

La reputación, elemento más importante para cursar un MBA - elEconomista.es - 08/02/2018



ESCUELA DE NEGOCIO

La reputación, elemento más importante para cursar un MBA

Noelia García MADRID.

¿Dónde cursar un máster? ¿Cuáles son los mejores según programas, salarios...? Hay una gran variedad de programas de MBA, diferenciados por el currículum formativo, la duración y la intensidad de los estudios. De la misma manera, es muy importante saber qué modalidad es la más adecuada (presencial, *online*, a distancia o semipresencial), además de saber qué duración encaja mejor para cada uno. Existen programas *full time*, que requieren una dedicación absoluta y duran un año; programas de dos años, con periodos de prácticas; de un año, un intensivo para los que tienen una trayectoria profesional de unos cuantos años; o los más recientes, que son los "express", programas de menos de un año, para aquellos directivos que ya tienen conocimientos sobre el tema y necesitan sólo mejorar ciertos aspectos. También hay programas *part time*, con los que se puede combinar trabajo y estudios (las clases son impartidas por las tardes/noches o los fines de semana).

Con los *rankings*, las búsquedas se acotan, se pueden filtrar por ubicación, matrícula, tamaño de la escuela y puntuación en diversas áreas. No se trata necesariamente de la cantidad de premios que ha ganado su facultad o cuántos de sus exalumnos son directores generales. También es muy importante conocer cuántas solicitudes recibe una escuela de negocios durante un año, si el volumen de aplicaciones está subiendo o bajando a largo plazo, conocer los resultados de los estudiantes cuando salen de la escuela. Las clasificaciones que brindan datos sobre ofertas de trabajo, niveles de salario y otros criterios de "valor añadido" proporcionan otra pieza clave del rompecabezas.

De esta manera, los *rankings* reflejan una realidad sobre el terreno. Depende de cada

escuela y de cada posible candidato discernir entre las señaladas que ofrecen las clasificaciones y actuar en consecuencia.

La reputación (o el prestigio) es un atributo que se espera que tenga una gran importancia en la decisión de elegir una escuela de negocios. Otros elementos a tener en cuenta son la calidad de vida estudiantil, la metodología de la enseñanza (caso vs. cuantitativo), orientación (investigación vs. enseñanza), coste neto (ayuda económica de matrícula), tamaño del programa (número de estudiantes), ubicación de la escuela (atractivo, actividades), y proximidad a casa.

También se valora la calidad del profesorado y la presencia en 'rankings' internacionales

Rosa Fernández, directora del Departamento de Admisiones de EOI, añade además que "el claustro es fundamental y, en el caso de EOI, uno de los factores más valorados por los alumnos. Todos nuestros profesores compaginan la docencia con la actividad profesional en empresas del sector de su especialidad, habitualmente en cargos directivos. De esta manera, transmiten a los alumnos la práctica real del día a día en sus organizaciones. Al mismo tiempo, ayudan a que la escuela ofrezca contenidos y programas en sintonía con los conocimientos y habilidades profesionales que las organizaciones están demandando. Los *rankings* de escuelas de negocio siguen teniendo peso, ya que es un elemento que puede ayudar al alumno a tomar la decisión, aunque muchas veces entran en juego valoraciones subjetivas que no se corresponden necesariamente con la realidad".

Begoña Pérez de Lema, responsable de *marketing* y RRPP de ICADE Business School, asegura que "la realidad educativa

en la que nos encontramos, marcada por la globalización y por la amplísima oferta de programas e infinidad de universidades y escuelas de negocio, hace que los interesados en realizar un máster, tengan en cuenta en su búsqueda el posicionamiento de las instituciones en *rankings* y las acreditaciones que hayan obtenido. Hoy en día, no sólo hay que ser bueno, sino parecerlo. El problema viene cuando el "parecerlo" se convierte en el objetivo fundamental de las instituciones, con una desmesurada asignación presupuestaria, pasando a un segundo plano cuestiones como la calidad de la enseñanza, la excelencia del claustro, etc. Otra cuestión a considerar es el criterio de valoración que utiliza cada *ranking*, teniendo en cuenta que no todas las cuestiones son susceptibles de medirse, pero también su rigor e independencia, que no siempre va en línea con los verdaderos objetivos de las personas que buscan un programa".

Por su parte, Julián Trigo, director de Admisiones de IE Business School, cree que los *rankings* "proporcionan un filtro en un mercado que tiene una amplísima oferta. Un alto nivel del claustro de profesores y contar con las acreditaciones más importantes sitúan a la escuela entre las mejores del mundo, y los *rankings* son siempre una herramienta útil para comparar".

Carlos Martínez, presidente de IMF Business School, afirma que "estamos convencidos que la reputación del centro y su claustro de profesores deben ser claves en la elección; además de que el centro educativo disponga de acuerdos con empresas e instituciones de prestigio, premios o reconocimientos y colabore con otros centros, especialmente cuando se trata de *e-learning*. Comprometidos con la mejora constante". Asimismo, desde OBS Business School indican que "se valora la calidad del profesorado, el prestigio, el contenido académico, la capacidad de ofrecer servicios de empleabilidad efectivos, el *networking*, y la presencia en *rankings*, entre otros factores".



ISTOCK