

Demanda y financiación corporativa, la dupla exitosa del 2010

Todo indica que éste será un año de cosecha para las escuelas de negocio, de la mano de presupuestos más holgados y un clima económico más benigno. Hasta el momento, el crecimiento de la demanda se estima en un 20%, por encima del 2009.

Por Estefanía Giganti

Emulando la parábola del hijo pródigo, 2010 podría marcar el regreso de las empresas al mundo académico. Es que, pasado el turbulento 2009, con su letal cóctel de crisis, elecciones y gripe, este nuevo año promete revivir el financiamiento corporativo, en materia de posgrados de negocios. Y con este envío de fondos frescos, sumado al pronóstico de un año más estable, la demanda de maestrías de negocios volverá a los niveles previos a la crisis.

La vuelta del hijo pródigo

Aunque sin pretender alcanzar el boom de inscriptos de 2008, un año excepcional para los posgrados y la educación ejecutiva, este nuevo año se retomarán los volúmenes habituales de inscriptos. “Ya notamos un repunte con respecto a 2009, de alrededor del 20%. Va a ser un año relativamente normal”, anticipa María Alegre, directora del MBA de la Universidad del CEMA.

En el IAE también registran un alza de la demanda en el MBA *part-time*, más allá de que, para la mayoría de las escuelas, 2009 no terminó siendo un año tan terrible como se preveía. “Estamos viendo una mejora de las consultas de entre el 10% y el 20%. De todas maneras, 2009 no fue tan malo en maestrías, el golpe más duro fue en educación ejecutiva”, reconoce José María Corrales, director de Programas Ejecutivos y Master del IAE.

La misma visión positiva anticipan desde la Universidad de San Andrés (Udesa). “Preveíamos un año difícil, pero la verdad es que hasta ahora hubo una cantidad infernal de consultas. Veremos cómo se traslada a los inscrip-



tos”, adelanta Ernesto Gore, director del Departamento de Administración de la casa de estudios de Victoria.

En algunos afortunados casos, la demanda hasta superó a la oferta. Esto pasó en el Posgrado de Especialización y en la Maestría en Finanzas que ofrece la Universidad Nacional de Rosario, de la mano del Rofex. “La demanda creció un 30% en Rosario y un 40% en Buenos Aires, lo que su-

pera los cupos ofrecidos”, detalla Adrián Tarallo, director de estas carreras de la Universidad Nacional de Rosario.

En esta vuelta a mejores tiempos, la gran expectativa está puesta en el financiamiento corporativo. Promete hacer una *rentrée* con bombos y platillos, luego de un año en el que en muchos casos brilló por su ausencia o se otorgó a cuentagotas, de manera muy selectiva y

Gentileza Apertura



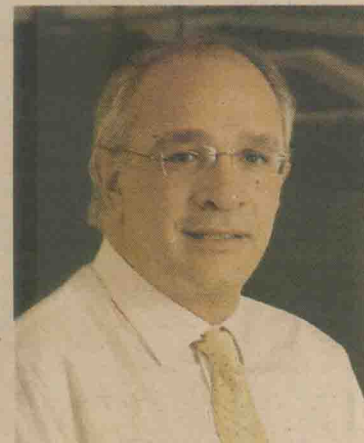
“Noto más apoyo de las empresas, aunque no creo que llegue al nivel de 2008, cuando estaban desesperados por retener”.

**María Alegre,
CEMA.**

para altos potenciales. De hecho, la cantidad de alumnos de posgrado que recibieron ayuda de sus empleadores para costear sus estudios de posgrado cayó drásticamente el año pasado.

Para escuelas como el IAE, por ejemplo, durante 2009 el porcentaje de empresas involucradas en algún tipo de financiamiento de los estudios cayó del habitual 85% a 40%. Pero esto ya estaría por revertirse definitivamente. “El año pasado, mucha gente sacó la plata de su bolsillo. En 2010 va a mejorar el financiamiento y va a ir volviendo a la normalidad”, prevé Corrales.

Lo mismo anticipan desde la UADE. “En un momento del 2009, las empresas desaparecieron, pero a fin de año regresaron. El 2010 va a ser mejor en este sentido”, di-



“El año pasado mucha gente sacó plata de su bolsillo. Este año va a mejorar el financiamiento corporativo”.

**José María Corrales,
IAE.**

ce Juan Cruz Lozada, director de UADE Business School.

De todas maneras, hace un par de años que el financiamiento corporativo ya no cubre el 100% de los estudios. En muchos casos, alcanza un monto definido que, según los costos de cada escuela, puede llegar a cubrir cerca del 50%. De ahí que, en épocas de crisis, muchos estudiantes optan por escuelas más baratas, maximizando así los montos financiados por el empleador.

