

Entrevista a Mg. Marcelo Taito: Reflexiones sobre la Educación, el Emprendimiento y la Investigación en el Ámbito Global



En el ámbito económico, usted ha podido observar cómo es la dinámica tanto presencial como virtual. Hubo una gran cantidad de alumnos que asistieron presencialmente, y muchos más lo hicieron de manera virtual. Esto muestra un gran interés por la investigación en la universidad. Comencemos con la entrevista: ¿qué lo motivó a dedicarse a la docencia, especialmente en el ámbito universitario?

Bueno, la verdad es que llevo casi 19 años trabajando en universidades y haciendo clases. Al principio fue algo que no tenía planeado. Siempre me gustó la investigación y profundizar en temas científicos, pero no pensaba en dedicarme a la docencia.

Hace como 19 años, un profesor amigo mío me dijo: "Te quiero invitar a que des una asignatura. ¿Te interesa? A ti que te gusta esto del marketing". Yo le respondí: "Oye, sí, pero no tengo experiencia". Él me contestó: "No importa, vamos, prueba".

Así fue como comencé con un curso de marketing y emprendimiento, y aquí estoy, 19 años después, trabajando en el ámbito universitario. Siempre he tenido una conexión, como dicen en Chile, "una patita" en el área de negocios. He estado relacionado con emprendimientos, negocios propios o similares.

Claro, ya veo. O sea, usted inició con el interés en la investigación, y de ahí pasó a la docencia.

Entrevistado: Sí, pero principalmente, siempre me enfoqué en los negocios. Yo estudié en la universidad una carrera llamada ingeniería comercial, que en Chile tiene varios matices. Es bastante similar a lo que ustedes llaman economía, con asignaturas muy parecidas, pero con un enfoque más aplicado. Es una carrera de cinco años, similar a las de allá.

Yo comencé a estudiar con la idea de mejorar mis negocios. En 1998 ya tenía una empresa que se dedicaba al desarrollo de aplicaciones y sitios web. En ese tiempo, eso era algo bastante extraño y poco común.

¡Qué interesante! Así que su experiencia empresarial se cruzó con el ámbito académico desde temprano.

Exacto. En estos últimos años, me he concentrado más en temas docentes; casi el 80% de mi tiempo está dedicado a actividades universitarias. Sin embargo, siempre reservo un espacio para el emprendimiento.

A lo largo de su carrera, ¿ha mantenido ese interés por la investigación o siente que lo ha ido perdiendo?

Entrevistado: Sí, lo he mantenido, pero lamentablemente no he podido dedicarle tanto tiempo a la investigación como quisiera. Siempre faltan minutos en el día para hacer más cosas, y uno tiene que ir dando prioridades. Además, soy casado y tengo dos hijos, ya grandes, de 19 y 20 años. Cuando eran más pequeños, también demandaban tiempo. La vida pasa muy rápido, y hay que distribuirse entre diferentes responsabilidades.

Claro, entiendo. Siempre está ese problema con el tiempo. Durante su tiempo como director de la Escuela de Ingeniería Comercial y de la Maestría en Administración de Empresas en la Universidad Santo Tomás, ¿cuáles fueron los logros o cambios que lo hicieron sentir más orgulloso?

Entrevistado: Bueno, creo que uno de los principales logros fue haber sido sede de un congreso que se realiza en Chile llamado Enefa. Es un evento similar al que vimos hace unos días en San Marcos, pero con una trayectoria de 38 años. Lograr traerlo a nuestra universidad fue algo muy importante, porque no es sencillo; se requieren un par de años para concretar algo de ese tamaño.

Otro logro significativo fueron las relaciones que pudimos establecer con universidades chinas. Una muestra de eso es el Dr. Chen, quien participó el otro día en el congreso con una presentación virtual desde China. Es un amigo que conocí en esa época, cuando hice mis primeros viajes a China para impartir docencia en marketing. En ese entonces, él era el decano de la Facultad de Negocios de la Universidad de Hong Kong.

Esos son logros que quedan y que, incluso hoy, seguimos valorando y aprovechando. Es muy bonito mirar atrás y ver cómo esas conexiones y proyectos han tenido un impacto duradero.

