Muchos posgrados, pocos emprendedores

¿Es conveniente incurrir en el costo de tiempo, dinero y esfuerzo de hacer un posgrado o un MBA? En la mayoría de los países desarrollados, la respuesta sería un automático “sí”; en México, la respuesta tiende a ser más dubitativa.

Por Carlos Mota

www.gestiondenegocios.com.mx

Carlos Mota es columnista de Milenio Diario y colaborador de Grupo Imagen. Su columna Cubículo Estratégico se reproduce todos los días en Intermanagers.com.mx

El fenómeno de la preparación técnico-académica en los negocios es día con día discutido en el mundo globalizado. Diarios como *The Wall Street Journal* dedican páginas, secciones y hasta insertos especiales en números de colección para ayudar a miles de individuos a decidir sobre qué programa de maestría en administración deben elegir. Ocasionalmente estas mismas publicaciones publican cuestionamientos interesantes sobre una pregunta que precede a la escuela a elegir: ¿es una buena idea estudiar un *Master of Business Administration* (MBA)?

La decisión de estudiar una maestría en negocios parece estar íntimamente relacionada con el espíritu emprendedor que muestra una sociedad. Mientras los estadounidenses han construido la batería más robusta de programas académicos para estudiar finanzas, mercadotecnia o administración de tecnologías de información, ellos también se detentan como la nación más emprendedora del mundo. Lo son. En los Estados Unidos se privilegia a quien toma riesgos, y muchas industrias han florecido alrededor de ello, como la de *venture capital* o la de banca de inversión.

Pero los Estados Unidos no son la única nación donde existen excelentes programas de negocios. A las tradicionales escuelas de negocios famosas como Stanford, Thunderbird, Chicago o Kellog, se han sumado decenas de escuelas en todo el mundo con igual o incluso más reputación en áreas específicas. Destacan por supuesto el IESE de España, la Escuela de Economía de Estocolmo, la London Business School o la Sidney School of Business and Technology. Muchas publicaciones internacionales y regionales se disputan además la clasificación de las mejores escuelas del mundo. Son conocidos los *rankings* de *BusinessWeek*, de *The Wall Street Journal* o del *U.S.News and World Report*.

En México los estudios de posgrado en materia de negocios ocasionan dos tipos de sensaciones: sobre la conveniencia práctica de incurrir en el costo de tiempo, dinero y esfuerzo de hacer un MBA (saber si el mercado laboral lo paga al final); y sobre la acumulación de conocimiento experto en algo que se duda sea una ciencia (si los programas académicos en sí mismos arrojan mejores seres humanos que encabecen de forma más adecuada las organizaciones).

El Mercado Laboral es Inmune

El sistema educativo estadounidense opera bajo esquemas sumamente diferentes al mexicano. En el nivel licenciatura, los alumnos reciben una formación integral, basada en el modelo educativo "liberal". Ello significa que les otorgan herramientas múltiples sin necesariamente enfatizar una sola área de especialización en la que se vuelvan expertos. Por eso vemos que se apoya mucho la realización de deportes y que por motivos como ése varios alumnos reciben becas que les permiten terminar sus estudios y, al mismo tiempo, dedicarse a alguna disciplina deportiva que les apasiona.

El modelo estadounidense de educación superior a nivel licenciatura no arroja profesionistas completos al mercado laboral. Por ello, los profesionistas que más quieren destacar en su ámbito de trabajo se ven obligados a estudiar una maestría, es decir, a acudir a la *Graduate School*; o lo que es lo mismo, a obtener un grado académico que de alguna forma les certifique frente a la sociedad. Así, quienes quieren ser abogados van a *Law School* o quienes quieren ser médicos deben acudir a la *Medical School*, ya que su licenciatura previa no los convierte en abogados o médicos. Para serlo requieren el grado a nivel maestría. Lo mismo ocurre con los negocios. Un joven que estudia una licenciatura en Estados Unidos con una especialización en negocios no es reconocido por el mercado laboral

como un experto en la materia. Para serlo, para obtener las mejores ofertas de empleo, el joven tendrá que ir a la Escuela de Negocios, y optar por el título de maestro en administración de negocios. De esta forma, su salario se duplicará o triplicará al obtener el grado, y el sistema de negocios le reconocerá como un experto entrenado en varios temas financieros, de mercadotecnia o de *management*.

