

MBA

El impacto del nuevo entorno

ESTRATEGIAS

Teniendo en cuenta el impacto de la actual pandemia en el mercado de la educación ejecutiva, Business recoge las principales estrategias de las mejores escuelas de negocios del país en la actualidad. Además, se presentan costos, requisitos de postulación, duración de los cursos, detalles curriculares, etcétera. Conozca adicionalmente la información de las principales escuelas del mundo. A continuación, el panorama de las nuevas tendencias en los programas MBA.

El año 2020 fue, sin duda, excepcional. No solo se produjo la pandemia más nefasta de los últimos tiempos, sino que este problema sanitario generó además una enorme caída económica en todos los países del orbe. Industrias completas se vieron muy afectadas; por ello, no es de extrañar que las escuelas de negocios y su producto estrella (los programas MBA) también hayan sido impactadas.

Pero ¿cómo se ha percibido tal impacto en estas instituciones? Esa fue la interrogante que hicimos a un conjunto muy representativo de las escuelas de negocios locales; sus respuestas nos indican que la adaptación al nuevo entorno fue la norma para estas instituciones. El paso a las clases virtuales y la incorporación de materias que tratan directamente los nuevos retos del actual contexto fueron lo común en el día a día de los programas MBA.

En general, el interés por este tipo de estudios se mantiene vigente, pero también es cierto que estos programas han tenido que cambiar, muy probablemente para siempre. La transformación digital es uno de los temas que los MBA

ahora abordan con mayor énfasis, por la demanda de los estudiantes y del mercado laboral (que luego los acogerá); pero no es el único cambio.

LOS CAMBIOS

Quizás la pregunta que más ronda en este mercado es la relacionada con la magnitud y la naturaleza de los actuales cambios. En realidad, al igual que en otros sectores, la pandemia no ha hecho sino acelerar los procesos de digitalización de los programas MBA. De hecho, muchos de estos ya brindaban la opción de clases virtuales, y por ello la pandemia no los afectó negativamente; aunque sí forzó a que todas las clases tuvieran que ser en esta modalidad. Esto implicó pasar a todos los estudiantes y profesores al canal virtual.

PROCESO DE ADAPTACIÓN

Además, los cambios que la pandemia generó en los otros sectores significaron que las escuelas de negocios tuvieran que adaptarse a las nuevas necesidades empresariales. Es decir, al requerimiento de profesionales que puedan liderar en un entorno mucho más digital.

«Ante este panorama, ahora se necesitan profesionales que puedan liderar el proceso de transformación o aceleración digital de sus empresas. Para ello es necesario que desarrollen competencias digitales y habilidades blandas, acordes con los nuevos tiempos», sostiene Eddy Morris, director del MBA de Esan Graduate School of Business.

Es obvio que esto implicó cambios en el producto que brindan las escuelas de negocios, los cursos que son parte de los programas MBA. Estos tuvieron que incorporar no solo los requerimientos de la creciente transformación digital (que ya venía desde años anteriores).

«La pandemia ha generado la necesidad de reconvertir los procesos de enseñanza-aprendizaje. Para ello debemos contar con el soporte de plataformas



Marco Navarro

virtuales y el empleo de simuladores, así como de docentes capacitados en el uso de las TIC, de manera que puedan ofrecerse programas de postgrado bajo esquemas no presenciales sincrónicos», indica Marco Antonio Navarro, director de postgrado de la Facultad de Ciencias Administrativas y Recursos Humanos de la Universidad de San Martín de Porres (USMP).

EFFECTOS ENCONTRADOS

¿Cómo reaccionó el mercado ante estos cambios y el entorno de emergencia sanitaria? Existen efectos encontrados. Por un lado, la matrícula tuvo más campo para crecer una vez que el factor geográfico quedó en un segundo plano, gracias a la virtualidad de las clases.

«La virtualidad nos ha permitido llegar a alumnos de todas las regiones del país, así como de Latinoamérica, que ahora ya no tienen que salir de sus ciudades para llevar un MBA de calidad. La pandemia ha hecho que los profesionales de todos los lugares busquen actualizar sus conocimientos y habilidades para ser mucho más competitivos en un entorno retador y con baja empleabilidad», señala Miu Huang Li, directora de Negocios y Relaciones Institucionales de la Escuela de Postgrado de la Universidad San Ignacio de Loyola (USIL).

Sin embargo, también es cierto que la



Eddie Morris

pandemia ha golpeado económicamente, y de manera muy fuerte, a muchos sectores, incluyendo a las escuelas de negocios. Si bien el número de alumnos tuvo un impulso positivo (además, los MBA son los programas estrella de las escuelas de negocios) también se han detectado algunas características propias de un contexto recesivo.

«Cabe mencionar que se ha observado, a nivel local e internacional, que las ratios de postergaciones de inicios del MBA se han incrementado. Es decir, el número de estudiantes que luego de ser admitidos están postergando el comienzo de su maestría ha crecido», afirma Giuliana Leguía, directora de Pacífico Business School.

