

UNIVERSIDAD DE VALPARAÍSO
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y ADMINISTRATIVAS
ESCUELA DE INGENIERÍA COMERCIAL



“El ejecutivo en una dimensión global”

**MEMORIA PARA OPTAR AL GRADO DE LICENCIADO EN CIENCIAS EN LA
ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS Y AL TÍTULO DE INGENIERO COMERCIAL**

Profesor Guía:

Sr. Ernesto Fernández Oyarzo

Alumnos:

Srta. Natalia P. Araya Toro

Sr. Francisco J. Cofré Fernández

VIÑA DEL MAR, 2010

Agradecimientos

Debo comenzar agradeciendo a Dios, y a mis abuelitos, mis dos ángeles; sin ellos, y las fuerzas que ellos me dieron, llegar a entregar esta memoria no hubiera sido posible. En segundo lugar, agradecer a mi Madre y a mi tío Gabriel, ya que sin sus retos, consejos, y ánimos, el sueño que comienza a finalizar con esta tesis, hubiese sido imposible de lograr. A mi compañero de tesis, Pancho, ya que fue por él que me convencí que esta carrera era lo mío, y a nuestro profesor, Ernesto, por dedicarnos cada minuto de tiempo y paciencia, pero por sobre todo, por creer en nuestro desafío. Por último, debo agradecer a todos aquellos que conocí, que me apoyaron, y que me mostraron que la única manera de vivir es saltar el muro, sin importar, si el de adelante es más alto.

Natalia Patricia Araya Toro.

Agradecimientos

Fundamentalmente a lo más importante que me ha entregado la vida, mi Familia. Sin duda alguna su apoyo y abundante amor son la causa de mi felicidad, de mi espíritu luchador y de quién soy hoy en día.

A Dios y a la Vida, quienes me han mostrado experiencias extremas e inolvidables, enseñándome a valorar aún más todo lo que tengo.

No puedo dejar de mencionar la gran calidez humana con la cual cuenta mi Escuela de Ingeniería Comercial, cuerpo docente y administrativo, quienes en los momentos más difíciles de mi vida, me entregaron apoyo, comprensión y mucho cariño, siendo así partícipes de este importante suceso en mi vida.

En general agradecer a todas las personas que por alguna circunstancia han cruzado mi vida, sobre todo aquellas que estarán siempre conmigo, las cuales me han entregado todo lo que un hombre necesita para sentirse muy afortunado.

Francisco Javier Cofré Fernández

INDICE

Agradecimientos.....	2
Agradecimientos.....	3
INDICE	4
Resumen.....	9
Abstract	9
Introducción.....	2
Capítulo I (Marco teórico).....	3
1. “Conociendo el perfil de un ejecutivo global”	4
1.1. Exposición general del problema.	4
1.2. Elementos conceptuales	5
1.3. Perfil del ejecutivo internacional, una aproximación teórica	7
1.3.1. Análisis de teorías existentes	7
1.3.1.1. Gunnar Hedlund:.....	7
1.3.1.2. Heiner Muller:.....	8
1.3.1.3. Michael Harvey:	8
1.3.1.4. R. Tung:	9
1.3.1.5. Bartolomé y Evans:	9
1.3.1.6. Gary Dessler:	9
1.3.2. Análisis de las características.....	10
Tabla 1.1 Cuadro de análisis de características.....	11

1.3.2.1. Resolución de la recopilación.....	11
1.3.3. El perfil del ejecutivo global según los expertos	13
1.3.3.1. Señor Luis Chicuy, Gerente general “CYSCE” consultores empresariales (www.cysce.com)	13
1.3.3.2. Señor Isaías Sharon, Gerente general “ZINERGIA CONSULTING” (www.zinergiaconsulting.cl)	14
1.3.3.3. Publicación “Growin Global Executive Talent”	14
1.3.4. Recopilación de las características según los expertos.....	15
1.4. El Perfil del ejecutivo global	16
1.5. Aplicación del modelo de competencias a las características del ejecutivo global	19
Conclusión del capítulo	20
Capítulo II	22
“Conociendo el perfil de egreso de los estudiantes de Ingeniería Comercial”	23
2.1 Perfil de egreso de las universidades que conforman el estudio	23
2.1.1 Perfil del egresado de Ingeniería Comercial Universidad Católica de Valparaíso.(UCV).....	23
2.1.2 Perfil del egresado de Ingeniería Comercial Universidad Adolfo Ibáñez (UAI) (sede viña del mar	24
2.1.3 Perfil del egresado de Ingeniería Comercial Universidad Técnica Federico Santa María (UTFSM) (sede viña del mar)	25
2.1.4 Perfil del egresado de Ingeniería Comercial Universidad del Mar (UDM) (Sede Viña del Mar)	25
2.1.5 Perfil del egresado de Ingeniería Comercial Universidad de las Américas (UDLA) (Sede Viña del Mar)	26
2.1.6 Perfil del egresado de Ingeniería Comercial Universidad Santo Tomás (UST) (Sede Viña del Mar)	26

2.1.7	Perfil del egresado de Ingeniería Comercial Universidad Viña del Mar (UVM)	27
2.1.8	Perfil del egresado de Ingeniería Comercial Universidad Andrés Bello (UNAB) (Sede Viña del Mar).....	28
2.1.9	Perfil del egresado de Ingeniería Comercial Universidad de Valparaíso (U.V)	28
2.1.10	Perfil del egresado de Ingeniería Comercial Universidad Mayor (UM) (Sede Santiago).....	29
2.1.11	Perfil del egresado de Ingeniería Comercial Universidad de Santiago de Chile (USACH) (Sede Santiago).....	30
2.2	Análisis de los perfiles.....	30
Tabla 2.1	Análisis de las características de egreso.....	31
2.3	Ranking de las características más reiteradas.....	32
Tabla 2.2	“Características más reiteradas”.....	32
Gráfico 2.1	“Ranking de las características más reiteradas”	33
2.4	Análisis de la recopilación de los perfiles de las diversas universidades .	33
	Conclusión del capítulo	35
	Capítulo 3.....	36
3.	Comparación del perfil del ejecutivo global, con el perfil de egreso del ingeniero comercial	37
Tabla 3.1	Perfil final del ejecutivo global	37
3.1	Comparación del Perfil de la Universidad Católica de Valparaíso con el perfil del ejecutivo global.....	38
3.2	Comparación del Perfil de la Universidad Adolfo Ibáñez con el perfil del ejecutivo global	38

3.3 Comparación del Perfil de la Universidad Técnica Federico Santa María con el perfil del ejecutivo global	39
3.4 Comparación del Perfil de la Universidad del Mar con el perfil del ejecutivo global	39
3.5 Comparación del Perfil de la Universidad de las Américas con el perfil del ejecutivo global	40
3.6 Comparación del Perfil de la Universidad Santo Tomás con el perfil del ejecutivo global	40
3.7 Comparación del Perfil de la Universidad Andrés Bello con el perfil del ejecutivo global	40
3.8 Comparación del Perfil de la Universidad Viña del Mar con el perfil del ejecutivo global	41
3.9 Comparación del Perfil de la Universidad de Valparaíso con el perfil del ejecutivo global	41
3.10 Comparación del Perfil de la Universidad de Santiago de Chile con el perfil del ejecutivo global.....	42
3.11 Comparación del Perfil de la Universidad Mayor con el perfil del ejecutivo global	42
Conclusión del capítulo	43
CONCLUSIONES.....	44
Anexos	46
ANEXO N°1: Perfil egresado Ingeniería Comercial Universidad Católica de Valparaíso	47
ANEXO N°2: Perfil egresado Ingeniería Comercial Universidad Adolfo Ibáñez	48
ANEXO N°3: Perfil egresado Ingeniería Comercial Universidad Técnica Federico Santa María.....	49

ANEXO N°4: Perfil egresado Ingeniería Comercial Universidad del Mar	50
ANEXO N°5: Perfil egresado Ingeniería Comercial Universidad de Las Américas	51
ANEXO N°6: Perfil egresado Ingeniería Comercial Universidad Santo Tomas.....	52
ANEXO N°7: Perfil egresado Ingeniería Comercial Universidad Viña del Mar	53
ANEXO N°8: Perfil egresado Ingeniería Comercial Universidad Andrés Bello	54
ANEXO N°9: Perfil de egreso Ingeniería Comercial Universidad de Valparaíso ...	57
ANEXO N°10: Perfil de egreso Ingeniería Comercial Universidad Mayor	58
ANEXO N°11: Perfil de egreso Ingeniería Comercial Universidad de Santiago de Chile	59
ANEXO N°12: Entrevista a BIRGIT NEVERMAN Gerente de Selección de Laborum.com	62
Bibliografía	64

Resumen

Esta tesis comprende el estudio del perfil del ejecutivo global, contando con información de los perfiles de dicho ejecutivo definido por autores, por especialistas en el tema, y el perfil de egreso de las carreras de Ingeniería comercial de las ciudades de Viña del Mar y Valparaíso.

Abstract

This thesis understands the study of the profile of the global executive, possessing information of the profiles of the above mentioned executive defined by authors, by specialists in the topic, and the profile of expenditure of the commercial Engineering career of the cities of Viña del Mar and Valparaiso.

Introducción

En un mundo en el cual incrementa cada vez más el uso del término "Globalización" se puede observar que también ha sido adoptado por las empresas y/o compañías que se desarrollan tanto nacional como internacionalmente.

Al analizar este último punto, se debe considerar que las empresas son manejadas por diversos ejecutivos, los cuales se asume, que deberían estar capacitados para este trabajo. Es por esto que el origen de este estudio está basado en la siguiente pregunta: ¿Están preparados los ejecutivos para desempeñarse en una dimensión global?

En este estudio se espera encontrar respuesta a la interrogante antes formulada, mediante investigaciones a los diversos textos que hablan del tema, y seleccionando aquellos autores que se consideren relevantes para el estudio, de los cuales se busca obtener el perfil que debe tener un ejecutivo de estas características.

Así mismo, se busca validar la percepción de los autores escogidos con la opinión de expertos que se manejan a diario con la globalización y lo que esta implica.

Como última manera de buscar respuesta a la interrogante que se menciona al comienzo de este texto, y dándole cierta acotación al estudio, se analizarán los perfiles de las carreras de ingeniería comercial de las universidades de la quinta región, específicamente, de las ciudades de Viña del Mar y Valparaíso; esto con el fin de definir si los actuales ingenieros comerciales que se manejan en el mercado, cumplen con las condiciones solicitadas por éste.

“Conociendo el perfil del ejecutivo global”

Capítulo I (Marco teórico)

1. “Conociendo el perfil de un ejecutivo global”

Desde hace ya varios años, existe la inquietud de describir cuáles son las características o competencias principales que debe tener un ejecutivo, para desenvolverse en un entorno global, también llamado mercado unificado.