Ya veo, ese "network" que usted menciona es muy valioso. Ahora que ha venido a Perú, ¿cuáles son las diferencias culturales que ha notado entre Perú y Chile? ¿Ha observado diferencias en los enfoques de investigación? Además, entiendo que ha tenido la oportunidad de enseñar en diferentes países como Chile, México y China. ¿Qué diferencias culturales ha identificado en la forma en que se enseña o en cómo se maneja el ámbito universitario en estos países?

Bueno, fíjate que, hablando de carreras de negocios y de los temas que nos convocan en esta entrevista, el contenido es bastante similar en diferentes partes del mundo. Por ejemplo, tengo amigos abogados que me comentan que, cuando cambian de país, enfrentan problemas porque el derecho es completamente diferente en cada lugar. El derecho en Chile no se parece al de Perú, y menos al de China, que es otro planeta.

Sin embargo, en los negocios, especialmente en mi área de desarrollo, que es el marketing, todo es muy parecido. La forma de ver los negocios desde la perspectiva de alumnos chinos, peruanos, mexicanos o españoles tiende a ser similar. En ese sentido, el dinero se convierte en un lenguaje universal que empuja a trabajar de formas muy parecidas.

Ahora bien, cuando estoy en Perú, noto diferencias importantes respecto a Chile. Perú tiene una cultura mucho más potente, con muchos más años de historia. Mientras en Perú ya existían civilizaciones avanzadas, en Chile apenas había bosques. Cuando llegó Pedro de Valdivia, recién comenzaron las colonizaciones y los conflictos con los mapuches.

Un ejemplo que me impactó mucho aquí en Perú son las huacas y las construcciones antiguas. Yo quedé maravillado, impresionado. Para muchos de ustedes pueden parecer cúmulos de piedras, pero yo las veo como un patrimonio increíble. En Chile no existe ese tipo de construcciones con tanta antigüedad e historia. Es algo realmente valioso.

En cuanto a diferencias culturales más grandes, entre China y Latinoamérica, podría hablar por horas. En China, por ejemplo, el respeto en las relaciones entre pares es algo muy marcado. Las relaciones de negocios con personas asiáticas son lentas; requieren tiempo y paciencia. Entender la cultura china es complejo, toma tiempo.

Lo que sí puedo decirles es que ustedes tienen una gran ventaja aquí en Perú: el Centro de Estudios Asiáticos en la universidad. Deberían aprovecharlo al máximo. Ahí hay un gran potencial. Conozco al Dr. Carlos Aquino, quien dirige ese centro, y creo que, si en algún momento piensan desarrollar negocios internacionales, deben enfocarse en Asia. Ahí están los negocios fuertes.

Y pasando al tema de negocios digitales, bajo su experiencia ¿Qué factores considera claves para el éxito de un negocio digital hoy en día?

Desde mi experiencia, algo que noté durante mi visita a Perú es que aún hay áreas por mejorar, especialmente en los métodos de pago. Aunque el uso de aplicaciones como Yape es bastante común, creo que falta una mayor adopción de tarjetas de débito y crédito. Es esencial que cualquier persona tenga acceso a estas herramientas para realizar compras digitales, ya que es un paso clave para fortalecer el comercio electrónico.

El éxito de los negocios digitales no difiere mucho del éxito de un negocio físico. Las inversiones suelen ser similares. Si inviertes lo mismo en un negocio físico y en uno digital, probablemente el digital te genere más ganancias, pero también enfrenta más competencia, tanto local como internacional. Por ejemplo, sitios como AliExpress o Temu son una fuerte competencia, ya que permiten a los consumidores comprar directamente de empresas chinas, con productos que llegan en pocos días. Eso representa un gran reto para quienes quieren emprender en el ámbito digital, porque las fronteras son cada vez más difusas.

¿Qué otros desafíos ve para los negocios digitales?

Un punto crítico es la distribución. La logística es un factor clave, pero muchas empresas aún tienen problemas en este aspecto, especialmente en lo que se conoce como "la última milla": el tramo desde la bodega hasta la casa del cliente. Por ejemplo, si una empresa invierte en un excelente servicio al cliente, responde rápidamente por WhatsApp o correo, pero utiliza una distribución económica que falla en la entrega, todo ese esfuerzo se puede desmoronar.

