

Universidades dicen que es buen momento para cursarlo

MBA: El año partió con baja en alumnos, pero postulaciones subieron para el 2° semestre

Para suplir la falta de contacto en las clases online, los principales programas implementaron iniciativas para potenciar el intercambio entre los alumnos, como más trabajos en equipo, rotación de los grupos, charlas y encuentros.

Por Cristian Rivas



María Eugenia Delfino, directora Executive MBA, ESE Business School, U. de los Andes.

ESE-U. Andes: La caída "parece explicarse por el menor financiamiento de empresas a sus directivos"

"Si bien contamos con suficientes inscritos para impartir todos nuestros programas, la postulación de alumnos se ha visto afectada, y esto pareciera explicarse por el menor financiamiento que proveen las empresas a sus directivos", dice María Eugenia Delfino, directora Executive MBA del ESE Business School, U. de los Andes.

Cuenta que no suspendieron ningún programa, pero en pocos días debieron migrar el 100% al modo *online*. "Hoy las cosas se han ido

normalizando gradualmente", reflexiona.

"Reconocemos que nuestros alumnos realmente valoran el relacionamiento con sus pares y profesores, y es por ello, que hemos desarrollado actividades específicas tendientes a crear y fortalecer esos vínculos, como por ejemplo los talleres de *networking* o los conversatorios".

Respecto a 2021, agrega que la demanda debiera irse fortaleciendo en función de la mejora en las condiciones sanitarias y económicas.

UC: "En momentos de incertidumbre, hay que capacitarse"

En la UC cuentan que gracias al espíritu de adaptación de profesores y alumnos, junto al aprovechamiento tecnológico, pudieron desarrollar su programa MBA. "Hemos fomentado muchas actividades para potenciar la construcción de redes al no tener actividades presenciales. Desde encuentros con personalidades destacadas (...) y reuniones con profesores por temas específicos, hasta actividades sociales extra curriculares vía *zoom*", describe Marcos Singer, director del MBA UC.

"La postulación para el segundo semestre ha despertado mayor interés por consultas y participación en charlas que el año pasado a igual fecha. Los interesados están 'vitrineando' y requiriendo información en mayor medida". Hasta la semana pasada tenían 45 postulantes inscritos, y aunque el año pasado llevaban 51 a igual fecha, en 2018 solo tenían 28 y en el 2017, 38. "Aún no sabemos cómo terminará el proceso, pues quedan algunas semanas", acota.

"Sin duda es un buen momento para realizar un MBA (...); en momentos de incertidumbre, hay que capacitarse, renovarse y ampliar la mirada", opina.



Marcos Singer, director MBA UC.

U. de Chile: "Hemos notado un aumento respecto a años anteriores"

En la Universidad de Chile dieron la opción a los alumnos de versiones anteriores a optar por la vía *online* o retomar con clases presenciales más adelante. La versión nueva partió recién en junio con un porcentaje de alumnos de entre 80% y 85% respecto al año previo.

En agosto próximo parten su programa *Blended*, que fue concebido hace tres años como una combinación presencial y *online*. "Es la versión que actualmente concentra la mayoría de los interesados que están buscando MBA. Al contrario de un descenso, hemos notado un aumento respecto a años anteriores", dice Christian Diez, director académico del MBA de Ingeniería Industrial.

¿Es un buen momento para hacer un MBA? Depende de cada caso. "Es buen momento para aquellos que han podido mantener su trabajo, tienen riesgo laboral más bajo o han notado una disminución de su carga de trabajo (...). También para quienes quieren potenciar su CV para mantener su trabajo o ser un candidato más atractivo en un mercado laboral que tendrá un exceso de candidatos".

UAI: "Existe la imperiosa necesidad de repensar los negocios"

En la U. Adolfo Ibáñez reconocen que hubo bastante migración de alumnos a comienzos de año hacia el programa 2021 y que aún es pronto para tener una visión de lo que ocurrirá el próximo año. "Nos mantenemos positivos, ya que existe la imperiosa necesidad de repensar los negocios y no hay mejor lugar para hacerlo que en un ámbito académico diverso", plantea Horacio Arredondo, vicedecano de Postgrados de la Escuela de Negocios.

Además de cambios en el calendario, pos-

pusieron distintas actividades que requerían viajes o gran acumulación de participantes.

Para los programas del segundo semestre, han notado que las postulaciones fueron de menos a más. Partieron lento, pero ahora están entre un 10% y 40% más que en 2019. "No quiere decir que la matrícula aumente en esa proporción, porque existe un proceso de admisión en curso (...). Lo objetivo es que la postulación está en niveles iguales o superiores, dependiendo del programa".



Horacio Arredondo, vicedecano de Postgrados, Escuela de Negocios UAI.



Christian Diez, director académico MBA Ingeniería Industrial, U. de Chile.