen las eficiencias de costos de un modelo compartido de servicios de difusión de la educación. Lo que es más importante, deseaban que la metáfora de la universidad proporcionara la imagen para el gran intento de la iniciativa: prometer a los participantes y a sus patrocinadores que la universidad empresarial los preparará para el éxito en su trabajo actual y en su futura carrera profesional.

La metáfora de la universidad es fácil de comprender y, de hecho, le da cierto prestigio al trabajo de capacitación empresarial, haciéndolo aparecer atractivo a los ojos de los empleados.

Olvida la autora el acumulado histórico de lo que ha significado la universidad en el desarrollo de la humanidad, por lo que plantea de una manera facilista su utilización como una metáfora que ayudará en su posicionamiento con el objetivo de apropiarse un buen nicho del mercado de la educación pos-secundaria, lo que facilitará la creación de ventajas competitivas empresariales, significándoles rebajas de costos y aumento de sus utilidades.

En este punto se hace imperiosa la necesidad de recordar lo que diversos estudiosos de la universidad, han escrito sobre el tema.

El sacerdote jesuita Alfonso Borrero Cabal³, escribía en 1986 [A], con motivo del Simposio Permanente sobre la universidad:

Etimológicamente «universitas» proviene de «unus» y «varietas» que, conjugados, dan la idea de "unidad en la variedad" o «unidad de la variedad».

Sociológicamente «universitas» significa la unidad en la variedad de personas, con referencia a las gildas y gremios artesanales del medievo y a otros grupos dentro del medio social. Data de 1221 la expresión «universitas magistrorum et scholarium», aplicada a la condensación espontánea de maestros y estudiantes de París. En 1229 aparece esta expresión en un documento oficial: la Bula papal que reconoce la existencia de tal gremio o «universitas».

Con sentido institucional, en 1261 ya se habla de la «Universitas Parisiensis». En un principio, las «universitates» tomaron el nombre de la ciudad en donde condensaban o eran fundadas, pero muy pronto

se originó la costumbre de denominarlas en memoria de sus fundadores, como el «Collegium Carolinum» de Praga (siglo XIV) en homenaje al rey Carlos. En 1413 la institución creada en Aberdeen, se denominó «St. Andrews University».

En sentido jurídico. De usanza medieval fue denominar la «universitas» de maestros y estudiantes con el término «studium» que significa dedicación asidua, consagración. En consecuencia, la entidad universitaria fue un «studium generale» cuando era universal la validez de los títulos que la «universitas» garantizaba o respaldaba, en contraste con el «studium particulare» si los títulos se respaldaban con carácter local o regional solamente.

Sentido científico del término «universitas». Escribe Hastings Rashdall que «la noción de que universidad signifique 'universas facultatum' — una escuela (o institución educativa) en la cual estén representadas todas las facultades o ramas del conocimiento—, desaparecieron desde hace mucho tiempo de las páginas escritas por los historiadores profesionales...». Data pues de fechas posteriores la acepción de «universitas» como unidad en la variedad o de la variedad de las ciencias y dominios del entendimiento humano.

A riesgo de extenderme un poco sobre el particular, creo necesario agregar los comentarios de este mismo autor sobre los términos 'facultad' y 'profesión', lo que nos permitirá entender de una manera más clara los inconvenientes de la utilización del término 'universidad' por parte de la autora.

Las «Facultates».

«Facultas» es poder, autoridad, capacidad, derecho.

En el caso de la «univeritas», «facultas» es significativa del poder, de la autoridad que compete a la ciencia y al saber en cuanto saber y ciencia se dan en los grupos corporativos universitarios. Con fundamento en tales grupos, la «universitas» dispuso la organización académica.

La «Facultas Artium» que después del siglo XIV será la «Facultas Philosophica». Debe considerarse como propedéutica más terminal, según expresión de nuestros días.

Las «profesiones».

«Professio» es testimonio, decisión, entrega al servicio. En la «universitas», el cuadro de las profesiones corresponde al de las «Facultades». Aquellas fueron tres que llamaremos profesiones universitarias primigenias, en contraste con los conceptos profesionales de la antigüedad: las «profesiones liberales», propias de los hombres libres y de las «profesiones serviles», dedicaciones habituales de los siervos y esclavos.

