

## **CARACTERÍSTICAS DE LA OFERTA DE PROGRAMAS MBA EN CHILE DURANTE EL AÑO 2003**

**Nelson Paulus\***

\* Departamento de Estudios, Consejo Superior de Educación.

## RESUMEN

Este artículo desarrolla un estudio exploratorio sobre la oferta de programas Master of Business Administration (MBA) que existe hoy en Chile y describe algunos de los principales elementos que la caracterizan. De esta forma, presenta una visión general respecto a los programas, el tipo de instituciones oferentes, la ubicación geográfica, duración, costo y compromiso horario que implica cada opción. El texto concluye con algunas reflexiones en torno a la disponibilidad de información acerca de esta materia.

## ABSTRACT

*This article consists of an exploratory study on the supply of Master of Business Administration (MBA) programs currently available in Chile and it describes some of their main features. It provides an overview of the programs, the type of establishments that offer them, their geographical location, the duration of the MBAs, the cost involved and the number of hours required by each option. The paper concludes with some reflections on the availability of information on this matter.*

## CARACTERÍSTICAS DE LA OFERTA DE PROGRAMAS MBA EN CHILE DURANTE EL AÑO 2003

### INTRODUCCIÓN

Aún cuando los programas *Master of Business Administration* (MBA) surgen en el año 1900 cuando la *Dartmouth's TUC School of Business* en New Hampshire abre el primer programa, destinado a posgraduados en los Estados Unidos, la consolidación de este tipo de programas se dio solo durante el período de reactivación y reconstrucción posterior a la Segunda Guerra Mundial. Entonces, muchos individuos asumieron posiciones en la jerarquía empresarial, sin acreditar necesariamente estudios de pregrado en el ámbito de la administración e incluso, en oportunidades, ningún tipo de entrenamiento formal en la materia. En este contexto, la propuesta curricular contenida en los MBA, ajustó su diseño de manera de entregar las habilidades básicas requeridas para la administración de negocios, o bien, para perfeccionar los conocimientos en dicha materia.

A partir de la década de los 60, empieza a consolidarse el prestigio de los MBA y se incrementa su cotización por parte de los interesados en estudios de posgrado. Es así como entre los años 1964 y 1972 se constata un aumento sustantivo en la participación porcentual de los MBA en el conjunto de los grados acreditados por los altos ejecutivos de los Estados Unidos. Tal crecimiento aminora el impacto que en este subconjunto poseían los grados académicos en Tecnología y Leyes<sup>1</sup>.

---

1. Ver "Degrees held by top executives". Fuente: *Harvard Business Review*, 52 (Jan,1974),101. Citado en MBA. *The First Century*. Carter A. Daniel. Lewisburg. Bucknell University Press. London: Associated University Presses. 1998.

En la década de los 70 los programas MBA comienzan a difundirse por el resto del mundo, aunque el afianzamiento de este tipo de programas en el ámbito europeo es más bien tardío, dado cierto nivel de escepticismo ante este *invento* estadounidense destinado a personas ya graduadas. Solo a partir de los años 80 se puede hablar de la inserción exitosa de este tipo de programas en Europa, reflejada en sus inicios por la experiencia de las instituciones británicas.

Durante la década de los 90 los MBA enfrentaron un serio revés a partir de la situación económica mundial de incertidumbre en torno a las cifras de crecimiento. Se produjo, entonces, una tendencia a la reducción del tamaño de muchas empresas, lo que constriñó fuertemente la demanda por administradores de niveles tradicionales. Esta situación planteó nuevos desafíos a los MBA tanto en términos de su captación de matrícula como en su configuración curricular.

Actualmente los MBA se han extendido por todo el mundo, y solo en Europa se ofrecen unos quinientos programas de estas características. Nuestro país no ha estado ajeno a esta tendencia mundial, apreciándose durante los últimos quince años el desarrollo y la consolidación de la oferta de este tipo de programas.

## OFERTA DE PROGRAMAS MBA EN CHILE PARA EL AÑO 2003

### Referencia metodológica

El presente análisis se ha desarrollado a partir de información secundaria, extraída de los antecedentes que el Ministerio de Educación entrega a través de su página web, en materia de posgrado; así como de los datos que proporciona la base consolidada del Consejo Superior de Educación para su publicación anual I.N.D.I.C.E.<sup>2</sup>, en materia de la oferta de maestrías en el área de Administración y Comercio. A partir de estas dos fuentes se configuró una base de datos referencial, que considera en sus columnas algunos antecedentes básicos en materia de la oferta de maestrías tipo MBA –ubicación geográfica, horario, duración, etc.–. Dados los vacíos que presentaba esta base referencial, se realizó un trabajo de *llenado de dicha base*, a partir de la información que en torno a los programas de MBA contenían las páginas web de las instituciones oferentes. Una vez recopilados, los antecedentes se limpiaron y ordenaron, y se incorporó nueva información sobre la base de recodificaciones de los datos originales.

