

[viene de la página 12]

éxito y fracaso empresarial y conocer las estrategias aplicadas por las organizaciones para superar este nuevo reto.

### HACIA LA COMPETITIVIDAD

El mundo necesita profesionales capacitados para liderar los procesos de transformación generados al interior y exterior de las organizaciones. Jaime Zárate Aguilar, director de la Escuela de Posgrado de la Universidad Privada del Norte (UPN), afirma que la información, la comunicación y el conocimiento son los ejes estratégicos de los negocios. Por ello se requiere ejecutivos con nuevos patrones de gestión.

Un MBA brinda al alumno competencias como liderazgo, trabajo en equipo, adaptabilidad al cambio, capacidad de autoevaluación, comunicación eficaz, innovación y dirección de recursos humanos. Estas características se reflejarán en los comportamientos que generarán un desempeño profesional exitoso y el triunfo empresarial.

La adquisición de habilidades directivas es el objetivo primordial en los programas de MBA. El manejo de conflictos, coaching y mentoring son elementos que se refuerzan constantemente en los participantes. Kety Jáuregui Machuca, directora de la maestría de Organización y Dirección de Personas de la Escuela de Posgrado de la Universidad Esan, indica que para ello es necesario la teoría y la práctica.

La metodología incluye la presentación y revisión de casos reales y se complementa con talleres de autoconocimiento para desarrollar las habilidades de liderazgo y trabajo en equipo. "Se realizan talleres emocionales para que los estudiantes conozcan sus debilidades y fortalezas. Esto les ayuda a modificar sus comportamientos de forma pro-

gresiva", añade Jáuregui Machuca.

La malla curricular de los programas de MBA se encuentra en constante análisis, de acuerdo a los requerimientos del mercado laboral. Se incluyen temas como cultura organizacional, comunicación y liderazgo empresarial, marketing personal y presentaciones efectivas. El éxito del programa también recae en la calidad de los docentes, quienes poseen amplia experiencia académica y se ubican en posiciones gerenciales en las principales empresas del país o el extranjero.

### INNOVACIÓN FUNDAMENTAL

Conscientes de la necesidad de alinear la formación profesional a los cambios que caracterizarán a los negocios, las universidades incluyen la responsabilidad social empresarial (RSE) de manera transversal en la enseñanza impartida a sus estudiantes. Esto se fundamenta en la idea de que las acciones socialmente responsables generan utilidades a largo plazo.

Las acciones de RSE ya no son consideradas un gasto, sino una inversión. Sin embargo, este tema no puede ser impuesto sino que debe asumirse de manera voluntaria. "Aunque los objetivos empresariales actuales están enfocados a lograr mayor competitividad y productividad es importante no perder de vista el tema de la responsabilidad social empresarial", comenta Zárate Aguilar.

Jáuregui Machuca manifiesta que la inclu-

sión de este curso en los programas de MBA tiene como objetivo aportar conceptos y herramientas que ayuden a la reflexión. Así, los estudiantes podrán establecer y delimitar los derechos y obligaciones de la empresa en un entorno de desarrollo sostenible y ético. De esa manera, podrán hacer frente a las demandas sociales del mundo globalizado.

### FUTUROS RETOS

La globalización es el cambio más evidente para el que deben estar preparados los programas de MBA. Las escuelas de negocio deberán hacer frente a este desafío con la enseñanza experimental y el desarrollo de las competencias de liderazgo en sus egresados. Por eso es necesaria la cons-

tante evaluación de su malla curricular, a fin de que atiendan a las necesidades reales de las organizaciones.

El uso de las nuevas tecnologías en el aula y la inclusión de cursos que capaciten a los futuros magisteres en las nuevas formas de hacer negocios serán vitales. El dominio de las redes sociales y dispositivos electrónicos resultará prioritario para todo profesional de la alta gerencia. El Internet ha modificado el proceso de enseñanza y aprendizaje y continuará con esa dinámica en los próximos años. Es por ello necesario que las escuelas de negocios incidan en potenciar las fortalezas asociadas al invento del siglo XX. Así, los profesionales obtendrán una visión global del mundo empresarial desde las aulas. ♦



La globalización es el cambio más evidente para el que deben estar preparados los programas de MBA. Las escuelas de negocio deberán hacer frente a este desafío con la enseñanza experimental y el desarrollo de las competencias de liderazgo de sus egresados.

## TOPS MUNDIALES

El diario británico Financial Times publicó la lista de los cien mejores programas de administración de negocios del 2010 en el mundo. Los criterios de evaluación fueron el incremento de los salarios que recibieron los egresados de las escuelas, el progreso que alcanzan en su línea de carrera, los porcentajes de personas empleadas en tres meses y el número de mujeres y alumnos extranjeros interesados en estos programas.

El ránking lo lidera la Escuela de Negocios de Londres (London Business School), la Universidad de Pennsylvania (University of Pennsylvania: Wharton) y la Escuela de Negocios de Harvard (Harvard Business School). El líder de esta tema se encuentra en la lista por tercer año consecutivo.

En América Latina solo figuran tres instituciones en el ránking. Se trata del Instituto Panamericano de Alta Dirección de Empresa (Ipaade) de México, el Incae Business School de Costa Rica y el IAE Business School de la Argentina. La enseñanza en idioma español también es valorada gracias a los programas de instituciones españolas que tienen cuatro participantes en la lista.