

# Nuevas competencias para la empleabilidad de los estudiantes universitarios

Jonathan Secanella  
Coach y formador  
jsecanella@e-emos.com  
www.desarrollatupotencial.org

## RESUMEN

Las organizaciones en general y las empresas en particular están experimentando la realidad de una sociedad que está cambiando en sus gustos, en sus modos de relacionarse con las empresas, abriendo nuevos cauces de comunicación, entendiendo de un modo diferente la transmisión de información y de conocimiento, exigiendo de un modo especial la inmediatez en los servicios o descubriendo una nueva dimensión para gestionar las relaciones, tanto personales como institucionales.

Muy pronto, la mayoría de las organizaciones tendrán que haber evolucionado hacia un nuevo modelo mental para no morir. Para ello se necesitarán profesionales con visión, capacidad de trabajo colaborativo, con habilidades comunicativas, habilidades emocionales, capacidad para gestionar la imagen, visión para captar tendencias y ser creativos, o capacidades de autoliderazgo, autogestión y autoaprendizaje, entre otras competencias transversales.

Sólo las instituciones -entre las que se incluye la universidad- que tengan un fuerte concepto de sentido que defina su identidad, tendrán la motivación y el valor suficientes para reflexionar sobre sí mismas, su nivel de responsabilidad en este cometido y la capacidad para adaptarse eficazmente a los cambios que el entorno exige.

*Palabras clave:* nuevas competencias, competencias transversales, empleabilidad, organización 2.0, organizaciones inteligentes, universidad, creatividad, innovación, inteligencia emocional.

## *New student competences for employability*

## ABSTRACT

Organizations in general and enterprises in particular are noticing changes in the following areas of our society: tastes, modes of engagement with business, new channels of communication, different ways of transmission of information and knowledge, asking for immediate services or discovering a new dimension to manage relationships, both personal and institutional.

In the near future, most organizations will have to evolve towards a new mental model in order not to die. This will require professionals with vision, ability to work collaborative, with communication and

emotional skills, ability to manage the image, vision to capture trends and be creative or self-leadership skills, self management and self-learning, among other transferable skills.

Only institutions, among which universities are included, with a strong identity sense will have the motivation and courage to think about themselves, their level of responsibility in this role and capacity to adapt effectively to changes the environment requires.

Keywords: new skills, cross skills, employability, organization 2.0, intelligent organizations, university, creative, innovative, emotional intelligence.

### **Nuevas competencias estudiantiles para la empleabilidad**

El informe Cotec, que salió a la luz el 5 de Junio del pasado año (Pérez-Días y Rodríguez, 2010), reveló una realidad que a muchos no pillaba por sorpresa: el bajo nivel de creatividad e innovación de los jóvenes españoles en comparación con el resto de europeos.

El debate sobre la falta de formación en competencias transversales relacionadas con el mundo profesional no es muy intenso porque, desgraciadamente, aún no se ha puesto sobre la palestra de forma masiva esta necesidad; y no es muy intenso, además, por el hecho de que cuando se plantea el debate en algunos foros la concordancia es masiva (lo que disminuye el carácter de “debate”): falta formar a los estudiantes en esta serie de nuevas competencias profesionales entre las que se encuentran la capacidad de trabajo en equipo, las habilidades de liderazgo, el espíritu innovador, la capacidad creativa, el nivel de inteligencia emocional, las competencias de comunicación y tantas otras relacionadas con el aumento de las habilidades para desenvolverse con eficacia en el entorno profesional.

Tomarnos en serio la reflexión en conjunto de los conceptos con los que titulamos este artículo (competencias, empleabilidad, estudiantiles y nuevas), está relacionado con empezar a “jugar las cartas” de la “partida sobre nuestro futuro” desde una perspectiva estratégica. Al igual que el jugador profesional entiende que el elemento estratégico es el componente esencial sobre el que fundamentar la finalización exitosa de la partida –y que puede estar muy por encima de la coyuntura puntual de las cartas recibidas-, las distintas instituciones que tienen un papel en la formación de las nuevas generaciones necesitan priorizar la planificación estratégica desde la base de una visión de futuro sobre la nuevas generaciones estudiantiles y su preparación para la realidad laboral de los próximos años.