Esta necesidad de diferenciar a los ejecutivos nace de la creciente y constante tendencia de los negocios, en extender su comprensión de mercado a una dimensión global, solicitando ejecutivos lo suficientemente preparados para efectuar este proceso y desarrollar la eventual sustentabilidad de este con eficiencia y perspicacia.

Existen importantes autores que, con sus estudios e investigaciones, han listado características bastante relevantes y descriptivas, con las que debe contar un ejecutivo para desenvolverse, de manera eficiente, en una dimensión global.

Al comienzo de este capítulo se definirán algunos conceptos fundamentales con el afán de facilitar la comprensión de este estudio.

Luego citaremos las teorías expuestas por importantes autores, cuyas investigaciones se especializaron en la descripción del perfil idóneo requerido.

1.1. Exposición general del problema.

La globalización es definida como el cambio hacia una economía mundial con mayor grado de integración, donde el mundo es un escenario de crecientes interdependencias, resultando un mercado único internacional.

En la actualidad, existe una gran conciencia en la importancia de la dimensión internacional, de la actividad económica comercial, financiera, social y política. Es por esto que las empresas ya no pueden limitar sus mercados solo a las fronteras nacionales, para gestionar sus negocios, ahora deben preocuparse de los efectos a nivel regional (sector de un grupo de países). Esto a razón de la creciente red de acuerdos regionales, como la Unión Europea (Mercado único Europeo), la

asociación Europea de Libre Cambio, alianzas estratégicas como EE.UU. con Canadá y los tratados de libre comercio (TLC) que se han logrado entre diversos países, entre otros.

A partir de la década del 70, Chile comenzó a tomar conciencia de la importancia que tenía la apertura comercial. Dicha apertura comenzó con el propósito de abrir la economía al exterior, estimulando nuevas exportaciones, con las cuales se aprovecharían las ventajas comparativas, captando nuevos mercados.

El afán de esta liberalización comercial, era estimular el crecimiento de la nación (aumentar el PIB) eliminando barreras económicas como lo son los gravámenes arancelarios.

Luego, en la década de los 90, el gobierno comienza a profundizar la apertura comercial, inclinándose fuertemente por estrategias de liberalización económica. Concretando así, hasta la fecha, una gran cantidad de acuerdos comerciales bilaterales con la mayor parte de los países de la región latinoamericana como también con países externos.

En base al análisis anterior surge el siguiente cuestionamiento: *-¿Están preparados los nuevos ejecutivos, para desempeñarse en una dimensión global?*

Constantemente se observa que Chile se abre cada día más a los mercados internacionales, lo que deja al descubierto el hecho de que las diversas empresas se vean en la obligación de contar con profesionales administrativos preparados para desempeñarse a un nivel global.

Si bien esta afirmación ya está tratada en estudios, con diversos autores capaces de identificar cada una de las características del perfil de un ejecutivo global, nada genera la certeza o idea, de si el perfil, antes mencionado, se cumple en la actualidad.

1.2. Elementos conceptuales

Debido a la posible dualidad en los significados o desconocimiento de los términos mencionados en esta tesis, se elaboró un pequeño compilado de aquellas palabras que más se repetirán en el estudio. Por lo mismo cabe destacar que:

Según la Real Academia de la Lengua Española:

- **Ejecutivo:**

Persona que forma parte de una comisión ejecutiva o que desempeña un cargo de alta dirección en una empresa.

- **Dirigir:**

Enderezar, llevar rectamente una cosa hacia un término o lugar señalado.

- **Directivo:**

-Que tiene facultad o virtud de dirigir a personas.

-En algunos organismos internacionales es la disposición de rango superior que han de cumplir todos sus miembros.

- **Globalización:**

Tendencia de los mercados y de las empresas a extenderse, alcanzando una dimensión mundial que sobrepasa las fronteras nacionales.

Con estos conceptos definidos, podemos decir que un ***Ejecutivo en una Dimensión Global*** es aquella persona que desempeña un cargo de alta dirección en una empresa, desenvolviéndose en un mercado que busca la extensión más allá de sus fronteras, debiendo estar preparada para enfrentarse a problemáticas nacionales e internacionales.

- **TLC o Tratado de Libre Comercio:** Estos tratados se realizan entre dos o más países, y buscan reglamentar las relaciones comerciales con el fin de aumentar el comercio e inversión, así como el desarrollo económico y social entre estos. Cuando son bien aprovechados por los empresarios de cada país logran, entre otras cosas, generar más empleos.

También es importante aclarar la diferencia entre los términos Arancel y Gravámenes arancelarios.

- **Arancel:** Corresponden a un impuesto específico al cual se hace referencia y que un país cobra a cierto país exportador.

- **Gravamen arancelario:** Término que determina los aranceles de cierto país sin dar la necesidad de especificar a qué arancel se está haciendo referencia.
- **Liberalización económica:** Este concepto se debió definir debido a la globalización. Se refiere a un cambio en la política económica de un país, considerando las desregulaciones tanto del comercio exterior, como del sector financiero.
- **Competencias:** *“Se refiere a la capacidad productora de un individuo, que se define y se mide en términos de desempeño en un contexto laboral determinado, y no solamente de conocimientos, habilidades, destrezas y actitudes. Estas son necesarias, pero no suficientes en sí mismas para un desempeño efectivo”* (Conocer de México, 1979). Esta definición agrupa en palabras simples todas aquellas aptitudes innumerables que debe poseer un ejecutivo para desempeñarse en una dimensión global.

1.3. Perfil del ejecutivo internacional, una aproximación teórica

1.3.1. Análisis de teorías existentes

Dentro de los autores relevantes citados en la investigación, un buen número coincide que en el proceso de selección de personal, la característica fundamental que se debe buscar es la capacidad técnica, pero en el caso de la selección para un ejecutivo global, son de suma importancia las características personales; a continuación, se citaran diversos autores, los cuales dan la base para las deducciones que se expresarán más adelante.

1.3.1.1. Gunnar Hedlund¹:

Este autor, tomando en cuenta el modelo de la orden de los jesuitas para poder tomar el modelo de una organización internacional ideal, señala que existen seis

¹ Makridakis, Spyro, y colaboradores. El mercado único Europeo, Capítulo 9 “Identificando el talento de gestión para un entorno paneuropeo”. Serie McGraw-Hill de management, 1992.

cualidades fundamentales para funcionar de forma efectiva en un contexto internacional:

1. Una aptitud para buscar y para combinar cosas de nueva manera.
2. Capacidad para poder comunicar ideas y transformarlas en acción.
3. El dominio de varios idiomas, así como también el conocimiento y aprecio por varias culturas, con el fin de conseguir “una percepción y una interpretación de calidad estereofónica.”
4. Honradez e integridad.
5. La disposición para asumir riesgos y experimentar.
6. Tener fe en la organización y en sus actividades.

1.3.1.2. Heiner Muller²:

Señaló una lista con 28 cualidades fundamentales, las cuales, basadas en el caso práctico de la empresa Shell, fueron reducidas a 4 capacidades consideradas como las más importantes:

1. Tener un punto de vista de helicóptero.
2. Imaginación.
3. Capacidad de análisis.
4. Sentido de la realidad.

1.3.1.3. Michael Harvey³:

Basado en las investigaciones de la época, desarrollo una lista de 35 criterios para la dirección de ejecutivos internacionales, destacando las siguientes:

1. La flexibilidad mental.
2. Tener un bagaje de trato social y transcultural.

² Makridakis, Spyro, y colaboradores. El mercado único Europeo, Capitulo 9 “Identificando el talento de gestión para un entorno paneuropeo”. Serie McGraw-Hill de management, 1992.

³ Makridakis, Spyro, y colaboradores. El mercado único Europeo, Capitulo 9 “Identificando el talento de gestión para un entorno paneuropeo”. Serie McGraw-Hill de management, 1992.

3. Una resistencia física y emocional, que puede ser ponderada de acuerdo con el país y tipo de empleo.

1.3.1.4. R. Tung⁴:

El autor señala, que mientras mayor sea la importancia asignada a la adaptabilidad y a la capacidad de comunicación, mayor es el éxito en el trabajo encomendado.

1.3.1.5. Bartolomé y Evans⁵:

Bajo ciertas investigaciones del éxito en la expatriación, estos autores señalan que la reacción de la familia, es un factor de gran incidencia en la permanencia del ejecutivo en el extranjero. Se debe aclarar que el término “familia”, dentro de la investigación se refiere al cónyuge e hijos que tenga el ejecutivo.

1.3.1.6. Gary Dessler⁶:

Este autor destaca que además de las habilidades técnicas, se deben considerar características psicológicas, como lo son la sensibilidad cultural, habilidades interpersonales y flexibilidad. Dessler enumera 14 características que debería poseer un ejecutivo global, estas son:

1. Tener una sensibilidad a las diferencias culturales, es decir, saber adoptar una nueva cultura sin mayores problemas.
2. Poseer un vasto conocimiento del negocio.
3. Valor para defender una posición.
4. Lograr destacar y fomentar lo mejor de sus subordinados.

⁴ Makridakis, Spyro, y colaboradores. El mercado único Europeo, Capítulo 9 “Identificando el talento de gestión para un entorno paneuropeo”. Serie McGraw-Hill de management, 1992.

⁵ Makridakis, Spyro, y colaboradores. El mercado único Europeo, Capítulo 9 “Identificando el talento de gestión para un entorno paneuropeo”. Serie McGraw-Hill de management, 1992.

⁶ Dessler, Gary. “Administración de personal”. 8ª edición. Pearson Educación

5. Ser una persona que actúa con integridad.
6. Perspicaz.
7. Estar comprometido con el éxito
8. Correr riesgos
9. Usar la retroalimentación
10. Ser aventurero desde el punto de vista cultural
11. Busca oportunidades para aprender, demostrando con esto su pro actividad.
12. Ser un buen receptor de críticas, tanto constructivas como destructivas.
13. Estar en una búsqueda constante de la retroalimentación
14. Ser flexible.

Se debe considerar también, que Dessler, así como la mayoría de los autores investigados en el levantamiento bibliográfico, destacan que un gran factor de fracaso en los ejecutivos globales no son las habilidades técnicas, sino las psicológicas, por ejemplo, la inadaptabilidad de la familia y del mismo ejecutivo a la cultura, o al cambio en su vida.

Además se incluyen como factores de fracaso una falta de inteligencia tanto emocional como social, definiendo Inteligencia emocional como autoconciencia, autorregulación, motivación, empatía, habilidad social; e inteligencia social como receptibilidad social, flexibilidad conductual, sentido común.

1.3.2. Análisis de las características

En base a las características especificadas por los autores señalados anteriormente, y luego de un análisis de éstas, se puede realizar un resumen que las reduce a tan solo 9 características, las cuales se presentaran en el siguiente cuadro. Los conceptos buscan abarcar lo macro de cada una de las ideas de los autores. Es por esto, que en ciertos conceptos los autores tienen asignados más de una simbología, ya que, se busca dar a entender que más de una característica se adapta al concepto descrito.

