

<b>Medio</b>	América Economía
<b>Fecha</b>	15-11-2010
<b>Mención</b>	Se menciona que el MBA de la Universidad Alberto Hurtado tiene un 22% de alumnas mujeres; en el Diplomado de Gestión de Empresas un 63% y en el de Coaching un 90%.

# En preparación continua

Cada vez más mujeres optan por un magíster para fortalecer su desempeño en el mundo laboral. Angélica Arze-Vargas



**L**a tendencia es clara. Cada vez más mujeres optan por realizar un postgrado en Chile. De acuerdo con el Sistema Nacional de Información de la Educación Superior (SIES), en 2009 un 48% del

total de los estudiantes que se matricularon para cursar un magíster en universidades chilenas fueron mujeres. Hace 10 años, el porcentaje era de 39% y el total de alumnas matriculadas era cuatro veces menor. La tendencia responde a

las exigencias de un mercado laboral cada vez más competitivo, en el que las mujeres quieren tener las herramientas necesarias para alcanzar el éxito, al igual que sus pares masculinos. "Las mujeres se han dado cuenta de que la con-

tratación exitosa requiere el poseer las habilidades técnicas requeridas para el cargo, pero que eso no es suficiente para el desarrollo profesional, pues para ascender se requieren las habilidades directivas para ejercer dichos cargos", dice



LATINSTOCK

Claudia Halabi, directora de la Escuela de Postgrado de la Facultad de Economía de la Universidad Diego Portales (UDP). "El número de mujeres ha aumentado en forma sustancial en los últimos años, aunque nos gustaría

que este número fuera aún mayor", dice Alejandra Haddad, directora ejecutiva de la Escuela de Postgrado de Economía y Negocios de la Universidad de Chile.

Los programas de postgrado más demandados por mujeres son los magísteres de especialización, principalmente en áreas humanistas, junto con los MBA. De acuerdo con las cifras estadísticas del SIES, los postgrados relacionados con las Ciencias Sociales lideran la preferencia femenina, seguidos por los del área de Educación y de Administración y Comercio. Esta última es la primera opción para los hombres. "Hay mujeres que buscan amplitud para estar capacitadas en la gestión de alto nivel en cualquier área, así como también las que buscan profundizar en algún área en particular", dice Claudia Halabi. "Las empresas buscan ambos perfiles".

José Agustín Olavarría, director de Admisión de Postgrado de la Escuela de Negocios de la Universidad Adolfo Ibáñez (UAI) —que posee 10 programas de magíster—, dice que, pese a que a nivel general la UAI tiene un 35% de alumnas en programas de magíster, la balanza se inclina a favor de las mujeres para algunas especializaciones. Es el caso de las maestrías de Dirección de Personas y Organizaciones,

Marketing, Comportamiento del Consumidor y Comunicación Estratégica. "Son áreas en las que las mujeres despliegan sus competencias y habilidades. Generalmente están asociados a competencias más humanistas que permiten mayor flexibilidad dentro de la organización. Asimismo, permiten trabajos de consultoría o trabajar de manera independiente, mayor manejo del tiempo", explica.

Situación similar se da en otras universidades. En la UDP, los programas más demandados por mujeres son los MBA y los magíster de Especialización en Gestión de Personas, Marketing y Finanzas. La experiencia en la Universidad de Chile indica que los elegidos son los MBA y los magíster en Marketing y en Gestión de Personas y Dinámica Organizacional. En la Universidad Alberto Hurtado, en tanto, el 22% de los alumnos del MBA son mujeres. Sin embargo, en el Diplomado en Gestión de Empresas alcanzan una presencia del 63% y en el de Consultoría y Caching son el 90% del grupo.

#### **MBA: AÚN TERRENO DE HOMBRES**

Aunque los MBA se mencionan entre los programas preferidos por las mujeres, hay consenso —y las cifras así lo demuestran— en que el porcentaje de mujeres

está lejos de alcanzar la paridad con el número de hombres matriculados. Paula Broitman, subdirectora académica del programa de MBA de la Universidad Católica, dice que la realidad en su escuela es que el número de mujeres no ha aumentado, a diferencia de lo que pasa en el mundo laboral, en el que claramente hay más mujeres ocupando posiciones gerenciales. Para la ejecutiva, las razones están en las exigencias de un programa de este tipo, que dificultan la conciliación con el ámbito familiar, sobre todo cuando se trata de mujeres con cargos de responsabilidad en sus respectivos trabajos. "A pesar de que los hombres tienen un rol cada vez más activo en su entorno familiar, las mujeres siguen siendo el pilar emocional de sus casas; entonces, cuando se ausentan por dos años para hacer un MBA, es un sacrificio triple", dice. La decisión finalmente está en manos de la mujer, afirma. "Somos nosotras las que tomamos la decisión de hacernos a un lado en algún momento por la compatibilidad de la vida familiar", dice. "Es muy difícil, como ejecutiva en un cargo de alta responsabilidad, estudiar si ya tienes familia". En la ecuación también adquiere relevancia la proyección laboral de la mujer y el rédito que se espera

