

Estudiantes del mejor MBA en negocios internacionales de EE.UU. definen el nuevo liderazgo

«Globales, sociales y remotos», las habilidades del empresario del futuro

CONCRETAR UN NEGOCIO y hacer dinero es un denominador común en el mundo empresarial. Pero cómo hacerlo dependerá del lugar del planeta, las costumbres y la cultura de cada lugar.

Eso lo saben en la escuela de negocios Darla Moore, de la Universidad de Carolina del Sur. En la escuela, cuyo MBA lidera el ranking en negocios internacionales en EE.UU., además de dedicarle un octavo del tiempo del *master* a intercambios en el exterior, le dan una impronta internacional a cada una de las materias. Así lo explicaron a El Empresario, estudiantes de ese MBA que arribaron a Uruguay para conocer empresas locales e intercambiar experiencias con sus pares de la Universidad ORT.

«Los negocios no se hacen de la misma manera en todos lados; entender cada realidad y cultura y qué motiva a cada región es clave para llevar adelante esa premisa», aseguró Jason Woodworth.

Para Matt Rosen, este requisito es necesario ante el ritmo vertiginoso al que crecen las empresas en el mundo y al tornarse éstas cada vez más globales. «Es la principal capacidad que deben tener los líderes que estarán al frente de las compañías de acá a 10 años. Yo trabajo para una empresa de energía y vemos que el crecimiento viene por el lado de ir a otros mercados. Entonces, entender aspectos más blandos, culturales, de cómo hacer negocios es crítico a la hora avanzar en esa agenda de expansión».

Todd Lefkowitz coincidió. «Sea en EE.UU. o en otro país, hay que entender que los negocios hoy están en el mundo».

Como ejemplo, Woodworth recordó que en una reunión con



Experiencia. Un octavo del tiempo del MBA de la escuela de EE.UU. se dedica a viajes de intercambio por distintos países.

empresarios en Cuba al preguntar cómo es el tema de la importación y exportación, antes de responder la persona cerró la puerta. «Quería ser honesto con la respuesta pero sin que la información saliera de ahí. En estos entrenamientos captamos esos elementos que luego, a la hora de negociar, son cruciales y nos hacen más hábiles ante el mundo», aseguró.

«Hay que entender que los negocios hoy están en todo el mundo»

Por su parte, Margo Breisch dijo que en Uruguay le llamó la atención que en las reuniones haya café, galletitas y masitas. «Pero entendimos que el objetivo es que el cliente se sienta cómodo. En EE.UU. estamos entrenados en lo contrario. A las reuniones se llega, se habla del negocio, termina y nos vamos. Eso es lo esperado y aceptado en nuestro país».

Es por esto que gran parte de las energías en el MBA se invierten en cultivar relaciones personales y entre empresas. Así, además de los conocimientos técnicos se hace hincapié en potenciar las habilidades «blandas», aseguró Ben Waskey. «Una de las grandes diferencias de nuestro MBA es que casi todo se hace en equipo, hasta los

exámenes. Hoy, en los negocios si no se puede trabajar en equipo no se puede ser exitoso», remarcó.

La globalidad trae consigo tener que hacer negocios con personas que no están en el mismo espacio. Ahí es donde la tecnología juega su papel y es por esto que muchos cursos del MBA se dictan en la sede central y se siguen en locales satélites o en los propios hogares por videoconferencia. «Hasta los estudiantes son filmados, todos se ven, incluso, gracias al uso de sensores, en los salones si alguien levanta la mano la cámara automáticamente se dirige a él y hace un primer plano para que todos los puedan ver. Hasta los trabajos en equipo se hacen en forma remota», concluyó Rosen. ■