Tabla 1.1 Cuadro de análisis de características⁷

	Hedlund	Müller	Harvey	Tung	Bartolomé y Evans	Dessler
Conocimiento del trabajo y motivación						••
Habilidad para relacionarse	•			•		•••
Flexibilidad, adaptabilidad y tolerancia al riesgo	••	••	••	•		•••••
Apertura a otras culturas	•		•			••
Sentido de probidad	•					•
Compromiso	•					•
Tener un amplio sentido del entorno		••				•
Perspicacia						•
Pro actividad						•

1.3.2.1. Resolución de la recopilación

Una vez realizada y analizada la tabla de las características expuestas por los autores, se realiza una recopilación de las características más reiterativas (Las características no están distribuidas en orden de relevancia)

⁷ Elaboración Propia

1. Un ejecutivo global debe ser creativo y perspicaz, para poder combinar las nuevas ideas de una manera atractiva, es decir, tener flexibilidad mental, que le permita adaptarse a los cambios.
2. Debe saber considerar la retroalimentación como una pieza fundamental en el éxito de su trabajo, por lo mismo, debe analizar cómo obtener una información depurada para poder utilizarla en el proceso de administración de la organización.
3. Un ejecutivo global debe tener una capacidad de análisis que le permita comprender, para posteriormente, comunicar la información obtenida en la retroalimentación. Esto, con el fin de adaptar los resultados, en función de las mejoras para el proceso administrativo. Esta característica la denominaremos "Punto de vista de helicóptero" (Muller .H, Publicación Shell, 1970) este concepto implica que el ejecutivo sea capaz de analizar y ver desde diversos puntos de vista un mismo problema.
4. Disposición para asumir riesgos y experimentar, características sumamente importantes, que pueden ser aplicables en una posible expatriación, ya que para poder manejarse a nivel internacional debe tener la capacidad de poseer un amplio conocimiento transcultural. Incluyendo el dominio de idiomas, lo que se torna sumamente importante en el caso de ejecutivos globales.
5. Una característica que debe tener un ejecutivo global, corresponde a la integridad y honradez en su manera de actuar. Al poseerla, será la única manera en la que podrá ejercer un liderazgo limpio y sin críticas.
6. Otra característica destacable de un ejecutivo global, es que debe tener un amplio sentido de la realidad, esto con el fin de visualizar cuando la compañía está en problemas, o en el comienzo de una situación de caos, así como también asumiendo sus limitaciones. Esto se puede vincular con la capacidad de destacar y fomentar el desempeño de sus subordinados, sin importar si el desempeño, o las ideas de estos, sobresalen de sus propias capacidades.

7. El ejecutivo global debe poseer un amplio conocimiento del negocio, permitiendo con esto que pueda enfrentarse sin ningún problema a la presentación de los proyectos en las diferentes y culturas, y poder ofrecer a los clientes los cambios que sean necesarios para adaptarse a una estrategia transcultural.

1.3.3. El perfil del ejecutivo global según los expertos

Con el afán de dar a conocer e identificar las características deseables o ideales que requieren las empresas de un ejecutivo global, se efectuaron entrevistas a expertos y/o ejecutivos relacionados, en cierta medida, con la expansión global del mercado chileno.

1.3.3.1. Señor Luis Chicuy, Gerente general “CYSCE” consultores empresariales (www.cysce.com)

- *¿Según su experiencia, que características debe tener un ejecutivo global?*
- Primero que todo, nadie te prepara para enfrentar la dimensión global. Se llega a un país desconocido, a una cultura desconocida, personalmente opté por la autocapacitación, traté de especializarme en la negociación. Hay que enfocarse en lo que quiere el cliente, hay que tener la capacidad de entender el negocio. Hay que tener una visión global de los servicios. Para los chilenos el idioma inglés es una gran deficiencia, ser bilingüe es muy necesario.
- Debe tener conocimiento del negocio o trabajo.
- Flexibilidad, adaptabilidad a los cambios.
- Tolerancia al riesgo. Para hacer negocios en el extranjero hay que arriesgarse.
- Sentido de probidad. Hay que ser siempre correcto y muy transparente en lo que se hace.
- Compromiso. Hay que comprometerse con la gente, no fallarle al cliente, hay que ganarse su confianza.
- Motivación es obligatoria, hay que incluir a la familia en esta etapa.
- Habilidad para relacionarse. Influye mucho la personalidad, esta debe ser acorde a la situación.

- Manejo de idiomas. El inglés es fundamental, pero primero debemos conocer y dominar muy bien nuestra lengua nativa. Puede ser necesario el idioma alemán.
- Apertura a otras culturas. Hay que ser un ejecutivo de mente abierta.
- Perspicacia.
- Pro actividad.

1.3.3.2. Señor Isaías Sharon, Gerente general “ZINERGIA CONSULTING” (www.zinergiaconsulting.cl)

- *¿Según su experiencia, que características debe tener un ejecutivo global?*
- Según mi experiencia las universidades no están preparando ejecutivos globales, sino que están entregando al mercado un profesional que no explota sus habilidades.
- Debe distinguir tempranamente su realidad organizacional y su entorno.
- Es flexible y se adapta fácilmente a diversos escenarios.
- Es un ejecutivo generalista (no especialista).
- Debe contar con una amplia red de contactos.
- Debe poseer capacidad para gerenciar.
- Habilidad para relacionarse con las personas.
- Es fundamental el manejo de idiomas, en nuestro caso, Inglés, portugués y un deseable conocimiento de chino mandarín.
- Compromiso, debe encarnar los valores de la organización.
- Alto potencial de liderazgo.
- Apertura y tacto con otras culturas y sus relaciones.

1.3.3.3. Publicación “Growin Global Executive Talent”⁸

Con la intención de tener un punto de comparación internacional sobre las características anteriormente señaladas de un ejecutivo global, se expone a

⁸ www.ddiworld.com/pdf/eiu_globalstudy_talentmanagement_ddi.pdf

continuación la opinión de extranjeros, los cuales se desempeñan en importantes empresas internacionales. En esta publicación se entrevistó a expertos como Joe Hogan, CEO of G.E. Healthcare's, David Novak, Chairman and CEO of Yum! Brands inc., Simon Machell, CEO of ABIBA Asia Pacific, Majdi Abulaban, Managing director of Delphi Packard Asia Pacific.

Estos expertos concuerdan en que es de suma importancia destacarse como ejecutivo global, debido a que la habilidad para administrar a través de las fronteras y culturas es cada vez más importante. "Un ejecutivo global debe ser ciudadano del mundo y estar capacitado para motivar personas, entender diferentes culturas y practicar el liderazgo de forma correcta e íntegra".

Las características que se destacan en esta publicación son:

- Habilidad para motivar equipos
- Desempeño eficiente en diferentes culturas
- Flexibilidad ante los cambios
- Desarrollador de talentos
- Capaz de tomar decisiones complejas
- Creatividad e innovación
- Habilidades interpersonales
- Ética e integridad en su actuar
- Conocimiento técnico

1.3.4. Recopilación de las características según los expertos

Una vez realizadas las entrevistas a las personas mencionadas anteriormente, se recopiló un grupo de características que indican lo que las empresas desean de un ejecutivo global. Las características mencionadas por ellos, fueron las siguientes:

- Conocimiento del negocio o trabajo.
- Flexibilidad y adaptabilidad a los cambios.
- Tolerancia al riesgo, ya que, según ellos, para hacer negocios en el extranjero hay que arriesgarse.
- Sentido de probidad.
- Compromiso.
- Motivación.
- Habilidad para relacionarse.
- Apertura a otras culturas.
- Perspicacia.
- Proactividad.
- Manejo de idiomas, los cuales deben ser mínimo dos, además de tener un buen manejo del idioma español.
- Poseer una amplia red de contactos.
- Capacidad para gerenciar y/o Potencial de liderazgo.

1.4. El Perfil del ejecutivo global

Una vez definidas las características tanto de los autores, como de los expertos, se debe identificar aquellas que forman el perfil final del ejecutivo global, el cual está dado por las siguientes características:

1. Conocimiento del trabajo y motivación: Conocimiento del trabajo se define como aquel amplio conocimiento que la persona debe tener de las tareas realizadas, o del negocio en el cual se maneja, y motivación es explicable como lo que debe tener toda persona para realizar bien su trabajo. Aquella persona que

tenga un amplio conocimiento del trabajo, pero que no posea una gran motivación, no cumplirá las expectativas que se esperan de un ejecutivo global.

2. Habilidad para relacionarse: Esta característica tiene que ver netamente con la habilidad que tiene el ejecutivo global de transmitir, de manera clara las ideas, y además, tener la capacidad de transformarlas en acción. Al mismo tiempo, es capaz de aceptar la retroalimentación como una manera de crecimiento para la empresa, generando la confianza para que sus subordinados participen en ella.

3. Flexibilidad, adaptabilidad y tolerancia al riesgo: Los dos primeros términos están absolutamente relacionados entre sí, ya que el mercado en el que se mueve un ejecutivo global puede variar de un momento a otro, siendo necesaria una aptitud para buscar y combinar cosas de nueva manera. Por ejemplo, aquel ejecutivo que esté a cargo de una línea de productos debe tener presente el cambio de gustos y preferencias de los clientes, en un contexto internacional. La tolerancia al riesgo, implica un grado de flexibilidad y adaptabilidad, ya que cualquier decisión que tome el ejecutivo global implica cambios, teniendo disposición para asumir riesgos y experimentar, por lo tanto, deben ser flexibles y adaptables al entorno.

4. Apertura a otras culturas: Aquel ejecutivo que sea aventurero desde el punto de vista cultural, así como también, el que sea capaz de aceptar una nueva cultura, y las diferencias que esta trae consigo. Cabe destacar la importancia que tiene el manejo de idiomas extranjeros, fundamentalmente el inglés, pero sobre todo, un buen manejo del idioma natal.

5. Sentido de Probidad: Valores éticos altamente desarrollados, al igual que un comportamiento basado en la honradez, honestidad, integridad y rectitud de comportamiento.

6. Compromiso: Esta característica se relaciona con el compromiso que debe tener el trabajador con los objetivos de la empresa, y con las necesidades del cliente.
7. Amplio sentido del entorno: Implica tener un amplio sentido de la realidad y de los acontecimientos externos que puedan afectar a la organización, de una manera positiva o negativa, aprovechando situaciones que puedan favorecer a la compañía o remediar situaciones de caos.
8. Perspicacia: Un ejecutivo perspicaz puede ser muy beneficioso para la empresa, ya que será alguien capaz de entender el problema con claridad y así tomar decisiones rápidas y asertivas en momentos de caos
9. Proactividad: Es tomar la iniciativa, pero además, ser capaz de asumir la responsabilidad de las decisiones que conlleve dicha iniciativa.
10. Poseer una amplia red de contactos: Saber acudir a la persona precisa, en el momento necesario, para solucionar un problema, o simplemente, para asesorarse ante un posible cambio.
11. Capacidad para gerenciar y/o Potencial de liderazgo: Esta característica destaca lo mejor de un ejecutivo global, es decir, aquel ejecutivo que tenga la capacidad para gerenciar será capaz de destacar a sus subordinados, motivarlos, y con esto, lograr influir en ellos en beneficio de la compañía.