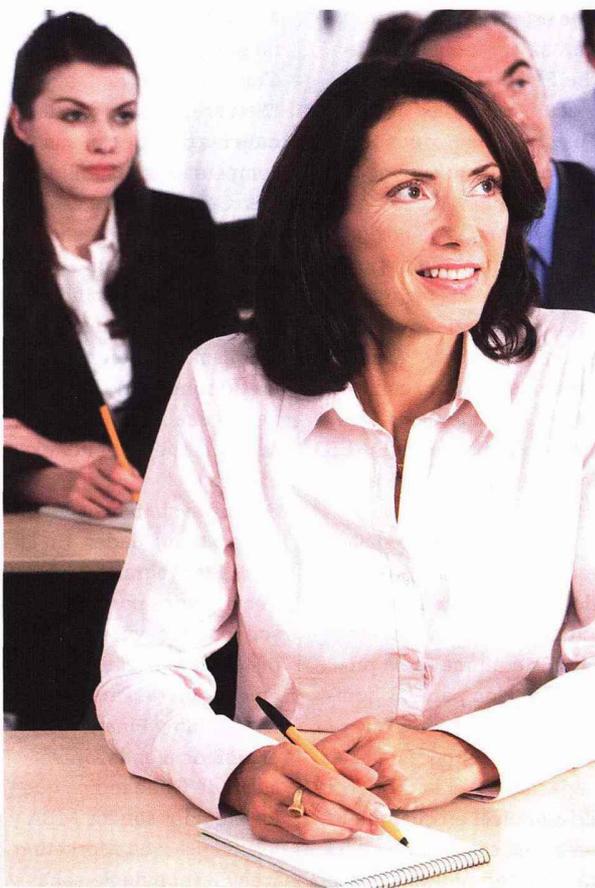
obtener con la inversión y el esfuerzo asociado a un programa de MBA. "Las personas que cursan un programa de este tipo buscan mayor empleabilidad, lo que significa mayor responsabilidad dentro de la empresa. Los MBA sirven para optar a cargos gerenciales altos o para emprendedores que necesitan tener una visión global de sus negocios", explica José Agustín Olavarría.

Un análisis de beneficios versus vida familiar hace que muchas descarten o posterguen la opción. "Muchas tienen una gerencia de área, pero no quieren ser gerentas generales, porque va a significar un sacrificio familiar muy grande", dice Paula Broitman. "Por lo tanto deciden quedarse con un buen cargo de área, con responsabilidad importante, pero acotada".

#### LAS MEJORES

Tan determinante es el tema familiar que al momento de definir el perfil de la alumna que cursa un programa de postgrado, todas las casas de estudio reconocen tener en su mayoría alumnas solteras, casadas sin hijos o con hijos que ya pasaron la etapa de crianza inicial.

Las alumnas están en su mayoría en cargos de jefaturas, pero también hay aquellas que desean implementar o hacer crecer su propia empresa. "Las



LATINSTOCK

alumnas ven el MBA como una plataforma para adquirir herramientas nuevas, hacer redes de contacto y desarrollar habilidades, para después optar a mejores carreras, asumir cargos de más responsabilidad, explorar nuevas posibilidades laborales o bien formar su propia empresa, para lo cual sienten que no tienen las herramientas, especialmente los alumnos de otras profesiones", explica la ejecutiva de la UC. En términos de profesión, la diversidad es la regla. "El perfil es cada vez más

heterogéneo, provienen de diferentes profesiones, pero de alguna forma se relacionan con los temas de management en su día a día", explica Claudia Halabi. Una vez matriculadas, el rendimiento que obtienen en su desempeño académico es la mejor muestra de su potencial. "En general, las mujeres que tenemos están en el 20% mejor de su curso, son como los mejores hombres", sostiene Paula Roitman. "Tienen un muy buen desempeño en la sala de clases y muchas habilidad interpersonales.

Se destacan por ser mucho más integrales".

#### A FUTURO, PARIDAD

No hay consenso sobre si la brecha tenderá a equilibrarse en términos de género en los próximos años. "La tendencia es que el número de mujeres aumente en los programas de postgrado. En los países desarrollados hay paridad de sexo entre los que estudian postgrado en negocios", dice Haddad. Para José Agustín Olavarría, esto dependerá de que se produzcan cambios en el mercado laboral que permitan una mayor flexibilidad y mayor integración de la mujer en áreas en las que hoy tiene menor presencia. Sin embargo, se trataría de cambios a mediano o largo plazo. Para Claudia Halabi, el cambio que se avecina es otro. "La tendencia es que las carreras profesionales de pregrado disminuyan sus años de estudio y que los alumnos universitarios salgan con un grado de magíster al mercado. De hecho, los programas de magíster de continuidad en Chile han crecido exponencialmente los últimos años. Este grado tenderá a ser más bien un indicativo de "vigencia" de conocimientos, por lo cual los profesionales requerirán estar actualizándolos y enfocar la formación de postgrado como algo continuo en su vida profesional", dice. ■