¿Qué cualidad necesitamos ver en estas instituciones, entre las que se incluye la universidad, para que se priorice y generalice este nivel de reflexión? El sentido de responsabilidad. El nivel de asunción de responsabilidad de una persona u organización sobre su presente es directamente proporcional al nivel de control sobre la dirección que va a tomar su futuro (y en mayor o menor medida, también sobre el futuro de aquellos sobre los que ejerce su influencia).

A partir de los años ochentas se empezó a hablar sobre el concepto de competencia relacionado con el entorno profesional. Desde ese momento hasta nuestros días se han multiplicado las definiciones sobre el término. A pesar de sus matices diferenciales, todas coinciden en las premisas principales y mencionan la relación causal del término con la realización exitosa de una actividad. La Organización de Naciones Unidas se sumó a la corriente de la valoración del concepto de competencia en la década siguiente, y Kofi Annan, el entonces secretario general, relacionó este término -como ya estaban haciendo los teóricos del tema- con el entorno profesional. Para Annan, una competencia es “una combinación de aptitudes, atributos y comportamientos que están directamente vinculados a un desempeño laboral exitoso” Es más, refiriéndose a la reforma que se emprendió en el sistema de Naciones Unidas, añadió:

“Espero que las competencias nos brinden un lenguaje compartido para abordar, en términos concretos, altos niveles de rendimiento y excelencia en la gestión (Sevillano, 2009: 3).

El concepto no ha dejado de desarrollarse hasta la actualidad; sin embargo, cada vez se habla más de nuevas competencias: conocimientos, habilidades y actitudes transversales que son cada vez más necesarios –y serán imprescindibles en un futuro próximo– para la mayoría de desempeños profesionales. Pero, ¿podemos ser más explícitos en definir el porqué de esta necesidad?, ¿qué factores entran en juego al hablar de la necesidad de formación en estas nuevas competencias? Básicamente son dos:

- La realidad del nuevo entorno socioeconómico y los nuevos planteamientos organizacionales.
- El sentido de responsabilidad de las instituciones pertinentes y, en especial, de la universidad.

### **Entorno socioeconómico y nuevos planteamientos organizacionales.**

Los cambios que estamos experimentando en los últimos años en el ámbito socioeconómico están llevando a la difusión de nuevos planteamientos sobre cómo debería ser el tipo de organización del futuro/presente en consonancia con la flexibilidad que necesitan los mercados. En este momento de transición y debate sobre esta cuestión están surgiendo una serie de conceptos que si los analizamos superficialmente darían la impresión de estar pugnando por convertirse en los nuevos paradigmas organizacionales, sin embargo, leídos desde una perspectiva menos simplista, podemos ver cómo son términos complementarios que examinan la realidad desde enfoques diferentes.

¿Cuáles son algunos de estos términos y de qué necesidades de las organizaciones y competencias profesionales nos hablan? Podríamos mencionar algunos como: organización 2.0, inteligencia competitiva, organización inteligente u organización emocionalmente inteligente.

Organización 2.0 es un término referido a la organización que parte de los cambios que se están experimentando, tanto a nivel social en general como empresarial en particular, a raíz de la “invasión” masiva de las nuevas tecnologías de la información, más concretamente de la introducción de las plataformas de software social en las organizaciones. Andrew McAfee, el creador de este término, así como otros autores que han continuado trabajando sobre el mismo, plantean que el cambio que se está dando, o mejor, que “se debería dar”, en las organizaciones está ligado a conceptos como *conocimiento compartido*, *trabajo colaborativo* y otros en esta línea. La agilidad con la que se están produciendo cambios en el ámbito de la gestión de las relaciones sociales y sus derivados en las relaciones cliente-empresa, trabajador-empresa, trabajador-trabajador y trabajador-cliente, impulsados por las redes sociales, demandan más que un cambio tecnológico en las organizaciones: es necesario todo un cambio de filosofía organizacional y de competencias profesionales.