1.5. Aplicación del modelo de competencias a las características del ejecutivo global

Es pertinente aclarar que la esencia de esta investigación es identificar las características que debe poseer un ejecutivo para diferenciarse como "Ejecutivo Global" y no necesariamente identificar las competencias.

A pesar de la justificación anteriormente mencionada, y con la intención de enriquecer esta investigación, se aplicará el modelo de competencias según Pablo Cardona y María Nuria Chinchilla.

Los autores, anteriormente mencionados, nos proponen un modelo bastante detallado y esquemático. En este modelo las competencias se subcategorizan en:

1. Competencias técnicas o de puesto.
2. Competencias directivas o genéricas.
 - a) Competencias empresariales.
 - i) Competencias estratégicas.
 - ii) Competencias intratégicas.
 - b) Competencias de eficacia personal.

Por lo tanto, las características enumeradas de 1 a 11 del perfil de un ejecutivo global, que a su vez cumplen con la calificación de competencias según el modelo son las siguientes:

- Característica nº1, Conocimiento del trabajo y motivación. Esta característica se califica como una competencia técnica.
- Característica nº2, Habilidad para relacionarse. Esta característica se califica como una competencia intratégica.
- Característica nº3, Flexibilidad, adaptabilidad y tolerancia al riesgo. Esta característica se califica como una competencia de eficacia personal.
- Característica nº7, Amplio sentido del entorno. Esta característica se califica como una competencia estratégica.
- Característica nº9, Proactividad. Esta característica se califica como una competencia de eficacia personal.

- Característica nº10, Poseer una amplia red de contactos. Esta característica se califica como una competencia estratégica.

Como se demostró anteriormente, solo seis de las 11 características cumplen con la calificación de competencias, lo que no implica que las cinco características restantes no sean de igual importancia.

Conclusión del capítulo

En este capítulo se han expuesto y descrito características fundamentales, las cuales al ser desarrolladas y aplicadas por los ejecutivos, pueden aumentar la probabilidad de alcanzar el éxito en su desempeño en una dimensión global.

Se han agregado las características que ciertos autores describen como importantes o relevantes, las cuales harán la diferencia entre un “ejecutivo global” de un ejecutivo “doméstico”.

Son estas características, agrupadas por conceptos generales y más relevantes, las que dan origen a la tabla 1.1. Los conceptos más referidos y/o de mayor importancia son la “Flexibilidad, adaptabilidad y tolerancia al riesgo”, “Habilidad para relacionarse”, “Apertura a otras culturas” y “Tener un amplio sentido del entorno”.

Al hacer una comparación simple, entre las características arrojadas por la literatura con las características expuestas por los expertos, es posible percatarse que una gran cantidad de ellas coinciden, agregándoseles el poseer una amplia red de contactos y la capacidad para gerenciar y desarrollar el liderazgo.

Como conclusión final, se puede agregar que, más allá de los conocimientos que posee todo ejecutivo, un “ejecutivo global” se destaca por tener aptitudes personales, como lo son la habilidad de relación con las personas o con el entorno en general, la capacidad de adaptarse a las diversas culturas que puede enfrentar a lo largo de su carrera, y por último, pero no menos importante, la flexibilidad que

pueda tener frente a los cambios de escenarios a los que se que pueda enfrentar en su desempeño laboral.

“El perfil de egreso de los estudiantes de Ingeniería Comercial”

Capítulo II

“Conociendo el perfil de egreso de los estudiantes de Ingeniería Comercial”

Para poder responder y analizar la gran interrogante que tiene esta investigación (¿Están preparados los nuevos ejecutivos para desempeñarse en una dimensión global?), considerando además que el área al cual está enfocado este trabajo es el perfil de un ejecutivo global, es necesario exponer y analizar el perfil de egreso de un estudiante de esta carrera.

Debido a la delimitación del estudio, y a la facilidad de acceso de la información, se han escogido los perfiles de las carreras de ingeniería comercial de las universidades de las ciudades de Viña del Mar y Valparaíso, sin tomar como distinción si éstas son privadas o tradicionales.

A modo de comparación, se tomaran como ejemplo, dos universidades de la región metropolitana.

Cabe señalar que debido al difícil acceso a los perfiles de egresados entregados por personal directamente relacionado con el tema y perteneciente a la universidad, fue necesario recurrir a los perfiles expuesto en la página web de cada institución, es por esto que algunas de las características que pueden parecer importantes, no se encuentran reflejadas en la tabla final.

2.1 Perfil de egreso de las universidades que conforman el estudio

2.1.1 Perfil del egresado de Ingeniería Comercial Universidad Católica de Valparaíso.(UCV)⁹

Como una manera de explicar este perfil se debe entender que los estudiantes de esta universidad, específicamente de la carrera de ingeniería comercial están

⁹ Anexo 1

formados en el área de la administración, y además se tratan de destacar sus conocimientos, habilidades, actitudes y valores.

Para poder centrar el perfil en el contexto de esta tesis, éste se ha resumido a las siguientes características:

- a) Poseen una responsabilidad social definida
- b) Son emprendedores
- c) Tienen Creatividad e innovación
- d) Son poli culturales y adaptables al cambio
- e) Poseen valores éticos.

2.1.2 Perfil del egresado de Ingeniería Comercial Universidad Adolfo Ibáñez (UAI)¹⁰ (sede viña del mar

Este perfil destaca por su metodología de enseñanza, en donde los alumnos participan en talleres a lo largo de la carrera. Esta universidad fomenta que los alumnos tengan una relación temprana en el mundo de los negocios.

Dentro de las características que destacan a un egresado de la universidad Adolfo Ibáñez se encuentran:

- a) Innovadores
- b) Ejecutivos globalizados
- c) Relacionados con el micro y macro entorno
- d) Aplicación y conocimiento de la tecnología en el negocio
- e) Bilingües

¹⁰ Anexo 2

2.1.3 Perfil del egresado de Ingeniería Comercial Universidad Técnica Federico Santa María¹¹ (UTFSM) (sede viña del mar)

El egresado de la carrera de ingeniería comercial de la Universidad Federico Santa María posee conocimientos matemáticos, y desarrollan el área científico tecnológica, la cual es complementada con el ámbito analítico para el desarrollo de problemas.

Entre las características que destacan a un Egresado de la universidad Federico Santa María encontramos:

- a) Auto superación
- b) Conocimiento de las ciencias tecnológicas y matemáticas
- c) Habilidades de análisis
- d) Trabajo en equipo
- e) Liderazgo
- f) Emprendimiento
- g) Relaciones poli culturales

2.1.4 Perfil del egresado de Ingeniería Comercial Universidad del Mar (UDM) (Sede Viña del Mar)¹²

Un egresado de esta universidad podrá especializarse tanto en las ciencias sociales como en la administración de empresas. Maneja la integración de equipos, y está preparado para realizar investigaciones.

Las características que destacan son:

- a) Adaptación a grupos de trabajo
- b) Creatividad
- c) Emprendimiento
- d) Alta Formación valórica (Honestidad, ética, solidaridad, responsabilidad, tolerancia)
- e) Liderazgo
- f) Integración internacional

¹¹ Anexo 3

¹² Anexo 4

2.1.5 Perfil del egresado de Ingeniería Comercial Universidad de las Américas (UDLA)¹³ (Sede Viña del Mar)

Se orienta en la formación práctica más que en los conocimientos propios de un ingeniero comercial. Completa los conocimientos de cualquier profesional acorde en el área de presentación de proyectos, conducción de equipos de trabajo. Como se explico anteriormente, el estilo de educación que esta universidad le entrega al alumno, es para ser un profesional especializado en lo que saber hacer más que en los conocimientos en general. Las características destacables de un egresado de esta universidad son:

- a) Creatividad
- b) Innovación
- c) Globalizado (administración global)
- d) Conocimiento del mundo de los negocios
- e) Internacionalización
- f) Emprendimiento
- g) Eficiencia

2.1.6 Perfil del egresado de Ingeniería Comercial Universidad Santo Tomás (UST) (Sede Viña del Mar)¹⁴

Esta universidad busca entregar al egresado las herramientas necesarias para poder manejarse en un mundo empresarial emprendedor o en un mundo empresarial en donde el egresado deba ser un subordinado dentro de la empresa.

Las características que destacan en estos egresados son:

- a) Emprendedor
- b) Analítico
- c) Trabajo en equipo

¹³ Anexo 5

¹⁴ Anexo 6

2.1.7 Perfil del egresado de Ingeniería Comercial Universidad Viña del Mar (UVM)¹⁵

En la Universidad de Viña del Mar se imparte la carrera de Ingeniería Comercial enfocada a la posible internacionalización que el alumno pueda tener, ya que posee programas de intercambio, y dentro de su malla curricular posee 5 niveles de inglés.

Las características que debe tener un Ingeniero Comercial de esta universidad son:

- a) Liderazgo
- b) Emprendimiento
- c) Trabajo en equipo
- d) Conocimiento del mundo globalizado
- e) Manejo de personal
- f) Desempeño estratégico
- g) Dirección corporativa, financiera, RR.HH, marketing, operación
- h) Administración bajo un nivel de recursos escasos
- i) Adaptabilidad
- j) Alto conocimiento del idioma inglés

¹⁵ Anexo 7

2.1.8 Perfil del egresado de Ingeniería Comercial Universidad Andrés Bello (UNAB)¹⁶ (Sede Viña del Mar)

La Universidad Andrés Bello se caracteriza por entregar a sus alumnos la posibilidad de cursar un magister en el último año de la carrera. Además buscan que el egresado salga con el interés de formar su propia empresa, concibiendo la idea de ser su propio jefe. En cuanto a la globalización, no es el objetivo principal de la universidad, pero si buscan y ayudan al alumno a potenciarlo.

Las características que reflejan un ingeniero comercial de esta universidad son:

- a) Capacidad para ser estratega
- b) Liderazgo
- c) Gestión estratégica
- d) Con capacidad de razonamiento económico
- e) Capacidad de dirección en las áreas de marketing, recursos humanos y financieras
- f) Liderazgo personal
- g) Pensamiento crítico

2.1.9 Perfil del egresado de Ingeniería Comercial Universidad de Valparaíso (U.V)¹⁷

El ingeniero comercial de la universidad de Valparaíso, está preparado para afrontar cualquier tipo de situaciones, desde resolver problemas, hasta presentar soluciones innovadoras. En esta universidad buscan que el alumno sea un alumno globalizado, es decir, que sea capaz de desempeñarse en una empresa nacional o internacional.