---

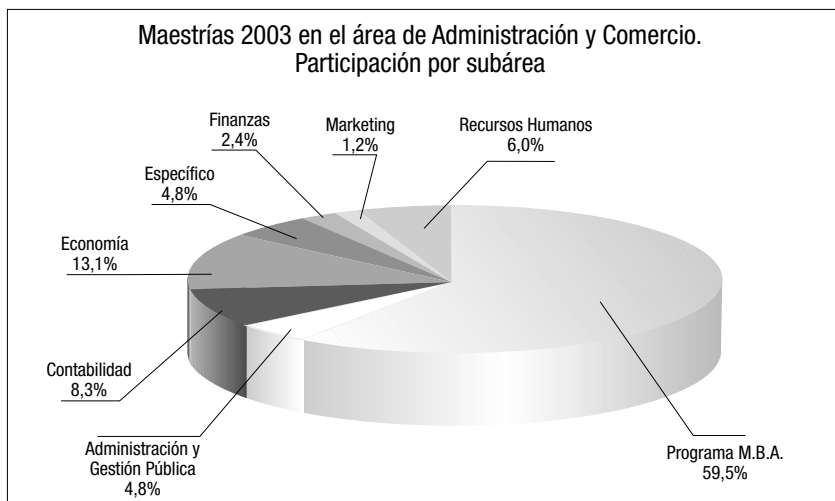
2. Indicadores, números y datos sobre instituciones y carreras de educación superior.

Para efectos de este estudio, se consideraron los programas MBA ofrecidos por universidades nacionales, tanto del Consejo de Rectores como Privadas, decidiéndose omitir programas similares ofrecidos por otro tipo de instituciones. Se agruparon como programas MBA todos aquellos que en su denominación, además de aludir a la sigla MBA, se refirieran a la gestión, dirección y administración de empresas u organizaciones y que, en general, pueden ser reconocidos como programas de estudios tipo MBA. La recolección de los datos se realizó entre los meses de abril y mayo del presente año, reconociéndose el día 5 de mayo de 2003 como fecha de cierre de la consolidación de la base.

### ANÁLISIS DE LA OFERTA DE PROGRAMAS MBA DEL AÑO 2003

El análisis de la base consolidada muestra que, del total de maestrías ofrecidas en el área de Administración y Comercio, un 13.1 por ciento pertenece a la especialidad de Economía; un 8.3 por ciento, a Contabilidad; un seis por ciento, a Recursos Humanos, un 4.8 por ciento, a la especialidad de Administración y Gestión Pública, un 2.4 por ciento, a la de Finanzas y solo un 1.2 por ciento, a Marketing. No obstante lo anterior, lo que en este contexto resulta más relevante, es que casi un sesenta por ciento de los programas de maestría ofrecidos en el área de Administración y Comercio corresponde a programas MBA.

