

La opinión del mercado: Hablan los 'headhunters'

La personalidad MBA sigue cautivando a los reclutadores de talento. Y para algunas posiciones e industrias es una carta casi determinante. Claro que, según los expertos, no vale si no está acompañada por una nutrida experiencia

La guerra por el talento abrió ya hace un tiempo sucursales en Argentina. Y en esta competencia por los mejores candidatos muchas veces las firmas terminan acotando sus exigencias y contratando ejecutivos que un tiempo atrás no hubieran sido su primera opción, especialmente en sectores tan explosivos como Minería, Petróleo y Tecnología.

En este contexto, para algunas búsquedas reclutar graduados de MBAs puede volverse casi una utopía. Pero las consultoras de selección y los *headhunters* no pierden las esperanzas. Es que las competencias y habilidades que suelen obtener estos graduados son una herramienta vital para adaptarse al cambiante mundo de

los negocios. De hecho, la mayoría de las búsquedas ejecutivas apuntan a personas con inquietudes, activas, capaces de liderar e interactuar con personas, que sepan trabajar bajo presión, dúctiles, responsables, comprometidas y con una flexibilidad a prueba de embates de todo tipo. En resumen: la llamada *personalidad MBA*.

Un sello de garantía

Es por eso que este sello de garantía seduce a reclutadores y empresas desde hace años y actúa para sus poseedores como un salvoconducto hasta en épocas de crisis. Y suele ser una ayuda de peso para acceder a posiciones de más responsabilidad o hacer el salto a empresas de primera lí-

nea. Claro que su peso varía según las circunstancias. Hay ciertos sectores que son fuertes demandantes de estos perfiles, tales como banca de inversión, auditoría y consultoría estratégica.

Las funciones de finanzas y planeamiento son, por su parte, las que más típicamente valoran estos estudios, aunque también son útiles para personas que están accediendo a posiciones de alta dirección desde puestos operativos o de manufactura. "Un gerente industrial que completó un master en Administración puede abrir la esperanza de llegar con mejores posibilidades futuras para manejar una unidad de negocios", ejemplifica Alberto Armoni, *managing part-*

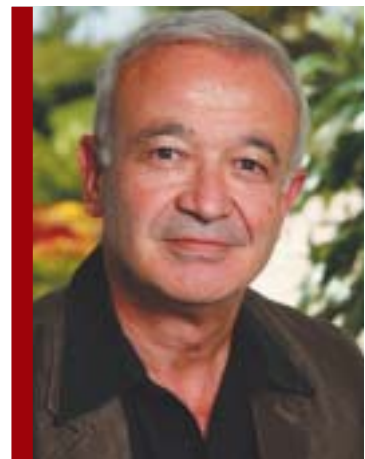
ner de Ray & Berndtson Cono Sur.

Pero más allá de los conocimientos puntuales que otorga este paso por las aulas, muchos *headhunters* también aseguran que esta inquietud por mantenerse actualizado es otro factor que habla bien del candidato. "Un MBA es alguien que se ocupó en forma seria y metódica en actualizar y refrescar sus conocimientos. Si bien no es algo que cambia la vida, demuestra una inquietud distinta y definitivamente vale", analiza Rubén Heinemann, *partner in charge* de Heidrick & Struggles.

Edgar Medinaceli, MBA en la Universidad de Texas y socio local de Russell Reynolds Associates,



adhiera a esta postura. "Todo estudio de posgrado ayuda, no sólo por los conocimientos adquiridos, sino también porque indica cierto compromiso con la carrera y el desarrollo profesional", explica. Y al debate se suma su colega de Ray & Berndtson: "Una maestría en Administración, en Economía o Finanzas en una universidad de prestigio si es de las internacionales reconocidas, mejor habla de una formación académica más acabada



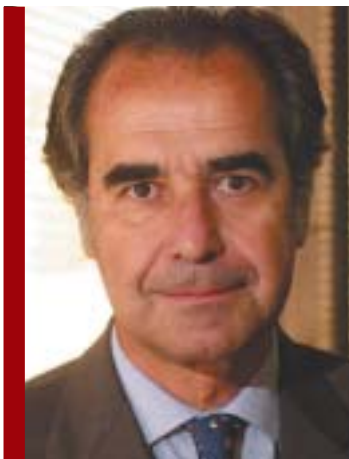
"Un MBA implica ocuparse en forma seria y metódica de actualizar los conocimientos"

Rubén Heinemann



"En Latinoamérica la experiencia profesional es más importante que la académica"

Roberto Machado



"Un posgrado en las escuelas top es una llave para jugar en las ligas mayores"

Carlos Grau Baena

El encanto de los campus extranjeros

Contar en el curriculum con un título de MBA expedido por algunas de las escuelas de negocios más prestigiosas de los Estados Unidos o Europa suele ser un sello de garantía adicional para muchas compañías globales. Por eso sus graduados suelen cotizarse bien alto en los mercados mundiales y también en los latinoamericanos. Y Argentina no es una excepción a la regla.