Las profesiones universitarias por siglos se mantuvieron ceñidas a las tres profesiones universitarias primigenias: la Teología, el Derecho y la Medicina; las cuales conjuntamente con otros oficios artesanales guardaban cierta relación con la organización social y espontánea del trabajo.

Si bien es importante conocer el origen de los términos y las tipologías universitarias primitivas, es fundamen-

3. En ese momento, director ejecutivo de la Asociación Colombiana de Universidades y ex rector de la Universidad Javeriana, en: *Conceptos universitarios en su desarrollo histórico*, 1986.

tal la comprensión del papel desempeñado por las instituciones universitarias en la historia de la humanidad.

Sin el ánimo pretencioso de efectuar en tan cortas líneas un análisis histórico de la universidad, más bien buscando presentar un sencillo y limitado resumen de su devenir, es conveniente recordar la institución tan medieval del maestro que sienta cátedra y reúne en su alrededor a sus discípulos que quieren aprender de él, no sólo los contenidos de una ciencia, sino los nuevos métodos para poseerla y enseñarla; así mismo el proceso de corporativización de naturaleza gremial que determinó que los maestros fueran pasando de un estudio particular a un estudio general conformado por un universo o universidad de profesores y alumnos. Una y otra institución medieval, el maestro y la corporación universitaria de profesores y alumnos, respondieron a las grandes inquietudes de una época de búsqueda y de renacimiento cultural en el seno de una sociedad que había luchado por la diferenciación entre las potestades de la Iglesia y de los nacientes Estados europeos en trance de formación [Gutiérrez, 1983, 394,395].

Podríamos decir que la universidad es el resultado de una sociedad que ha reconquistado la confianza en la autonomía del espíritu humano y, a su vez, es el ingrediente necesario de un renacimiento en el que, primero, produjo un ambiente y un método de 'Investigar, enseñar o transmitir y servir al hombre y a la sociedad' [Borrero [B]. 1986, 94].

La universidad no nace al servicio de una ciencia o al servicio de un oficio artesanal en particular, nace con un criterio claro de la universalidad de sus objetivos, comprendiendo su autonomía en el ejercicio de la ciencia. Autonomía que en varias épocas ha estado cuestionada y por la que las instituciones universitarias han luchado y seguirán luchando, pues de ello depende su existencia⁴.

En épocas como el Renacimiento, en los siglos XII y XIII la universidad empezó a cultivar un método basado en la razón humana, como medio para llegar a la verdad no por el camino o la imposición de la fe sino a través del juicio racional de los argumentos, basados en la lectura, la experimentación y la libre controversia, lo que le valió el calificativo de método escolástico.

Aunque el movimiento nacionalista había surgido en el siglo XIV, los siglos XVI y XVII fueron la época de la

nación. En ese ambiente de nacionalismo juega un papel importante la universidad, ya que cada nación quiere tener su propio sistema educativo y obviamente su universidad, siempre fiel al principio de la universalidad del conocimiento, la cultura y las artes. [Kahler, 1965, 301].

Otra etapa en la historia de la universidad es la llamada época confesional, ya que si bien en Alemania y en Francia se lucha por la autonomía del pensamiento universitario, con un corte nacionalista, en Inglaterra y específicamente en la Universidad de Oxford, la tendencia es el encuadramiento de la libertad de ideas en un plano doctrinal. En 1376 ocupó la cátedra de teología el profesor Jhon Wicleff, quien al exponer sus ideas sobre el dominio civil y el régimen de autoridad de los Estados, atacó fuertemente al clero lo cual produjo serias reacciones de la Iglesia inglesa y romana. Este fue el punto de aparición de dos doctrinas al interior de la universidad: una de corte nacionalista y otra de corte doctrinal y dogmática.