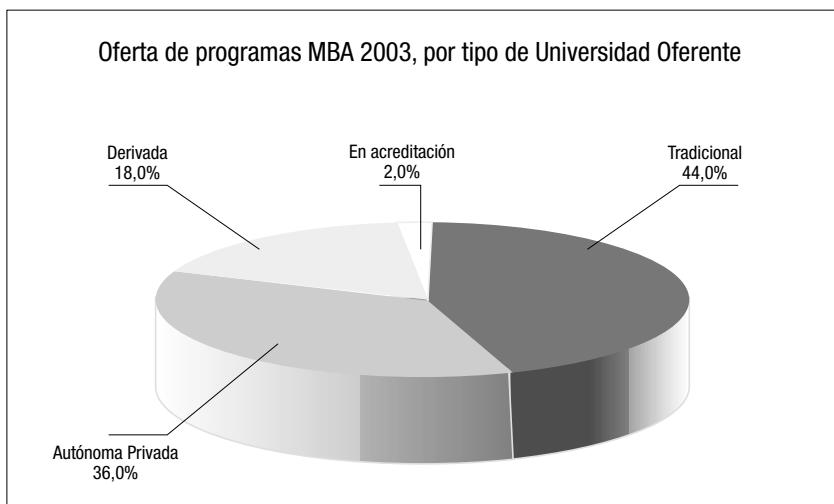
Gráfico N° 1



## INSTITUCIONES OFERENTES

Preliminarmente, y a partir de los datos revisados, se identificó un total de cincuenta programas MBA; de ellos, 31 son ofrecidos por universidades pertenecientes al Consejo de Rectores, dieciocho corresponden a ofertas realizadas por universidades privadas autónomas, y un programa es dictado por una universidad que se encuentra actualmente en proceso de acreditación. Al respecto, es posible señalar que la totalidad de las instituciones identificadas como universidades tradicionales<sup>3</sup> ofrecen, a lo menos, un programa MBA. De manera distinta, de las diecisiete universidades derivadas –creadas a partir de las sedes regionales de las tradicionales, desde 1981– sólo siete, ofrecen este tipo de programas. Respecto de las veintiséis universidades privadas autónomas existentes a mayo de 2003, únicamente ocho instituciones ofrecían programas MBA

Gráfico N° 2



El 62 por ciento de programas MBA es ofrecido por universidades pertenecientes al Consejo de Rectores y un 38 por ciento, por universidades privadas, considerando en este grupo universidades privadas autónomas y en proceso de acreditación. Como dato

3. Conforme a la definición de I.N.D.I.C.E.S. 2003, fundadas con anterioridad a 1980.

comparativo, es interesante recordar que del total de carreras de pregrado de nivel profesional, ofrecidas por las universidades en el área de Administración y Comercio (Ingeniería Comercial, Auditoría, Ingeniería de Ejecución en Administración, etc.), un 27.5 por ciento corresponde a universidades pertenecientes al Consejo de Rectores y un 72.5 por ciento, a universidades privadas.

### COBERTURA GEOGRÁFICA DE LA OFERTA MBA

En materia de ofertas MBA, se observa una fuerte concentración geográfica. Del total de cincuenta programas identificados, un setenta por ciento se ubica en la zona central del país; un veinte por ciento en la Quinta Región y un cincuenta por ciento en la Región Metropolitana. No obstante, se observa la presencia de programas MBA en nueve de las trece regiones y en catorce ciudades del país, entre las cuales se cuentan algunas capitales regionales, como también ciudades alejadas de los grandes centros urbanos, por ejemplo, Calama y Punta Arenas. Asimismo, pequeñas ciudades cuya población no alcanza a los cien mil habitantes, como San Felipe.

Tabla N° 1  
Oferta MBA por ciudad

CIUDAD	N° MBA	% OFERTA
Antofagasta	1	2
Calama	1	2
Concepción	3	6
La Serena	1	2
Osorno	1	2
Puerto Montt	1	2
Punta Arenas	1	2
San Felipe	1	2
Santiago	25	50
Talca	2	4
Temuco	3	6
Valdivia	1	2
Valparaíso	8	16
Viña del Mar	1	2
TOTAL	50	100

## COMPROMISO HORARIO

El compromiso horario se refiere al requerimiento en términos de tiempo que supone cada programa, dado que esta referencia resulta mucho más informativa que indicar solo el horario de clases que contempla, pues el interesado puede discernir mejor la compatibilidad del tiempo que demanda el programa con el desarrollo de otras actividades, como las laborales. La información del compromiso horario se obtuvo a partir del chequeo de los datos preliminares de la base consolidada, que, luego de una recodificación, fueron agrupados en programas *full time*, *part time* y programas vespertinos.

*MBA Full Time*: En esta categoría se agruparon los programas MBA que implican compromiso de jornada completa. La tendencia mundial señala que estos programas tienen, por lo general, dos años de duración, aunque algunos consideran una menor, incluso de un año.

*MBA Part Time*: Los programas agrupados en esta modalidad implican una dedicación solo parcial al programa de estudios; combinan clases de media jornada, vespertinas y de fines de semana, o bien concentran sus clases modulares cada quince o más días. En algunos casos, consideran pasantías residenciales de algunas semanas en centros de estudios en el extranjero. Tal modalidad permite a los participantes compatibilizar el estudio y el trabajo, al mismo tiempo.

*MBA Vespertino*: Este subgrupo considera aquellos programas que ordenan su jornada de clases en horario vespertino y/o en los fines de semana exclusivamente, de manera que resultan completamente compatibles con el desempeño de una jornada laboral regular.

Respecto a las modalidades MBA, aproximadamente un diez por ciento de los programas tipo MBA se ofrecen en modalidad *full time*.