Las características que destacan al egresado son:

- a) Toma de decisiones
- b) Resolución de problemas

¹⁶ Anexo 8

¹⁷ Anexo 9

- c) Capacidad de adaptación al cambio
- d) Aprendizaje permanente
- e) Creatividad
- f) Conocimientos propios del que hacer
- g) Valores éticos y morales
- h) Conducción y relación con grupos humanos

2.1.10 Perfil del egresado de Ingeniería Comercial Universidad Mayor (UM) (Sede Santiago)¹⁸

Esta universidad entrega un profesional preparado para administrar con una visión globalizada del mundo, teniendo capacidad para comunicarse en inglés. Poniendo énfasis en el cumplimiento de los objetivos organizacionales y la creación de valor, tanto para organizaciones nacionales, como extranjeras. Las características que destacan a este profesional son:

- Visión globalizada del mundo
- Toma e implementación de decisiones estratégicas
- Conocimiento del entorno y la sociedad
- Valores éticos
- Liderazgo de equipos de trabajo
- Emprendedor
- Bilingüe, dominio del idioma inglés
- Visión multidisciplinaria del proceso administrativo
- Actitud positiva
- Proactivo.

¹⁸ Anexo 10

2.1.11 Perfil del egresado de Ingeniería Comercial Universidad de Santiago de Chile (USACH) (Sede Santiago)¹⁹

Dentro de los perfiles que se presentan en este estudio, uno de los más completos fue el de esta universidad, ya que, como se podrá ver en el anexo, diferencia claramente las habilidades de las capacidades y las actitudes.

A continuación, se describen algunas de las características destacables:

- Tienen la capacidad para gestionar organizaciones
- Son emprendedores
- Son analistas tanto externos como internos de la empresa
- Saben administrar riesgos
- Capacidad para liderar equipos de trabajo
- Son capaces de aceptar múltiples culturas
- Poseen responsabilidad social, y valores éticos desarrollados

2.2 Análisis de los perfiles

Una vez recopilados y analizados los perfiles de egreso del Ingeniero Comercial, las características de éstos se pueden presentar en una tabla comparativa. La que se presenta a continuación:

¹⁹ Anexo 11

Tabla 2.1 Análisis de las características de egreso²⁰

	UCV	UAI	UTFSM	UDM	UDLA	UST	UNAB	UVM	UV	USACH	UM
Responsabilidad Social	✓		✓							✓	
Emprendimiento	✓			✓	✓	✓		✓		✓	✓
Creatividad e Innovación	✓	✓		✓	✓				✓	✓	
Poli culturales y adaptables al cambio	✓		✓					✓		✓	✓
Valores Éticos	✓			✓					✓	✓	✓
Relación con el micro y el macro entorno		✓							✓	✓	✓
Aplicación de la tecnología en el negocio		✓								✓	
Bilingües		✓						✓			✓
Auto superación			✓							✓	
Conocimiento de las ciencias tecnológicas y matemáticas			✓						✓	✓	
Habilidad de Análisis			✓			✓	✓	✓	✓	✓	
Trabajo en equipo			✓	✓		✓		✓			
Liderazgo personal y grupal			✓	✓			✓	✓	✓	✓	✓
Integración Internacional				✓				✓			
Eficiencia					✓					✓	
Estratega							✓	✓		✓	✓
Proactividad										✓	✓
Capacidad de comunicación Efectiva										✓	

²⁰ Elaboración Propia

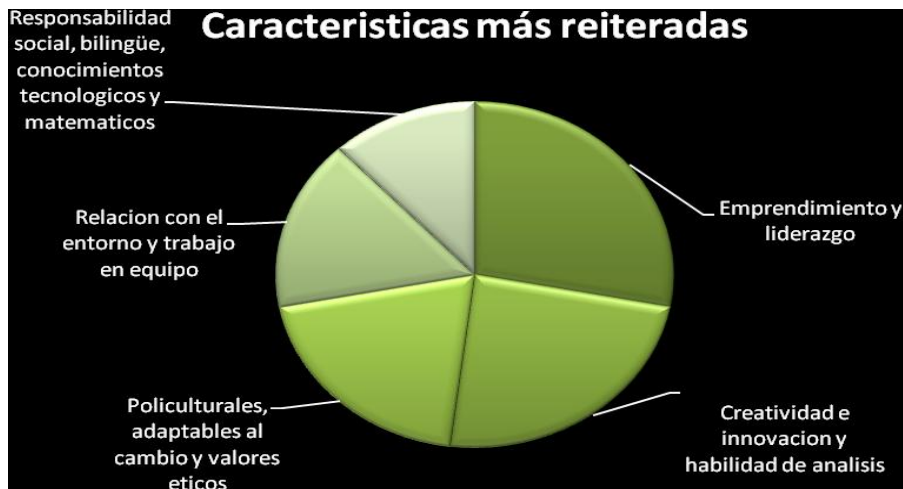
2.3 Ranking de las características más reiteradas

Tabla 2.2 “Características más reiteradas”²¹

Características	Porcentaje de repetición
Emprendimiento	63,64%
Liderazgo	
Creatividad e innovación	54,55%
Habilidad de análisis	
Poli culturales y adaptables al cambio	45,45%
Valores éticos	
Relación con el entorno	36,36%
Trabajo en equipo	
Responsabilidad social	27,27%
Bilingües	
Conocimientos tecnológicos y matemáticos	

²¹ Elaboración propia

Gráfico 2.1 “Ranking de las características más reiteradas”²²



2.4 Análisis de la recopilación de los perfiles de las diversas universidades

Una vez analizada la información de la tabla se pueden concluir los siguientes puntos:

1. El liderazgo y el emprendimiento son dos características que destacan enormemente, ya que se repiten en 7 de las 11 universidades presentadas, representando un 63,64%. Un ingeniero comercial que no sea un buen líder, o que no tenga motivación para emprender proyectos nuevos, difícilmente podrá desarrollarse siquiera en el mercado local.
2. Un 54,55%, lo que equivale a 6 de las 11 universidades estudiadas, tienen como características repetitivas la creatividad, innovación y habilidad de análisis. Esto puede corroborar el punto anterior, ya que para poder ser emprendedor se debe tener una cuota de creatividad e innovación. En cuanto a la habilidad de análisis, se puede destacar que un buen ejecutivo debe ser capaz de analizar

²² Elaboración en base a la tabla 2.2

cada una de las decisiones que tome, por lo tanto, un buen ingeniero comercial debe ser un buen analista.

3. Dentro de las características que destacan están también los valores éticos, la capacidad de ser adaptable al cambio y la apertura a otras culturas. Éstas representan un 45,45%, ya que se repiten en 5 de las 11 universidades estudiadas. El punto de los valores éticos lo debe tener cualquier ejecutivo, sin importar la carrera que ejerza. En cuanto a la apertura a otras culturas se puede relacionar con la adaptabilidad al cambio, ya que este estudio busca definir las características que debe poseer un ejecutivo global, y un ejecutivo que no se pueda adaptar, no tendrá muchas posibilidades de cambiar de un ejecutivo doméstico a uno global.

Conclusión del capítulo

Dentro de este capítulo se han dado a conocer los perfiles de las universidades que imparten la carrera de Ingeniería Comercial en las comunas de Viña del Mar y Valparaíso.

Al hacer un análisis de cada perfil, se puede concluir que en gran parte de ellos, destaca la entrega de las capacidades de un liderazgo eficiente y poder llevar a cabo un emprendimiento, más que la entrega de conocimientos ingenieriles duros.

Una conclusión clara es que en la actualidad, las universidades buscan sacar al mercado ingenieros comerciales que sean capaces de manejarse dentro de una empresa, con personal a cargo, o tener la motivación de crear su propia empresa.

Las universidades ya no buscan tener egresados de Ingeniería Comercial con conocimientos puros en finanzas, marketing o recursos humanos, sino que buscan tener egresados multifuncionales, que sean capaces de desarrollarse en cualquier ambiente empresarial, y que sean capaces de competir en cualquier escenario de mercado.

“Comparación del perfil del ejecutivo global, con el perfil de egreso de un ingeniero comercial”

Capítulo 3

3. Comparación del perfil del ejecutivo global, con el perfil de egreso del ingeniero comercial

Para poder finalizar este estudio, se debe analizar si las universidades están entregando al mercado ingenieros comerciales que cumplan con el perfil de un ejecutivo global. Para esto, se realizara en este capítulo una comparación de los perfiles de cada una de las universidades, efectuando un análisis cruzado entre las características entregadas por cada universidad con las definidas en el capítulo I.

Tabla 3.1 Perfil final del ejecutivo global²³

	UCV	UAI	UTFSM	UDM	UDLA	UST	UNAB	UVM	UV	USACH	UM
Conocimiento del trabajo y motivación											
Habilidad para relacionarse			✓	✓		✓					
Flexibilidad, adaptabilidad y tolerancia al riesgo	✓		✓					✓		✓	
Apertura a otras culturas	✓	✓	✓	✓				✓		✓	✓
Sentido de Probidad	✓		✓	✓					✓	✓	✓
Compromiso					✓						
Amplio sentido del entorno	✓	✓	✓						✓	✓	✓
Perspicacia							✓	✓			
Proactividad	✓			✓	✓			✓	✓		✓
Posee amplia red de contactos			✓	✓		✓					
Capacidad para gerenciar, potencial de liderazgo		✓	✓				✓	✓	✓	✓	✓

²³ Elaboración propia

3.1 Comparación del Perfil de la Universidad Católica de Valparaíso con el perfil del ejecutivo global

Esta comparación arrojo como resultado que el perfil de egreso de un ingeniero comercial de esta universidad solo cumple con cinco características de las once que debe tener un ejecutivo global. Estas características son las siguientes:

- a) Flexibilidad, adaptabilidad y tolerancia al riesgo
- b) Apertura a otras culturas
- c) Sentido de probidad
- d) Amplio sentido del entorno
- e) Proactividad

Podemos decir entonces, que el ingeniero comercial que entrega la Universidad Católica de Valparaíso cumple con un 45,45% de las características que debería tener un ejecutivo para entrar al mercado global.

