



Por María Gabriela Ensínck

La demanda de maestrías y MBA sigue en alza, pese a la crisis internacional. Este año, algunas escuelas debieron dejar alumnos afuera, algo no tan habitual en estas latitudes. Para 2012, las perspectivas son también de lo más positivas, aunque los alumnos deberán afrontar costos 25% más altos.

Las escuelas de negocios, **con viento de cola**

Pasa a pág. 11



En 2011, la evolución de la demanda de posgrados, maestrías y MBA mantuvo el nivel positivo de 2010 y en el caso de los programas más cortos de capacitación ejecutiva (ver *subnota*) incluso la ha superado. En cuanto a las previsiones para 2012, la mayoría de los directivos de las escuelas de negocios consultados por este suplemento se manifestó optimista, pese a los nubarrones de la crisis internacional.

En este contexto favorable, las tendencias son de lo más variadas. Algunas instituciones se lanzaron a la regionalización de sus MBA y maestrías, con la apertura de sedes en ciudades del interior del país o en mercados vecinos (como el IAE) y otro tanto a la internacionalización (como la Universidad Di Tella y la UADE), lo que permite realizar parte de la cursada en el exterior. Otras, como la UCCEMA, apostaron a la personalización de sus programas, para adaptarlos a las cambiantes disponibilidades de los alumnos, en su mayoría ejecutivos de mandos medios en firmas regionales o internacionales.

"Este año, las dos comisiones de MBA y del Executive MBA estuvieron sobredemandadas", se-

ñala Gustavo Genoni, director de Programas MBA de la Universidad Torcuato Di Tella (UTDT). "Muchos postulantes que cumplían con las condiciones de admisión no pudieron ingresar por falta de cupos y se anotaron para la próxima edición", agrega el directivo. El comentario resulta indicativo del panorama en la mayoría de las escuelas de negocios, que han tenido un buen 2011 y perciben que la tendencia continuará con viento a favor en 2012.

En la Di Tella, los MBA están siempre pensados para ejecutivos, tanto por dictarse en formatos *part time* como por la edad y experiencia de sus participantes (un promedio de 37 años con siete de experiencia en cargos gerenciales). Entre las propuestas para 2012, la UTDT sigue profundizando el componente de habilidades blandas del MBA.

"Agregamos horas de *coaching* y de actividades vivenciales durante la cursada, para trabajar temas de negociación, armado y gestión de equipos, autoconocimiento y planificación de carrera", dice Genoni.

En el IAE, la percepción es si-



"El mercado está creciendo: hay necesidad de una educación continua."

Juan Cruz Losada, director de la UADE Business School.

"Este año, las dos comisiones de MBA y EMBA estuvieron sobredemandadas."

Gustavo Genoni, director de Programas MBA de la Universidad Di Tella.



milar. "Llegamos a picos de demanda y tuvimos que dejar alumnos afuera", señala José Corrales, director de formación de Ejecutivos y Máster del IAE. En la escuela de negocios de la Universidad Austral, ofrecen un MBA *full time*, de 11 meses, y el EMBA (Executive MBA) en modalidad de dos años o 15 meses.

Además, el año pasado lanzaron un EMBA con perfil regional en la ciudad de Rosario. Allí cursan ejecutivos de países limítrofes y de compañías de Santa Fe, Córdoba y Entre Ríos, y es uno de los que concentra la mayor convocatoria de alumnos.

Desde la Universidad del CE-MA, el análisis es igualmente positivo. "A partir de 2010, la demanda de MBA se recuperó y desde entonces se mantiene en ascenso", destaca María Alegre, directora de la Maestría en Dirección de Empresas de la UCCEMA. La institución lanzará en 2012, además, el *Certificate in*

Business Management. "Este programa se dirige a graduados y estudiantes en el último año de su carrera que deseen potenciar su calificación profesional, para facilitar su inserción en el mercado laboral a través del desarrollo de habilidades personales y profesionales", destaca Alegre. Una de las apuestas diferenciadoras de esta casa de estudios es la "personalización" de sus MBA. Esto implica la disponibilidad de comisiones paralelas y el dictado de los mismos cursos en diversos momentos del año, para ajustarse a las disponibilidades laborales cambiantes de los alumnos.

Capacitación sin fronteras

"El mercado de maestrías y MBA está creciendo, porque las personas y las empresas son conscientes de la necesidad de una educación continua", apunta Juan Cruz Losada, director de UADE Business Scho-

Aranceles, al ritmo de la economía

En promedio, las escuelas de negocios consultadas por este suplemento, incrementaron sus aranceles un 25% entre 2010 y 2011, y la mayoría estima un aumento de ese orden para el año que viene. Hacer un MBA en la Di Tella, por caso, tiene un costo de \$ 119.000. Eso implica un 25% más que en marzo de 2011. "Normalmente el Executive MBA tiene un mayor componente de financiamiento corporativo que el MBA, pero este año se han igualado ambas categorías", apunta Gustavo Genoni, director de Programas MBA de la UTDT.