He visto casos en los que grandes inversiones de capital fracasan por una mala distribución. Por ahorrar unos soles, se termina perdiendo al cliente. Es importante que toda la cadena de valor, desde la atención hasta la entrega del producto, sea parte de una experiencia de compra satisfactoria, especialmente si se busca posicionar un producto con valor agregado y precios superiores a los de la competencia.

¿Qué considera como las cualidades esenciales de un emprendedor exitoso en el entorno actual?

Para mí, un emprendedor exitoso no es necesariamente el que gana más dinero, sino el que no se deja vencer por las adversidades. Emprender implica superar obstáculos, y los más exitosos son aquellos que logran pequeños hitos mientras disfrutan del proceso.

Los emprendimientos que nacen desde el alma del emprendedor, con pasión y determinación, son los que tienen mayor probabilidad de éxito. Ser emprendedor es mucho más complicado que ser empleado. Un empleado trabaja de lunes a viernes y el fin de semana se desconecta. El emprendedor, en cambio, vive pensando en su negocio los siete días de la semana, sin pausas. Aunque es demandante, también trae satisfacciones y alegrías.

Entiendo, entonces, un emprendedor exitoso es aquel que se sobrepone a las adversidades. Respecto a esto, ¿qué opina sobre el rol del gobierno para ayudar al emprendedor?

Más allá de incentivos monetarios, considero que se deberían implementar leyes que fomenten el emprendimiento. Por ejemplo, una ley que permita iniciar un negocio en un período de prueba, sin la obligación inmediata de realizar trámites o declaraciones de impuestos. En Chile, existe una norma que permite a los emprendedores operar durante dos meses sin formalizarse. Si el negocio no funciona en ese tiempo, pueden detenerse sin endeudarse ni quedar atrapados en trámites burocráticos.

En Perú, me sorprendió saber que la informalidad alcanza el 75%. Es un gran desafío porque, al no haber regulación, no hay obligaciones, pero también se pierden impuestos. En Chile, la informalidad es mucho menor, alrededor del 10%, y es casi imposible operar sin regularizarse, porque rápidamente te fiscalizan. Una ley que permita probar emprendimientos sin riesgos podría ser útil para reducir la informalidad en Perú y dar un empuje a los pequeños emprendedores.



Pasando a la última parte de la entrevista, tengo entendido que estuvo durante los dos días del congreso desarrollado por la revista Mundo Económico. ¿Podría comentarnos su experiencia durante esos días?

Claro, fue una experiencia muy enriquecedora. El día martes, antes de que comenzara el congreso, tuve la oportunidad de realizar un seminario para padres emprendedores en San Marcos, donde expliqué temas relacionados con marketing y comercio electrónico. Fue una conversación bastante amena, con mucha participación de las personas. La interacción fue excelente, y creo que todos aprendimos algo de esa sesión.

Ya el día siguiente, en el primer día del congreso, asistí a las presentaciones, que fueron muy completas. Cada uno de los ponentes demostró un nivel impresionante en sus exposiciones. Fue un día muy interesante, lleno de ideas valiosas.

Finalmente, en el último día del congreso, hubo cinco exposiciones, y debo decir que cuatro de ellas fueron de lujo. Las presentaciones destacaron por su alto nivel académico, con investigaciones muy bien documentadas. Los ponentes estaban más que preparados, y se notaba el esfuerzo y la dedicación que pusieron en sus trabajos.

Como última pregunta, ¿Tiene algún mensaje o consejo que le gustaría dar a los estudiantes de la Facultad de Ciencias Económicas de la UNMSM?

El único mensaje que se me ocurre darles es que, a pesar de que la vida del estudiante es complicada, pasan hambre, frío, y muchas veces los resultados o las calificaciones no son lo esperado, siempre se puede salir adelante. Tal vez se demoren un año más en terminar la carrera, o enfrenten problemas personales que los perjudiquen, pero siempre habrá algo lindo más adelante.

Las cosas no son fáciles, a algunos les cuesta más, a otros menos, pero lo importante es no dejar de intentarlo. Como decía en el caso del emprendedor exitoso, mientras no se den por vencidos y no se pongan límites frente a los desafíos, siempre habrá una oportunidad de lograrlo.

Muchas gracias, profesor. Ha sido un gusto entrevistarlo.

Muchas gracias a ustedes.