Una cuarta época de la universidad es la llamada por algunos estudiosos la del 'desarrollo científico' con representantes tan destacados como Nicolas Copérnico (1473-1543), Juan Kepler (1571-1630), Galileo Galilei (1564-1640), Francis Bacon (1561-1626), Tomás Hobbes (1588-1679), Jhon Locke (1634-1707), Rousseau (1712-1778), Kant (1724-1804), Hegel (1770-1831), por nombrar sólo algunos.

Volviendo al libro de Jeanne C. Meister, en la presentación que hace del diseño de la universidad empresarial, plantea, como lección general, que su fundación recorre varias etapas, cada una de las cuales construye a partir de la anterior durante un periodo promedio de 18 meses. Agrega que omitir una etapa puede crear la ilusión de velocidad, aunque no producirá un resultado final que permita a la organización fortalecer la capacidad de aprendizaje de sus empleados. [Meister, 1998, 59]. Enumera y explica los diez pasos claves que se deben seguir en el diseño de la universidad empresarial, para lograr su éxito, destacando que la alta gerencia se constituye en el impulso vital, y el director ejecutivo de aprendizaje es el líder de la universidad empresarial:

1. Conformar un sistema de gobernabilidad
2. Crear una visión
3. Recomendar el campo de acción y la estrategia de financiación
4. Crear una organización
5. Identificar a los participantes
6. Crear productos y servicios
7. Selección de socios de aprendizaje

4. Sobre el particular puede consultarse sobre el movimiento estudiantil iniciado en Córdoba, Argentina, en 1918, y seguido por movimientos estudiantiles en Chile, Cuba, Colombia, Perú, México y Bolivia. Portantiero, Juan Carlos, *Estudiantes y política en América Latina*, Siglo XX, México, 1978.

8. Trazar una estrategia de tecnología
9. Crear un sistema de medición
10. Comunicar... comunicar... comunicar

Sin demeritar la importancia de cada uno de los pasos presentados por la autora, pero en aras de la brevedad, rescato el tema de la financiación, tema que considero vital para las universidades.

Si bien la financiación corporativa continúa siendo responsable de la asignación presupuestal de la mayor parte de las universidades que aparecen en nuestra investigación, la tendencia actual es hacia la financiación mediante cargo a las unidades de negocios. De hecho, para el año 2000, nuestra Annual Corporate University Survey of Future Directions pronostica que 70% de la financiación será por cuenta de las unidades de negocios, mientras que apenas 30% provendrá de asignaciones presupuestales de la empresa. Además, se espera que aumente la financiación proveniente de la venta de derechos de los programas de capacitación a clientes, proveedores y organizaciones de la cadena de valor, contribuyendo así al presupuesto general. [Meister, 1998, 70].

En este punto en particular, la autora no tiene en cuenta, ni el concepto de universalidad del conocimiento desarrollado por las universidades y al cual ya me referí, ni el objetivo de las universidades, independiente de su carácter público o privado. Plantea a la universidad empresarial como una unidad de negocio de la empresa, con un objetivo claro: preparar empleados que sean eficientes en desarrollo de su labor contratada que satisfaga las necesidades empresariales de optimizar sus procedimientos y sus labores en busca de competitividad que le permita optimizar sus utilidades.

Cabe aquí citar al profesor Gabriel Misas [1999, 129], cuando plantea: "Mientras en los países europeos la casi totalidad de los estudiantes universitarios están matriculados en establecimientos públicos, en Estados Unidos tal proporción alcanza el 80 por ciento, y en América Latina el promedio es del 68 por ciento, mientras que en Colombia tenemos la menor proporción del mundo, sólo el 30 por ciento".

Visto con una óptica sencilla y desprevenida, las empresas a través de sus unidades de negocios llamadas 'universidades empresariales' capacitarían a sus empleados y los eslabones de su cadena de valor, obteniendo utilidades en esta labor, formándolos a su imagen y semejanza, sin sentido crítico y social, garantizando mano de obra calificada, que a su vez les permitirá aumentar sus utilidades al crear ventajas competitivas.

