

Un estudio realizado por el Programa Académico Internacional (IAP) y la UAM analiza el futuro de los estudios de ‘Master in Business Administration’ (MBA)

El estudio realizado por el IAP (Programa Académico Internacional) y la Universidad Autónoma de Madrid (en el que participaron los profesores: Raquel Galindo y Fernando Casani, ambos de la Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales de la UAM) supone el desarrollo y ampliación de la iniciativa: “Rethinking the MBA” puesta en marcha por el profesor Srikant Datar de la Harvard Business School (HBS) en EE.UU.

En noviembre de 2012 el estudio amplió su muestra a un centenar de decanos de escuelas de negocios y más de 120 dirigentes empresariales (o recruiters) en 27 países de Latinoamérica. Sus conclusiones apuntan a que las perspectivas de futuro de los estudios de ‘Maestría en Administración de Negocios’ pasan por atender los cambios y nuevas demandas de las empresas, que buscan candidatos con un perfil internacional, pensamiento crítico y ético, con habilidades de comunicación y liderazgo, desenvueltos con las nuevas tecnologías y eficaces en la resolución de problemas prácticos.

El objetivo principal del estudio es conocer la situación real de las escuelas de negocios, las inquietudes e iniciativas de los decanos, los deseos de los “recruiters” sobre la preparación y las capacidades de los graduados para poder desentrañar las claves sobre la dirección que deben tomar los estudios de MBA.

El contexto de crisis económica, los constantes cambios sociales junto con la desaparición de los patrocinios de las grandes corporaciones en algunas escuelas de negocios, hacen que los estudios de MBA sean menos atractivos para los estudiantes, sobre todo cuando los MBA han dejado de ser el “pasaporte dorado” hacia puestos de responsabilidad altamente remunerados.

También el perfil del alumnado ha cambiado. Los alumnos/as son cada vez más jóvenes, lo que puede suponer una contradicción con la necesidad de las empresas de que exista una experiencia laboral previa antes de la realización del MBA; además, hoy en día predominan los programas de MBA a tiempo parcial (según el 78% de las escuelas de negocios encuestadas) y la tendencia apunta a la internacionalización de este tipo de estudios para dar un enfoque más global a la toma de decisiones, sin perder de vista la realidad local del entorno donde radican las empresas.

En el aspecto laboral, lo que los “recruiters” valoran más es que sus trabajadores tengan asimilada la cultura de empresa, por lo que suelen decantarse por los procesos de promoción interna, aunque la destreza de los MBA en la resolución de casos prácticos y situaciones estratégicas con información parcial de la situación, es otra de las características más valoradas por los empresarios.

Por encima de las capacidades meramente técnicas se empiezan a valorar más las habilidades sociales y de gestión de personas, la capacidad de liderazgo y las competencias comunicativas, junto con el manejo de las nuevas tecnologías. A esto se suma la importancia de los valores humanos o éticos, el pensamiento crítico, la responsabilidad empresarial y el desarrollo sostenible, demandas que empiezan a tomar importancia en la actual crisis económica.