El concepto de inteligencia competitiva surgió en los años noventa, conocido también por otros términos como inteligencia de negocios (Business Intelligence). La inteligencia competitiva hace referencia a la capacidad que necesitan desarrollar las empresas y organizaciones para buscar y gestionar la información hasta convertirla en un “producto inteligente” para la toma de decisiones. Este concepto se desarrolla dentro de una nueva corriente que concibe la innovación como una acumulación de conocimientos y habilidades dentro de la organización junto con una gestión efectiva del aprendizaje. Una organización que destaque por su inteligencia competitiva será una organización que combinará eficazmente el conocimiento de las tendencias del mercado con los movimientos estratégicos de la propia organización. Para ello se necesitan profesionales que, apalancados en el futuro, sean capaces de detectar el mínimo movimiento en el mercado –incluso ser capaces de “crearlo”– y tengan el conocimiento de la

organización y la capacidad de maniobra suficiente para ser parte del proceso de cambio y adaptación continua.

También se está hablando de la importancia de convertir las organizaciones en organizaciones inteligentes. Este concepto está relacionado, entre otras cuestiones, con la cantidad de información que tienen las empresas a su disposición y la dificultad de procesamiento de la misma. Peter Senge escribió en su libro *La quinta disciplina* sobre la necesidad de las organizaciones de añadir el pensamiento sistémico como disciplina fundamental para gestionar con eficacia la cantidad de información que reciben para poderla procesar como conocimiento. Desde entonces hasta ahora se ha seguido trabajando esta idea convirtiéndose, según los teóricos, en una necesidad para la organización del futuro/presente.

Por último, podríamos hablar también de otro concepto que complementa los expuestos, al tratar un área diferente: organizaciones emocionalmente inteligentes. Este planteamiento sobre las organizaciones hace referencia a la necesidad que tienen de aprender a gestionar la dimensión emocional de la entidad. Conforme el planteamiento empresarial se va alejando del sistema taylorista de organización y producción, y las empresas intentan ser más flexibles y adaptativas al mercado, se hace más necesario trabajar la gestión emocional de los componentes de la organización como factor estratégico para que se pueda desarrollar el potencial individual y colectivo.

Todos los cambios mencionados obedecen a la transición que estamos viviendo hacia una sociedad del conocimiento. Esta realidad que afecta al mundo empresarial deriva, también, en nuevas exigencias profesionales que se reflejan ya desde el momento de la búsqueda de empleo. Como dice David Sánchez “El trabajador ya no es valorado sólo por su productividad, sino por su capacidad de innovación, por su capacidad de elaborar y aplicar el conocimiento” (Sánchez, 2009: 27)

Pensar en la necesidad de formar en nuevas competencias enfocadas a la empleabilidad, si entendemos ésta simplemente como capacidad para “buscar empleo”, sería desenfoarnos del fundamental *para qué* sobre el que argumentar esta necesidad. Los cambios mencionados relativos a la necesidad de flexibilidad de las empresas, visión de tendencias, procesamiento efectivo de la información, gestión del conocimientos compartido, utilización de las nuevas tecnologías de la información o gestión emocional de la organización, requieren de un nuevo modelo de profesional con capacidades de autogestión, captación de tendencias e innovación, creatividad, autoliderazgo, autoaprendizaje, habilidades comunicativas en general y de expresión personal en particular, trabajo en equipo o uso eficaz de las nuevas tecnologías de la información.

### **Sentido de responsabilidad**

En segundo lugar, deberíamos hablar de la importancia del sentido de responsabilidad como factor indispensable en las instituciones de cualquier estado social de derecho. Aquellos que trabajamos en el área del desarrollo personal y profesional tenemos muy clara la necesidad de fomentar el sentido de responsabilidad tanto en las personas como organizaciones ante la realidad que se esté experimentando.

Sentirse responsable implica tomar el control del propio destino. Debemos partir de la base de que no se puede cambiar aquello que no está bajo nuestro control, y de hecho, difícilmente lo estará aquello de lo que no nos hacemos responsables.

Sentirse responsables de una situación implica adquirir consciencia, y adquirir consciencia está unido a la activación de una serie de capacidades (personales y organizacionales) para buscar, desde una solución a un problema hasta una nueva estrategia con el fin de ser proactivos y decidirse a romper la seguridad que

ofrece el estatismo equilibrado, con la pretensión de adelantarse a la mediocridad y conectarse con las últimas tendencias.

