

Escalera al CEO

SI BIEN UN PROGRAMA DE POSGRADO ES REQUISITO PARA OBTENER UN ASCENSO, NADA GARANTIZA QUE LA PROMOCIÓN SE VAYA A PRODUCIR APENAS SE CULMINEN LOS ESTUDIOS. LOS PROFESIONALES DEBEN DEMOSTRAR ANTE TODO UN BUEN DESEMPEÑO AL APLICAR LO APRENDIDO.

Realizar un posgrado le permite al participante actualizar conocimientos, adquirir nuevas competencias y fortalecer su posicionamiento frente a otros candidatos cuando se presenta una oportunidad para ascender. Para Gabriela Cornejo, directora del Área Académica de Administración de la Escuela de Postgrado de la UPC, un posgrado eleva la capacidad de análisis, potencia las habilidades de estrategia mediante el desarrollo de casos y actividades vivenciales, y fortalece los *soft skills* (habilidades blandas), como liderazgo, inteligencia emocional, trabajo en equipos de alto rendimiento, entre otros. Este tipo de programas permite aprender, conocer y gestionar mejor las diversas áreas de una organización. En el proceso, los estudiantes se entrenan en el arte de negociar y tomar decisiones, interactúan con los colegas que trabajan en diferentes sectores, se enriquecen con sus experiencias y comentarios, y amplían su red de contactos, punto clave para el desarrollo de la carrera. Con ello, y con



“UN CURSO DE POSGRADO, COMO UN MBA O UNA MAESTRÍA ESPECIALIZADA, APORTA LA POSIBILIDAD DE EXPERIMENTAR, A TRAVÉS DE CASOS Y SIMULACIONES, SITUACIONES DE LA VIDA EMPRESARIAL QUE HACEN POSIBLE DEFINIR ESTRATEGIAS Y VER SUS RESULTADOS EN ENTORNOS DE ENSAYO Y ERROR..”

el tiempo, se puede acceder a más responsabilidades dentro de una organización, las que van de la mano de ascensos e incrementos de salarios. Sin embargo, hay que tener presente que contar con una maestría no asegura ninguna promoción automática. Eduardo Linares, profesor y director del Área de Dirección de Operaciones del PAD, afirma que un ascenso se alcanza a partir de un buen desempeño, conocimientos y capacidad para gestionar los objetivos asignados.

Un curso de posgrado, como un MBA o una maestría especializada, aporta la posibilidad de experimentar, a través de casos y simulaciones, situaciones de la vida empresarial que hacen posible definir estrategias y ver sus resultados en entornos de ensayo y error. Todas estas competencias le dan al participante una mayor solvencia y lo ubican en una posición privilegiada de cara a su crecimiento profesional. Según Paola Domínguez, directora de la Maestría en Administración y Dirección de Negocios de la Escuela de Posgrado de la Universidad de Lima, estudiar un posgrado representa una inversión que mejora la empleabilidad y afirma las competencias. “No se trata de aprender para repetir, sino de apropiarse del conocimiento para transformar y crear productos y servicios”, declara Domínguez.

Oswaldo Morales, director de Educación a Distancia de ESAN y profesor del MBA, señala que el posgrado se ha convertido en un prerrequisito para poder ser promovido y desarrollar una línea de carrera ascendente. En la actualidad, a decir de Morales, se valora a las personas por lo que son (capacidad de hacer, experiencia, conocimientos) y no por los títulos que puedan acumular. En consecuencia, un curso de posgrado sigue abriendo puertas, pues se trata de una garantía de conocimientos y capacidades, pero esa garantía depende en gran medida del prestigio de la escuela en la que se prepara el ejecutivo. Xavier Gimbert, director general de la Escuela de Postgrado de la Universidad del Pacífico, afirma que no es lo mismo un MBA de Harvard que el de una universidad desconocida. “Las

empresas siguen valorando el nombre de las escuelas para contratar. Por ello, los rankings de maestrías tienen como factor importante el diferencial de sueldo que los egresados logran”, explica Gimbert.

EL MOMENTO IDEAL

Los expertos coinciden en que el momento más oportuno para llevar a cabo un curso de posgrado es cuando se busca crecer profesionalmente y marcar la diferencia en la forma de hacer las cosas para imprimir un sello personal al trabajo ejecutado. En muchos casos, detalla Morales (ESAN), se recomienda empezar con cursos de posgrado cortos que le permitan al profesional emplear herramientas prácticas y familiarizarse con la exigencia que va a tener una maestría.

Al respecto, Cornejo (UPC) sostiene que no existe un momento definido para empezar un posgrado, pues eso depende de cada persona y del contexto actual de su carrera. Sin embargo, se podrían tener en cuenta dos circunstancias importantes: cuando el profesional siente que para afrontar nuevos desafíos es necesario adquirir más conocimientos o cuando ya cuenta con experiencia, pero requiere nuevas competencias para interactuar de manera más efectiva.

EXPERIENCIA PREVIA

Para Gimbert (UP), los posgrados se han adaptado a cada ciclo de vida profesional de las personas, desde los *master in management* —que se conocen en Europa como los *master in science* para personas con poca o nula experiencia— hasta los *executive MBA* o los *global MBA*, para directivos de base cuatro o cinco con una amplia experiencia y una posición consolidada. Dependiendo del posgrado que se quiera seguir, el profesor Linares (PAD) afirma que las escuelas de negocio piden como requisito que el postulante tenga un número de años de experiencia para aprovechar mejor los estudios, porque el ejecutivo podrá relacionar mejor la parte teórica/académica con su experiencia profesional.

“Un ejemplo de la utilidad de la experiencia se puede observar cuando analizamos problemas empresariales reales a través del método del caso. Un participante con mayor experiencia podrá tener una visión más amplia de los temas que ahí se discuten”, explica Linares. Una mayor experiencia, manifiesta Cornejo (UPC), da la oportunidad de analizar y conectar con más profundidad la información que reciben los estudiantes, de modo que facilita el aprendizaje desde diferentes perspectivas. En conclusión, lo ideal es que los grupos que se arman para desarrollar un programa de posgrado sean homogéneos en cuanto a nivel de experiencia y heterogéneos en cuanto a disciplinas, lo cual enriquece el proceso de aprendizaje. ■



Un estudio sobre posgrados realizado por Global Research Marketing en setiembre de 2016 arrojó que el 60.7% de los ejecutivos y directores de empresas encuestados manifestaban haber cursado una maestría y el 3.3% ya la estaba siguiendo.



El mismo estudio indicó que 73.3% de los encuestados deseaban estudiar un posgrado. De ellos, el 50% optaría por una maestría especializada y el 42.7% se decidiría por un diplomado.



Es importante tener en cuenta que el 56.7% de los ejecutivos encuestados por GRM afirmaron que es indispensable estudiar un posgrado para desempeñarse en un cargo ejecutivo.