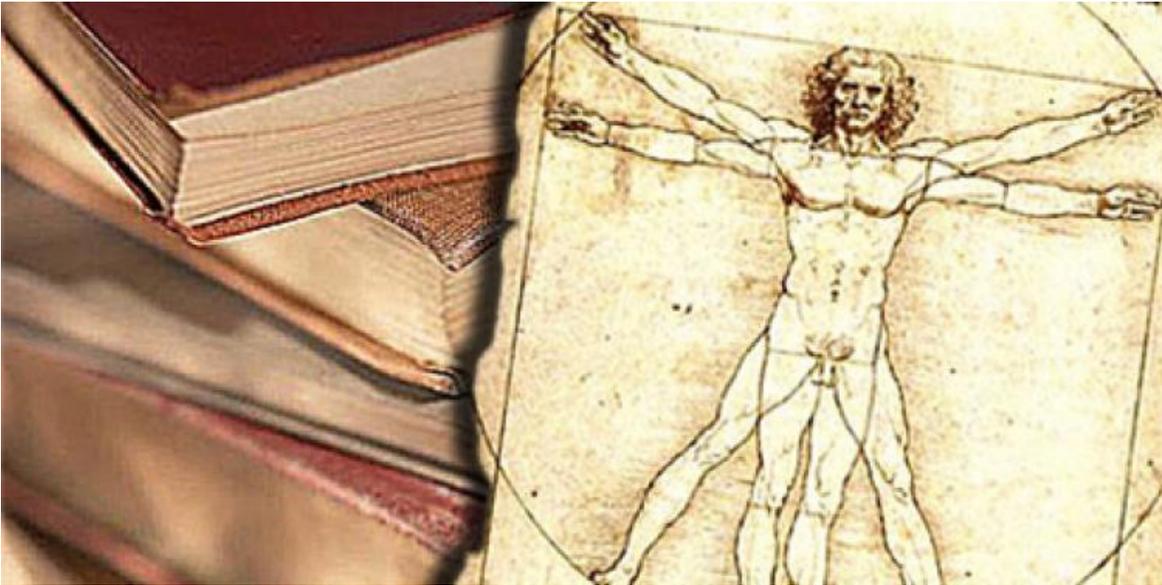


# Humanidades en los MBA, un nuevo enfoque en la gestión de empresas



Con la intención de formar profesionales capacitados para enfrentar cualquier entorno, algunas universidades muestran interés en incluir en estos programas contenidos relacionados con la historia o filosofía, a fin de otorgarle un valor agregado a la administración empresarial.

Expresión oral y escrita, historia contemporánea, filosofía y antropología son algunas de las asignaturas más relevantes en materia humanística que incluyen en sus programas muchas de las carreras de pre y posgrado relacionadas con las ciencias sociales.

Con la intención de formar profesionales capacitados para enfrentar cualquier entorno, algunas universidades y escuelas de negocios también

han comenzado a incluir este tipo de materias en programas como los MBA, antes ligados estrictamente a los negocios y las finanzas, pero en donde hoy es cada vez es más común encontrar cursos relacionados con la lectura y escritura, historia, política y filosofía.

La [escuela de negocios de la Universidad CEU](#) de España, es una de las pioneras en incluir estos contenidos en su Maestría en Administración de Empresas. El programa especializado en liderazgo estratégico, que se imparte en la sede de Madrid, potencia las humanidades como complemento a la propia dirección empresarial. A través de materias como Historia de España e Hispanoamérica, Filosofía Política e Historia del Pensamiento, Teoría de la Ciencia, Análisis Audiovisual, Taller de Radio y Televisión, Geopolítica o Antropología de la Acción Directiva; se pretende que **los directivos refuercen sus capacidades de dirección mediante conocimientos humanistas** que les ayuden a entender mejor la complejidad social, cultural y política.

Jeannette Escudero, estudiante de MBA de la [Universidad Técnica Federico Santa María](#), opina como alumna que "es muy importante que los programas de estudios tanto de magíster como de carreras de pregrado se actualicen e incluyan en sus mallas o programas estas asignaturas, ya que estamos en un mundo donde es muy importante la comunicación y el estar informado, por lo que si te limitas aprender solo algo específico sin complementar otros conocimientos, quedas en desventaja".

Por su parte, Rodrigo Hollmann, profesor de Análisis de Comunicación No Verbal, indica que "**el aprendizaje de habilidades blandas como la comunicación, son esenciales para ejecutivos y directivos** que tienen parte en tareas de negociación. He visto innumerables veces cómo una buena situación de transacción entre dos partes, se hunde irremediablemente debido a la incapacidad de persuasión y comprensión de la comunicación propia y del otro". En este sentido, el experto cree que "las habilidades sociales son parte de nuestra herencia evolutiva y han sido sistematizadas por las humanidades. Esa carencia o déficit de comunicación puede ser suplido o compensado por conocimientos que, aplicados, se convierten en una herramienta clave a la hora de negociar".

