

EVALUACION DEL IMPACTO EN LOS GRADUADOS DEL MBA DE LA UNIVERSIDAD DEL NORTE PERIODO 2003-2005

RESUMEN

El presente trabajo intenta evaluar el cumplimiento de los objetivos, metas y perfiles profesionales y ocupaciones desde la visión de los graduados del MBA de la Escuela de Negocios de la Universidad del Norte. Por medio de un instrumento aplicado a 303 graduandos en el periodo 2003–2015 se muestra cual fue el impacto desde el punto de vista Socio Familiar, Profesional y Laboral recibidos por ellos como resultado de la realización de la Maestría.

En términos generales, los graduandos expresan satisfacción con los logros obtenidos durante y posteriormente a la culminación de sus estudios, emitiendo algunas sugerencias sobre posibles mejoras al programa.

Palabras claves: Maestría, Impacto, Satisfacción, Graduados.

INTRODUCCIÓN

La vinculación de la Universidad del Norte al sistema colombiano de acreditación, implicó nuevos retos institucionales debido a las exigencias trazadas por el Consejo Nacional de Acreditación en sus guías de procedimiento. Estos retos incluyen un sistema de información que dé cuenta oportuna de los desarrollos internos en temas académicos y administrativos. La dimensión del sistema de información se enmarca por el conjunto de indicadores, características y factores del modelo de autoevaluación propuesto por el Consejo Nacional de Acreditación.

En aras de mantener los estándares académicos y detectar tanto buenas prácticas a conservar como oportunidades de mejora en los procesos académicos de dicha Maestría, se propone realizar un estudio que describa el impacto que tiene la Maestría de Administración de Empresas en los graduados de la Universidad del Norte para el periodo 2003- 2015, de tal manera que permita identificar el alcance de los objetivos de la misma y evaluar así algunos indicadores de éxito laboral, profesional, socio familiar y personal. Se establecerá un instrumento de evaluación para esta investigación descriptiva con el fin de recopilar datos por medio de un cuestionario previamente diseñado.

La Maestría en Administración de Empresas (MBA) de la Universidad del Norte, desde su inicio en 1984, ha desarrollado 55 promociones y ha graduado 1100 estudiantes. Es un programa diseñado para ejecutivos con experiencia en el campo laboral que requieren un nivel elevado de educación en el campo gerencial. La estructura del programa está claramente centrada en temas de organización y estrategia, con una fuerte orientación hacia la internacionalización de las empresas. Su principal objetivo es contribuir a la formación integral de ejecutivos socialmente responsables, para responder con rigor, oportunidad y pertinencia al análisis y la solución de problemas empresariales dentro de entornos cada vez más competitivos y complejos, contribuyendo de esta forma al progreso económico y social de la región y del país.

En el año 2016, el programa recibió la reacreditación internacional por 5 años por parte la ASSOCIATION OF MBAs (AMBA), entidad de carácter mundial quien con este honor ubica a la Maestría en Administración de la Universidad en un grupo selecto de programas de clase mundial.

Así mismo, en el año 2016 recibe del Ministerio de Educación Nacional la acreditación por 8 años, siendo el primer postgrado ofrecido en la Universidad en obtener este logro en el cual destacaron los procesos de autoevaluación y mejoramiento continuo, el procura de la calidad de la institución, la relevancia y pertinencia del programa en la región y el país alineado con los objetivos institucionales y misionales de la Universidad, los acuerdo de doble titulación vigente, entre otros.

MARCO TEÓRICO

¹Dada la diversidad de metodologías aplicadas en los estudios adelantados por las universidades, surge la necesidad de unificarlas para facilitar la comparación de los resultados. En ese sentido, algunos países con mayor tradición en el estudio de las relaciones entre la educación superior y el empleo, como Estados Unidos, Canadá y México, han avanzado en técnicas de recolección de información y han unificado conceptos respecto de las variables de estudio, metodologías, consideraciones teóricas, entre otros. En México, por ejemplo, la Asociación Nacional de Instituciones Universitarias recopila y publica periódicamente los estudios adelantados por las IES (instituciones de educación superior), basados en un esquema Metodológico propuesto en 1998 (Rubio et. al.1998).