Continúa la autora presentando los programas de aprendizaje de las universidades empresariales que ofre-

cen las mejores prácticas, desarrollando las tres C ya planteadas anteriormente, donde con un lenguaje sencillo trata: la ciudadanía empresarial en valores, cultura, historia y tradiciones de la empresa en particular; el marco de referencia del contexto con los clientes, proveedores, competidores, tendencias de la industria, estrategias de negocios y mejores prácticas empresariales; y las capacidades medulares del sitio de trabajo con herramientas válidas para cualquier tipo de organización aun incluyendo a las universidades, aprender a aprender, cultura tecnológica, autogestión de la carrera profesional, comunicación / colaboración, cultura global de los negocios, pensamiento creativo / solución de problemas y desarrollo de liderazgo.

La presentación clara y concreta permite al lector entender cómo a través de la aplicación de las llamadas tres C, se pueden alcanzar objetivos de capacitación y aprendizaje.

En desarrollo de lo que la autora ha titulado "Las universidades empresariales se convierten en laboratorios de aprendizaje" realiza una amplia descripción de las posibilidades que ofrece el desarrollo tecnológico en los procesos de aprendizaje. Partiendo de una ley empírica de la educación que señala que aprendemos 20% de lo que vemos, 40% de lo que vemos y escuchamos, y 70% de lo que vemos, escuchamos y hacemos, describe el campus virtual, el aprendizaje por satélite, aprendizaje por multimedia, aprendizaje con base en la WEB, y tecnologías de aprendizaje en equipo.

Hasta este punto del libro (terminando el capítulo quinto), se ha estudiado lo que es la propuesta de universidad empresarial, basada en una realidad empresarial norteamericana, pero sin profundizar en el marco conceptual de lo que es, ha sido y debe ser la universidad y más específicamente la educación superior para un país.

Podemos señalar que a pesar de las diferencias de criterio ya planteadas con respecto a la utilización del término universidad, y más profundamente discrepando de sus objetivos, los cuales encasillarían a la educación superior en el cumplimiento de un único objetivo: estar al servicio de las empresas o unidades de negocios propios del sistema capitalista, capacitando su mano de obra y reportándole utilidades en la actividad educativa; encontramos puntos valiosos que deben ser desarrollados por las áreas de capacitación de las empresas y adaptadas como herramientas de aprendizaje en las universidades.

Los métodos de enseñanza propuestos son valiosos, en ellos la autora propone cambiar el papel protagónico que ha jugado el profesor en los sistemas tradicionales

de enseñanza, al estudiante, convirtiéndolo en un actor principal y activo del mismo proceso.

Estos métodos, que ya están siendo evaluados y utilizados en muchos países, reportan un mejoramiento en la calidad de la educación superior, pero debemos tener claro que no disminuyen los costos, bien sea que se tome desde la perspectiva de la autora, de convertir la educación en un negocio rentable para las empresas, o que se mire desde la óptica de nuestro gobierno de medir la viabilidad financiera de las universidades públicas.

En la educación superior, por el contrario, la introducción de innovaciones no reemplaza factores de producción⁵ sino que se agregan a los ya existentes, y el resultado final es una reducción de la productividad total de los factores y, por ende, un crecimiento del costo unitario del servicio. "Así por ejemplo, si en una clase magistral, en la que el profesor utiliza tiza y tablero, se introducen un conjunto de innovaciones, como video-beam y se graba en video cada una de las sesiones para que los estudiantes las puedan consultar posteriormente, y además se amplía la bibliografía que se emplea en el curso, obteniendo los nuevos títulos a través del Internet, el resultado final será, de una parte una mejora en la calidad de la enseñanza, pero, de otra, un encarecimiento en el costo de dictar el curso, debido a que los factores de producción anteriores no sólo se mantienen (profesor, tiza y tablero), sino que a ellos se le adicionan nuevos equipos (computador, video-beam, equipos de grabación) más el personal requerido para su manejo y mantenimiento y una biblioteca mejor dotada. Todo ello da lugar a una reducción de la productividad" [Misas, 1999, 131].