De manera distinta, una cantidad mayor de programas de estudios se configura en modalidad *part time*. Este tipo alcanza un dieciocho por ciento de la oferta total de programas MBA.



Tabla N° 2  
Compromiso horario requerido por programa

HORARIO	N°	%
<i>Full time</i>	5	10,0
<i>Part time</i>	9	18,0
Vespertino	35	70,0
Sin datos	1	2,0
TOTAL	50	100,0

Finalmente, un setenta por ciento de los ofrecidos corresponde a los programas de estudio dictados de manera regular en jornada vespertina, de lunes a viernes.

#### DURACIÓN DEL PROGRAMA

Para efectos de comparación, se estandarizó la duración de las ofertas revisadas en unidades semestrales (semestres), pese a que algunos programas consideraban trimestres o módulos.

En términos generales, los programas tipo MBA ofrecidos en Chile tienen una duración variable. El diez por ciento de la oferta total de ellos dura dos semestres, y corresponde mayoritariamente a programas tipo MBA vespertinos, destinados a profesionales de formaciones específicas –ingenieros civiles, ingenieros comerciales o contadores– o bien a programas concentrados que suponen dedicación de tiempo completo.

Tabla N° 3  
Duración por semestre

Semestres	Total	%
2	5	10,0
3	13	26,0
4	31	62,0
sin datos	1	2,0
TOTAL	50	100,0

Por su parte, un veintiséis por ciento de los programas revisados tiene una duración de tres semestres, subconjunto que forman, en su mayoría, programas MBA, ofrecidos en jornada vespertina. De este porcentaje, casi la mitad corresponde a programas MBA de formación ejecutiva<sup>4</sup>.

Finalmente, un 62 por ciento del total de la oferta de programas tipo MBA tiene cuatro semestres de duración, y casi tres cuartos del total corresponde a programas impartidos en jornada vespertina. El subconjunto de los MBA que contemplan una duración de cuatro semestres, junto con ser ofrecidos en jornada vespertina, alcanza un 46 por ciento del total de programas revisados.

A nivel mundial, la estructuración más tradicional de un programa MBA contempla como condiciones, junto a un compromiso de jornada completa por parte de los estudiantes, una duración de dos años (cuatro semestres). Nuestra base de datos revela que solo en un caso del total de los programas MBA considerados se presenta la conjunción de características que acota la estructuración curricular más tradicional de los programas MBA en el mundo, lo que abre una serie de interrogantes respecto a las variables que determinan esta situación.

## COSTO

En términos generales, de los cincuenta programas MBA revisados solo para 41 de ellos se pudo obtener información de su costo total. Los diversos programas de este grupo expresaban su valor en pesos, dólares y unidades de fomento (U.F.). Todos los valores entregados fueron convertidos a pesos, a partir del valor del dólar y la U.F. del día 29 de abril del presente. Los valores entregados en el siguiente análisis consideran de manera exclusiva el valor del arancel, y no toman en cuenta los gastos administrativos de la matrícula inicial.

---

4. Entenderemos por programas de formación ejecutiva (Executive MBA) aquellos programas MBA especiales destinados a directivos y otros puestos de responsabilidad en la empresa, que requieren que sus participantes acrediten cierto nivel de experiencia en el mundo de los negocios, de manera tal que, con la dirección de experimentados profesores, las clases pueden avanzar en la profundización de los temas de manera más rápida.

Tabla N° 4:  
Valores totales máximos, mínimos y promedios por compromiso horario

Tipo MBA	Indicador	Valor
<i>Full time</i>	valor máximo	\$ 14.842.344
	valor promedio	\$ 8.977.644
	valor mínimo	\$ 4.290.000
<i>Part time</i>	valor máximo	\$ 17.754.000
	valor promedio	\$ 10.982.872
	valor mínimo	\$ 4.500.000
Vespertino	valor máximo	\$ 13.493.040
	valor promedio	\$ 7.108.098
	valor mínimo	\$ 1.890.000

El valor total de un programa MBA *Full Time* oscila entre los \$4.290.000 y los \$14.842.344 y alcanza un promedio de \$8.977.644. Por su parte, el costo de un programa *Part Time* fluctúa entre los \$4.500.000 a los \$17.754.000, con un promedio de \$10.982.872. Finalmente, el valor de un programa ofrecido en modalidad Vespertina varía entre precios cuyas cotas son menores a los valores anteriores y que van entre \$1.890.000 y los \$ 13.493.040, con un costo promedio en su arancel de \$ 7.108.098.