"En general, las empresas cubren aproximadamente el 50% del costo. En muy pocos casos, la compañía se hace cargo del 100% de esta capacitación para altos directivos y creemos que esta tendencia va a continuar", dice Genoni. Asimismo, la universidad brinda financiamiento a aquellos alumnos con alto potencial y que confían en acrecentar sus ingresos durante el programa.

En el caso de la UCCEMA, el MBA *part time* o *full time* tiene un costo total de \$ 90.750, que se abona con una matrícula de \$ 6.000 y 21 cuotas de \$ 4.450 o 12 cuotas de \$ 8.000. "En 2011, un 50% de los candidatos cubrió los aranceles del MBA de modo personal. En un 33% de los casos, la empresa empleadora se hizo cargo del 100% de los costos y en el 17% restante, la compañía brin-

dó una ayuda parcial (generalmente mayor al 50% de los costos)", detalla María Alegre, directora de MBA. "Estos porcentajes han sido estables en los últimos años y se espera un escenario similar para 2012", señala. De todos modos, se trata de una reductible inversión: "En el último relevamiento de graduados, se reportó un promedio de mejora salarial del 78%, entre los 12 y los 18 meses post graduación", apunta la directiva.

En tanto, un MBA *full time* en el IAE tiene un costo de u\$s 33.000 (unos \$ 141.000) y para un Executive MBA hay que desembolsar u\$s 36.000 (\$ 154.000). Por lo general, y especialmente en el EMBA, hay un importante financiamiento que proviene de las empresas (entre el 50 y el 70%). Con respecto al año pasado, los valores se ajustaron un 15% en dólares, algo difícil de explicar para los alumnos extranjeros, pero que de todos modos no incidió en la cantidad de inscriptos.

En otro segmento del mercado, se ubican la UADE y la Universidad de Palermo. En el primer caso, el costo de un programa de MBA es de \$ 63.000 y la universidad otorga becas para estudiantes de empresas pertenecientes a la Cámara de Sociedades Anónimas, entidad fundadora de la universidad. En la UP, el costo es de \$ 60.000, a pagar en 24 cuotas.



“Llegamos a picos de solicitudes y tuvimos que dejar alumnos afuera.”

José Corrales, director de formación de Ejecutivos y Máster del IAE.

ol. “En 2011, crecimos un 15 o 20% en cantidad de alumnos y también tuvimos un cambio de perfil. Ahora la mitad son ingenieros, que llegan a un tope en la línea técnica y buscan herramientas para seguir progresan-



“A partir de 2010, la demanda de MBA se recuperó y hoy se mantiene estable.”

María Alegre, directora de la Maestría de Dirección de Empresas de UCEMA.

do en sus carreras”, señala.

Lozada también destaca que “cada vez más, los estudiantes vienen en busca de aptitudes emprendedoras, no sólo para progresar en una organización determinada”. En la UADE, un

25% de los cursantes son extranjeros y la institución tiene convenios con escuelas de negocios internacionales como la FIU (Florida International University), la universidad de Duke y la escuela Ross de Michigan, entre otras.

La Facultad de Ciencias Económicas de la UBA también ha visto crecer la demanda de sus Maestrías y MBA en 2011. “El incremento fue del orden del 18%”, destaca Catalino Núñez, director general de la Escuela de Estudios de Posgrado. Las maestrías más pedidas durante este año fueron el clásico MBA, la Maestría en Gestión Económica y Financiera de Riesgos, en Recursos Humanos y en Gestión del Comercio Exterior.

En tanto, en la Universidad de Palermo el balance también habla de tiempos de bonanza. “La demanda estuvo un poco por encima del año pasado, sobre todo para nuestros MBA con orientaciones en Marketing, Comunicación Institucional y Publicidad”, dice Gabriel Foglia, decano de la Facultad de Ciencias Económicas. En esta universidad, un alto porcentaje de los estudiantes son extranjeros (30%, más de la mitad de ellos de países latinoamericanos). Asimismo, la UP tiene convenio con universidades y escuelas de negocios europeas, lo que permite a los estudiantes cursar un trimestre en el exterior.

Contenidos adaptados a la crisis financiera

Si bien los programas de maestrías y MBA son generalistas y apuntan a lograr una visión global y estratégica más allá de las coyunturas, también es cierto que la actualización de los contenidos es constante dado el entorno siempre cambiante de los negocios. Es por esto que la mayoría de las escuelas de negocios han reforzado su enfoque en finanzas internacionales y administración del riesgo, a partir del *crack* financiero global.

En función de la mayor volatilidad internacional, la UCEMA incorporó una nueva materia optativa a partir de 2012, sobre “Construcción de Escenarios de Futuro en el Marco de la Globalización”, a cargo de Fernando López Alves de la Universidad de California (UCLA). En la Di Tella, optaron por convocar al profesor de Harvard y ex secretario de Hacienda de Chile, Andrés Velasco Brañes, para dictar un curso optativo para estudiantes del MBA y el Master en Finanzas, sobre el origen de la crisis financiera internacional. También ofrecen un curso sobre negocios internacionales, a cargo del vicedecano de Mc Gill University.