



Formación digital

Mayor oferta y nuevas oportunidades

POR WALTER NOCEDA

Las universidades están incrementando su oferta relacionada a la transformación digital. La necesidad de las empresas por transformarse abre oportunidades para segmentar más los programas y cursos.

A medida que la transformación digital se vuelve cada vez más relevante para las empresas, universidades con un enfoque empresarial —Universidad del Pacífico, ESAN y UTEC, por ejemplo— continúan ampliando y adaptando su oferta en función a las necesidades específicas del mercado.

La creciente demanda por perfiles digitales debido a la necesidad de las organizaciones por transformarse (SE 1581, *SE Destaca*) se da en todos los sectores y todas las áreas. La naturaleza transversal de la transformación digital abre un abanico de posibilidades para el desarrollo de nuevos programas. La actual madurez digital de los directivos peruanos en diversos sectores (ver gráfico *Madurez digital por sector*) justifica el atractivo de estos programas.

Oferta digital

Pacífico Business School ofrece un programa de transformación digital desde hace dos años, con un precio de S/12,900, y en el 2019 ha empezado a fortalecer este tipo de oferta educativa. “Este año hemos lanzado un nuevo eje [en educación ejecutiva] de tecnología e innovación. Dentro de éste tenemos varios programas”, comentó Vanessa Vargas, directora de educación ejecutiva de Pacífico Business School.

Por su parte, la Universidad de Lima ofrece un programa de innovación, además de diez cursos como transformación digital y analítica digital.

Esta oferta no deja de lado los programas más ‘tradicionales’ que están en el mercado hace más de cinco años como el programa de gestión de *marketing* digital de la Universidad de Lima o el PADE Internacional en dirección de



marketing digital y comercio electrónico de ESAN, que cuesta S/23,190. Ésta también brinda un diplomado de marketing digital para alumnos en provincias.

Pese al desempeño positivo de estos programas aún no es el momento para una maestría. “Nosotros queríamos sacar alguna maestría enfocada en marketing digital pero [la iniciativa no fue respaldada por los resultados de] una investigación de mercado. No salió”, mencionó Sergio Cuervo, coordinador académico del PADE Internacional en dirección de marketing digital y comercio electrónico de ESAN.

La UTEC, por su parte, lanzará en abril el programa Data scientist for business, siendo la primera universidad en el Perú en tener ese programa. Éste consiste en el manejo adecuado la data para añadir valor a la empresa, en línea con su modelo negocio (ver UTEC: “A los data scientists les ... en la p.36).

Más oportunidades

La demanda de estos perfiles en distintas áreas hace rentable lanzar programas específicos para cada una. “Si bien es el CEO quien debe ser consciente de la transformación de la empresa, cada gerente en cada área específica requiere un expertise para gestionar ese cambio. Eso involucra hacer diversas especializaciones que ya existen en el mercado internacional y que queremos traerlas acá”, añadió Vargas.

Pacífico Business School está evaluando la posibilidad de lanzar este año un programa de transformación digital enfocado en recursos humanos, siendo la tercera área con mayor madurez digital luego de tecnología y marketing (ver gráfico *Madurez digital por área*).

Por otro lado, ESAN ve más oportunidades en la misma área de marketing. “Cuando hablas de entender al consumidor hay otra oportunidad relaciona-

La creciente demanda por perfiles digitales se da en todos los sectores y todas las áreas

Madurez digital

Indicador con máximo de 10

Por sector



Por área



Pacífico Business School

da al tema de analítica [análisis de datos] aplicada al marketing. Creo que ahí hay una oportunidad interesante a desarrollar a nivel de capacitación”, dijo Cuervo. Por su parte, la UTEC continuará desarrollando carreras relacionadas al análisis de datos y la ciberseguridad, luego de un 2018 marcado por ataques virtuales (SE 1645, SE Destaca).

Las oportunidades no se agotan en el desarrollo de nuevos programas. “No sólo sacaremos programas especializados de estos temas sino que los estamos introduciendo en todas las mallas”, indicó Vargas, encargada de educación ejecutiva de Pacífico Business School.

Perfiles digitales

Los perfiles varían dependiendo del programa. “Respecto a la transformación digital tenemos tres perfiles. Uno para ejecutivos de alto rango que es el de transformación digital, otro para rangos más medios que son los de innovación y metodologías ágiles, y para

los juniors tenemos cursos más cortos de 21 horas que hemos lanzado el año pasado”, comentó Sandra Ventocilla, subdirectora de educación ejecutiva de Pacífico Business School.

En cuanto a los cursos relacionados al marketing digital, las edades se concentran entre 24 y 30 años. Los cargos abarcan desde analistas hasta gerentes generales o de área, según Cuervo, de ESAN. En tanto, los perfiles de alumnos de la UTEC están más enfocados en mandos medios que cuente con una experiencia laboral de cinco a siete años, y con una edad promedio de 33 años.

Los emprendedores también están buscando especialización con temas de transformación digital, específicamente relacionados a la innovación. “Aproximadamente 20% de nuestros alumnos en estos programas son emprendedores”, detalló Vargas.

Así, las escuelas de posgrado aprovechan la oportunidad de ampliar su oferta y segmentarla aún más. ■