EL FUTURO INMEDIATO

Todo eso ocurrió durante 2020. Ya pasamos ese mal año, y aunque el entorno no va a cambiar mucho durante el primer semestre de 2021, se puede esperar que el contexto mejore durante el segundo semestre. Por ello, es necesario que los postulantes estén preparados para elegir el programa MBA que mejor se adapte a sus necesidades, teniendo en cuenta los cambios que se han operado en el mercado.

Entonces, ¿qué se debe de tomar en cuenta para realizar esta elección?

FACTORES PARA ELEGIR

Un elemento en el que coinciden nuestros entrevistados es que el postulante debe elegir sobre la base de sus necesidades. Los programas de MBA no son todos iguales; ofrecen distintas fortalezas que pueden calzar o no con los requerimientos de cada postulante.

Para ello existe una serie de factores que pueden ser fácilmente identificables y verificables. Por ejemplo, Eddy Morris (de Esan) señala que el ejecutivo debe revisar primero la escuela de negocios que dicta el programa MBA y comprobar su posicionamiento en los rankings internacionales. «Luego debe asegurarse de que la malla y estructura sean modernas y globales. También



Miu Huang Li

debe consultar el perfil de los docentes, así como su experiencia laboral», agrega Morris.

Asimismo, es importante tomar en cuenta la trayectoria de la escuela de negocios, en cuánto tiempo se puede recuperar la inversión que se hace en el programa, y si la institución ofrece servicios adicionales para potenciar la empleabilidad del alumno. Por último, es bueno también conversar con egresados del programa al que se desea ingresar.

EL POSTULANTE

Por supuesto, del lado del postulante también es necesario cumplir con algunos requerimientos. Más allá de los requisitos formales, es conveniente que se ingrese a uno de estos programas MBA una vez que se tenga unos años de experiencia en un cargo ejecutivo; de esta manera se pueden aprovechar mejor no solo las enseñanzas de los profesores, sino también la experiencia compartida por los compañeros de estudios.

Aunque en estos tiempos es necesario ahorrar, no es aconsejable ir tras la opción más económica simplemente porque es la más asequible. Debe primar, por sobre este factor, la conveniencia del perfil de la escuela de negocios para el postulante. Además, cabe recordar



Sandro Ragonesi

que el MBA es un programa generalista, y quizás las necesidades específicas de un ejecutivo se satisfagan más bien con una maestría más especializada. Es cuestión de ponderar los beneficios de una y otra alternativa.

«Para elegir un MBA se deben tener en cuenta factores como el sector laboral del estudiante, los años de experiencia y, sobre todo, cuál será la utilidad que se le dará a todo lo aprendido. Además, la elección de la maestría depende de lo que quiere el profesional en el futuro», afirma Sandro Ragonesi, director ejecutivo de la Escuela de Posgrado de la Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas (UPC).

CAMBIOS EN LA CURRÍCULA

Las escuelas de negocios se caracterizan por encontrarse siempre a la caza de las tendencias que impacten sobre sus cursos. Es evidente que la digitalización del entorno económico (acelerada por la pandemia) es una de las más grandes tendencias que se han desarrollado en los últimos tiempos.

«Un tema de carácter transversal, que se suscitó a partir de la pandemia que estamos viviendo, es el efecto que esta tiene en la economía y la actividad empresarial. Dichos efectos o consecuencias son analizados desde diferentes

puntos de vista en cada curso», explica Patricia Nieto Melgarejo, directora académica de la Escuela de Negocios de la USIL.

Temas como la analítica de datos, la agilidad organizacional, la innovación y el emprendimiento, la transformación digital, las fintechs, las criptomonedas y la gestión del talento digital se encuentran entre los más mencionados. Además, también se está haciendo hincapié en la ética y la sostenibilidad de los negocios. Todos estos tópicos destacan como producto de los intereses que han surgido en nuestro entorno.

LAS TENDENCIAS

La forma de aprender ha cambiado y para siempre. La educación presencial volverá a tener un lugar en el futuro de las escuelas de negocios, pero ya no será la única alternativa, y quizás tampoco la más preponderante. Otras modalidades –como la híbrida, la semi-presencial y la online– ganarán terreno, junto con el uso de nuevas tecnologías educativas. 2020 fue el año de la videoconferencia; con el paso del tiempo se irán incorporando más tecnologías que reemplacen, o incluso mejoren, la interacción que se puede tener al estar los alumnos presentes en un salón de clases.

Igualmente, al haberse roto la barrera



Patricia Nieto



Giuliana Leguía

de la presencialidad, no será extraño que en los programas peruanos de MBA se incorporen alumnos de otros países (y viceversa) o de regiones alejadas de Lima, la ciudad que concentra la mayor parte de la oferta de MBA.

Esto será beneficioso, pues traerá aún más diversidad a los programas y el networking será incluso más provechoso. Por supuesto, esto implica que los programas locales tendrán que competir también con los de otros países, a los cuales también será más sencillo acceder gracias a la virtualidad.

