



COMPETENCIAS DIGITALES EN DESARROLLO

Las principales escuelas de negocios peruanas han iniciado cambios en sus currículas e implementado nuevas metodologías para ir de la mano con los procesos de transformación digital de las empresas peruanas.

POR NATALIA VERA, LIMA

A partir de un texto de 1.200 palabras, el aplicativo de inteligencia artificial (IA) Personality Insights –que usa la plataforma Watson de IBM– puede inferir las características intrínsecas de los postulantes al MBA de Centrum Graduate Business School durante el proceso de admisión. “Esta [aplicación] genera un perfil de personalidad del alumno y podemos darle

una retroalimentación personalizada que lo ayude a mejorar estos aspectos. Además, ya hemos implementado un programa de crecimiento humano (*Human Growth*) para nuestros alumnos”, dice Percy Marquina, director general de esta escuela de negocios peruana.

Personality Insights es también usado en diferentes industrias como el marketing digital, servicio al cliente, recursos

humanos, medicina, entre otras. No obstante, su aplicación en educación es una muestra de que las escuelas de negocios, que forman a los futuros líderes empresariales del país, no son ajenas al impacto de la transformación digital en el mundo corporativo.

“Entendiendo las implicancias que la transformación digital tiene sobre los procesos de las empresas, teniendo claro

cómo este proceso va a cambiar la forma de hacer negocios. La transformación digital tiene más que ver con cultura que con tecnología. Es necesario que los gerentes entiendan cómo sus *stakeholders* la usan para que las organizaciones que dirigen se adapten a ellos y apliquen los cambios relevantes (transforme su cultura) para atenderlos mejor”, dice Percy Marquina. “Para el MBA, esto implica que nuestros alumnos tengan la capacidad de pensar críticamente al respecto y asimilen este mensaje de cambio cultural, así como su impacto sobre los procesos de la empresa; la tecnología es el medio, no el fin”.

Para lograr esto, Centrum está en proceso de completar la aplicación de un Laboratorio de Neurociencia para monitorear las respuestas cerebrales de sus alumnos y así entender mejor cómo se procesa la información que reciben para la toma de decisiones. “Otros aspectos que venimos desarrollando son el acercamiento a nuestros alumnos a la tecnología disponible como impresoras 3D, realidad virtual, entre otros, así como el uso de *chatbots* para la atención de consultas durante la prestación del servicio. Trabajamos tanto en el frente de tecnología como en el frente de desarrollo personal”, dice.

En ese sentido, para Eddy Morris, director de la Maestría en Dirección de Tecnologías de Información y profesor del MBA de ESAN, en esta coyuntura de transformación digital de las empresas se debe replantear todo el modelo de negocio e integrar el talento digital para que convivan con los colaboradores actuales que no son *millennials*. “Los MBA tienen que replantear sus programas para trabajar temas orientados a 4.0. Los cursos vinculados con la gestión del talento humano deben hablar de recursos humanos 4.0”, dice. “Además, las áreas de operaciones y *supply chain management* tienen que usar la tecnología e indicadores para optimizar

“Todas las industrias requieren gerentes que puedan asumir el reto de la transformación digital, pues el enfoque es más hacia los *stakeholders* que hacia la propia empresa. Los sectores más visibles son los que trabajan con clientes/consumidores muy cercanos a la tecnología, pero esto es algo momentáneo, pues inexorablemente todas las industrias deberán adoptar este enfoque”, dice Percy Marquina, de Centrum.

los procesos en una empresa 4.0 orientándonos a organizaciones 4.0. La estrategia también tiene que ser digital. Los planes de las empresas deben adecuarse y agregar tres fuerzas competitivas más: la digitalización, la globalización y la desregulación de los mercados”.

Por lo pronto, ESAN ha incorporado todos los conceptos de transformación digital en sus maestrías. “Se trabajan temas de métodos ágiles de innovación, emprendimiento y programas de transformación digital”, dice Morris. “En segundo lugar, capacitamos y readaptamos a nuestros profesores a estos conceptos, con métodos modernos de enseñanza. El uso del móvil, el enfoque a retos y el *storytelling* que genera más participación del alumno. Trabajamos en la incubación de empresas para formar emprendedores que generen *startups*. Asimismo, formamos emprendedores para transformar sus organizaciones con nuevas innovaciones y modelos disruptivos aplicados a sus productos, servicios y procesos”.

Nuevos retos

A pesar de que las principales escuelas de negocios peruanas han iniciado cambios en sus currículas e implementado cambios en los métodos de enseñanza para responder a los procesos de transformación digital que muchas empresas han emprendido, aún existen varios retos para ir a la par con el desarrollo de la digitali-

zación corporativa.

“Todas las industrias requieren gerentes que puedan asumir el reto de la transformación digital, pues el enfoque es más hacia los *stakeholders* que hacia la propia empresa. Los sectores más visibles son los que trabajan con clientes/consumidores muy cercanos a la tecnología, pero esto es algo momentáneo, pues inexorablemente todas las industrias deberán adoptar este enfoque”, dice Percy Marquina.

Para Eddy Morris, el principal reto es la gestión del cambio que las mismas universidades deben imponerse y lograr en corto plazo. “Otro reto es reconocer que los profesionales que recibimos son *millennials* y debemos estar preparados para ellos. El tercero es brindar a las empresas ejecutivos con MBA que puedan transformarlas de un mundo tradicional a otro más digital”, dice. “En el proceso académico también está el profesor. Necesitamos docentes con métodos modernos de enseñanza y que rompan todos los paradigmas para implementar mecanismos *blended* o virtuales para la educación virtual. El profesor debe estar preparado para responderle, debe tener experiencia académica y profesional, pero también conocer la tecnología”.

El proceso a nivel académico ya se está dando. Los resultados podrán verse en la nueva generación de ejecutivos que tomarán las riendas de las compañías en un entorno cada vez digitalizado. 