A través de las investigaciones de seguimiento a egresados, se logra “medir los resultados de los estudios de enseñanza superior según el éxito de los graduados en el mundo laboral” (Teichler, 2002, p. 20). Esto supone que los egresados de las mejores instituciones serán, a la postre, los individuos con las mejoras posibilidades laborales y quienes ostentaran los cargos con los salarios más altos, y cuyas competencias serán puestas en práctica plenamente.

Por otro lado, existen hipótesis que explican los logros de los egresados a partir de las competencias que ellos desarrollan, más que como fruto de la instrucción recibida en la universidad; “como indicador de la calidad de los resultados de los estudios es preferible una medición de la capacidad de los titulados para funcionar en la práctica, antes que los resultados de los exámenes u otros indicadores internos de rendimiento por un lado, o el sueldo y otros indicadores de ‘resultados’ por otro lado” (Allen, 2002, p. 41).

El anterior enfoque atribuye al egresado mayor reconocimiento de los logros alcanzados. Acepta que las instituciones de educación superior inducen a los individuos a un aprendizaje óptimo frente a otras personas.

Valor percibido

² El valor percibido está relacionado con los beneficios que asocian los consumidores con un producto determinado. De igual manera cabe mencionar que existe un relación y diferencia entre valor y los valores personales; donde el primer término se asocia como un juicio de preferencia y el segundo como los criterios (creencias individuales) por lo que la gente hace este tipo de juicios. (Holbrook, 1994)

Para explicar la relación anterior se ha presentado un modelo que comprende conceptos (valores personales, valor del consumidor y satisfacción). Este modelo propone el estudio de cómo los valores personales impactan en la formación del valor percibido por el consumidor. Asimismo

¹ JARAMILLO, A., GIRALDO P., A. y ORTIZ C., J. S. (2006) Estudios sobre egresados. La experiencia de la Universidad EAFIT. *Temas EAFIT*, 42 (141), 111-124.

² ALVARADO, M., & PEREZ, C. (2016). *Valor percibido de un producto Educativo: Caso Ingeniería Electrónica*. (Tesis de Maestría). Universidad del Norte. P 17-33. Barranquilla, Colombia.

cabe resaltar que el valor percibido por el consumidor se encuentra compuesto por dos componentes conocidos como lo que se entrega o sacrifica (Give) y lo que se consigue u obtiene (Get) (Zeithaml, 1988). En este modelo se utiliza un estudio propuesto por Sheth (Sheth & Newman, 1991); (Holbrook, 1994) sobre la base de su fuerte base teórica través del espectro diverso de disciplinas como la economía, la sociología, la psicología y el comportamiento del consumidor. (Stafford, 1994) (Leblanc & Nguyen, 1999)

Por otra parte cabe resaltar que según algunos autores la naturaleza del valor por parte del consumidor puede tener dos enfoques; Unidimensional y Multi-dimensional. El enfoque de valor percibido como concepto unidimensional, percibe el valor como un solo concepto que puede ser medido por los criterios de la percepción del consumidor. Este enfoque no incluye la visión de que el valor es un concepto agregado formado a partir de varios componentes. En cambio el enfoque multi-dimensional hace referencia a varios atributos relacionados de una holística representación de un complejo fenómeno. (Iniesta-Bonillo, 2007)

METODOLOGÍA

Diseño de la muestra

Previo a la aplicación del instrumento o encuesta, se determinó el tamaño de la muestra requerida para cada una de las poblaciones de egresados a analizar, las cuales se agruparon teniendo en cuenta el año en que los estudiantes egresaron de la Maestría en Administración de empresas desde el 2003 hasta el 2015.