3.2 Comparación del Perfil de la Universidad Adolfo Ibáñez con el perfil del ejecutivo global

La comparación del perfil de egreso del ingeniero comercial de esta universidad, con el perfil del ejecutivo global arrojo que solo un 27,27% de las características definidas para el perfil de un ejecutivo global coinciden con las características del perfil de esta universidad. Estas son:

- a) Apertura a otras culturas
- b) Amplio sentido del entorno
- c) Capacidad para gerenciar, potencial de liderazgo

3.3 Comparación del Perfil de la Universidad Técnica Federico Santa María con el perfil del ejecutivo global

La comparación del perfil de egreso del ingeniero comercial de esta universidad, con el perfil del ejecutivo global arroja que solo un 63,64% de las características definidas para el perfil de un ejecutivo global coinciden con las características del perfil de esta universidad. Estas son:

- a) Habilidad para relacionarse
- b) Flexibilidad, adaptabilidad y tolerancia al riesgo
- c) Apertura a otras culturas
- d) Sentido de probidad
- e) Amplio sentido del entorno
- f) Posee amplia red de contactos
- g) Capacidad para gerenciar, potencial de liderazgo

3.4 Comparación del Perfil de la Universidad del Mar con el perfil del ejecutivo global

La comparación del perfil de egreso del ingeniero comercial de esta universidad, con el perfil del ejecutivo global arroja que solo un 45,45% de las características definidas para el perfil de un ejecutivo global coinciden con las características del perfil de esta universidad. Estas son:

- a) Habilidad para relacionarse
- b) Apertura a otras culturas
- c) Sentido de probidad
- d) Proactividad

- e) Posee amplia red de contactos

3.5 Comparación del Perfil de la Universidad de las Américas con el perfil del ejecutivo global

La comparación del perfil de egreso del ingeniero comercial de esta universidad, con el perfil del ejecutivo global arrojó que solo un 18,18% de las características definidas para el perfil de un ejecutivo global coinciden con las características del perfil de esta universidad. Estas son:

- a) Compromiso
- b) Proactividad

3.6 Comparación del Perfil de la Universidad Santo Tomás con el perfil del ejecutivo global

La comparación del perfil de egreso del ingeniero comercial de esta universidad, con el perfil del ejecutivo global arrojó que solo un 18,18% de las características definidas para el perfil de un ejecutivo global coinciden con las características del perfil de esta universidad. Estas son:

- a) Habilidad para relacionarse
- b) Posee amplia red de contactos

3.7 Comparación del Perfil de la Universidad Andrés Bello con el perfil del ejecutivo global

La comparación del perfil de egreso del ingeniero comercial de esta universidad, con el perfil del ejecutivo global arrojó que solo un 18,18% de las características definidas para el perfil de un ejecutivo global coinciden con las características del perfil de esta universidad. Estas son:

- a) Perspicacia
- b) Capacidad para gerenciar, potencial de liderazgo

3.8 Comparación del Perfil de la Universidad Viña del Mar con el perfil del ejecutivo global

La comparación del perfil de egreso del ingeniero comercial de esta universidad, con el perfil del ejecutivo global arrojó que solo un 45,45% de las características definidas para el perfil de un ejecutivo global coinciden con las características del perfil de esta universidad. Estas son:

- a) Flexibilidad, adaptabilidad y tolerancia al riesgo
- b) Apertura a otras culturas
- c) Perspicacia
- d) Proactividad
- e) Capacidad para gerenciar, potencial de liderazgo

3.9 Comparación del Perfil de la Universidad de Valparaíso con el perfil del ejecutivo global

La comparación del perfil de egreso del ingeniero comercial de esta universidad, con el perfil del ejecutivo global arrojó que solo un 36,36% de las características definidas para el perfil de un ejecutivo global coinciden con las características del perfil de esta universidad. Estas son:

- a) Sentido de probidad
- b) Amplio sentido del entorno
- c) Proactividad
- d) Capacidad para gerenciar, potencial de liderazgo

3.10 Comparación del Perfil de la Universidad de Santiago de Chile con el perfil del ejecutivo global

La comparación del perfil de egreso del ingeniero comercial de esta universidad, con el perfil del ejecutivo global arrojó que solo un 45,45% de las características definida para el perfil de un ejecutivo global coinciden con las características del perfil de esta universidad. Estas son:

- a) Flexibilidad, adaptabilidad y tolerancia al riesgo
- b) Apertura a otras culturas
- c) Sentido de probidad
- d) Amplio sentido del entorno
- e) Capacidad para gerenciar, potencial de liderazgo

3.11 Comparación del Perfil de la Universidad Mayor con el perfil del ejecutivo global

La comparación del perfil de egreso del ingeniero comercial de esta universidad, con el perfil del ejecutivo global arrojó que solo un 45,45% de las características definida para el perfil de un ejecutivo global coinciden con las características del perfil de esta universidad. Estas son:

- a) Apertura a otras culturas
- b) Sentido de probidad
- c) Amplio sentido del entorno
- d) Proactividad
- e) Capacidad para gerenciar, potencial de liderazgo

Conclusión del capítulo

Se puede concluir principalmente que, hasta el día de hoy, preparar un ejecutivo para desarrollarse en una dimensión global no es una prioridad en la formación de las Escuelas de Ingeniería Comercial en las Universidades. Si bien es cierto que la mayoría de las universidades seleccionadas hacen referencia a la globalización o internacionalización, éstas no desarrollan una especialización orientada a un conocimiento multicultural y/o a formar ejecutivos bilingües certificados.

No obstante a lo anteriormente señalado, un número significativo de Universidades facilita la opción de participar en intercambios estudiantiles con diversas universidades del mundo. Desafortunadamente y debido a que estos intercambios internacionales suelen tener un costo monetario considerablemente alto, solo son una opción y no parte obligatoria dentro de la formación del Ingeniero Comercial.

Como conclusión final, y respondiendo al estudio de esta tesis, se puede decir que de las universidades estudiadas en la región, la que más se acerca al perfil que debe tener el ejecutivo global, estudiado y definido en el Capítulo I es la Universidad Técnica Federico Santa María, cumpliendo con 7 de las 11 características que definen a un ejecutivo global.

CONCLUSIONES

Dada la importancia y reconocimiento que hoy en día tiene el comercio exterior y/o crecimiento internacional para muchas empresas, es necesario preparar ejecutivos con capacidades para desempeñarse en una dimensión global. Estos ejecutivos, ingenieros comerciales para el enfoque de este estudio, deben ser preparados e incentivados al conocimiento de nuevas culturas y lenguas, por las Universidades formadoras. De esta forma las instituciones serán el motor de desarrollo de un ejecutivo que se diferenciará de otros al poseer esta particular formación, como ventaja comparativa y competitiva, al momento de desenvolverse en una organización multinacional.

Del trabajo realizado se puede concluir que las organizaciones multinacionales sí prefieren un ejecutivo preparado para la dimensión global y con conocimientos del ejercicio transcultural de los negocios.

Con este estudio finalizado, se puede recomendar a las Escuelas formadoras de ejecutivos, que la importancia dada al desarrollo de cátedras de idiomas extranjeros, preferentemente el inglés, debe ser mayor. Siendo de mucha utilidad la certificación de estos.

También es importante destacar, que dentro de la formación del Ingeniero Comercial es recomendable incentivar al estudiante a prepararse para una dimensión global, estimulando su interés por otras culturas y demostrando la oportunidad de que éste se desempeñe, en el futuro, dirigiendo y liderando una organización multinacional.

ANEXOS

Anexos

ANEXO N°1: Perfil egresado Ingeniería Comercial Universidad Católica de Valparaíso²⁴

- **Objetivo de la carrera**

Los Ingenieros Comerciales de la PUCV son profesionales formados en las Ciencias de la Administración, más el apoyo de la Economía y de otras ciencias y disciplinas relevantes, los cuales en virtud de su formación, con un conjunto sistemático de conocimientos (saber), habilidades (saber hacer), actitudes y valores (ser) y con la debida responsabilidad social, pueden diseñar el futuro de una empresa u organización y conducirla hacia sus objetivos, con un sello creativo, innovador y emprendedor. Al momento de egresar, y con crecientes grados de responsabilidad en el tiempo y experiencia, pueden ejercer en las siguientes áreas de desempeño, ámbitos de acción o dominios.

- Dirección de las áreas funcionales de las organizaciones (Marketing, Recursos Humanos, Finanzas, Operaciones, etc.)
- Dirección estratégica de las organizaciones (Alta Dirección, Gerencia General)
- Emprendimiento de nuevos negocios u organizaciones.

Entre sus rasgos distintivos, nuestros egresados cuentan con las competencias necesarias para el desarrollo y ejercicio de la profesión en diversos ámbitos y culturas. A la vez, pueden acceder a estudios de postgrado en disciplinas relacionadas con su ejercicio profesional o con el desarrollo académico. Formado en una universidad católica, el Ingeniero Comercial PUCV expresa en su actuar los valores de respeto por los demás, por sí mismo y por los aspectos éticos y de responsabilidad social del ejercicio profesional y empresarial

Nuestros Ingenieros Comerciales se desempeñan actualmente en más de 700 empresas e instituciones privadas o públicas, nacionales o transnacionales, con o

²⁴ <http://www.pucv.cl/>

sin fines de lucro, tanto de manufacturas, como de servicios, desarrollando actividades de dirección o asesoría, tanto a nivel de departamentos, como de la organización en su globalidad. Además, varios de ellos han formado y desarrollado empresas nuevas propias o están ejerciendo la profesión en forma independiente

ANEXO N°2: Perfil egresado Ingeniería Comercial Universidad Adolfo Ibáñez²⁵²⁶

- **Descripción de la carrera**

El enfoque de enseñanza de la Escuela de Negocios se centra en el alumno, en metodologías que incentivan el “learning by doing” (aprender haciendo) y en experiencias que acercan tempranamente a los estudiantes al mundo de los Negocios.

La malla curricular del ingeniero comercial de la Adolfo Ibáñez se estructura en base a una secuencia de talleres. Estas son instancias práctico teóricas donde el alumno es el protagonista de su propio proceso de aprendizaje y en ellos se integran aspectos tanto teóricos como prácticos, a partir de desafíos que surgen de abordar problemas y personas reales. La formación del Ingeniero Comercial de nuestra universidad es única, no sólo por lo avanzado de sus contenidos, sino muy importantemente por las metodologías y las redes en las que asimilan dichos contenidos.

- **Perfil del egresado**

Destacan tres características: El desarrollo de la capacidad para desenvolverse con éxito en la economía global de la innovación. La comprensión del vínculo cada vez más necesario entre negocios por una parte y ciencia y tecnología por otra.

²⁵ <http://www.uai.cl/vive/comercial/descripcion>

²⁶ <http://www.uai.cl/vive/comercial/perfil-egresado>

Por último, por ser un profesional con las competencias necesarias para comprender y gestionar la dimensión socio-política y medioambiental de los negocios.

ANEXO N°3: Perfil egresado Ingeniería Comercial Universidad Técnica Federico Santa María²⁷

Es un profesional con una formación de gran calidad, que integra el conocimiento de los medios interno y externo de las organizaciones, junto al manejo de herramientas de la Matemática, Estadística e Informática; generando una adecuada preparación en un conjunto de técnicas operativas y estrategias de acción, lo que le permite estar preparado para crear y dirigir empresas, haciendo que éstas, su personal y la comunidad, se desarrollen alcanzando permanentemente nuevas metas.