La universidad no puede huir de su parte de responsabilidad en la realidad socioeconómica de un país. Necesita ser consciente de su papel -actual- en la formación de las bases de conocimiento sobre las que se va a sustentar la estructura social y económica de las próximas décadas. Necesita ser la primera en hacer autocrítica sobre sí misma y no esperar a que se acabe apelando a ella desde otras instancias, independientemente de la justicia o injusticia de las críticas que se viertan sobre ella. El sentido de responsabilidad basado en una consciencia objetiva sobre sí misma y la realidad que le rodea sólo se puede desarrollar si en primer lugar se ha desarrollado un *sentido de identidad y propósito* que tenga la capacidad de trascender y no dejarse afectar por la dimensión de lo coyuntural.

¿De qué estamos hablando? ¿Qué le puede llevar a una organización –empresa, institución o colectivo de cualquier tipo- a no experimentar el sentido de responsabilidad que necesita?

Desde la óptica de la inteligencia emocional (igual de aplicable a nivel organizacional) hay varios modelos que ayudarían a explicarlo, aunque todos confluyen en los aspectos esenciales. Nosotros nos vamos a permitir hablar de la problemática de elegir un paradigma equivocado. Todos –individuos y organizaciones- elegimos un paradigma sobre el cual cimentar tanto la propia razón de ser como el modo fundamental sobre el que desarrollar el existir (nuestro actuar en el mundo). Estos dos paradigmas van ligados a dos filtros a través de los cuales analizamos la realidad, y por tanto a través de los cuales creamos la propia realidad interior, lo que nos mueve actuar en coherencia a ella. Estos son los paradigmas del *sentido* o el *vacío*.

Vivir bajo el paradigma del vacío está relacionado con no tomar riesgos (basar nuestra “autoestima” como institución en aquello que se ha conseguido dándole un malentendido valor perenne), con una perspectiva pesimista (poca esperanza frente a un futuro incierto), con la rigidez (falta de capacidad de adaptación a los cambios o adaptación demasiado lenta) o con vivir con la perspectiva de conservar, de guardar (filosofía de la “organización nevera”).

Sin embargo, vivir bajo el paradigma del sentido está relacionado con la filosofía de arriesgar (ver los logros simplemente como un trampolín para lanzarse con valentía a por el siguiente), con una perspectiva optimista (el que el futuro depare algo mejor depende completamente de nosotros, si no es por conseguir lo que se busca, por la libertad de reinterpretar las experiencias valorándolas como situaciones de aprendizaje personal u organizacional), con la flexibilidad (filosofía del “be water, my friend”, aplicada a la organización) o vivir bajo la perspectiva del “invertir” (todo logro o capacidad que se estanca, que no busca crecer asumiendo sus correspondientes riesgos, pierde valor y acaba lastrando la capacidad de la organización para crecer, pues sólo hay un único camino a seguir: el invertir lo conseguido).

Si esto que hemos descrito son los síntomas, ¿cuáles son las causas que pueden llevar a vivir bajo uno u otro paradigma?, ¿qué diferencias de base hay entre los dos modelos? La convicción profunda de existir para un objetivo elevado: la existencia con sentido.

Vivir bajo el paradigma del vacío tiene que ver con “hacer por hacer”, con vivir bajo la concepción del “deber”. Vivir bajo el paradigma del sentido está relacionado con tener una fuerte concepción del valor de la propia existencia, con vivir bajo una concepción del “querer” ligada a un “para qué existimos” de alto nivel, lo cual implica un compromiso emocional de toda la organización.