La guerra por el talento

Pero la ley de la oferta y la demanda de talento también juegan un rol clave en la determinación de los presupuestos de retención, capacitación incluida. “En 2009 muchas compañías retrajeron el apoyo. Fueron más

Especialización vs. desespecialización

Las maestrías de especialización y el MBA tienen una sola cosa en común: la vuelta a las aulas como una apuesta por el futuro laboral. “Entre los tres y los 15 años de recibido, debe haber un *rebranding* de uno mismo. Algunos se especializan y otros apuntan a la gerencia general”, precisa Juan José Cruces, director de la Maestría de Finanzas de la UTDT, marcando las diferencias básicas entre estos dos posgrados.

En el primer caso, las maestrías están dirigidas a un público más *junior*, que busca desarrollar un *expertise* específico como nicho de carrera. De la vereda de enfrente, el MBA es para aquellos que apuestan a la desespecialización como estrategia para desarrollar un perfil más generalista, que los pueda catapultar a la alta dirección. “Se trata de distintas etapas de la carrera. Los MBA son mucho más *senior*. Sólo el 10% no sabe si hacer maestría especializada o MBA. El nivel de superposición no es muy grande y se da en casos muy específicos, como el de alguien que trabaja en un banco y puede dudar entre una Maestría en Finanzas y un MBA”, detalla María Alegre, directora del MBA de la Universidad del CE-MA.

Estas diferencias básicas también se reflejan en la edad de los estudiantes, poniendo de manifiesto, una vez más, el distinto nivel de desarrollo de carrera. La edad de un MBA ejecutivo ronda los 32 años, aunque en algunos casos puede llegar a los 50. En una maestría de especialización, en cambio, los estudiantes pueden tener entre 23 y 35 años. El nivel de experiencia es otra de las grandes diferencias. En un MBA, el promedio ronda los 10 años y el mínimo exigido por las escuelas para poder aprovechar el programa se ubica, en general, en los cuatro años. De hecho, tener menos trayectoria puede jugar en contra del éxito de este estudio.

A esta conclusión también llegó la UADE, que había diseñado en 2009 un MBA JP, destinado a jóvenes profesionales sin experiencia, que no llegó a salir a la cancha. “No anduvo bien. Creo que el MBA debe estar orientado a gente con, al menos, cuatro o cinco años de experiencia”, reconoce Juan Cruz Lozada, director del UADE Business School.

selectivas en términos de a quién y cómo financiar. Para este año ya noto más apoyo de las empresas, aunque no creo que llegue al nivel de 2008, cuando todos estaban preocupados por no perder a sus talentos. Hoy el pánico de perderlos ya no está”, analiza Alegre.

“El MBA es para retener. Por eso en la crisis cayó el financiamiento: había menos gente a la que se quería mantener”, coincide Gustavo Genoni, director del MBA y EMBA de la Universidad Torcuato Di Tella (UTDT).

Y como 2010 no será un año en el que la guerra por el talento se recaliente y obligue a las empresas a exprimir sus presupuestos, la selectividad a la hora de decidir a quién financiar y el costeo de sólo parte de los programas prometen seguir a la orden del día. Tampoco perderá vigencia el financiamiento personal, aunque disminuirá su peso en la nueva alquimia del 2010. “Si bien habrá más apoyo de las empresas, seguirá la misma intención de muchos individuos de capacitarse y reposicionarse en forma autónoma, invirtiendo de su bolsillo”, puntualiza Lozada.

Lo mismo pasará con algunos posgrados de especialización, que suelen permitir un cambio de carrera y son aprovechados por muchos ejecutivos como un pase asegurado a una nueva compañía. “La gente viene a la Maestría en Finanzas para cambiar de trabajo. Permite pegar un salto y hacer un *rebranding* de uno mismo. Por eso no es tanto el financiamiento corporativo”, explica Juan José Cruces, director de esta maestría de la UTDT.

En una excepción a la tendencia general, esta casa de estudio vio crecer el año pasado su financiamiento corporativo en materia de MBAs. “En 2009 la cantidad de inscriptos financiados por empresas pasó del 40%

al 60%. En épocas de recesión, las empresas miden más los costos. Vinieron más a Di Tella por valor percibido. Hay que ver si la búsqueda de valor del 2009 se mantiene con el libertinaje presupuestario...”, dispara Genoni.

