Cómo conseguir que te admitan en los mejores másteres - Expansión - 09/09/2016

Cómo conseguir que te admitan en los mejores másteres

Cada escuela de negocios cuenta con sus propias pruebas de acceso. Lo más importante es que los candidatos hagan sus presentaciones teniendo en cuenta las particularidades de cada centro.

J. Moules. Financial Times

No hay una respuesta adecuada que defina la solicitud perfecta para una escuela de negocio. Cada universidad y equipo de reclutamiento maneja sus propias claves para seleccionar a los candidatos.

Las escuelas de negocios de Insead y Columbia han realizado encuestas a sus estudiantes con cuestiones específicas como qué aspiran hacer cuando completen su máster. Por otro lado, la de Hardvard realizó una única pregunta a sus estudiantes: ¿Qué les gustaría aprender y cómo valoran su propia candidatura?

Algunas universidades ni siquiera piden un texto para valorar la admisión. La Universidad de Chicago utiliza un sistema que contiene diez imágenes que van desde una pila de libros de texto hasta un grupo de estudiantes sonriendo desde la cabina de un camión en Colombia. La herramienta invita a los futuros alumnos a escoger una imagen y explicar qué les sugiere. Además, los estudiantes tambié tienen libertad para señalar su opinión en el formato que elijan, como por ejemplo una presentación de Power Point.

Kurth Alhm, asociado al departamento de admisiones de Booth, comenta que el principal objetivo de los alumnos debe ser trasmitir la misma cultura que la escuela de negocios y explicar por qué es bueno para ellos.

Otras tendencias señalan los vídeos como una buena manera para que los candidatos se presenten de manera más auténtica que en el papel. La escuela de Management de Yale fue pionera utilizando esta técnica, además del clásico documento de solicitud.

Chioma Isiandinso, cofundador de Expartus, una consultoría de admisiones para MBA, y miembro del equipo de admisiones de HBS, aconseja a los aspirantes escribir sus solicitudes de la forma "más honesta que les sea posible" y teniendo en cuenta las particularidades del centro al que se dirigen.

Algunos blogueros de *Financial Times* comparten sus propias claves para abordar los formatos de solicitud:

Dreamstime

Las escuelas de negocios quieren conocer las aspiraciones de sus futuros estudiantes.

● Sílvia Simões (IMD Business School, Lausana): IMD me pidió que escribiese un homenaje en el que que narrara los logros de mi vida para que lo leyera un familiar en mi 75º cumpleaños. Es muy diferente hablar sobre tu futuro y tus obejtivos como si formaran parte del pasado. Ese ensayo ha influido en cómo afronté el MBA.

● Julia McInnis (Chicago Booth): De todos los ensayos que he escrito, el de Booth fue el más difícil y el más fácil. La pregunta era "¿Quién eres?". Empecé a pensar en la respuesta en junio y la entrega era en septiembre, pero no se me ocurría nada, así que lo dejé por un tiempo. La ambigüedad del ensayo me ayudó a realizar otros artículos con cuestiones específicas.

● Sunny Sheng (Copenhagen Business School): Para ingresar en el MBA de esta escuela, se tienen que realizar cuatro ensayos sobre tus preferencias personales, tu sentido del liderazgo, tu interés por el programa y tus objetivos tras el MBA. Este proceso fue esencial para conocer mis capacidades y mis metas. Ahora vuelvo a leer mi ensayo y puedo ver que afortunadamente mis planes laborales apenas han cambiado.

● Brian Parsons (Warwick Business School): Para entrar en Warwick, tuvimos que entregar muchos documentos. El límite de palabras es estricto, tienes que elegir un tema y centrarte en qué es lo que quieres contar. Creo que es intencionado. Hay un término medio entre demostrar todo tu conocimiento y exponer lo que realmente sabes sobre el asunto que has escogido.

● Karun Jain, (Indian Institute of Management, Ahmedabad): Una cuestión a la que contesté muy bien fue a la de las cualidades del liderazgo. Si lo tuviese que volver a escribir, respondería a más preguntas, ya que en cada una abordan temas diferentes y esto cambia las expectativas sobre tus proyectos laborales.

El dinero no asegura la entrada en una escuela de elite

T.F.A. Madrid

Lauren Rivera, profesora de gestión y organizaciones en la Kellogg School of Management asegura en 'Pedigree: How Elite Students Get Elite Jobs' que "la mejor manera de entrar en un pequeño grupo de compañías de elite es haber estudiado en el ramillete selecto de universidades de la Ivy League, Oxford o Cambridge. Las empresas gastan millones de dólares bombardeando a estas instituciones con eventos de reclutamiento".

Las escuelas más prestigiosas del mundo han endurecido los criterios de admisión y el número de plazas. De las miles de solicitudes que reciben anualmente las universidades que forman la Ivy League –Harvard, Yale o Princeton– se ha ido reduciendo progresivamente el porcentaje de aceptación, que se sitúa por debajo del 10% en la mayoría de los casos. Pero el dinero y los contactos no son la clave para acceder a las mejores instituciones. Por grandes que puedan ser las presiones que éstas reciben, la credibilidad y asegurar un futuro a largo plazo son las prioridades de estas escuelas y universidades, que mantienen unos filtros que cumplen un objetivo primordial: captar a los mejores, y no a los más ricos o a los que cuenten con altas recomendaciones. Por encima del dinero y de otras presiones, lo que cuenta es atraer en primer lugar a los más listos; luego a los que ofrezcan un perfil que encaje con la institución; más tarde a los que tengan una recomendación eficaz, y por último entra en juego el expediente académico y lo que ha hecho el candidato.

● La idea es que el promedio para entrar sea muy alto. Así, las principales universidades y escuelas de negocios están seguras de que captan al segmento superior de posibles alumnos. Instituciones como Harvard o el MIT van cada año a por los 25.000 candidatos más listos y mejor preparados del mundo. Muchas de esas instituciones usan test de admisión como el GMAT, que mide los conocimientos del futuro alumno en matemáticas, lengua y escritura analítica y que se realiza a través de internet.

● Una vez que se cuenta con ese primer segmento excelente, se entrevista a otros candidatos. El objetivo en esta fase es conseguir a aquellos que demuestran más confianza en ellos mismos. Hay que ver si sus perfiles encajan en los diferentes grupos.