

## EL VALOR DE LA EDUCACIÓN EJECUTIVA DESDE LA PERSPECTIVA DE LOS GRADUADOS

### ***THE VALUE OF EXECUTIVE EDUCATION FROM A GRADUATE'S PERSPECTIVE***

Mariana Díaz,<sup>1</sup> Germán Cepeda Martello,<sup>2</sup> Walter Martín,<sup>3</sup>  
Fernando Alvaro,<sup>4</sup> Lola Zapata<sup>5</sup> y Micaela Persson<sup>6</sup>

#### Resumen

La presente investigación tiene como objetivo identificar la valoración de la Educación Ejecutiva por medio de los graduados en *Master in Business Administration* (MBA). En el estudio participaron 200 egresados de una escuela de negocios de Argentina. Se utilizó una encuesta realizada *ad hoc*. Los resultados muestran una mayor valoración de adquisición de conocimientos en negocios, crecimiento profesional, intercambio cultural y ampliación del *networking*.

**Palabras clave:** universidad; educación; MBA; graduados.

---

<sup>1</sup> Candidata MBA Universidad de Palermo, Buenos Aires, Argentina. Correo electrónico: mariana.dm-1990@hotmail.com

<sup>2</sup> Candidato MBA Universidad de Palermo, Buenos Aires, Argentina. Correo electrónico: germancepeda@gmail.com

<sup>3</sup> Candidato MBA Universidad de Palermo, Buenos Aires, Argentina. Correo electrónico: waltermar88@gmail.com

<sup>4</sup> Coordinador Académico MBA Universidad de Palermo, Buenos Aires, Argentina. Lic. en Marketing (Universidad Kennedy). Doctorando en Educación Superior (Universidad de Palermo). Correo electrónico: falvar14@palermo.edu

<sup>5</sup> Coordinadora de Comunicación MBA Universidad de Palermo, Buenos Aires, Argentina. Magíster en Escritura Creativa (Universidad de Tres de Febrero). Socióloga (UBA). Correo electrónico: lzapata5@palermo.edu

<sup>6</sup> Coordinadora de Research MBA Universidad de Palermo, Buenos Aires, Argentina. Lic. en Relaciones Internacionales (UNICEN). Doctoranda en Educación Superior (Universidad de Palermo). Correo electrónico: mperss@palermo.edu

–  
Artículo recibido: 01/07/2018. Artículo aprobado: 01/11/2018.

## Abstract

*The objective of this research is to identify the valuation of Executive Education through graduates in Master of Business Administration (MBA). The study was comprised of 200 graduates from a business school at an Argentine university. The results show a greater appreciation about knowledge acquisition in business, professional development, cultural exchange and networking extension.*

**Keywords:** *university; education; MBA; graduates.*

## Introducción y objetivos

La universidad es el centro de análisis de diversos abordajes que reflexionan sobre cuál es su rol en la actualidad. Desde la óptica de la economía basada en el conocimiento, se destaca el papel clave de la universidad, por su capacidad de generarlo y democratizarlo. “En las sociedades del conocimiento, la educación superior es una de las formas más significativas de invertir en capital humano. Contribuye al desarrollo económico y humano mediante la enseñanza de destrezas, competencias y conocimientos necesarios para formar profesionales de alto nivel” (García De Fanelli, 2014, p. 67).

“Es ya un lugar común manifestar que nos dirigimos hacia una economía global. El mundo es cada vez más interdependiente en lo que respecta al comercio, la cultura y la comunicación. Hay una institución que siempre ha sido global y que, luego de medio milenio, sigue constituyendo una fuerza poderosa en el mundo. Esa institución es la universidad. Con sus raíces en la Europa medieval, la universidad moderna se encuentra en el centro de un sistema internacional de conocimientos que abarca la tecnología, las comunicaciones y la cultura. En la sociedad del siglo XXI, basada en el conocimiento, la universidad seguirá estando en el centro del desarrollo económico y cultural” (Altbach, 2009, p. 23).

