

ESPECIAL : Maestrías



darse su lugar en el mundo de los negocios por su propia cuenta”, opina Morales.

En ese sentido, Christian Mejía, director de Centrum Incuba, dice que él encuentra muchos alumnos que se desempeñan en una compañía donde son bien reconocidos, pero deciden asistir a esta escuela, pues están evaluando la posibilidad de crear un negocio y para ello necesitan las herramientas gerenciales necesarias.

También hay quienes ya tienen una empresa consolidada, pero buscan analizar cómo la teoría es capaz de mejorar aquello que lograron de forma empírica. Por ejemplo, Azucena Su es la dueña de Textil BBMIO, una firma que se dedica a la confección de ropa de bebe y se creó hace 14 años sin que su dueña cuente con conocimientos especializados en administración. Por más que Textil BBMIO hoy



[SABER DIRIGIR] Es una de las competencias más necesarias que requieren los alumnos que llevan un MBA.

factura unos US\$800.000 al año y tiene clientes en Estados Unidos, Venezuela, España y Chile. Su decidió capacitarse en Centrum para tener mejores competencias de ventas y manejo de equipos. “Pero la razón más importante fue que quería aprender a resolver, de forma más ágil, errores que se

presentan constantemente en los negocios”, comenta.

PIANO, PIANO

Karen Weinberger, profesora del curso Emprendimiento e Innovación del MBA de la Universidad del Pacífico, dice que a diferencia de los alumnos de pregrado, los profesionales que cursan

un MBA muchas veces tienen más temor al fracaso y manejan paradigmas errados que les impiden emprender un negocio propio. “Piensan que necesitan mucho dinero para comenzar o que previamente tienen que haber ocupado puestos gerenciales o haber sido jefes de grandes grupos humanos cuando eso no es necesariamente cierto”, apunta Weinberger.

No obstante, Clara Agustín advierte que aquel que estudia un MBA con miras a formar una empresa sí puede enfrentar algunos obstáculos, como no encontrar financiamiento, tener una mala relación con los socios o una idea muy buena pero imposible de aplicar a la realidad peruana.

De hecho, Juan Carlos Pacheco, director del programa MBA Full Time de la Universidad de Piura, refiere que hoy la mayor

>>>>>>> **AÑO Y MEDIO ES EL PROMEDIO QUE DEMORAN LOS ALUMNOS DE LA UP EN FORMALIZAR SU EMPRESA**

>>>>>>>

40%

ERA EL NIVEL DE EMPENDIMIENTO DE LOS PERUANOS EN EL 2005, AÑO EN QUE FUIMOS EL PAÍS MÁS EMPRENDEDOR DEL MUNDO

>>>>>>>

dificultad de un profesor de MBA es enseñar a los alumnos a enfrentarse a diferentes escenarios internacionales. Lo mismo opina Oswaldo Morales: “En las escuelas de negocios se debe enseñar a aplicar tanto conocimientos globales como más específicos. Y es que para que los alumnos logren crear una empresa exitosa no pueden perder de vista el contexto nacional, pero también deben tener una visión clara sobre cómo se mueven los negocios afuera”.

Hay que tener en cuenta que el rol de un profesor de un MBA no es atiborrar a los alumnos de pura teoría sino enseñar a resolver problemas gerenciales de forma rápida e inspirados en la realidad. Pero ya depende del alumno que con estas herramientas anime a crear un negocio innovador, por más que le cueste saltar varias vallas. ▲