En los capítulos finales del libro titulados "Campo de acción: creación de asociaciones con proveedores, clientes e instituciones de educación superior" y "Universidades empresariales: ¿oportunidad o amenaza para la educación superior?", obviando el último capítulo por ser una condensación de los temas tratados al que ha titulado "Doce lecciones para formar una fuerza laboral de clase mundial", Jeanne C. Meister propone una vinculación de las empresas con los diversos eslabones de la cadena de valor, es decir, con clientes y proveedores, para diseñar planes de capacitación, que los beneficien a todos. Esta propuesta, valiosa, por lo demás, y que debería extenderse más allá de las capacitación, permitiría a las empresas recomponer la cadena de valor eliminando costos de transacción y otro tipo de costos innecesarios, o que por lo menos no agregan valor al producto o productos finales, haciéndoles perder competitividad a las empresas que conforman la cadena, en los mercados globalizados.

5. Creencia arraigada en las escuelas de tecnología educativa de los años sesenta, que pensaban que, a través de la red de televisión educativa, se podían reemplazar los profesores de la escuela primaria por un número reducido de monitores sin mayor formación, que podrían cumplir la tarea de los docentes. [MISAS, 1999, 131].

Sin embargo, debemos mirar con mayor detenimiento el tema de las alianzas con las instituciones de educación superior.

De igual manera, las compañías están experimentando con la capacitación de la cadena de valor por otra razón: proporcionar una nueva fuente de ingresos para su universidad empresarial. [Meister, 1998, 168].

Teniendo en cuenta que la autora plantea a lo largo del libro la importancia de constituir a las universidades empresariales como entidades con ánimo de lucro, al revisar el desarrollo de alianzas estratégicas entre empresa, universidad empresarial e instituciones universitarias de educación superior⁶, encontramos que la selección de la universidad se plantea con una metodología similar a la empleada por las empresas para escoger a la agencia que manejará su publicidad.

Es claro el desligue que hace Meister, de la educación superior de sus objetivos básicos, y en una metodología, a mi juicio reduccionista, la toma como una unidad más de negocios del mundo empresarial contemporáneo, donde la alianza planteada les asegure éxitos económicos. La universidad empresarial pasaría en ese momento a convertirse en una intermediaria entre la empresa y la universidad tradicional. Es más, propone la autora, la creación de títulos reconocidos, validados por la universidad para los cursos dictados en alianza con la universidad empresarial, para sus participantes. No debemos olvidar que estos cursos están diseñados para cumplir con las expectativas propias de la empresa.

Lo anterior nos obliga a revisar el manejo del tríptico Docencia - Investigación - Extensión, de la universidad moderna. Al no ser tenido en cuenta este aspecto por la autora, se presenta el acercamiento entre la empresa y las diversas organizaciones, con la universidad, no como una actividad de la extensión sino como un cambio de norte en el quehacer universitario reduciéndolo a una simple alianza estratégica de negocios, que le reportara dividendos a la universidad y a la empresa.

La extensión universitaria constituye parte orgánica de la política académica, que permite conjugar la creación, producción y circulación del conocimiento con los diferentes actores sociales y políticos

6. Meister se refiere a las universidades tradicionales, indistintamente de si son de orden público o privado. Aunque en algunos apartes del libro se refiere exclusivamente a las universidades privadas tradicionales.

de la sociedad, en el marco de una interacción crítica y renovada. En este sentido, los vínculos que la universidad establece con la sociedad se comprenden más, como una política académica de interacción, altamente conveniente para los procesos de formación e investigación y definitiva para la consolidación del proyecto de universidad de la nación y del Estado. [Malagón, 1998, 51].

Las actividades de extensión de la universidad, se pueden resumir en tres grandes áreas: la interacción con entidades del Estado, como empresas industriales y comerciales, empresas públicas, entes gubernamentales, municipios, organizaciones, etc.; interacción con el sector privado, empresas u organizaciones, y los programas de educación continuada.

La relación que se debe fortalecer entre la empresa y la universidad, de ninguna manera obligaría a las universidades a cambiar su objeto principal⁷ y menos a remplazar las labores de extensión por un cambio en las actividades fundamentales de investigación y docencia, las cuales ya no serían autónomas sino estarían al servicio de las necesidades empresariales, disfrazadas en cumplimiento de unas demandas del mercado laboral.