Hoy en día, la formación de profesionales se encuentra frente a grandes desafíos, en donde la velocidad de la transformación en ciertos ámbitos se contrapone a la lentitud de las organizaciones en dar respuesta. Tal contexto genera que los paradigmas tradicionales de educación continua se encuentren cada vez más en jaque y lleven a replantear cuál es el rol que ocupan hoy las universidades en la formación profesional, qué papel juegan las empresas en el desarrollo profesional y qué lugar ocupa la capacitación como parte de la propuesta de valor de un empleador, ya sea como beneficio o como política de retención de sus empleados (Alvaro, 2016).

A partir de un mundo en cambio, se observan reconfiguraciones en la educación superior y el individuo se encuentra mucho más solo en un mercado que ha dejado su lecho de rosas y bombardea con ofertas e información. Se piden respuestas que tengan que ver con el futuro del individuo. Nuevas complejidades invaden al mundo de la educación con prácticas de mercado y conflictos que nunca antes se habían verificado (Viltard, 2016).

Estudios en el área específica de la Educación Ejecutiva, conocida como *Master in Business Administration* (MBA), advierten que la primera pregunta que formulan los candidatos a tomar un MBA es cuándo les retornará su inversión. Según el análisis realizado por Financial Times, que elabora uno de los rankings de MBA más prestigiosos del mundo, la rentabilidad de esta formación directiva ha experimentado un gran cambio en los últimos cinco años, en gran parte como consecuencia de la crisis económica. Si a mediados de los años noventa quienes cursaban los mejores MBA en Estados Unidos veían triplicado su salario un lustro después de graduarse, desde 2008 los sueldos de los titulados crecen conforme a la inflación. O sea, muy lentamente (Sánchez-Silva, 2013).

Analizado desde otra óptica, la experiencia de la Educación Ejecutiva, más allá del incremento de salario o una nueva posición laboral, tiene una valoración más significativa para el graduado, potenciada en contextos donde se intercambian opiniones, visiones de áreas disímiles desde marketing, ingeniería, administración, medicina, hasta diseñado gráfico y experiencias culturales distintas y enriquecedoras que provienen de países o incluso continentes distintos. Al respecto, Anne Ivey, Consejera y Ex rectora de Admisiones de la Universidad de Chicago advierte que “si obtener un MBA es algo que estás haciendo para ganar más dinero en lugar de hacerlo porque verdaderamente te interesa saber cómo funcionan los negocios, probablemente te decepcionarás” (De Hoyos Freymann, s. f., p. 1).

Estas diferencias de enfoques, dieron lugar a las preguntas iniciales de la investigación: ¿cuál es el rol de la Educación Ejecutiva?. ¿Qué resultados son los más valorados desde la perspectiva de los graduados?. ¿Es el incremento de salario el aspecto más valorado?.

Sustentado en la hipótesis que los graduados de un MBA otorgan mayor valor al conocimiento adquirido, la experiencia y el intercambio cultural, más que al incremento de ingresos como resultado posterior a la obtención del título, el objetivo general de la investigación se basó en aportar y analizar la valoración actual de un MBA desde la visión de los graduados en la carrera.

## Antecedentes

América Latina, tanto por sus propios orígenes y hasta por tradición, se ha cultivado del eurocentrismo para el desarrollo de sus sistemas universitarios (América Economía, 2017). Sin embargo, la Educación Ejecutiva, tuvo sus inicios en Estados Unidos hacia fines del siglo XIX, en donde las empresas comenzaron a requerir otro tipo de habilidades, además de las físicas de un obrero de fábrica, vinculadas con la capacidad de gestión. Décadas después, se convertía en todo un fenómeno empresarial hasta llegar a ser el número uno de todas las escuelas de negocio, posicionándose como el máster más demandado de todo el mundo, primero en Asia y Europa, para cruzar el Atlántico nuevamente y llegar a desarrollarse en Latinoamérica hacia la década del sesenta. De esta forma, se conoció como MBA al título que se supo convertir en la puerta de entrada al selecto club de los directivos de empresa en todo el mundo (Cámara de Comercio de Málaga, 2016).