Adicionalmente, posee un sólido manejo en el área científico-tecnológica, sello distintivo de la institución, que le permite profundizar en ciencias y técnicas cuantitativas, además de poner a prueba sus habilidades analíticas en forma consistente y rigurosa. Esto es complementado con una importante componente de internacionalización, constituida por la presencia sustantiva del idioma inglés en la malla curricular, la posibilidad de cursar un período académico en el extranjero y la importante cantidad de alumnos de otros países que realizan estudios de pregrado o intercambio en la USM.

²⁷ <http://www.utfsm.cl/admision/carreras/pregrado/5anos/ing.comercial.html>

- **Campo Laboral**

Su gran capacidad de emprendimiento, gestión, liderazgo y trabajo en equipo; lo convierten en un experto en crear y dirigir empresas –públicas o privadas- del rubro industrial y de servicios, contribuyendo al desarrollo productivo, en ámbitos como administración, comercialización, estrategia, finanzas, producción, proyectos y recursos humanos, en Chile y el mundo.

En el ámbito de la consultoría, cuenta con las herramientas necesarias para evaluar y gestionar proyectos empresariales, otorgando soluciones y procedimientos a seguir, contemplando los aspectos económicos, tecnológicos, socio-políticos y legales.

ANEXO N°4: Perfil egresado Ingeniería Comercial Universidad del Mar²⁸

El Ingeniero Comercial de la Universidad del Mar se desenvuelve profesionalmente basándose en una rigurosa formación académica en las ciencias básicas, ciencias sociales, ciencias de la administración de empresa, derecho y economía.

El Ingeniero Comercial de la Universidad del Mar es capaz de integrar equipos multidisciplinarios abocados a proyectos de investigación relacionados con su ámbito profesional, aplicando rigurosamente la metodología de investigación científica

El Ingeniero Comercial de la Universidad del Mar es creativo y emprendedor, demostrando un fuerte compromiso con el entorno donde actúa y una sólida formación valórica orientada a un desempeño profesional con alto estándar ético,

²⁸ <http://www.udelmar.cl>

guiado por principios de justicia, honestidad, solidaridad, respecto, tolerancia y responsabilidad

El Ingeniero Comercial de la Universidad del Mar aplica estrategias y técnicas de gestión y de negociación, desarrollando y ampliando sus destrezas para liderar, armonizando los objetivos de la organización con las personas y el bien común

El Ingeniero Comercial de la Universidad del Mar es un profesional orientado a la administración y creación de empresas con o sin fines de lucro, con una visión sistémica de los procesos de negocios, especialista en gestión financiera, comercial, gestión de las personas.

El Ingeniero Comercial de la Universidad del Mar ejerce un liderazgo creativo en un ámbito multicultural, se apoya en las Tics para la toma de decisiones, interactuando y relacionándose con oferentes y demandantes en el idioma propio de los negocios internacionales, esto es, Inglés , aplicando espíritu crítico para la resolución de problemas y permanente actualización profesional

ANEXO N°5: Perfil egresado Ingeniería Comercial Universidad de Las Américas²⁹

- **Orientación de la carrera**

Ingeniería Comercial forma profesionales orientados a la creación, innovación y logro, sobre la base de una fuerte orientación teórica y sobretodo práctica, global y con conocimientos del mundo de negocios, todo lo anterior reforzado por talleres de desarrollo de habilidades gerenciales y gestión de personas.

El egresado de Ingeniería Comercial posee competencias informáticas y técnicas que lo validan para diseñar e implementar estrategias de negocios y hacerse cargo de la gestión y conducción exitosa de proyectos organizacionales. La formación socio-técnica que recibe lo habilita para diseñar y conducir equipos de

²⁹ <http://www.uamericas.cl/carreras/facultad-de-administracion-y-negocios/ingenieria-comercial/diurno>

trabajo y aportar y colaborar creando ambientes laborales estimulantes y orientados a la eficiencia. Se suma una formación general en el idioma inglés, lo que fortalece su inserción en compañías internacionales.

- **Perfil del profesional**

Los Ingenieros Comerciales UDLA se encuentran preparados para desempeñar funciones en empresas productivas y de servicios, con o sin fines de lucro, tanto públicos como privados y transversales a todo tipo de sectores y tamaños. También cuentan con las competencias para crear su propia empresa o dedicarse al ejercicio libre de la profesión a través de asesorías y consultoría.

ANEXO N°6: Perfil egresado Ingeniería Comercial Universidad Santo Tomas³⁰

- **Descripción de la carrera**

La carrera de Ingeniería Comercial en la Universidad Santo Tomás está estructurada para desarrollar un espíritu emprendedor, capacidad analítica, de liderazgo y de trabajo en equipo, aspirando a lograr profesionales íntegros, orientados al logro y responsables. Las modernas asignaturas impartidas y metodologías de enseñanza utilizadas, permiten al egresado desarrollar una mente abierta a la diversidad cultural y adquirir las habilidades que le permitan desempeñarse en un mundo dinámico, competitivo y globalizado.

Perfil del postulante

- Con real interés en la empresa y fenómenos sociales y financieros que la afectan.
- Con potencial emprendedor
- Responsable y con facilidad para trabajar en equipo

³⁰ <http://www.santotomas.cl/sede/detalleCarrera/ust/vina/60>

ANEXO N°7: Perfil egresado Ingeniería Comercial Universidad Viña del Mar ³¹

- **Plan de Estudios**

La carrera de Ingeniería Comercial de la Universidad de Viña del Mar fue la primera adscrita a una universidad privada en ser acreditada por la Comisión Nacional de Acreditación de Pregrado, en 2005, lo que certifica su calidad y excelencia académica. Posteriormente, en diciembre de 2008, la Agencia Acreditadora del Colegio de Ingenieros de Chile, Acredita CI, le renovó esta certificación hasta diciembre de 2011.

Esta carrera es impartida por la Escuela de Negocios UVM, fundada en 1990 y que, desde entonces, ha logrado posicionar en el mercado laboral a más de cuatrocientos cincuenta titulados de la carrera que hoy trabajan, con éxito, en prestigiosas empresas nacionales y extranjeras.

Durante el desarrollo de la carrera, el alumno adquiere la experiencia de trabajar en una empresa real y de conocer lo que sucede en el mundo globalizado, gracias a alternativas concretas de intercambio que ésta ofrece para estudiar en otro país.

El plan de estudios de Ingeniería Comercial se estructura con el objetivo de lograr en el alumno el dominio de conocimientos de nivel estratégico, en la Dirección de Empresas. Lo anterior se sustenta en el desarrollo de competencias y habilidades dentro de los ámbitos social y económico, complementado con una formación adecuada en las áreas de Marketing, Finanzas, Recursos Humanos, Economía, Sistemas de Información, Contabilidad, Métodos Cuantitativos, Derecho y Ética.

Además, el plan de estudios promueve en el estudiante el desarrollo de un análisis crítico que lleve a la reflexión, a fin de dar solución a problemas propios del quehacer empresarial y de los negocios, con una postura ética con miras al bien común de la sociedad

³¹ http://www.uvm.cl/comercial_plan.shtml

ANEXO N°8: Perfil egresado Ingeniería Comercial Universidad Andrés Bello³²

Perfil Profesional

El Ingeniero Comercial de la Universidad Andrés Bello es un profesional altamente capacitado para desarrollarse en el mundo de los negocios, de elevado potencial y con características de estrategia y líder, capaz de generar valor a las organizaciones mediante competencias en gestión estratégica, razonamiento económico, dirección financiera, dirección de marketing, dirección de recursos humanos, liderazgo personal y pensamiento crítico, logrando enfrentar adecuadamente los desafíos de un mundo altamente complejo, competitivo, globalizado y en permanente evolución.

Campo Ocupacional

El Ingeniero Comercial de la Universidad Andrés Bello, podrá desempeñarse tanto en el ámbito privado como público, creando, liderando o apoyando proyectos que generen utilidad y viabilidad a las organizaciones. En general, su desempeño se relacionará con aquellas empresas de bienes y servicios que requieran agregar valor, crear nuevos negocios, abrir nuevos mercados, visualizar segmentos de mercado, expandirse internacionalmente y gestionar la dotación de talentos en la organización. De la misma manera, el Ingeniero Comercial tendrá las herramientas necesarias para crear empresas y desarrollar proyectos propios en el ámbito de negocios locales e internacionales.

Plan de Estudios

1. Formación de Ingenieros Comerciales con la posibilidad de especialización en:

³² <http://facultades.unab.cl/economiaynegocios/carreras/ingenieria-comercial/perfil-profesional/>

Mención administración: Especialidades en marketing, finanzas y recursos humanos. También existe la opción de egresar sin especialización en el formato tradicional de la carrera.

Mención en economía: Especialización en economía aplicada a la empresa.

2. Licenciatura al cuarto año. Con esto, los alumnos quedan en condiciones de cursar programas de postgrado en cualquier universidad nacional o extranjera.

Titulación y magíster profesional en el quinto año

El quinto año corresponde a un magíster profesional de un año de duración impartido en tres ciclos cuatrimestrales.

Los dos primeros ciclos de este 5º año, le permiten al alumno terminar sus estudios de Ingeniería Comercial y egresar de la carrera.

Una vez que el alumno ha completado los dos primeros ciclos cuatrimestrales del quinto año, tiene las siguientes opciones:

- a) Titularse rindiendo y aprobando un examen de título: en este caso obtiene el título de Ingeniero Comercial.
- b) Continuar sus estudios durante el tercer cuatrimestre de este quinto año y en este caso obtener su título profesional y un magíster de especialidad.
- c) Crear una empresa asumiendo los riesgos que implica, y presentarla a la Facultad cuando esta cuente con un año mínimo de operaciones.

Si su proyecto de emprendimiento es aceptado, el alumno obtiene el título de Ingeniero Comercial.

Características de los Magister de Especialidad

Programas altamente especializados en Marketing, Finanzas, Recursos Humanos o Economía, de un año de duración, divididos en tres ciclos cuatrimestrales.

Los tres ciclos cuatrimestrales son dictados en modalidad semi vespertina. Esto permite a los alumnos poder iniciar su vida laboral y culminar su último año de estudios paralelamente.

Escuela de Negocios UNAB – IEDE: Todos nuestros programas de postgrado son impartidos en forma conjunta con el Institute for Executive Development (IEDE).

Lo anterior le permite a los alumnos que culminan los tres ciclos del quinto año, obtener el grado de magíster en la especialidad elegida entregado por la Universidad Andrés Bello y el grado de Master Español, entregado por IEDE España.

Doble Graduación con Universidades Extranjeras

A través de este programa, los estudiantes de la Universidad Andrés Bello pueden continuar sus estudios en el extranjero y obtener una doble graduación con prestigiosas instituciones europeas.

Los estudiantes de Ingeniería Comercial, luego de haber completado el 75% del programa académico, pueden optar a doble graduación en la U. Europea de Madrid.