Plantea la autora, la necesidad de que los programas desarrollados por la empresa a través de la universidad empresarial, en alianza con universidades reconocidas, sean reconocidos a través de una acreditación nacional, lo que le otorgaría validez académica a los certificados otorgados. Para ello describe algunas estrategias para el cumplimiento de los requisitos en los Estados Unidos, en cuanto al nivel de estudio de los docentes y su dedicación a la universidad, como por ejemplo el ser contratados por varias unidades estratégicas simultáneamente para obviar la dedicación exclusiva y trabajar realmente en tiempo parcial.

Aunque la acreditación trae consigo un sello de aprobación dentro de la comunidad académica y otorga validez a la universidad empresarial, los gerentes deben ser conscientes de que el proceso de acreditación es arduo y costoso. Las normas de acreditación afectan la estructura del curso, las mediciones de aptitud, la misión, la planeación, la gobernabilidad, la investigación, los servicios estudiantiles, los recursos financieros, la competencia de los profesores, el contenido del programa y los criterios de admisión. Estos requisitos pueden estar en oposición con las metas estratégicas de la corporación, pero para cumplir las normas de acreditación, la universidad empresarial debe estar en capacidad de evidenciar su independencia con respecto a la corporación. [Meister, 1998, 200].

7. En el caso de las universidades públicas no debe considerarse que esta relación tenga como objetivo fundamental la consecución de recursos económicos, cayendo en el terreno de la autofinanciación, por la vía: venta de servicios, lo cual conduciría a la privatización de la universidad pública, toda vez que el Estado dejaría de incluir los recursos necesarios para su funcionamiento en el presupuesto de la nación.

Termina el libro la autora, haciendo énfasis en que la propuesta de alianza con la universidad tradicional, puede molestar a las "vacas sagradas de la academia", pero que una vez la universidad entienda los beneficios que le reportará el adaptar sus currículos a las necesidades empresariales, se podrá cambiar la visión que tienen estos profesores.

Para culminar, a continuación voy a transcribir algunos apartes del capítulo séptimo, para luego proponer algunas conclusiones.

El futuro pertenece al estudiante adulto trabajador no tradicional que, de acuerdo con estimativos actuales, corresponde al 44% del mercado de la educación, y que, en consonancia con las expectativas, será el segmento de mercado universitario de mayor crecimiento en el siglo XXI. [Meister, 1998, 203].

Surge un nuevo escenario de la educación superior: un entorno en el cual el sector privado eclipsará al sector público como el educador de preferencia del estudiante trabajador adulto no tradicional. [Meister, 1998, 204].

Ahora estos clientes están exigiendo a sus proveedores de educación el mismo nivel de servicio al cliente que se han acostumbrado a obtener de sus proveedores minoristas y de servicios financieros. [Meister, 1998, 207].

La educación, que alguna vez fuera el campo de acción de la Iglesia, y luego del gobierno, ahora se está convirtiendo en el dominio de las corporaciones. El rápido crecimiento de las universidades empresariales, de 400 en 1998, a más de 1.000 en la actualidad, subraya el hecho de que el sector privado ingresa al negocio de la educación con el objeto de seguir siendo competitivo en el mercado global. [Meister, 1998, 209].

Las empresas de educación con ánimo de lucro han hecho su ingreso al campo de la educación superior con un modelo de negocios, cuya finalidad es la difusión de la educación superior orientada a estudios de grado para adultos trabajadores. [Meister, 1998, 222].

Ahora, el mercado de los negocios ha absorbido la educación superior y ha invadido su territorio sagrado. [Meister, 1998, 227].

Este nuevo paradigma de aprendizaje, que incluye a muchos nuevos participantes en el mercado de la educación, puede no ser la única amenaza de la educación superior. Quizás, y como lo sugieren algunos de los educadores que mencionamos en este capítulo, la amenaza real que enfrenta dicha educación superior surge de sus propias entrañas; una actitud mental complaciente e ineficiente para difundir una gama completa de productos y servicios al mercado de la educación. A medida que las fuerzas del cambio ganan terreno, el mercado de la educación sufrirá una transformación definitiva y avanzará hacia la era del *consumerismo*. [Meister, 1998, 228].