Contextualmente, la Revolución Científico-Tecnológica mundial de las últimas décadas del siglo XX, es un punto de inflexión que permite comenzar a comprender el marco del análisis, ya que tras la crisis del paradigma tecno-productivo fordista-keynesiano, en donde los países industrializados comenzaron a privilegiar a la investigación y al desarrollo de nuevas tecnologías como una herramienta fundamental para reafirmar su hegemonía a nivel mundial, la clave del desarrollo se ubica en el dominio del conocimiento y la planificación de políticas científica – tecnológicas que se orienten a la generación de tecnologías de punta (Castells, 1999).

Se advierte *a priori*, que este programa ejecutivo que surgió en la avanzada Revolución Industrial, continúa formado parte de la oferta educacional y de formación de posgrado,

a través del acompañamiento a la siguiente revolución histórica, es decir la era Digital<sup>7</sup>, ofreciendo programas y herramientas que acompañan dicho cambio en los negocios, vinculados a las plataformas digitales, *e-commerce*, *apps mobile*, redes sociales, *start-ups*, entre otros aspectos vinculados al avance y la innovación tecnológica.

Según la CEPAL (2016, p. 11):

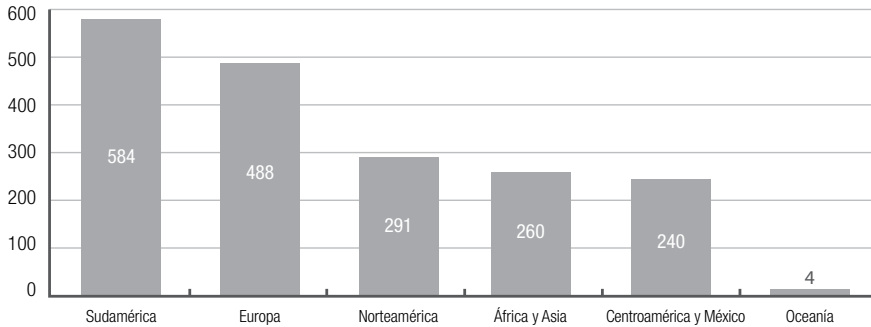
“El despliegue y la incorporación de las tecnologías digitales en las economías y sociedades de América Latina y el Caribe, al igual que en todo el mundo, sólo se puede calificar como espectacular. En poco más de una década, a partir de 2003, se duplicaron con creces los usuarios de Internet, que ya alcanzaban al 54,4% de la población en 2015; existen más de 700 millones de conexiones a telefonía móvil, con más de 320 millones de usuarios únicos, y muchos países de la región se encuentran entre los que más usan las redes sociales globales”.

En este sentido, no es un secreto, y tampoco debería ser una novedad, que las escuelas de negocios latinoamericanas estén revisando y reestructurando los planes de estudios de sus MBA en un intento, tanto para atraer a los mejores profesores y postulantes, como para actualizar sus perfiles de egresados y así competir con los requerimientos del dinámico mundo de los negocios (América Economía, 2017). “Quien tenga un MBA debe entender de tecnología e innovación porque estará trabajando en compañías disruptivas o en compañías que serán disruptidas”, sentencia Sandra Richez, directora del MBA Global de EDHEC Business School de Francia (Park y Valencia, 2018, p. 37).

Sumado a estos cambios movilizadores, se agrega un aspecto que ha ido creciendo en importancia en la oferta de MBA: la experiencia multicultural, de manera que, en sus propuestas, los estudiantes obtengan cotidianamente contacto con una diversidad de modos de ser, valores y conocimientos que enriquezcan la experiencia educativa y personal, y respondan en el campo laboral a entornos crecientemente complejos (América Economía, 2017).