Asimismo, los alumnos de Ingeniería Comercial, luego de obtener su licenciatura en Ciencias Económicas y Administrativas, pueden continuar estudios en Ecole Supérieure du Commerce Marseille (Euromed) o en Rouen Business School, para alcanzar un Master of Science in Management

La práctica profesional está incluida en el plan de estudios, por lo que el estudiante puede contar con los veranos de libre disposición. El proceso de titulación comienza en el último semestre de la carrera, pudiendo culminar un mes después de egresar, lo que permite una temprana inserción laboral, sin un costo adicional.

ANEXO N°9: Perfil de egreso Ingeniería Comercial Universidad de Valparaíso³³

El postulante a cursar estudios superiores en la carrera de Ingeniería Comercial de la Universidad de Valparaíso deberá tener habilidades para gestionar organizaciones, tomar decisiones, tener capacidades para resolver problemas, darles soluciones en un espacio global de la cultura de los negocios. Debe tener sensibilidad social y ambiental; debe ser un postulante con características humanas de integridad, con habilidades, con capacidades para adaptarse a los cambios y a tener un aprendizaje de materias permanente. También deberá ser creativo y poseer conocimientos propios del quehacer de la ingeniería comercial, deberá tener valores éticos y morales que respondan a un actuar asertivo en la conducción y relación con grupos humanos con los que se encuentra obligado socialmente

³³ <http://www.uv.cl/carreras/?c=1960>

ANEXO N°10: Perfil de egreso Ingeniería Comercial Universidad Mayor³⁴

Perfil Profesional

El egresado de Ingeniería Comercial de la Universidad Mayor será un profesional con una visión globalizada del mundo, con competencias para: - Tomar e implementar decisiones estratégicas que consideren las condiciones del entorno y la sociedad, fundamentadas en sus principios éticos. - Formar y liderar equipos de trabajo, con creatividad y actitud emprendedora y con sólidos conocimientos propios de las ciencias de la administración, los que unidos a sus habilidades de investigación, capacidad para comunicarse en inglés y su capacidad crítica y autocrítica le permitirán definir y seleccionar, con una visión multidisciplinaria del proceso administrativo, estrategias de acción eficaces e implementarlas con eficiencia, poniendo énfasis en el cumplimiento de los objetivos organizacionales y la creación de valor tanto para organizaciones nacionales como extranjeras. - Asumir una actitud positiva y proactiva frente al saber, que se verá reflejada en su constante preocupación por desarrollar estrategias de aprendizaje autónomo consecuente con la búsqueda de perfeccionamiento y su deseo de adquirir nuevos conocimientos.

³⁴ <http://www.umayor.cl/um/ingenieria-comercial-umayor/>

ANEXO N°11: Perfil de egreso Ingeniería Comercial Universidad de Santiago de Chile³⁵

Objetivo

La carrera de ingeniería comercial en administración de empresas tiene por objetivo formar ingenieros comerciales con capacidad para crear, gestionar y agregar valor a las empresas en el ámbito nacional e internacional. Para ello se fortalecerán sus habilidades de gestión gerencial, trabajo en equipo y capacidad de liderazgo.

La carrera de ingeniería comercial se crea en el año 1972, como heredera de la carrera de administración de empresas que se impartía en la Universidad técnica del Estado.

Campo ocupacional

El egresado se podrá desempeñar en la administración y gestión de cualquier tipo de organización con o sin fines de lucro. Integrará los niveles directivos, gerenciales y ejecutivos en las áreas de comercialización, finanzas, recursos humanos en empresas productivas y de servicio, como empresario, como consultor/asesor de empresas o académicos.

Becas y beneficios estudiantiles

La universidad otorga diferentes tipos de becas a sus estudiantes tomando en cuenta razones de índole académica, socioeconómica o una combinación de ambas.

³⁵<http://www.fae.usach.cl/>

Perfil del egresado

Áreas principales de conocimiento

El profesional egresado o egresada de la carrera de Ingeniería Comercial en Administración de la Universidad de Santiago de Chile posee conocimientos en las áreas de Administración y estrategia, economía, finanzas y contabilidad, marketing, recursos humanos, operaciones, tecnologías de información y derecho. Asimismo sus conocimientos comprender áreas instrumentales de apoyo relacionadas con métodos cuantitativos e inglés.

Habilidades/Destrezas profesionales

El profesional egresado o egresada de la carrera de Ingeniería Comercial en Administración de la Universidad de Santiago de Chile posee las siguientes habilidades y destrezas profesionales al momento de egreso:

- Capacidad para gestionar organizaciones
- Capacidad para emprender nuevos proyectos
- Capacidad para analizar y sintetizar los aspectos externos e internos relacionados con las organizaciones
- Capacidad para identificar y administrar los riesgos de las organizaciones
- Capacidad para integrar y liderar equipos de trabajo

Competencias

El profesional egresado o egresada de la carrera de Ingeniería Comercial en Administración de la Universidad de Santiago de Chile posee las competencias que a continuación se señalan:

Competencias generales o genéricas

- Capacidad de análisis, síntesis y pensamiento crítico
- Capacidad de comunicación efectiva oral y escrita
- Capacidad de auto aprendizaje

- Capacidad creativa e innovadora

Competencias especializadas genéricas

- Capacidad para planificar, organizar, dirigir y controlar las organizaciones
- Capacidad para comprender e interpretar el macro entorno y micro entorno
- Capacidad para analizar y tomar decisiones en condiciones de incertidumbre
- Capacidad para aplicar técnicas cuantitativas y cualitativas para la toma de decisiones y resolución de problemas.

Competencias especializadas específicas

- Capacidad para formular y evaluar planes estratégicos y operativos
- Capacidad para gestionar sistemas, estructuras, procesos, recursos, tecnologías y personas.
- Capacidad para identificar y optimizar los procesos de negocio de las organizaciones
- Capacidad para tomar decisiones de inversión, financiamientos y gestión de recursos financieros en la empresa
- Capacidad para diseñar e implementar estrategias de marketing
- Capacidad de administrar y desarrollar el talento humano en la organización
- Capacidad para diseñar e implementar sistemas de información de apoyo a la gestión
- Capacidad para formular e implementar sistemas de control de gestión
- Capacidad para comprender el entorno jurídico aplicable al área de negocios

Actitudes y valores

El profesional egresado o egresada de la carrera de Ingeniería Comercial en Administración de la Universidad de Santiago de Chile poseen las actitudes y valores que a continuación se señalan:

- Capacidad para actuar con ética y responsabilidad social
- Capacidad para valorar, respetar y tolerar la diversidad y la multiculturalidad
- Capacidad para realizar con excelencia y responsabilidad las actividades personales y profesionales

ANEXO N°12: Entrevista a BIRGIT NEVERMAN Gerente de Selección de Laborum.com

-Qué entiende usted por un ejecutivo global?

Un ejecutivo global es un profesional con amplitud de mirada, visión estratégica desarrollada y capacidad para adaptarse a cualquier entorno (cultural, social, político). Es una persona con excelentes habilidades interpersonales, manejo al menos de un idioma, de preferencia inglés. Con flexibilidad y capacidad de adaptación, proactivo, dinámico, tolerante al estrés y ambigüedad, etc.

el ejecutivo global idealmente ha vivido, estudiado o trabajado en otros países fuera de Chile, con experiencias de viaje por el mundo y que sea capaz de reconocer bemoles culturales

-Según su experiencia, Qué cualidades o características debe tener uno de estos ejecutivos?

Amplitud de criterio, conocimiento de distintas realidades, experiencia trabajando con equipos multidisciplinarios, visión estratégica y global, apertura a nuevos aprendizajes, flexibilidad y capacidad de innovación.

-Es necesario diferenciarse como ejecutivo global de uno doméstico, para poder trabajar en una empresa multinacional y tener un desempeño exitoso?

Siempre resultan más valoradas las competencias asociadas a la capacidad de visión global, pero especialmente si se trata de aquellas transnacionales en las

que probablemente haya que interactuar con profesionales de otros países, negociar con otras personas y/o adaptarse a culturas extranjeras.

Si desea hacer algún comentario sobre la preparación que están recibiendo los nuevos ejecutivos, en relación a este tema, nos será de mucha utilidad.

La universidad puede dar a sus alumnos un sello distintivo y orientado al desenvolvimiento en un mercado global, pero es importante que el alumno utilice sus propias herramientas y, más allá de lo que una casa de estudios le pueda dar, se preocupe de adquirir herramientas que le permitan conocer otras realidades y culturas.

Bibliografía

Bibliografía

- Dessler, Gary. "Administración de personal". 8ª edición. Pearson Educación
- Makridakis, Spyro, y colaboradores. El mercado único Europeo, Capítulo 9 "Identificando el talento de gestión para un entorno paneuropeo". Serie McGraw-Hill de management, 1992.
- Universidad Adolfo Ibáñez. [En línea] <<http://www.uai.cl/vive/comercial/descripcion>> [Consultado el 29 de noviembre 2010]
- Universidad Adolfo Ibáñez. [En línea] <<http://www.uai.cl/vive/comercial/perfil-egresado>> [Consultado el 29 de noviembre 2010]
- Pontificia Universidad Católica de Valparaíso. [En línea] <<http://www.pucv.cl/>> [Consultado el 29 de Noviembre 2010]
- Universidad Técnica Federico Santa María [En línea] <<http://www.utfsm.cl/admision/carreras/pregrado/5anos/ing.comercial.html>> [consultado el 29 de noviembre 2010]
- Universidad del Mar [En línea] <<http://www.udelmar.cl>> [Consultado el 29 de Noviembre 2010]
- Universidad de las Américas [En Línea] <<http://www.uamericas.cl/carreras/facultad-de-administracion-y-negocios/ingenieria-comercial/diurno>> [Consultado el 29 de noviembre 2010]
- Universidad Santo Tomás [En línea] <<http://www.santotomas.cl/sede/detalleCarrera/ust/vina/60>> [Consultado el 29 de noviembre de 2010]
- Universidad Viña del Mar [En línea] <http://www.uvm.cl/comercial_plan.shtml> [Consultado el 29 de noviembre 2010]

- Universidad Andrés Bello [En línea] <<http://facultades.unab.cl/economiaynegocios/carreras/ingenieria-comercial/perfil-profesional/>> [Consultado el 29 de noviembre 2010]
- Universidad de Valparaíso [En línea] <<http://www.uv.cl/carreras/?c=1960>> [Consultado el 29 de noviembre 2010]
- Universidad Mayor [En línea] <<http://www.umayor.cl/um/ingenieria-comercial-umayor/>> [Consultado el 29 de noviembre 2010]
- Universidad de Santiago de Chile [En línea] <<http://www.fae.usach.cl/>> [Consultado el 29 de noviembre 2010]
- Groming global executive talent. DDI [Development dimensions international] <www.ddiworld.com/pdf/eiu_globalstudy_talentmanagement_ddi.pdf > [Consultado el 20 de noviembre 2010]