Al ordenar las ofertas de programas MBA que entregan información respecto a su costo total, en orden decreciente y dividiendo posteriormente la distribución en segmentos cuartiles –prescindiendo del valor mínimo de la distribución, para efectos de facilitar el análisis– es posible observar que el primer cuartil (de mayor a menor rango de precios) agrupa programas de diversas características en materia de duración y compromiso horario. Los valores totales de este grupo, quedan acotados entre los \$17.754.000 y los \$10.852.339, reconociendo un valor promedio de \$13.336.638, con una desviación estándar de \$1.978.512. Este grupo lo constituyen principalmente los programas MBA ofrecidos por las universidades más antiguas y prestigiosas del país, y por universidades privadas con reconocimiento en el ámbito de los negocios. Cabe señalar, también, que el ochenta por ciento de los MBA contenidos en este cuartil son ofrecidos en el área metropolitana.

El segundo cuartil queda acotado por los valores de \$9.495.797 y los \$7.260.000, con un costo promedio de \$8.216.873 y una desviación estándar de sus valores de \$619.233. Este cuartil agrupa principalmente la oferta de universidades tradicionales y autónomas privadas. Se nota en él un incremento en la presencia regional respecto al cuartil anterior, no obstante, la Región Metropolitana sigue teniendo mayor prevalencia. Pese a lo anterior, la característica más nítida respecto a la composición de este subgrupo se vincula con el compromiso horario, y es que un setenta por ciento de la oferta de este segundo cuartil de precios está constituido por programas implementados en modalidad vespertina. Adicionalmente, un cincuenta por ciento de los programas agrupados en este cuartil contempla una duración de tres semestres.

El tercer cuartil está acotado por programas cuyo rango de precios fluctúa entre \$7.121.848 y \$5.800.000, reconociendo un costo promedio de \$6.660.494, con una desviación estándar de \$471.717. Este cuartil reparte de manera pareja la distribución entre oferta regional y metropolitana, ofrecida tanto por universidades tradicionales como por universidades privadas autónomas. Un noventa por ciento de los programas de este cuartil se ofrecen en jornada vespertina, y un setenta por ciento dura cuatro semestres.

El último cuartil está constituido por la oferta de universidades tradicionales y derivadas de provincia, como asimismo por universidades privadas metropolitanas, autónomas y en proceso de acreditación. Su cota superior alcanza los \$5.595.737 y la inferior, \$3.391.356, con un valor promedio de \$4.387.314 y una desviación estándar de \$776.261. El ochenta por ciento de los programas contenidos en este cuartil se ofrece en jornada vespertina; el setenta por ciento dura cuatro semestres y el treinta por ciento restante tiene una duración de dos semestres.

Sintetizando, en el primer cuartil se encuentran programas MBA dictados por las universidades más antiguas del país, además de aquellos programas que ofrecen universidades privadas autónomas, con reconocida experiencia en el área de Administración y Comercio.

Conforme se va descendiendo en los rangos de precios expresados por los cuartiles, aumenta la participación de los programas impartidos

en modalidad vespertina. Asimismo, a medida que se desciende en los cuartiles, se consolida la participación de aquellos programas que contemplan una duración de cuatro semestres.

De manera distinta, conforme se desciende en la distribución de precios, baja la injerencia que la Región Metropolitana posee en la conformación de la oferta expresada en cada uno de los cuartiles.

Finalmente, incorporando una variable hasta el momento no considerada, y como una observación que atraviesa la totalidad de los cuartiles, destaca la disminución de la presencia de programas de formación ejecutiva o MBA ejecutivos, conforme se pasa del primero al último. Así, mientras en la decena que acota el primer cuartil se presentan cuatro programas como ejecutivos; tres, lo hacen en el segundo; dos, en el tercero y sólo uno, en el último.

## CONCLUSIONES

En materia de las características analizadas en torno a la actual oferta de programas MBA en Chile, podemos indicar que:

- 1) La actual oferta de programas MBA en el país presenta variedad en torno al tipo de universidad que ofrece el programa (tradicional, derivada, privada autónoma o privada en proceso de acreditación); ubicación geográfica de la oferta (ciudad); el compromiso horario que implica cada programa (*full time*, *part time*, o vespertino); la duración del programa expresado en semestres; y el costo del programa (valor total del arancel en pesos, sin considerar los gastos administrativos de la matrícula inicial).
- 2) Pese a la variedad que adquiere la oferta, ésta no se distribuye de manera homogénea, y pueden reconocerse ciertas tendencias e instancias de concentración, a saber:
  - i) En materia del tipo de institución oferente, se observa una clara concentración de la oferta de programas MBA en torno a dos tipos de instituciones: las universidades tradicionales y las universidades privadas autónomas, las que en conjunto concentran un ochenta por ciento de la oferta total. Al interior

del primer grupo, las ocho universidades tradicionales concentran el 44 por ciento del total de la oferta MBA, mientras que en el segundo grupo, ocho de las veintiséis universidades privadas autónomas concentran el 36 por ciento de la oferta total de programas MBA.