En México, la historia es diferente. Aquí los licenciados en derecho son abogados, con todas sus letras. Lo mismo que los médicos –que en su carácter de "médico general" obtienen una cédula profesional que les da derecho a prescribir medicamentos y realizar consulta privada o pública–, aunque carezcan de alguna especialización. Lo mismo con los administradores de empresas, que aunque estén jóvenes son contratados en empresas multinacionales como Unilever, Nestlé o Procter & Gamble en los mejores esquemas de entrenamiento juvenil para proyectarlos hacia gerencias en el mediano plazo. Vaya, la maestría podría parecer innecesaria, porque ni el mercado duplica o triplica el sueldo, ni es obligatorio el grado de maestro para ejercer la profesión. ¿Por qué entonces tanto ruido? ¿Por qué los ejecutivos mexicanos desean estudiar una maestría en negocios, si el mercado laboral no lo reconoce? La respuesta a esta inquietante pregunta está en las señales encontradas que el joven ejecutivo recibe a lo largo de sus primeros cinco años de carrera profesional. Los jóvenes más competitivos se percatan de que muchos de los mandos superiores de las empresas en las que trabajan cuentan con el grado de maestro en administración, y que los salarios que aquellos perciben son significativamente superiores.

Con esas premisas, cientos de jóvenes en países como México se preguntan si deben estudiar un posgrado o un MBA en el extranjero.

Muchos lo hacen, y al regresar, se encuentran con la desagradable sorpresa de que el mercado laboral no les duplicará ni triplicará el sueldo, y que las oportunidades no fluyen como se lo imaginaban antes de acudir a esos estudios de maestría. De manera que el grado académico no lo es todo. En México el mercado laboral es inmune a él. No obstante, hay una proliferación de universidades que lo ofrecen y cientos de jóvenes son atraídos por la posibilidad de hacer una maestría en otro país, o incluso en México. El sistema en su conjunto es una paradoja, pues la gente incurre en el gasto sin necesariamente percibir los beneficios futuros. Además, no existen esquemas comparativos del desempeño que logran individuos después de acudir a la escuela de negocios.

Lo anterior no significa que no existan premios para quienes estudian una maestría. Es cierto que los beneficios no se perciben tan claramente, pero ello no implica su ausencia. De hecho, es cierto que quienes tienen una maestría en negocios tienden a obtener un mejor salario y son sujetos a oportunidades más atractivas en el largo plazo. La diferencia con el sistema estadounidense es que esas dos variables no ocurren de forma inmediata, sino informalmente, cuando el mercado laboral va discriminando y decantando a los individuos mejor preparados y más competitivos. Ocurre, pero paulatinamente.

Universidad	Posgrados	Duración**	Meses de Inicio**	Objetivos
Anáhuac del Norte	• Maestría en Administración Pública	• 1 año	• Abril y Octubre	• Formar maestros en el área de la investigación, para las diversas áreas interdisciplinarias, orientada al servicio público, al análisis de necesidades, toma de decisiones y estructurar las políticas básicas .
	• Maestría en Alta Dirección	• 2 años	• Enero y Julio	• Proporcionar formación y actualización a los gerentes de empresa.
	• Maestría en Banca y Mercados Financieros *(convenio con la Universidad de Cantabria y Banco Santander Mexicano)*	• 1año y medio	• Octubre	• Aportar una visión global de las áreas de funcionamiento de las entidades bancarias, profundizando en el estudio de sus operaciones y en la planificación de sus estrategias de negocio.
	• Maestría en Economía y Gobierno	• 1año y medio	• Abril	• Formar especialistas de alto nivel en el campo del análisis económico y político, así como en el de las políticas públicas, capaces de instrumentar modelos gubernamentales que vive el país.
ITESM	• Maestría en Administración • MBA Master Business Administration • MBE Master Business Executive Program • MBG Master in Business Administration *specialized in Global e-Management*	• 1año y medio a 2 años • 1año y medio a 2 años • 1año y medio a 2 años • 1año y medio a 2 años	• Septiembre/Enero • Septiembre/Enero • Septiembre/Enero • Septiembre/Enero	• Desarrollar conocimientos, habilidades, actitudes y valores relevantes para desarrollar capacidades como profesionista.
IPADE	• Executive MBA (MEDEX)	• *TP 2 años TC 1 año	• Septiembre	• Desarrollo del potencial humano y directivo de los jóvenes ejecutivos.
	• MBA (MEDE)	• *TP 2 años TC 1 año	• Septiembre/Octubre	• Que los jóvenes que sean capaces de desarrollar cargos de mayor responsabilidad en las empresas.
	• Programas Especiales e Internacionales	• Cursos	• Abril	• Diseñados para responder a las necesidades particulares de cada empresa.
ITAM	• Maestría en Administración	• *TP 2 años TC 1 año	• Abri,Jul,Sept,Ene	• Formar profesionales con sólidas habilidades analíticas, de comunicación y liderazgo.
	• Maestría en Dirección Internacional	• *TP 2 años	• Abr,Jul,Sept,Ene	• Formar profesionales que contribuyan al desarrollo de organizaciones de negocios de nivel mundial.
	• Maestría en Dirección de Empresas	• *SyV 2 años	• Septiembre	• Formación de profesionales competitivos a nivel mundial.
	• Maestría en Administración de Riesgos	• TC 1 año y medio	• Septiembre	• Formar profesionales de alto nivel en el análisis cuantitativo de riesgos.
UNITEC	• Maestría en Dirección de Negocios *(próximamente)*	• 4 semestres	• Septiembre	• Utilizar y aplicar métodos específicos para la generación de diagnósticos, objetivos y evaluaciones analíticas de una organización que sustentan la toma de decisiones.
	• Maestría en Derecho Empresarial y Negocios Internacionales	• 4 semestres	• Septiembre	• Aplicar los principios jurídicos en la realización de contratos internacionales y la normatividad nacional e internacional para la defensa de los derechos de autor, patentes y marcas.