Cambios en la currícula

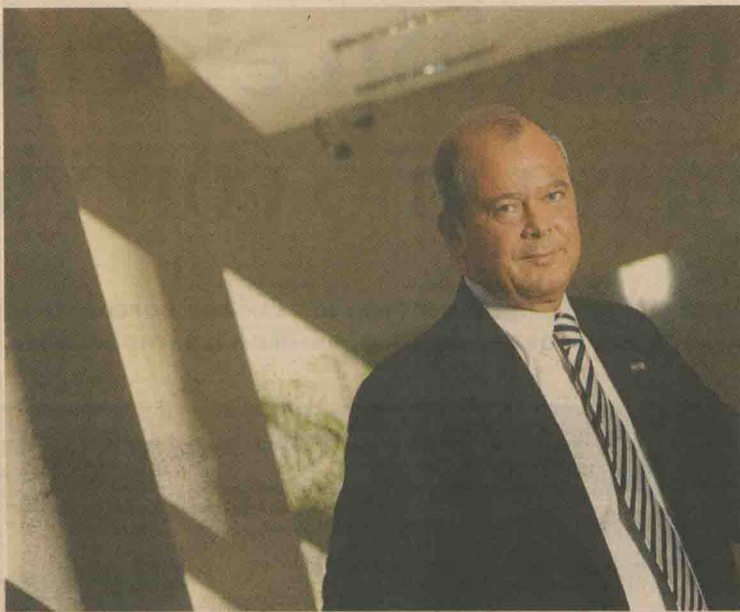
Pero la vuelta del financiamiento corporativo no es la única novedad de 2010. Para ganar el favor de los estudiantes y de las empresas, muchas escuelas estrenarán nuevos contenidos y modalidades en sus posgrados de negocios. La UADE apuesta a su MBA *full time*, que este año ya no reunirá sólo a alumnos extranjeros, sino también a argentinos que pueden darse el lujo de tomarse un año sabático, como sucesores de empresas familiares o mujeres que buscan reposicionarse luego de la maternidad.

La UCEMA acaba de lanzar su MBA intensivo, una modalidad también usada por el IAE en su ya tradicional EMBA 15 y lanzada por Di Tella en el 2009, pensando en gente del interior.

La actualización de la currícula a los tiempos que corren también es una práctica habitual. Conflictos sindicales, inflación, crisis y politización de la economía son sólo algunas de las señales a las que las escuelas deben ir reaccionando.

En la Maestría de Finanzas de la UTDT, por ejemplo, acaban de agregar un curso de ética con un profesor de Frankfurt y otro de administración y control de riesgo corporativo. “Mucho de lo que sucedió en la crisis tiene que ver con que los vendedores no informaron de los riesgos”, explica Cruces, quien también recuerda que en el 2009 se sumó un curso de banca minorista, considerando que con la crisis la gente es más reacia a invertir en oferta pública y vuelve a los bancos.

También se registran cambios



Gentileza Apertura

“En una parte de 2009, las empresas desaparecieron, pero a fin de año regresaron. El 2010 va a ser mejor en ese sentido”.

Juan Cruz Lozada,
UADE Business School.

en este sentido en el Master de Finanzas de la Udesa. Con el agregado de la opción de Banking, son ahora cinco las orientaciones que los estudiantes pueden elegir.

En el MBA del IAE van ganando peso los temas de innovación, gestión de cambio y *entrepreneurship*, un tema que también cobra protagonismo en la UADE. “Año a año agregamos aditamentos propios de los tiempos que corren a los posgra-

dos. Pretendemos ser la universidad que más emprendedores genere en el aula. Por eso apostamos por la orientación de desarrollo de negocios, dentro o fuera de la empresa. Eso se ve tanto en la selección de casos como en el espíritu con que se dictan las clases”, precisa Lozada.

En la UCEMA, por su parte, redoblan la apuesta por la *customización* de la currícula en su MBA. “Hoy un tercio de las materias son optativas: hace tres años

eran sólo dos y hoy ya son seis. Hay un perfil de personas muy heterogéneo y la idea es acompañarlos en el diseño de su carrera. El menú de opciones es muy rico y permite hacer un *zoom* en algunos contenidos”, cuenta Alegre.

El apoyo a los alumnos, más allá de los contenidos duros, también es otra tendencia saliente. Di Tella, por caso, ya ofrece cinco sesiones de coaching por alumno. Allí se repasan temas que van desde cómo presentarse a una entrevista laboral, pasando por el diseño del plan de carrera y el mapeo de habilidades blandas. Y las charlas informales con los profesores en pequeños grupos, en una modalidad bautizada “picada de carrera”, también están a la orden del día para arrojar un poco de luz en el futuro laboral.