- ii) Pese a que en nueve de las trece regiones del país existe oferta de programas MBA, en términos de su distribución geográfica, a nivel de ciudad, Santiago concentra un cincuenta por ciento del total de la oferta MBA, porcentaje que sube al setenta por ciento si se considera conjuntamente la Región Metropolitana y la Quinta Región.
  - iii) En materia del compromiso horario asociado a cada programa de estudios, se observa una primacía de aquéllos identificados como vespertinos -setenta por ciento- en desmedro de los programas *full time* y *part time*.
  - iv) De manera similar, los programas de estudio que contemplan una duración de cuatro semestres concentran un 62 por ciento del total de la oferta.
  - v) Los programas que, además de ser impartidos en jornada vespertina, contemplan una duración de cuatro semestres, alcanzan un 46 por ciento de la oferta total MBA.
  - vi) Respecto al costo de los programas, se pueden observar algunas incipientes correlaciones entre rangos de precios informados y las otras variables. Entre éstas destaca que conforme se descende en los cuartiles de costo, se consolida la participación porcentual de programas impartidos en jornada vespertina, como de aquellos que contemplan cuatro semestres de duración. De manera distinta, a medida que se descende en los rangos de precios, la oferta de programas MBA realizada por el área metropolitana pierde importancia relativa frente a las regiones, como también descende la presencia de programas MBA de formación ejecutiva.
- 3) Si bien se constata variedad de los programas MBA en torno a las variables antes descritas, a partir de la base de datos utilizada y de

las fuentes que la nutrieron, resulta una incógnita la diversidad que existe en torno a otro tipo de variables, como especializaciones, calidad del profesorado, métodos instructivos, titulaciones conjuntas, etc., dada la dificultad en el acceso y a la escasez de datos que pudiesen ilustrar tales elementos de manera completa y detallada.

## COMENTARIO FINAL

Pese a la inmensa necesidad de este tipo de antecedentes, es casi nula la disponibilidad de información sistemática, exhaustiva y detallada con que se cuenta para la realización de este tipo de estudios, lo que obliga a recurrir a la composición de bases de datos a partir de información secundaria e incluso terciaria. Ello reviste gravedad, si se piensa que las personas requieren de información de mayor profundidad y calidad para realizar las necesarias comparaciones que preceden a una adecuada toma de decisiones asociada a si se ingresa o no a un determinado programa de estudios.

Sobre el particular, es preciso distinguir entre la profusa publicidad en materia de programas MBA de aquella información exhaustiva, ordenada y detallada, que permite a sus usuarios aclarar el panorama que ofrece la publicidad.

Debemos reiterar que la información que este estudio presenta es solo referencial y adquiere valor en el marco de un análisis exploratorio, dada la característica de su principal fuente. Por la misma razón, no posibilita análisis más profundos, como tampoco abordar otros tópicos que pudiesen resultar relevantes. Si bien el tipo de antecedentes que este artículo entrega puede avalar un estudio exploratorio general, de ninguna manera sería adecuado ni suficiente para orientar la toma de decisiones de los usuarios; más aún, si a partir de las descripciones realizadas nada podemos decir de la calidad de un programa u otro.

En el contexto nacional, la ausencia de información completa respecto a la oferta MBA y de posgrados en general contrasta con las experiencias de otros países, particularmente con los de tradición anglosajona. En materia de MBA, como asimismo respecto a otros

programas de posgrado, éstos disponen de antecedentes sobre numerosas variables que permiten a los usuarios y a las propias instituciones comparar las características principales de los programas, e incluso, las líneas destacadas de proyección de sus futuros egresados en su vinculación al mundo laboral.

En materia de posgrados, mejorar la disponibilidad y calidad de la información resulta un camino necesario de seguir en términos de la evolución y maduración del sistema. El Consejo Superior de Educación ya ha dado algunos pasos, mediante la captación de información sobre posgrados en el contexto de su publicación I.N.D.I.C.E.S.