Razones no faltan. El nivel general de los alumnos que logran ingresar es súper alto: aplican de todo el mundo y son muy pocos los aceptados. Entrar a Harvard, Stanford, Wharton, Columbia o cualquiera de las primeras quince americanas es un gran desafío, no apto para improvisados. Las experiencias compartidas con alumnos destacados de todo el mundo hace casi única a la propuesta educativa y es, justamente, lo que le otorga gran parte de su valor.

Los profesores, por su parte, sueñan muy exitosos en el campo privado y no es raro ver a algún premio Nobel paseándose por el campus. Los contactos que uno hace allí sirven para toda la vida, al pasar a pertenecer a un club muy selecto: basta fijarse quiénes están en el Club de Harvard, Columbia o Wharton.

Pero los beneficios, que no pasan desapercibidos para muchas empresas de primera línea, no terminan allí. Tampoco hay que olvidar que estos estudios fronteras afuera aseguran un buen grado de experiencia internacional y la exposición a otras culturas, factor que se vuelve cada día más vital para desempeñarse en las corporaciones globalizadas.

Y es justamente por esto que muchas empresas se disputan a estos egresados. "En la mayoría de los casos, un posgrado en estas escuelas puede ser una llave para jugar en las ligas mayores, incomparables con los MBA locales. Es como comparar la NBA con la liga de básquet local", confirma Carlos Grau Baena, presidente de Buroconsult. Desde Michael Page, Roberto Machado, su director ejecutivo, también coincide: "En Latinoamérica se sigue valorando mucho el MBA realizado en una escuela de Estados Unidos. Difícilmente no vayas a conseguir trabajo después de eso. Y además sirve de escape, si se quiere ir a trabajar afuera en el futuro", cuenta.

Alberto Armoni, *managing partner* de Ray & Berndtson Cono Sur, se suma esta postura: "Lo tradicional es que los posgraduados en los MBAs famosos del mundo -Harvard, Kellogg, Columbia o similares como Oxford o Cambridge en Inglaterra, Insead en Francia o IMD en Suiza- reciban un nivel sostenido y seductor de propuestas por parte de empresas, bancos y consultoras internacionales. Esto justifica con creces tanto el alto costo de los estudios como el esfuerzo empleado".

Y si se trata de evaluar costos y beneficios, Machado propone una evaluación extra. "Sin duda se valora más el MBA de afuera, pero sabemos que es muy caro y durante los estudios no se puede trabajar. Teniendo en cuenta esta variable, creo que es casi equivalente estudiar afuera a hacerlo en una buena escuela de negocios local, lo que permite a la vez seguir ganando experiencia en el trabajo. Estar sin trabajar dos años tiene un costo, no sólo financiero", analiza el especialista brasileño, cuya consultora especializada en *headhunting* desembarcó en el país hace apenas tres meses.



Abierta la inscripción

MIAE UCA

Maestría en ECONOMÍA APLICADA

Acreditada por CONEAU Res. 107/04

Objetivos
Contribuir a la formación de profesionales que cuenten con una sólida base analítica y sean capaces de aplicar de manera creativa las herramientas de la teoría económica a la toma de decisiones, tanto en la empresa como en el sector público.

Destinatarios
Graduados universitarios provenientes de diferentes carreras, que quieran complementar su formación con estudios de economía para desarrollar una labor profesional más integral y desde una perspectiva de análisis más amplia.

Profesores

Alberto Landro, Actuario, UBA Alicia Caballero, Dra. en Economía, UCA Beatriz Nofal, PhD in Economics, Johns Hopkins University Camilo Tiscornia, Master en Economía, UTDT Carlos Hoewel, Dr. en Filosofía, UCA Enrique Scala, PhD in Economics, University of Minnesota Ernesto O'Connor, Master en Economía, UTDT Francisco Cicchini, PhD in Economics, Columbia University Gabriel Sánchez, Ph.D. in Economics, Columbia University Horacio Rosara, Posgr. en Evaluación de Proyectos, Univ. Católica de Chile Ignacio Pérez Cortés, Master in Laws, Yale University	Javier González Fraga, Candidato Doctoral en Economía, UCA Javier Villanueva, PhD in Economics, Columbia University Jorge Colina, Master en Economía, Georgetown University Jorge Lupano, MSc en Economía y Dirección de Empresas, ISE José María Dagnino Pastore, PhD in Economics, Harvard University María José Blanco, Candidata Doctoral en Ciencias Matemáticas, UBA María Laura Alzúa, Ph.D. in Economics, Columbia University Marcelo Marzocchini, Master en Economía de Gobierno, UTDT Mirta González, Master en Economía, UTDT Osvaldo Giordano, Lic. en Economía, Univ. Nacional de Córdoba Patrio Milán, PhD in Economics, Harvard University
---	---

Informes e inscripción: Av. Alicia Moreau de Justo 1400, 4º piso, Campus Universitario de Puerto Madero
 At.: Lic. Marcia Veneziani | Tel.: 4338.0769 | E-mail: marcia_veneziani@uca.edu.ar

50 Cincuentenario
1958-2008

Pontificia Universidad Católica Argentina
Facultad de Ciencias Sociales y Económicas