Viktor Frankl, conocido psicoterapeuta de mitad del pasado siglo, habló de las facultades que diferencian a la raza humana de los demás seres vivos: la capacidad de autodistanciamiento y de autotrascendencia. Con la primera, las personas “salen” de sí mismas para observarse con cierta objetividad y volver a sí

mismas a efectuar los cambios necesarios. La segunda es la capacidad de “salirse” de uno mismo para “no volver”, en el sentido de darse apasionadamente por un objetivo, una meta, un ideal, un/as persona/s... Lo mismo podríamos decir de las organizaciones en general o las instituciones en particular. Como entes originados por la confluencia de un colectivo humano deberían tener esa capacidad de autocrítica y autogestión gracias a la capacidad de autodistanciamiento, y de entregarse apasionadamente por unos objetivos, una visión que las hiciera “salirse” de sí mismas para no retornar “siendo la misma” sino con una identidad transformada por la experiencia vivida en la entrega (autotrascendencia).

Sin embargo, Frankl dirá que estas virtudes del espíritu no están disponibles para todos los seres humanos (en nuestro caso diremos también: organizaciones), sino sólo para aquellos que tienen un fuerte concepto de sentido, una capacidad de efectuar cada movimiento en consonancia con una visión de orden superior que moldea cada interpretación y actuación en el universo inmediato de esa persona u organización.

### **Finalizando...**

Como si fuera un dogma de la historia, parece que de nuevo se repite el peculiar tiempo de crisis/cambio que ha identificado a los últimos finales y principios de siglo de buena parte del segundo milenio. La identidad de la crisis que nos ha tocado vivir está relacionada con cambios socioeconómicos concretos, cambios tecnológicos muy ligados a ellos, y en especial todo un cambio de cosmovisión que se lleva gestando desde las últimas décadas del siglo pasado.

Las organizaciones en general y las empresas en particular están experimentando la realidad de una sociedad que está cambiando en sus gustos, sus modos de relacionarse con las empresas, abriendo nuevos cauces de comunicación, entendiendo de un modo diferente la transmisión de información y de conocimiento, exigiendo de un modo especial la inmediatez en los servicios o descubriendo una nueva dimensión para gestionar las relaciones, tanto personales como institucionales. Si tuviéramos que resumir diríamos que, en esencia, los cambios que se están experimentando, tienen que ver con una nueva concepción sobre el tiempo (la velocidad) y la información. La velocidad no es una característica o adjetivo de los cambios sociales que estamos experimentando, sino un elemento del cambio en sí. La sociedad del siglo XXI es una sociedad que vive velozmente, que vive con una actitud de “cambio constante”. La información está, cada día más, al alcance de todos y en la identidad de la sociedad del siglo XXI no entra la posibilidad de que pueda haber información que esté sólo al alcance de unos privilegiados. De repente, su democratización le ha llevado a perder su valor como elemento de poder. En estos momentos, el poder empieza a trasladarse a aquellos que saben procesar la información y convertirla en conocimiento (información con sentido, con utilidad para un propósito determinado).

Muy pronto, la mayoría de las organizaciones tendrán que haber evolucionado hacia un nuevo modelo mental para no morir. Se habla de organizaciones inteligentes, organizaciones 2.0, y tantos otros apellidos en la misma línea. En definitiva, lo que se pretende es describir a la nueva organización que deberá reflejar, tanto en su estructura como en su modo de funcionamiento, que es capaz de adaptarse a la nueva cultura de “cambio constante”, caracterizada por la velocidad de sus cambios y la democratización de la información como elementos determinantes de su nueva identidad.

Estas organizaciones necesitarán, o mejor dicho, necesitan ya, de un nuevo perfil de profesional capacitado con competencias relacionadas con la necesidad de la organización de vivir en una cultura de cambios veloces y constantes, así como una gestión del conocimiento eficaz y eficiente. La época de expertos (o genios) capaces de procesar ellos mismos el nivel de información relacionada con la organización y de catalizar el cambio organizacional, guiando al resto de profesionales en la dirección

elegida y a la velocidad necesaria, está acabando. Las empresas necesitan una dinámica de trabajo colaborativo. Todos los agentes relacionados con ella deben de ser catalizadores del cambio.