---

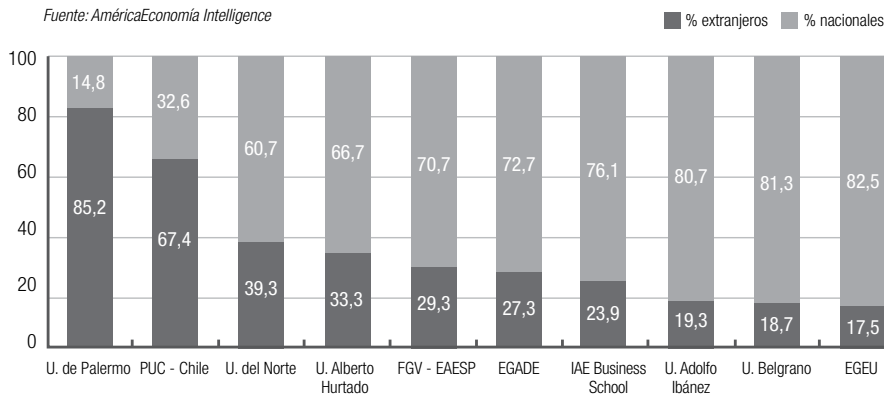
<sup>7</sup> La Tercera Revolución Industrial, análoga a la Revolución Agrícola y la Revolución Industrial, se define a la profunda reestructuración de la economía capitalista, afectando el orden económico, político-social y tecnológico mundial. Tras la Segunda Guerra Mundial, la Revolución Científico-Tecnológica, surge como respuesta a la crisis del paradigma tecno-productivo sobre el cual el mundo capitalista había estructurado su crecimiento (Gilpin, 1990). La Revolución Digital marcó el comienzo de la Era de la Información que comenzó entre finales de la década de 1950 a finales de la década de 1970, con la adopción y la proliferación de las computadoras digitales.



**Gráfico 1:** Cantidad y procedencia de estudiantes extranjeros de las escuelas de negocio participantes en Ranking. **Fuente:** América Economía (2017).

En tal contexto, la Universidad de Palermo de Argentina, en la edición 2017-2018 del Ranking Mundial de Universidades publicado en Londres y realizado por el centro de estudios sobre educación superior Quacquarelli Symonds (QS)<sup>8</sup>, se destaca como la universidad más elegida por estudiantes internacionales en Argentina y América Latina.

En la misma línea, se ubica la Escuela de Negocios de la Universidad de Palermo como el MBA con mayor porcentaje de estudiantes extranjeros según el Ranking 2017 de las Mejores Escuelas de Negocios de América Latina (América Economía, 2017)<sup>9</sup>.



**Gráfico 2:** Las 10 Escuelas de Negocios con mayor porcentaje de estudiantes extranjeros. **Fuente:** América Economía (2017).

<sup>8</sup> El Ranking Mundial de Universidades QS se enfoca en comparar universidades a nivel mundial. Para ello, evalúa el desempeño de las instituciones de educación superior a partir de indicadores como reputación académica, reputación entre los empleadores, internacionalización, investigación y calidad de la enseñanza. Recuperado de: <https://www.topuniversities.com/universities/universidad-de-palermo#wurs>

<sup>9</sup> El Ranking MBA América Latina, se publica anualmente y tiene en cuenta la fortaleza académica, la producción del conocimiento, la internacionalización y diversidad geográfica de los estudiantes y paridad de género y poder de red de los graduados. Recuperado de: <https://mba.americaeconomia.com/articulos/reportajes/las-mejores-escuelas-de-negocios-de-america-latina-2017-por-especialidades>

Este entramado de intercambio internacional, se combina con experiencias y culturas procedentes principalmente de Latinoamérica más alumnos de intercambio de Europa y Estados Unidos, lo cual anticipa *a priori* la generación de un nutrido debate y relaciones interpersonales tanto en el aula como en el *networking* desarrollado en la experiencia del MBA.

