

# MBA en Chile: La madurez de un mercado que avanza hacia la especialización

Hugo Ibarra

**Según los expertos, la menor demanda que está experimentando el mercado de los MBA se debe a un proceso de consolidación que terminará por segmentar aún más estos programas. En este contexto, los MBA "sin apellido" comenzarán a quedar rezagados paulatinamente para dar paso a los que ponen énfasis en un área determinada**

En el mercado de los MBA existe un concepto que está cobrando cada vez mayor fuerza. Se trata de la especialización. Es que el gran auge que tuvieron estos posgrados a fines de la década del 90 quedó en el pasado, y ahora las universidades se han visto en la obligación de renovar su oferta mediante elementos diferenciadores que les permitan mantenerse vigentes. Esa actualización de los programas continuará la tendencia hacia las especializaciones que ya están tomando forma (a nivel nacional e internacional), entre las que destacan finanzas, emprendimiento, estrategia, y marketing, entre otras.

"El mercado va a sufrir una segmentación hacia programas con distintos énfasis, los que responderán a inquietudes más precisas de los profesionales de las diversas áreas", explica Mauricio Arretx, director MBA de la Universidad del Desarrollo (UDD).

A nivel internacional, eso ya es una realidad. Por ejemplo, el mejor MBA en estrategia es el de la Universidad de Harvard; en marketing destaca el de Kellog, y en emprendimiento, el de Boston College, por mencionar algunos. "Evidentemente, estamos lejos de ese nivel de desarrollo, pero el camino ya se inició en esa dirección. Es que el mercado nacional ha pasado por varias etapas. Comenzó con los MBA sin apellido, y luego dieron paso a los con mención o especialidad que hoy se están diversificando", agrega Mauricio Arretx.

Revisando un poco la historia, hace aproximadamente 20 años partió en Chile la demanda por diplomados en negocios, los que paulatinamente dieron origen a los MBA. Así, el mercado fue creciendo hasta llegar a su actual etapa de madurez y consolidación. "Eso significa que probablemente la oferta de programas no siga aumentando, puesto que hoy existe casi medio centenar de ellos en Chile. Por eso me atrevo a decir que quizás hay una sobreoferta de MBA y con el tiempo deberían consolidarse aquellos de más prestigio, mientras que el resto probablemente desaparezca", asegura Arretx.

Si la consulta es si terminó el boom de los MBA en Chile, Carlos Maquieira, director de la Escuela de Postgrados de la Universidad de Chile, es enfático al decir que sí, y coincide en que el mercado está más maduro y consolidado, por lo que se está acotando cada vez más. En este nuevo contexto, el profesional tiene mayor capacidad para seleccionar cuáles son los mejores programas. "Además, creo que también ha influido en esa disminución el hecho de que muchos se dieran cuenta de que el MBA no es el trampolín que antiguamente se creía. Antes se suponía que al tener el grado de MBA se podía acceder automáticamente a cargos gerenciales. Pero

en la práctica eso es al revés: el que tiene la capacidad para llegar a un puesto gerencial necesita complementar esa cualidad con un MBA", resalta Maquieira.

## **Tendencias del mercado**

El mundo de los MBA es un mercado en constante evolución, Es así como los programas son cada vez más dinámicos, y a nivel mundial se ha visto una tendencia por acortar su duración, sobre todo los de carácter executive (que es la mayoría en Chile). Por ejemplo, antes era impensable obtener ese postítulo en menos de dos años, mientras que hoy existen casos (como en Brasil) que pueden durar apenas 12 meses. Asimismo, "en Chile ya es posible encontrar opciones de 18 meses, con menos horas directivas y más trabajo individual. Por ejemplo, lectura y trabajo en grupo. En definitiva, requieren más dedicación fuera de las horas de clases", explica el directivo de la Universidad de Chile.

Otra marcada tendencia en el mundo de los MBA es una creciente cantidad de alianzas entre universidades y empresas, debido a que "un programa MBA debe responder a las necesidades de las empresas en relación a la formación ejecutiva. Por eso, debe existir una estrecha relación entre ambos mundos, ya sea a través de un consejo asesor o mediante profesores ligados al ámbito empresarial", dice el director MBA de la UDD.

Además, las alianzas con universidades extranjeras también han alcanzado mayor relevancia en el mundo globalizado. Eso se comprende mejor si se considera que los diversos convenios que ha suscrito Chile con otros continentes requerirán conocer de más cerca las realidades y costumbres de otras latitudes. Es así como esa tendencia permite a los profesionales acceder a un postgrado reconocido más allá de las fronteras nacionales, gracias a que los contenidos serían los mismos en ambas universidades.

Finalmente, quien desee realizar un MBA debe tener en cuenta qué es lo que pretende lograr con ese postgrado.

Las opciones podrían ser: quiero tener una preparación académica para hacer clases; quiero tener mejores herramientas para la toma de decisiones, o quiero aprender a gestionar empresas. Teniendo claro ese panorama, resulta más fácil decidir la institución que mejor se adapta a los requerimientos.

## **MBA para todos**

Atrás quedaron los años en que el MBA estaba reservado para ingenieros comerciales o civiles industriales. Ahora estos programas están siendo más atractivos para profesionales que no son netamente del área de negocios. "Eso se debe a que muchos se han dado cuenta de que para seguir avanzado en su desarrollo profesional, tienen que adquirir herramientas

para la administración de empresas. La razón es muy simple: en la medida que un profesional empieza a ascender en su carrera, las habilidades técnicas comienzan a perder preponderancia, y en su lugar cobran mayor relevancia las de carácter directivo y gerencial", indica Mauricio Arretx, director MBA de la Universidad del Desarrollo.