Entre las materias necesarias, el especialista en comunicación añade que, por ejemplo, la historia puede servir para comprender el trayecto y el acervo del otro, la psicología para adoptar mejores estrategias, y la comunicación para expresar y comprender las ideas de la mejor manera posible. Para explicarlo mejor, el académico lo compara con una calculadora. "Es excelente haciendo operaciones matemáticas, un simulador financiero creando escenarios, pero si no saben negociar, son simples accesorios", dice.

De forma parecida, Rubén Gennero, MD y MBA de la [Universidad Católica de Chile](#), incide en la importancia del desarrollo de asignaturas relacionadas con las humanidades, como parte de la formación de un estudiante de MBA. "Básicamente uno estudia un MBA para adquirir habilidades y destrezas en la administración y liderazgo de negocios y organizaciones. Para eso, así como son muy importantes los conocimientos duros como marketing y microeconomía, también son claves las mal llamadas habilidades blandas, tales como expresión oral y escrita, además de desarrollar la capacidad de comprender el big picture y las relaciones humanas a través de áreas como historia o sociología", dice. Gennero coincide con Hollmann en que "la administración de negocios, finalmente, tiene su objetivo puesto en desarrollarse con personas, no sólo con números, por lo que este tipo de formación me parece muy importante".

Asimismo, la directora de postgrados de la Universidad ESAN de Perú, Nancy Matos, explica que "en los MBA se han enfatizado mucho los aspectos de gestión, finanzas y economía que son necesarios para el éxito de las empresas. Desde comienzos de este siglo las organizaciones reciben mucho más soporte en herramientas de gestión y surgen o se hacen visibles nuevos problemas a nivel de recursos humanos, indicando la necesidad de otras competencias, en este caso: liderazgo, psicología de la organización, comportamiento y comunicaciones entre otras, que requieren una aproximación 'soft' al problema, por lo que ha surgido la necesidad de incorporar o reforzar disciplinas de humanidades respecto a las asignaturas del siglo del pasado".

**Escasez regional.** Algo distinto ocurre en otras escuelas de negocios de América Latina, en donde las asignaturas relacionadas con las ciencias

humanistas aún no cobran importancia suficiente. En la mayoría de escuelas, los contenidos como ética profesional, liderazgo o ciertas menciones a la filosofía y antropología, sólo se encuentran dentro de algunas asignaturas como Derecho, Ética o Marketing.

María Virginia Lasio, directora de [Espae-Espol](#) de Ecuador explica que "en nuestros MBA en general no incluimos estas asignaturas. Ambos programas (part-time y executive ) tienen un curso de comunicación y liderazgo, donde se cubre comunicación en general, como habilidades y técnicas. En el MBA part- time tenemos también un curso de Comunicación en la Empresa, donde en el último año hemos incluido el uso de redes sociales y, en el curso de Entorno Empresarial Sociopolítico y Económico, que se dicta al inicio de ambos MBA, y donde se toca algo de historia empresarial pero no es el énfasis del curso".

Pese a esta escasez, a juicio de la académica, materias como antropología y movimientos culturales son muy pertinentes sobretudo por la orientación al emprendimiento que tienen los MBA. "Cada vez tienen más importancia los emprendimientos culturales, pero actualmente no tenemos cómo incorporar más cursos, aún electivos. Nuestros alumnos son de dedicación parcial -todos trabajan- entonces vía actividades extracurriculares, también se dificulta abordar estos temas", agrega.

Igualmente, el director de la Escuela de Negocios de la [Universidad Adolfo Ibáñez](#) de Chile, Ramón Molina, destaca que "el tema antropológico se ve en marketing o conducta del consumidor", pero no cree de especial relevancia incluir materias humanistas en los programas MBA que, al fin y al cabo se enfocan en la administración de negocios propiamente.

Sin embargo, escuelas Latinoamericanas como la Universidad ESAN, ya han comprendido la importancia de estas materias. Nancy Matos puntualiza que, en la escuela peruana "tanto en sus MBA como en las maestrías funcionales los participantes reciben un grupo de asignaturas dedicadas al desarrollo de habilidades, entre las cuales se encuentra : expresión oral y escrita que incluyen lecturas de obras maestras de la literatura; Imagen y Desarrollo Personal; Gestión del cambio; y Desarrollo de Pensamiento crítico, estas últimas asignaturas incorporan historia y filosofía".

En definitiva, pese a la importancia que las nuevas generaciones de estudiantes MBA estarían otorgando a materias humanistas, los programas de muchas escuelas latinoamericanas continúan enfocándose más en materias estrictamente financieras y administrativas. No obstante, todos coinciden en que **la comunicación es esencial a la hora de negociar**, y que siempre será importante para complementar la administración empresarial.