Creo que estos últimos apartes hablan por sí solos, por lo que considero que es conveniente pasar a plantear algunas consideraciones a título de conclusiones.

Conclusiones

Habida cuenta que en nuestro país hemos sido dados a efectuar malas copias de las últimas tendencias o modas norteamericanas⁸ es importante distinguir entre la propuesta de universidad empresarial planteada por Jeanne C. Meister, que de acuerdo con lo expuesto no tiene sustentación teórica para utilizar este nombre, y una propuesta de manejo de la capacitación del recurso humano por parte de las empresas. Debemos recordar los intentos fallidos de dos grandes conglomerados económicos de nuestro país que intentaron en su momento utilizar este modelo: El Grupo Grancolombiano, con la creación del Politécnico Grancolombiano, que tras la desaparición del grupo empresarial, pasó a convertirse en una universidad "Politécnico Grancolombiano. Institución de Educación Superior" y el Grupo Empresarial Bavaria con su proyecto "Futuros ejecutivos".

Cuando se convierte la capacitación del recurso humano en un simple medio a través de la cual la empresa maximizará sus utilidades estamos dejando de considerar la educación un bien social para convertirlo en una mercancía que como tal, sólo le produce beneficios a quien puede comprarla, venderla y usarla. Amartya Sen (Premio Nobel de Economía en 1998), plantea que no podemos denominar capital humano, a un bien colectivo como la educación, ya que este término sólo se refiere a nuestro carácter de agentes para aumentar las posibilidades de producción. Si queremos entender la educación como un bien social y no sólo como un bien económico, propone Sen la utilización del término 'capacidad humana' el cual conduce a nuestras habilidades, conocimientos y esfuerzos para llevar el tipo de vida que consideramos valiosa e incrementar nuestras posibilidades reales de elección⁹.

La relación entre empresa y universidad no puede pretender castrar la autonomía universitaria para ponerla al servicio exclusivo del capital. Si se aprovechan las actividades universitarias de extensión, bien como consultoría empresarial o a través de la educación continuada, considero que se está fortaleciendo la labor de capacitación a los empleados de las empresas a través

de las instituciones de educación superior, aprovechando sus trabajos de docencia e investigación, sin tener que renunciar a ello.

El objeto de las universidades parecía ser, principalmente, el de proveer de doctores o rúbulas a la clase dominante. El incipiente desarrollo, el mísero radio de la instrucción pública, cerraban los grados de la enseñanza a las clases pobres (...). Las universidades, acaparadas intelectual y materialmente por una casta generalmente desprovista de impulso creador, no podían aspirar siquiera a una función más alta de formación y selección de capacidades. Su burocratización las conducía, de un modo fatal, al empobrecimiento espiritual y científico. [Mariátegui, 1979].

Finalmente creo necesario referirme al manejo que da la autora a la educación superior como un nuevo renglón de negocios para las empresas privadas, las cuales, aprovecharán un nicho de mercado llamado "estudiantes adultos trabajadores no tradicionales" quienes simplemente requieren capacitarse para tener acceso al mercado laboral, mediante la certificación o diploma otorgado por estos negocios de la educación superior. Cuando el gobierno nacional trata a la educación superior sin tener en cuenta su carácter público o privado, está midiendo con la misma vara a instituciones de educación superior (públicas o privadas) y a negocios de la educación superior.

*La Colombia del siglo XXI no se puede dar el lujo de tener universidades de garaje o institutos tecnológicos que simplemente están allí para cubrir en forma mediocre, una oferta insuficiente de educación superior y que en última instancia, representan una estafa para nuestra juventud.*¹⁰

A pesar de lo anteriormente expuesto, las políticas gubernamentales siguen con un objetivo claro de medir indistintamente a las universidades públicas o privadas, instituciones o negocios, con la misma escala, buscando sin un análisis serio y profundo la viabilidad financiera a través de indicadores inequitativos¹¹.