## Materiales y Métodos

Se realizó una investigación de tipo observacional, transversal y confirmatoria.

Los participantes de este estudio corresponden a graduados de la carrera de MBA pertenecientes a la Escuela de Negocios de la Universidad de Palermo, Buenos Aires, Argentina. La muestra fue tomada de forma aleatoria simple, entre los graduados del año 2006 al 2017 (población total 707 graduados). Se elaboró un cuestionario *ad hoc* y se lo administró a la muestra por medio de la plataforma en línea de Google Form, durante el primer semestre de 2017.

Para observar el valor otorgado por los graduados al MBA, el ítem fue medido a través de una escala tipo Likert de 5 puntos (“Muy en desacuerdo” a “Muy de acuerdo”) con respecto a las variables categóricas: incremento de ingresos, crecimiento profesional, ampliación de estudios/conocimiento de negocios, ampliación de *networking* e intercambio cultural.

## Resultados

Se realizaron encuestas a 200 graduados de MBA, con edades más frecuentes entre 31 y 35 años, 62% de sexo masculino, de 19 nacionalidades distintas, de los cuales el 81,5% trabajaban mientras estudiaban.

Tabla 1: Cantidad de graduados MBA según nacionalidad

Nacionalidad	Cantidad graduados	%
Argentino	62	31
Ecuatoriano	45	22,5
Colombiano	37	18,5
Venezolano	15	7,5
Peruano	6	3
Mexicano	6	3
Uruguayo	4	2
Francés	4	2
Boliviano	3	1,5
Dominicano	3	1,5
Norteamericano	3	1,5
Panameño	3	1,5
Costarricense	2	1
Nicaragüense	2	1
Otros	5	2,5
Total	200	100,0

Fuente: elaboración propia (2018).

Con respecto a la valoración del MBA, según se observa en la Tabla 2, el aspecto mejor evaluado y con mayor acuerdo por los graduados, es el haber adquirido conocimientos en negocios ( $4,28 \pm 0,99$ ).

La segunda variable mejor valuada por los graduados es la del crecimiento profesional y en tercer término el intercambio cultural, seguido por la ampliación de *networking*.

El aspecto con menor valoración fue el incremento de ingresos.

**Tabla 2: Valoración de resultados post MBA desde la perspectiva de los graduados**

Variable	Media	D.E.	CV	Mín	Máx
Aumentar Ingresos	3,48	1,08	30,98	1	5
Crecimiento profesional	4,11	1,03	25,09	1	5
Adquirir conocimientos en negocios	4,28	0,99	23,09	1	5
Ampliar Networking	3,76	1,08	28,75	1	5
Intercambio cultural	3,94	1,18	30,04	1	5

Fuente: elaboración propia (2018).

## Conclusiones

El análisis de la muestra permite inferir que los aspectos más valorados por los egresados de un MBA, se vinculan con la adquisición de conocimientos en negocios, crecimiento profesional, intercambio cultural y *networking*. De esta forma, se confirma la hipótesis planteada para la investigación, puesto que el incremento de ingresos fue la variable peor valorada por los graduados.

Estos resultados, se comprenden en un contexto en donde participaron egresados de diversas nacionalidades que otorgan diversidad cultural, aportan un nutrido debate en el aula y permiten ampliar sus redes de contactos, por lo que la experiencia transcurrida en la Educación Ejecutiva muestra una fuerte valoración por parte de los graduados.

Alejado de las afirmaciones de la decadencia del MBA porque tiene un menor retorno de la inversión para los egresados que en el pasado, se advierte la actual validez de la Educación Ejecutiva, ya no por una mera cuestión económica o por exigencias propias del mercado laboral, sino por una formación que acompaña al desarrollo complejo de una economía liderada por el conocimiento, en constante cambio y evolución.

## Referencias bibliográficas

Altbach, P. (2009). *Educación superior comparada: el conocimiento, la universidad y el desarrollo*. Buenos Aires: Universidad de Palermo.