«La pandemia ha confirmado que la distancia ya no será un impedimento para aprender; por ello considero que, en el corto plazo, los programas no presenciales ganaran mayor espacio. Y para ello será necesario tener estándares de calidad que permitan optimizar esta modalidad de enseñanza», explica Marco Antonio Navarro.

CONCLUSIÓN

Es cierto, la pandemia ha tenido un impacto sobre la enseñanza en los MBA, aunque quizás se pueda decir que solo ha sido un acelerador de tendencias que ya se podían percibir desde hace un tiempo. Sin embargo, todo esto nos llegó de golpe; hay que aprender a adaptarse a este nuevo entorno.

MAESTRÍA EN ADMINISTRACIÓN

ESAN - GRADUATE SCHOOL OF BUSINESS



INFORMACIÓN GENERAL

Dirección: Alonso de Molina 1652, Monterrico Chico – Surco
Teléfonos: 317-7200

Directores y autoridades: Eddy Morris, director del MBA de Esan

CARACTERÍSTICAS GENERALES

Esan Graduate School of Business es una de las escuelas de negocios líderes en la región, según los principales *rankings internacionales*, entre los que destacan América Economía, Financial Times y el QS Global MBA Rankings 2021, elaborado por Quacquarelli Symonds (QS), compañía británica especializada en el mercado internacional de educación superior.

El MBA de Esan cuenta con una estructura curricular acorde a los nuevos retos empresariales o sociales, generados por la pandemia del Covid-19. Asimismo, cuenta actualmente con tres modalidades: Tiempo Completo, Tiempo Parcial (miércoles y sábados) y Weekends (cada 15 días).

EXPERIENCIA INTERNACIONAL

Esan posee el componente internacional más potente del mercado. Además de los stages internacionales obligatorios a diferentes destinos (China, España, Reino Unido, Estados Unidos, Colombia y México, entre otros), el MBA de Esan se adapta a los requerimientos de tiempo e inversión de los participantes, quienes pueden optar por las siguientes opciones, sin que sean excluyentes:

- Once opciones de doble grado con estadías de entre ocho y doce meses en prestigiosas universidades y escuelas de negocios alrededor del mundo: University of Texas at Austin (USA), Florida International University (USA), University of Dallas (USA), Nagoya University of Commerce and Business (Japón), HHL (Alemania), EDHEC (Francia), IÉSEG (Francia), ESC Clermont (Francia), Montpellier Business School (Francia), ICHEC (Bélgica) y Schulich School of Business (Canadá).
- Más de 70 convenios de intercambio en instituciones de los cinco continentes. Algunas de las instituciones más destacadas son UCLA (Estados Unidos), EM-Lyon (Francia), The Indian Institute of Management, Bangalore (India), Imperial College Business School (Reino Unido) y Fudan University (China), entre otros.
- *Study trips* en las 10 escuelas de negocios pertenecientes al EMBA Consortium for Global Business Innovation.
- *Study trips y pitch competitions* en las seis escuelas de negocios pertenecientes al Spring Network.

También, los participantes del MBA disponen de dos International Week al año.

TRACKS DE ESPECIALIDADES

Esan es la única escuela que ofrece un diploma de especialidad adicional al grado de Magíster. Las especialidades más demandadas son: Transformación digital, Dirección comercial, Emprendimiento e innovación, Dirección avanzada de proyectos, Finanzas corporativas, Formulación y evaluación de proyectos, Dirección general y Marketing digital.

Como alternativa, los participantes del MBA pueden optar por llevar cursos electivos dentro de las maestrías especializadas de Esan.

MALLA CURRICULAR Y METODOLOGÍAS

La estructura curricular está organizada de acuerdo a las principales áreas funcionales, integrando el conocimiento y las competencias tecnológicas, innovadoras y gerenciales.

El programa desarrolla nuevos contenidos de cursos, como Analítica de datos y Desarrollo sostenible, además de incluir cursos *core* obligatorios, que responden a la demanda de nuevas tendencias en las organizaciones:

- Innovación y emprendimiento
- Transformación digital
- Realidad empresarial y gobierno

Las metodologías de enseñanzas que se emplean en el MBA de Esan son: método del caso, método del reto y *learning by doing*.

SERVICIOS COMPLEMENTARIOS

Los participantes del MBA de Esan pueden acceder de manera gratuita a los siguientes servicios:

- Esan Innovation Hub. Ecosistema emprendedor donde los alumnos y graduados del MBA pueden desarrollar y poner en marcha sus proyectos de negocios.
- Esan Alumni Career Services. Área encargada del relacionamiento entre alumnos y graduados de Maestrías Esan con el mundo empresarial.

ADMISIÓN

Los requisitos que los aspirantes al MBA deben cumplir son los siguientes: grado académico de bachiller o título profesional universitario, y tres años de experiencia profesional. La inversión, al contado, es de S/ 94 500 para el MBA Tiempo Parcial Weekends; S/ 91 900 en el caso del MBA Tiempo Parcial y S/ 72 500 para el MBA Tiempo Completo.