

## Informe

EN LOS PROGRAMAS DE ESTUDIO DE VARIAS UNIVERSIDADES YA SE APLICAN LAS CÁTEDRAS DE SIMULACIÓN.

## METAS

### El cortoplacismo persiste y el deseo de sobrevivir sube

Los simuladores de negocios no son nuevos, explica Juan Montero de Price WaterhouseCoopers, y sirven para aprender más fácilmente que una cátedra clásica. "Sin embargo, continúan siendo juegos y no son realidad".

No obstante, asegura que existen dos corrientes: la de ejecutivos viejos que no quieren cambios y la de ejecutivos jóvenes (más estudiados y más baratos) que deben competir

para abrirse campo en el mercado laboral. "Una persona, ahora, funciona en torno a la empleabilidad. Vale por su conocimiento, por tanto, tienen que capacitarse y lo que aparece en el mercado será bienvenido. Eso pasa con los simuladores que son de fines del siglo XX".

Lucero Cabeza-Venegas, gerente general de Human Perspectives International (HPI), defiende su programa de negociación y afirma que de esta manera se logra mejores resultados en los ejecutivos.

"Los empresarios ecuatorianos buscan respuestas a muy corto plazo, no trabajan en equipo y, en la práctica, les cuesta trabajo generar y adaptarse a los cambios".

Para Henry Silva, de la Corporación Líderes, el nivel académico re-

sulta importante a la hora de evaluar a un ejecutivo. "Los empresarios de las Pymes son muy empíricos y poco prácticos; mientras que los altos ejecutivos, a pesar de que tienen como mínimo una maestría, les cuesta mucho poner en práctica lo que han aprendido en los libros y empiezan a tener problemas".

Otro defecto que los expertos han detectado en los empresarios ecuatorianos es creer que lo saben todo y que su experiencia les guiará por el camino correcto. Como ejemplo de este axioma, Pablo Páez, instructor de Pirámide Digital, desnuda en los talleres que los gerentes desconocen que, según la legislación ecuatoriana, las compañías que registran pérdidas por tres años seguidos deben cerrar.

## TIPS

### Algunos de los consejos más recomendados

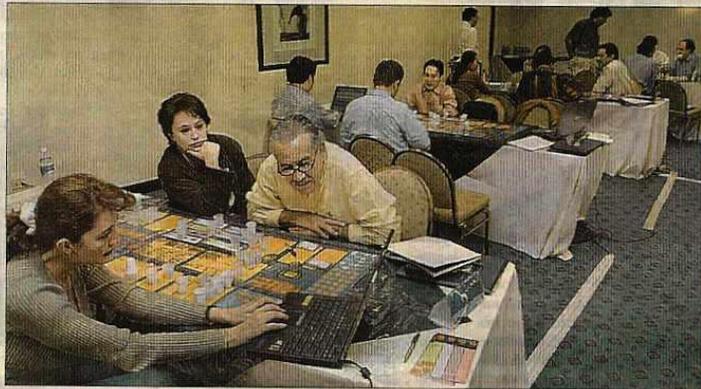
■ Los errores más comunes de los gerentes. Rehusar responsabilizarse; fallar en promover el desarrollo de la gente; tratar de controlar los resultados en lugar de influir en el pensamiento; juntarse con el grupo inapropiado; dirigir a todas las personas de la misma manera; concentrarse en los problemas, antes que en los objetivos; actuar como compañero, no como jefe; tolerar la incompetencia y tratar de manipular a la gente.

■ Los hábitos que un líder debe tener. Según Stephen R. Covey, un gerente debe ser proactivo, tener siempre una misión personal en mente, poner primero lo primero, pensar siempre en ganar-ganar, primero entender y luego ser entendido y cultivar su cuerpo.

■ Lo que un ejecutivo eficiente debe desarrollar. Establecer objetivos, definir estrategias de planeación, establecer metas, planear la estructura de la organización, establecer las políticas, proporcionar el personal necesario, establecer normas y planes y motivar al personal.

■ Para hacer una gran empresa. La compañía debe ser un lugar divertido para trabajar; la responsabilidad social estará por encima de hacer dinero; siempre se actuará con honestidad y toda la gente de negocios será tratada con rectitud.

■ ¿Qué debe disponer para ser un buen líder? Entusiasmo por la gente, espontaneidad, imaginación, capacidad de aprender nuevas conductas, voluntad de servir, carácter, competencia, ejemplo, ecuanimidad, madurez, educación y capacitación, capacidad de delegar, disciplinado, carismático (motivador), capacidad de escuchar, sentido del humor, justicia y equidad.



En primera línea, Millicent Chiriboga y Carlos Pinos analizan los estados financieros de su empresa "virtual".

## JÓVENES

### En los colegios también se hacen las simulaciones

Microsoft y la Fundación Junior Achievement han logrado en los últimos tres años consolidar un software desarrollado por Harvard Associates y aplicarlo en sus talleres de simulación de negocios en los colegios del país.

Gracias al programa, los estudiantes actúan como gerentes de empresas virtuales y toman decisiones estratégicas dentro de un

mercado competitivo. Las empresas conformadas no producen y comercializan bienes reales, sino bienes simulados por el software.

En la primera fase de la simulación los estudiantes reciben los estados financieros de su empresa (en donde se detalla qué recursos financieros posee, la demanda del producto en el mercado, la situación de la economía), y según ello deciden a qué precio vender el producto, cuántas unidades fabricar, cuánto dinero gastar en campañas de marketing, en investigación y desarrollo, y cuánto invertir en compra de maquinaria y equipos.

Después del taller los estudiantes pasan a competir al concurso interno de su institución educativa, luego

al concurso nacional y luego pueden competir a nivel internacional. Los concursos nacionales e internacionales se llevan a cabo vía Internet. El certamen nacional tiene lugar dos veces al año, en mayo y octubre; y la competencia internacional una vez al año, en febrero.

Según Diego Padrón, administrador de Programas de Junior Achievement, "la simulación ha sido realizada en 144 instituciones educativas del país, 17 superiores y han participado más de 7 000 estudiantes".

Pero según Juan Montero, de Price WaterhouseCoopers, "la nueva tendencia es enviar a un joven a que comparta un día de trabajo junto a los empresarios. Así aprenden de primera fuente".

Silvia Viquez / LÍDERES