

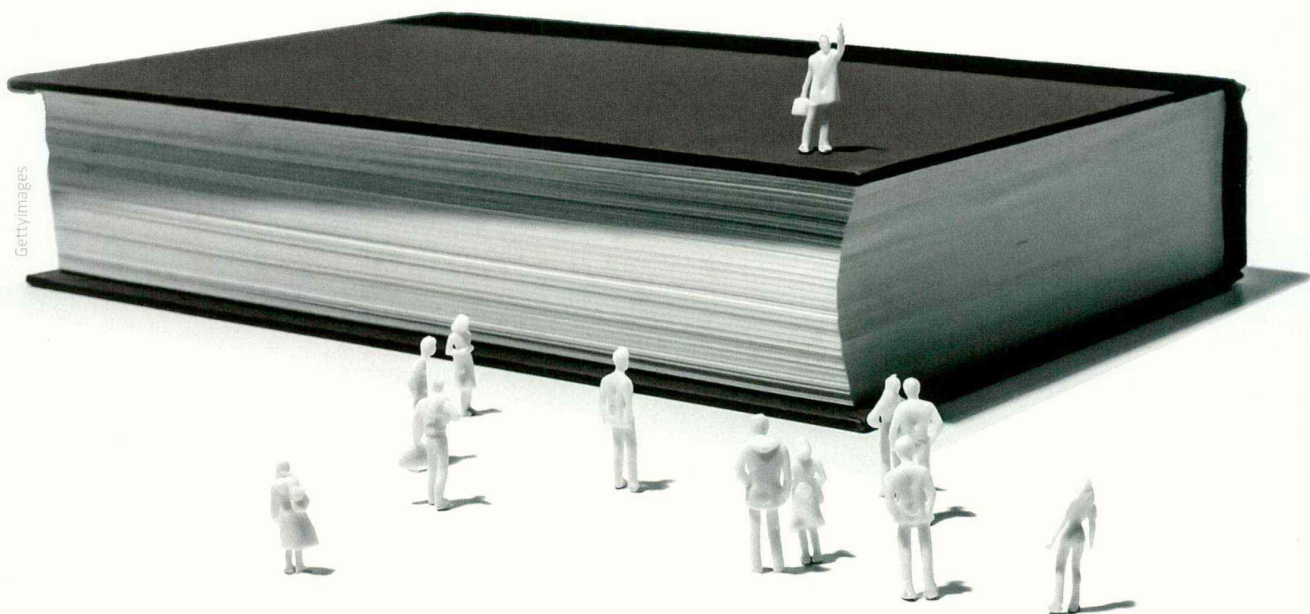


Fecha: 16/06/2017
Fuente: QUE PASA (STGO-CHILE)
Pag: 78
Art: 2
Título: UN PERFIL MÁS AMPLIO

Tamaño: 20,7x27,5
Cm2: 569,8
VPE: \$ 3.738.265

Tiraje: 19.000
Lectoría: 35.500
Favorabilidad: No Definida

MBA.



UN PERFIL MÁS AMPLIO

SI ANTES LOS PROFESIONALES QUE CURSABAN LOS MBA ERAN SÓLO INGENIEROS CIVILES O COMERCIALES, AHORA HAY DE TODAS LAS PROFESIONES. SI ERAN SÓLO HOMBRES, HOY LAS AULAS CUENTAN CON MUJERES, Y MÁS EXTRANJEROS HAN OPTADO POR CONTINUAR SUS ESTUDIOS EN CHILE.

Por Carolina Sánchez



Fecha: 16/06/2017
Fuente: QUE PASA (STGO-CHILE)
Pag: 79
Art: 2
Título: UN PERFIL MÁS AMPLIO

Tamaño: 19,6x5,4
Cm2: 106,0
VPE: \$ 695.674

Tiraje: 19.000
Lectoría: 35.500
Favorabilidad: No Definida

El perfil de quienes optan por un MBA poco a poco ha cambiado de rumbo, y en las salas de clases de estos programas ya no sólo se encuentra a profesionales de áreas afines, sino desde científicos a humanistas.