*TP Tiempo parcial de 2 ó 3 veces por semana, TC tiempo completo clases todos los días y a todas horas.
**Los meses aplica indistintamente para 2005 y 2006.

¿Existe la ciencia administrativa?

La respuesta corta es sí. Toda disciplina que sea sujeta de estudio y posea metodologías de investigación que le permita mejorar en su conocimiento y avanzar en sus alcances puede ser considerada científica. No obstante, hay mucha gente que lo duda, particularmente en México, donde en el administrador de empresas es considerado como un "profesional de todo y especialista en nada".

La visión de que la administración de empresas es una disciplina únicamente orientada a la generación de riqueza financiera es sumamente miope, pero al mismo tiempo ha logrado trasminarse fuertemente en la sociedad mexicana. El mundo intelectual no re-

La decisión de estudiar una maestría en negocios parece estar íntimamente relacionada con el espíritu emprendedor que muestra una sociedad.

conoce a la gente de negocios como un grupo al que vale la pena incluir en las discusiones del país, y la cultura nacional permanece fuertemente desasociada al concepto de generación de riqueza. Vaya, prosperar económicamente no implica riqueza cultural, por lo que aún existen fuertes divergencias en los tipos de alineación entre la vida de los negocios con el acervo cultural que caracteriza la idiosincrasia mexicana. De manera que no existen reconocimientos públicos enfáticos para la gente de negocios. Quienes los han inventado han sido los mismos hombres y mujeres de negocios, quienes sí se saben armados intelectualmente para hacerlo. Por ello surgen casi diario organizaciones filantrópicas y reconocimientos a empresarios socialmente responsables, para garantizar un lugar en la sociedad a quienes tradicionalmente sólo son percibidos como hacedores de utilidad monetaria.

Un reciente estudio de un grupo empresarial arrojó que los mexicanos piensan en los "ricos" como los dueños de las empresas más grandes del país. No se percibe a los dueños de los pequeños negocios como empresarios. Ni siquiera ellos mismos se perciben como parte de la clase emprendedora del país. Ello refleja que existe un divorcio manifiesto entre el mundo de los negocios y las cosmovisiones de lo que es México sin incluirles. Las maestrías en administración no suelen ser reconocidas como programas académicos que generen individuos más cultos, más influyentes en el ámbito nacional, o más indispensables como parte del andamiaje intelectual del país. Se les piensa como mercenarios del capital, como técnicos graciosamente inmersos a conveniencia en el sistema empresarial del país cuyo único mérito fue profundizar su conocimiento técnico en finanzas, mercadotecnia o alguna disciplina afín.

De manera que si existe alguna inquietud intelectual en los individuos que enfrentan la decisión de estudiar una maestría, una de las consideraciones más comunes es el reconocimiento de su valor intelectual, tanto al interior de las organizaciones como en la sociedad en su conjunto. Algunos ejecutivos dan por descontado que la única validez de su MBA será mercadearlos mejor en el largo plazo, como mencionamos anteriormente. Pero hay muchos otros que se debaten día tras día sobre si deben estudiar una maestría en ingeniería, en ciencias o si deben hacerlo mejor en administración. La verdad de las cosas es que el sistema de reconocimiento social para la gente de los negocios está fracturado en lo que se refiere a los aportes intelectuales de sus integrantes. Los maestros en administración, que ya abundan en varias de las organizaciones del país, no están inyectando el suficiente insumo intelectual para que en México se piense en el management como una disciplina indispensable en la definición de lo que será el país en el futuro. Asimismo, el prejuicio negativo sobre la creación de riqueza sigue anclado en muchas ciudades del país. Piénsese por ejemplo en Guadalajara, que nunca ha

despegado como un mercado muy atractivo a pesar de ser un centro cultural de muchas manifestaciones idiosincrásicas mexicanas. No hay un espíritu de negocios en los tapatíos, o lo hay muy limitado, a diferencia de ciudades como Cancún, que en ese sentido le han rebasado.