Queda planteado el tema de las llamadas universidades empresariales, las cuales deben ser tema de estudios juiciosos para ser tomadas como modelos de capacitación empresarial pero siempre con el buen criterio de entender que no serán las llamadas a remplazar a las instituciones de la cada vez más golpeada educación superior. Quedaríamos a la espera de observar si en cumplimiento de los vaticinios realizados por la autora del libro, universi-

8. Tal es el caso de la metodología 'Justo a tiempo' que algunas empresas colombianas lo tomaron como bajar los inventarios a cero, cuando esto hace parte de toda una filosofía de gestión de la producción, o del empleo del Kaizen, o de la Calidad Total, sin que hubiesen desaparecido los Departamentos de Costo de Calidad.

9. Véase Sen Amartya, "Capital humano y capacidad humana", en: *Cuadernos de Economía*, No. 29, julio-diciembre de 1998, Facultad de Ciencias Económicas, Universidad Nacional de Colombia, Santafé de Bogotá, pp. 67-72.

10. Palabras del presidente de la República, Andrés Pastrana Arango, durante el lanzamiento de la Movilización en torno a la Educación Superior. Santafé de Bogotá, marzo 9 de 1999.

11. Sobre este tema puede consultarse a Múnera Ruiz Leopoldo, "La educación superior pública", (tercer borrador), agosto 16 de 1999.

dades norteamericanas como Yale, Harvard, Stanford, Oxford, Columbia entre otras, pasan de atender a los estudiantes dedicados al aprendizaje y a la investigación, con profesores de calidad académica y de dedicación exclusiva, para convertirse en unidades de negocio de las grandes empresas norteamericanas, atendiendo al nuevo nicho de mercado, y donde sólo la capacitación será la actividad que reporte dividendos. Mientras esto ocurre, nuestra preocupación debe centrarse en fortalecer la verdadera educación superior, en su tríptico: docencia - investigación - extensión, como un mecanismo que permita al país salir de la encrucijada en que nos encontramos.

Referencias bibliográficas

- Borrero Cabal Alfonso [B] (1986), *Idea e historia de la universidad medieval*, Asociación Colombiana de Universidades, Bogotá.
- _____, [A] (1986), "Conceptos universitarios en su desarrollo histórico", Simposio permanente sobre la universidad, Bogotá.
- Gutiérrez, Alberto (1983), *La reforma gregoriana y el renacimiento de la cristianidad medieval*, Bogotá.
- Kahler, Erich (1965), *Historia universal del hombre*, Fondo de Cultura Económica, México.
- Malagón Oviedo, Rafael (1998), "La política universitaria de extensión: una herramienta para la transformación", en: *Investigación, fundamento para la Universidad Nacional del siglo XXI*, Universidad Nacional de Colombia, Dirección Nacional de Investigación.
- Mariátegui, José Carlos (1979), *Siete ensayos de interpretación de la realidad peruana*, Biblioteca Ayacucho, Caracas.
- Meister, Jeanne C. (1998), *Universidades empresariales*, Editorial Mc Graw Hill, Santafe de Bogotá.
- Misas, Gabriel (1999), "El plan de desarrollo y las políticas para la educación Superior", en: *Cuadernos de Economía* No. 30, Universidad Nacional de Colombia, Facultad de Ciencias Económicas, Bogotá.
- Múnera Ruiz, Leopoldo, (agosto 16 de 1999), "La educación superior pública", (tercer borrador), Universidad Nacional de Colombia, Facultad de Derecho y Ciencias Políticas, Bogotá.
- Portantiero, Juan Carlos (1978), *Estudiante y política en América Latina*, Siglo XXI, México.
- Rodríguez Romero, Carlos (1999), "Reseña del libro *Universidades Empresariales*", en: *Revista INNOVAR* No. 14, Universidad Nacional de Colombia, Facultad de Ciencias Económicas, Bogotá.
- Sen Amartya, (1998), "Capital humano y capacidad humana", en: *Cuadernos de Economía*, No. 29, 1999, Facultad de Ciencias Económicas, Bogotá.