Claudio Thieme, director del MBA de la Universidad Diego Portales, lo explica. —Podemos observar dos tipos de alumnos: primero, profesionales que

proviene del área de la administración e ingeniería que buscan desarrollar competencias mixtas —como liderazgo, comunicación, entre otras—, y profesionales de otras áreas que están ocupando o quieren acceder a cargos gerenciales o emprender, y sienten que requieren conocimientos en disciplinas en las cuales no han tenido un proceso formal de aprendizaje. Algo similar ocurre en la

Universidad San Sebastián, cuyo MBA está enfocado en gerentes, directivos y ejecutivos que esperan consolidar sus cargos, así como en profesionales que buscan promocionarse hacia la alta dirección desde una perspectiva amplia. Ricardo Úbeda, el director del *executive* MBA de la Universidad Adolfo Ibáñez, coincide.

—Son egresados de carreras universita-



Fecha: 16/06/2017
 Fuente: QUE PASA (STGO-CHILE)
 Pag: 80
 Art: 2
 Título: UN PERFIL MÁS AMPLIO

Tamaño: 20,5x20,9
 Cm2: 428,1
 VPE: \$ 2.808.980

Tiraje: 19.000
 Lectoría: 35.500
 Favorabilidad: No Definida

rias muy diferentes. Desde ingenieros civiles a biólogos, pasando por abogados y arquitectos. Son personas con una formación y experiencia heterogéneas, habitualmente en una jefatura o gerencia con una edad promedio de 35 años —señala—. Proviene de todos los sectores económicos: *retail*, banca, energía, minería, etc. Intentamos admitir en nuestro programa la mayor variedad posible, de forma que aporten experiencias desde muchos puntos de vista en la sala. En la Universidad del Desarrollo, casi el 50% de los profesionales que cursan sus MBA provienen de carreras humanistas o científicas.

—Eso hace que sea mucho más rica la clase, y eso es lo que nosotros buscamos. Además, cada vez recibimos más alumnos extranjeros que están haciendo una carrera profesional en Chile (...) Si bien el 20% son mujeres, es una cifra que ha ido en aumento. En las gerencias y en los directorios cada vez se pueden ver más mujeres, por lo que para nosotros es fundamental que estén en nuestros programas porque hacen un gran aporte a los cursos —dice Fernando Sánchez, director del MBA de la UDD.

El 70% de estos nuevos alumnos tienen una subgerencia o una jefatura y buscan un puesto más alto. Álvaro Parker, executive director de la empresa de *head-hunting* Michael Page, señala “Son muy pocos los dueños, directores o independientes que hacen un MBA. Más del 90% son empleados. Sólo un 13% de los que lo cursan son dueños de sus negocios”.

Los alumnos de un MBA deben tener, al menos, tres años de experiencia laboral. De lo contrario, la clase puede no resul-

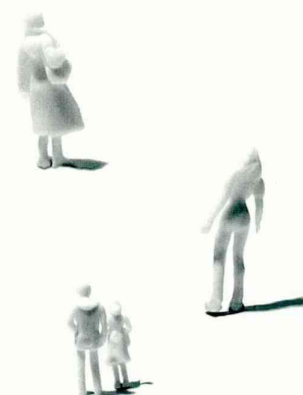
tar como se espera.

—Nosotros ponemos esa exigencia porque enriquece las discusiones al interior de la sala de clases porque son personas que vienen insertas emocional e intelectualmente en la problemática de decisiones en sus empresas —indica Francisco Castañeda, director del MBA de la Universidad de Santiago de Chile. El profesional con MBA puede aprender de finanzas, *marketing*, administración, logística, recursos humanos, entre otras cosas. Néstor Milano, director ejecutivo de Laborum, señala que esas áreas que buscan aprender los alumnos permiten liderar de mejor manera una organización.

—Hoy los MBA están buscando entregar conocimientos más específicos y, sobre esa base, quienes cuentan con uno pueden aportar a la empresa de mejor forma —agrega—. Un 17% de las personas que postulan a trabajos a través de Laborum cuentan con diplomados, magísteres o MBA's. Y, hasta la fecha, y según datos del Ministerio de Educación, 1.084 personas se han inscrito para cursarlos. Thieme, de la Universidad Diego Portales, asegura que quienes optan por los MBA tienen una autoconciencia de la necesidad de un *upgrade* para reimpulsar el desarrollo de sus carreras y lograr éxito laboral.

Álvaro Pezoa, director del *executive* MBA de la Universidad de los Andes, asegura que estos profesionales se destacan en su trayectoria laboral.

—Un alumno de MBA busca potenciar sus capacidades, generar una transformación personal y laboral que le permita estar preparado para los desafíos del futuro —declara. [OP]



Los alumnos de un MBA deben tener, al menos, tres años de experiencia laboral. De lo contrario, la clase puede no resultar como se espera.