

Especial  
**LAS MEJORES ESCUELAS**  
 DE AMÉRICA LATINA

## CONTACTOS QUE VALEN

Mientras cursaba su MBA en IAE, la escuela de negocios de la Universidad Austral, en Argentina, Gonzalo Faccas –al igual que todos los alumnos del posgrado– tuvo un mentor. El ex alumno Miguel Gutiérrez, presidente de Telefónica Argentina, fue asignado para orientarlo en su formación y desarrollo profesional. Actualmente Faccas es director de BBVA y presidente del Instituto Zaldívar en Paraguay. Sin embargo, gracias a la relación entre ellos nació Bodega Gonzalo, “un emprendimiento que iniciaron juntos”, dice Ernesto Ruete Güermes, director ejecutivo de Antiguos Alumnos de IAE. Según el académico, “a cada alumno se le asigna un mentor, de la red de Antiguos Alumnos del IAE, durante su máster, con el objetivo de brindarle orientación y aconsejarlo en su formación y desarrollo tanto profesional como personal”.

Un buen contacto puede ser incluso más valioso que el título académico, si es que a través de él se logra un avance en la carrera profesional o la concreción de un nuevo negocio. Mateo Cuadra, director general de Bumeran.com México, lo plantea claramente. “Nosotros todavía vemos que la red de contactos es,

Los contactos entre alumnos son cada vez más valorados, tanto por quienes cursan un MBA, como para las escuelas que los promueven.

Soledad Gómez

tal vez, una de las fuentes de empleo más efectivas y más solventes que existe”. La gestión de las redes de egresados, entonces, no se trata sólo de realizar el seguimiento del éxito que han tenido los titulados: sirve para posicionar la escuela sobre la base del éxito de sus ex alumnos. La creciente importancia del *networking* implica ser capaz de ofrecer un valor real para los alumnos y potenciales alumnos, que buscan también acceder a contactos de alto nivel en las jerarquías empresariales.

Por esto el currículum de un MBA en las universidades más prestigiosas de la región incluye casi tanto estudio, y actividades académicas, como cócteles, foros y actividades sociales y deportivas. “El graduado hace de sus contactos relaciones de por vida a través de las cuales forma negocios y nuevas empresas”, dice la página web de Incae. La misma que recientemente envió un comunicado informando sobre la victoria de Ricardo Martinelli, ex alumno de Maestría en Administración de Empresas –egresado en 1977– en las elecciones presidenciales de Panamá. Cada vez más, los directores de las escuelas están conscientes

Especial

## LAS MEJORES ESCUELAS DE NEGOCIOS DE AMÉRICA LATINA

de que los nombres de sus egresados no tienen el mismo valor que sus datos de contacto. A medida que los propios alumnos toman conciencia de la necesidad de vincularse a un nivel más alto, las escuelas expresan al máximo sus redes de contacto para aumentar su valor de mercado. Incluso, según Cuadra, ésta es una de las razones por la que las grandes escuelas de negocios, a nivel internacional, descartan la oferta de programas de MBA 100% online.

La capacidad de generar contactos personalizados, a través de las mentorías, agrega valor al programa de MBA y es parte de lo que los alumnos buscan al matricularse, asegura Ruete, de IEA. Del mismo modo, Catalina Vergara, directora de mercadeo y comunicaciones de la Facultad de Administración de la Universidad de los Andes en Colombia, asegura que existe una relación entre el potencial de la red de

Jaime Bonilla, director de egresados del ITESM, tampoco lo toma a la ligera. Para el desarrollo de *networking* efectivo, los alumnos de Egade, su escuela de postgrados de administración, se benefician del acceso a toda la red de egresados del Tecnológico y no sólo los de su escuela, pese a que se realizan actividades específicas para ellos. “Cuando hacemos ponencias sobre temas académicos para ex alumnos, en áreas como marketing, invitamos a todos los egresados que cumplan con el perfil de negocio a participar en los encuentros de *networking* de negocios que se realizan después”. De este modo, el foro funciona como una condición para reunir a los ex alumnos, pero se aprovecha la oportunidad de un contacto valioso entre egresados, especialmente orientado a la generación de contactos.

Pese a que el valor de la red de ex alumnos no está validado por cifras—por la dificultad de medir los parámetros de un intangible que se compone primordialmente de relaciones humanas—Tim Delhaes director de la red pro emprendimiento First Tuesday, en Chile, asegura que se puede obtener una aproximación a este valor cuando se trata de emprendimiento. “Cerca del 50% de las empresas emergentes en Estados Unidos, especialmente las de Silicon Valley, fueron creadas por alumnos en sus años académicos”, dice. Salta a la mente el caso de Google y Facebook, firmas que partieron como aventura en las aulas. Delhaes también destaca la oportunidad de empleo y de desarrollar áreas de convergencia comercial entre emprendedores y empresarios establecidos.

Los propios alumnos y ex alumnos están conscientes de que forman parte de un grupo selecto al cual deben sacar el mayor provecho posible. Hace sólo dos años, Gerardo Cavazos cursaba su MBA en Egade del Instituto Tecnológico Superior de Monterrey, y hoy trabaja en un cargo directivo en las tiendas de conveniencia Oxxo.