Para esto se necesitan profesionales con visión (que sean capaces de conjugar su visión personal con la organizacional), con capacidad de trabajo colaborativo (que les lleve a crear verdaderas sinergias a favor de la empresa, tanto internas –con compañeros- como externas –con los clientes), con habilidades comunicativas (que sepan recibir y transmitir conocimiento con eficacia), con habilidades emocionales (que les ayude a gestionar con mayor eficiencia el potencial que tienen las relaciones colaborativas dentro de la organización), con capacidad para gestionar la imagen (tanto personal como organizacional), con visión y capacidad para identificar tendencias y ser creativos a la hora de actuar frente a ellas (el mayor potencial que tiene una organización para actuar proactivamente frente a los cambios es aprovechar el potencial de todos sus miembros en este sentido), la capacidad de autoliderazgo, autogestión y autoaprendizaje (la organización del siglo XXI cada vez tiene menos tiempo para formar y dirigir a las personas a través de cada cambio del entorno por el que se siente afectada, suponiendo que quiera continuar siendo competitiva), competencias de uso eficaz y eficiente de las nuevas tecnologías de la información (herramientas imprescindibles sobre las que ya empieza a ser ofensivo para la inteligencia el tener que argumentar) y la capacidad de automotivación (cada vez se están desvelando como menos útiles los factores clásicos –extrínsecos- de motivación laboral).

Reflexionando sobre todo esto, nos deberíamos preguntar: ¿sería útil que en nuestras universidades se trabaje con un énfasis especial en competencias relacionadas con el trabajo en equipo, comunicación, liderazgo y autoliderazgo, creatividad, inteligencia emocional, imagen personal y organizacional, técnicas para hablar en público, emprendedurismo o búsqueda de empleo 2.0, entre otros?

Posiblemente, la respuesta esté ligada al sentido profundo o no de responsabilidad que desde la universidad se tenga frente a la realidad de los cambios socioeconómicos que estamos experimentando. La posibilidad de actuar consecuentemente con este sentir va a estar muy ligada a la cualidad de autodistanciamiento de la universidad que le lleve a evaluarse crítica y objetivamente y a la cualidad de autotranscendencia, entendida como vocación de entrega incondicional hacia unos ideales. Sin embargo, estas cualidades sólo se darán en la medida en que viva impulsada por un fuerte concepto de sentido que defina su identidad y le provea la fuerza suficiente como para ser capaz de reflexionar sobre sí misma y su nivel de responsabilidad frente al entorno social que le rodea.

### Referencias bibliográficas y fuentes electrónicas

DE BAUER, K. (2004). Una visión general de la inteligencia competitiva. Recuperado desde <http://www.gestiopolis.com/recursos2/documentos/fulldocs/ger/intelcompekar.htm>

ESCORSA, P., MASPONS, R. y CRUZ, E. Inteligencia competitiva transferencia de tecnologías: reflexiones para el desarrollo de la relación universidad-empresa. Recuperado desde <http://www.oei.es/salactsi/pere2.pdf>

LUKAS, E. (2011). Viktor E. Frankl. El sentido de la vida. Barcelona, Plataforma Editorial.

NAVAJO, P. (2010): Organizaciones 2.0. <http://www.iniciativasocial.net/?p=335>.

PEREZ-DÍAZ, V. y RODRÍGUEZ, J.C. (2010). La cultura de la innovación de los jóvenes españoles en el marco europeo. Madrid. Fundación Cotec para la Innovación Tecnológica.

SÁNCHEZ-TERUEL, D. (2009). Actualización en inteligencia emocional. Madrid. Ed. CEP

SENGER, P. (1993). *La quinta disciplina*. Barcelona. Granica.

SEVILLANO, M.L. Coor. (2009). *Competencias para el uso de herramientas virtuales en la vida, trabajo y formación permanentes*. Madrid. Pearson.



Jonathan Secanella es coach y formador especializado en inteligencia emocional. Licenciado en Humanidades por la Universidad Jaume I y con estudios complementarios en coaching y desarrollo personal y profesional (UCV). Ha dedicado la mayor parte de su agenda profesional durante los últimos diez años a la formación y asesoría personal estudiantil en el ámbito asociativo de la universidad.

Actualmente es gerente de EMOS, empresa dedicada al desarrollo personal y profesional, y está implicado en diferentes proyectos de formación dirigidos tanto a estudiantes como a profesionales en temas como coaching, inteligencia emocional o productividad personal, entre otros.