Cinco consejos prácticos para un posgrado exitoso

No existe una respuesta contundente para estudiar o no una maestría en administración de empresas. Si es por inquietud intelectual, el educando hallará que efectivamente la ciencia de los negocios es muy rica, pero estará en él mismo hacer de esa inquietud un esfuerzo que culmine en algo útil para el entorno que le rodea. Y si es por crecimiento en el escalafón socioeconómico, tampoco hay respuesta sencilla, pues el individuo encontrará a gente de negocios muy exitosa que nunca recibió preparación en el tema, así como a maestros en la materia con grados de las mejores universidades pero que no terminan de despuntar su liderazgo en ninguna organización.

Los siguientes pueden ser cinco consejos prácticos, sencillos, para auxiliar en el proceso de decisión sobre si se debe o no estudiar un posgrado. Son una guía de referencia, nunca limitativa, para entrar en un mundo apasionante del estudio de las organizaciones de negocios.

1. Elegir la universidad más sentida. Casi siempre las universidades se promocionan por su prestigio. Pero eso más útil en el caso de las nacionales que de las extranjeras. Si se piensa estudiar en cualquier país externo, la mayor consideración debe hacerse sobre la experiencia total de vida que tendrá el educando en su proceso de formación, no únicamente en el cúmulo de conocimientos técnicos que aprovechará. No obstante, si el estudiante es mexicano y decide permanecer en su mismo entorno, la valoración deberá ponderar las experiencias compartidas de otros estudiantes que tienen historias de éxito igualmente valiosas.

2. Elegir un programa con investigadores reputados. La gran mayoría de las universidades estadounidenses de prestigio cuentan con plantas de profesores que destacan en ciertas materias. Es decir, están repletas de especialistas, y no de generalistas, como en México. Así, los mejores economistas están en Chicago, los más destacados financieros están en Wharton y los mercadólogos más avezados se encuentran en Kellog. Harvard se distingue por su método del caso, lo mismo que la escuela de negocios canadiense Ivey o la Universidad de Virginia. Eso sí, en todos los casos los investigadores que están a la cabeza de las cátedras realizan investigación de punta que publican en los *journals* académicos de mayor reputación global. Inmiscuirse en ese mundo de investigación académica puede ser el más satisfactorio alimento intelectual para el estudiante de estos programas y posgrados en negocios.

3. Involucrarse en el debate de los negocios. Lo más enriquecedor de un programa de maestría en negocios no es aprender a descontar flujos de efectivo o a hacer árboles de decisión. A pesar de que los cursos en que eso se estudia son sumamente atractivos, tanto esos como todos los cursos de un MBA invitan a la reflexión sobre la conveniencia del uso cierta técnica. En eso reside el mayor valor para el estudiante, que puede cuestionar si un cargo contable es adecuado en cierta partida o si la discriminación en recursos humanos es un debate maduro en ciertas naciones cuando se contrata gente.

4. Mercadearse como un activo intelectual, no técnico. Todos los MBAs quieren venderse mejor. El tema del sueldo no es gratuito. Desean y pueden obtener una mejor remuneración luego de hacer una inversión tan cuantiosa. Con esas premisas, los MBAs deben aprender a argumentar con las herramientas que adquieren para lograr que el mercado laboral les valore como activos intelectuales, no meramente como activos técnicos. El mejor MBA es aquel que disfruta intelectualmente su labor en el trabajo al tiempo que cuestiona las prácticas internas en un entorno cambiante. Es aquel que da respuestas, crea soluciones y refiere al mundo externo la problemática de la empresa u organización en la que trabaja.

5. Emprender y ser líder. Emprender no debe ser un debate únicamente relacionado con el estudio de un programa de posgrado en negocios. Es para todo individuo. No obstante, si un MBA recibe la preparación que le da ese programa, debe asumirse como un ente emprendedor, ya sea al interior de su organización o hacia fuera, en el inicio de nuevas aventuras. Asimismo, las habilidades de liderazgo deben quedar fuera de duda en todo MBA. Debe asumirse líder, e inaugurar el capítulo de su vida más importante en este sentido una vez concluido el programa e inserto en el sistema de negocios. ●

© Gestión de Negocios / Carlos Mota