“Yo diría que somos unos 15 ex alumnos de Egade en la empresa”, asegura. Según él, el contacto que se forma en la universidad es absolutamente distinto al que se genera en la vida profesional, “es distinto a la confianza que se puede lograr en otro ambiente, porque la relación se da en un entorno de colaboración y no de competencia”, dice. Jaime Munita, director ejecutivo de la empresa financiera Celfin Capital en Chile y egresado del MBA de la Universidad Adolfo Ibáñez, está completamente de acuerdo. “Éste es un MBA mucho más internacional, con mucha gente de toda Latinoamérica en esa red de contactos, peruanos, mexicanos, ecuatorianos, argentinos y más”. Hasta hoy,

### TODOS EN CONTACTO NÚMERO DE ASOCIADOS DE LA RED DE EGRESADOS ESCUELAS SELECCIONADAS.

FUENTE: LAS ESCUELAS

ESCUELA	Nº ASOCIADOS
ITAM	2.525
INCAE	6.713
U. A. IBÁÑEZ	827
PUC - CHILE	3.560
UNIANDÉS	719
IESA	630
U. DE CHILE	1.130
FGV - EAESP	700
IAE - AUSTRAL	9.436
FIA - USP	6.127

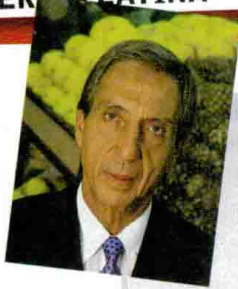
\* La posición en la tabla no indica posición en el ranking

egresados y el hecho de que la gestión de los programas de ex alumnos esté a cargo del área de mercadeo de la Facultad. “Es parte del valor de la marca de una escuela”, asegura. “Realizamos una serie de actividades para que se junten y tengan relación entre ellos, lo que también nos da la posibilidad de hacerles seguimiento”, explica. Incluso, para la comunidad del Executive MBA, comprendida únicamente por altos cargos directivos de empresas, se realizan fiestas anuales en las que participan con sus familias.

... años cargos directivos de empresas, se realizan estas  
anuales en las que participan con sus familias.

... toda Latinoamérica en sus redes de contactos, peruanos,  
mexicanos, ecuatorianos, argentinos y más". Hasta hoy,

Especial  
**LAS MEJORES ESCUELAS DE NEGOCIOS DE AMÉRICA LATINA**



Abilio Diniz: Presidente Grupo Pão de Açúcar. FGV São Paulo, AE 1959



Renato Ramírez: Gerente General de Embotelladora Andina. PUC Chile



Luis Alfonso Hoyos Aristizábal: Consejero presidencial, Colombia. Uniandes 1996



Ricardo Egydio Sertubal: Vicepresidente de Itaú. FGV São Paulo. AE 1984

Munita mantiene contacto con sus ex compañeros, a quienes recurre cuando debe realizar negocios en alguno de esos países. “Las confianzas que se generan son mucho más cercanas”, argumenta, “y me permitieron tener contacto con personas de otras áreas de la división empresarial que no sean las finanzas”.

Sin embargo, en cuanto al impacto de estas redes en el avance profesional hay voces disidentes. Mientras que Cuadra, de Bumeran, valida estas redes como fuente potencial de empleo y las universidades reconocen que invitan a los principales *headhunters*, éstos no están tan de acuerdo. Aunque valora la importancia de una nutrida red de contactos, Mario Mora, socio principal de la empresa de RR.HH. Heidrick & Struggles en Chile, afirma que “los contactos académicos no importan cuando buscas ejecutivos para cargos sénior. Ni siquiera importa dónde haya estudiado la persona, lo que se evalúa es su experiencia profesional y ahí están los contactos que realmente valen”. Incluso, dice, el problema con los post grados *online* no es la falta de contactos —“que se supone que cualquier ejecutivo con años de carrera debe tener”— sino más bien el desconocimiento de sus virtudes. “Por eso a la hora de mirar la hoja de vida uno se fija más en los cursos presenciales, pero es un tema de calidad”. Mónica Graue, de Korn/Ferry México, tiene una posición similar. Aunque comenta que en su oficina hay dos ejecutivos que participan activamente en la red de egresados de sus escuelas, “nosotros recomendamos a los candidatos con una buena preparación donde por supuesto se incluye la maestría, pero tiene un peso mayor la experiencia y las competencias con las que cuenta el ejecutivo para el desarrollo de la posición”.

No obstante, se puede decir que las universidades ya han aquilatado el tema y trabajan activamente para ampliar esta red, incluso más allá de las fronteras de sus países. Shaun Sheffield, director de The Austral Group, se dedica a organizar visitas de alumnos de universidades estadounidenses y europeas para realizar pasantías en empresas en Brasil, Chile, Argentina y Perú. “La generación de un *network* positivo es algo de lo que las escuelas se están preocupando recientemente en la región”, dice. Austral cuenta con una relación con 100 universidades a nivel mundial. “En EE.UU. es donde está más incorporada la importancia de salir del país y los MBA contemplan un viaje, por lo menos”, sostiene. Pero la tendencia llega a América Latina. Al menos nueve escuelas de nuestro ranking cuentan con redes activas a nivel internacional, mediante las cuales no sólo generan contactos para sus ex alumnos, sino que aumentan el valor de su marca en otras latitudes. ■



ex alumnos, sino que aumentan el valor de su marca en otras latitudes. ■