- Alvaro, F. (2016): Editorial: Educación y Management. Desafíos y nuevos paradigmas en la formación profesional. *Palermo Business Review*, 13, ix-x.
- América Economía (2017). Ranking de las Mejores Escuelas de Negocios de América Latina. *Especial Ranking MBA*. 20, 53-63.
- Cámara de Comercio de Málaga. (2016). *Historia de los MBA*. Recuperado de: <https://www.master-malaga.com/master-mba/historia-de-los-mba/>
- Castells, M. (1999). A Era da Informação: Economia, Sociedades e Cultura. *A Sociedade em Rede*, 1.
- CEPAL (2016). *La Nueva Revolución Digital. De la Internet del Consumo a la Internet de la Producción*. Recuperado de: [http://repositorio.cepal.org/bitstream/handle/11362/38604/4/S1600780\\_es.pdf](http://repositorio.cepal.org/bitstream/handle/11362/38604/4/S1600780_es.pdf)
- De Hoyos Freymann, J. (s. f.). ¿Los emprendedores necesitan un MBA?. Recuperado de: <https://www.entrepreneur.com/article/277464>
- García de Fanelli, A. (2014). Formación de académicos, profesionales y técnicos para la economía del conocimiento en el siglo XXI: el papel de la educación superior en América Latina. En J. Balán (Ed.) *América Latina y su nueva economía del conocimiento*. (pp. 65-90). Buenos Aires: Universidad de Palermo.
- Gilpin, R. (1990). *La economía política de las Relaciones Internacionales*. Buenos Aires: Grupo Editor de América Latina.
- Park, S. y Valencia, F. (2018). Los MBA en la frontera digital. *Especial Ranking MBA Global*. América Economía, 37-52.
- Sánchez-Silva, C. (2013). *La abundancia de MBA disminuye su valor*. Recuperado de: [https://elpais.com/sociedad/2013/03/03/actualidad/1362337724\\_351353.htm](https://elpais.com/sociedad/2013/03/03/actualidad/1362337724_351353.htm)
- Viltard, L. (2016). Hacia la Universidad Corporativa (UC). La Configuración del Mercado de Educación Superior y Capacitación Corporativa (CC). *Palermo Business Review*, 13, 13-32.
- Quacquarelli Symonds (2017). QS World University Rankings 2017. *Top Universities*. Recuperado de: <https://www.topuniversities.com/universities/universidad-de-palermo#wurs>

## Anexo 1: Encuesta a graduados MBA

### Edad \*

- menos de 25 años
- de 26 a 30 años
- de 31 a 35 años
- de 36 a 40 años
- más de 40 años

### Sexo \*

- Hombre
- Mujer

### Nacionalidad \*

Tu respuesta \_\_\_\_\_

### ¿Trabajaste mientras cursabas el MBA? \*

- No
- Part time
- Full time

Cuán de acuerdo estás con las siguientes afirmaciones: \*

	Muy en desacuerdo	En desacuerdo	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	De acuerdo	Muy de acuerdo
Haber hecho el MBA me permitió incrementar mis ingresos.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Haber hecho el MBA me permitió obtener crecimiento profesional.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Haber hecho el MBA me permitió ampliar mis estudios/ adquirir conocimiento en Negocios.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Haber hecho el MBA me permitió ampliar mi Networking.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Haber hecho el MBA me permitió acceder a Intercambio cultural	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

# Palermo Business Review

Revista de Management de la Universidad de Palermo

---

Para participar de la Revista consulta las **Normas Editoriales** en la **pág. 359**

.....

*Más información sobre*

## **MBA - Graduate School of Business**

<http://www.palermo.edu/economicas/mba/index.html>

.....



[www.palermo.edu](http://www.palermo.edu)

---

**MBA - Graduate School of Business** | Facultad de Ciencias Económicas  
©**Universidad de Palermo** | Ciudad de Buenos Aires | República Argentina