Diseño del instrumento de medición de impacto

Para el desarrollo de este estudio, fue diseñado un instrumento tipo Encuesta la cual se compone de cinco capítulos, en los cuales se consultan y evalúan diferentes aspectos en los egresados como se describe a continuación: Datos personales, Impacto socio-familiar y personal de la formación en MBA, Impacto profesional de la formación en MBA, Impacto laboral de la formación en MBA, Intereses y recomendaciones. El instrumento fue enviado mediante correo electrónico a los egresados objeto de este estudio mediante la herramienta *Encuestafacil*.

Tamaño de la muestra

La muestra de estudio está conformada por los egresados entre el año 2003 y el año 2015 de la Maestría en Administración de Empresas –MBA-. La muestra es de 303 egresados.

Procesamiento de los datos

Basándose en que la encuesta se aplicó en una plataforma de internet, la tabulación de la información y los datos exportados se hicieron a través de la herramienta de office, Excel. Luego

del procesamiento de los datos, se procede a realizar el análisis descriptivo de los resultados por cada uno de los puntos consultados.

Aspectos Demográficos de la muestra.

Las características demográficas de los graduados que contestaron el instrumento se resumen en las siguientes conclusiones:

- En términos del género, 62% hombres, 38% mujer.
- El 43% tiene más de 40 años, y el 42% se encuentra entre 31 y 41 años, el resto tiene menos de 30 pero más de 26.
- En términos de estrato social, un 35% estrato 6; un 21% en estrato 5; un 29% en estrato 4 y un 16% en estrato 3,
- el 63% registran estado civil casado; un 32% son solteros, y un 5% son separados o viven en unión libre.
- En relación con su profesión, el 44% provienen de Ingeniería y Administración de empresas, con un 47% y 27 % respectivamente. los contadores públicos representan el 7%, equivalente a 21 egresados, continuando con un 4% de economistas, En otras profesiones se encuentran egresados de manera dispersa, pues la proporción de 1% es casi igual para todos los casos.

ANÁLISIS DE LOS RESULTADOS DEL ESTUDIO.

Impacto Socio Familiar.

El instrumento evaluaba el impacto del MBA en los siguientes aspectos: Potencializar mis fortalezas, Reconocer mis debilidades, Mejorar competencias del ser, Mejorar el nivel de ingresos, Alcanzar mi crecimiento y realización personal, Establecer un proyecto de vida claro para mí y la familia, Consolidar lazos familiares, Mejorar la calidad de vida de mi núcleo familiar, Participar activamente en gremios o asociaciones. Los primeros 5 se refieren a la dimensión personal y los 4 restantes a la dimensión socio-familiar.

En relación a los aspectos asociados a la *dimensión personal* se evidencia un impacto positivo en los estudiantes en cuanto a Reconocimiento de debilidades y potencialización de fortalezas, Competencias del ser y Realización personal. Sin embargo, la tendencia de respuestas positivas disminuye en esta dimensión cuando se cuestiona el aspecto relacionado con la Mejoría en los niveles de ingresos. A esta última pregunta el 70% de los encuestados respondió de forma positiva mientras que en los otros aspectos de la dimensión personal en promedio el 95% de los encuestados respondieron con esta tendencia.

En relación a los aspectos asociados a la *dimensión socio-familiar* se evidencia un impacto positivo en los estudiantes en cuanto a Calidad de Vida personal y del núcleo familiar y Proyecto de Vida. En estos dos aspectos un promedio del 79% de los encuestados respondió de forma positiva. Sin embargo, no sucede lo mismo en cuanto a Consolidación de Lazos Familiares y a Participación Activa en Asociaciones, estos dos aspectos de la dimensión socio – familiar solo alcanzan un promedio de 56% de respuestas positivas.

Descripción del Impacto Profesional

En general, a la pregunta 13 de la encuesta, “La realización del MBA contribuyó a:”, el aspecto con mayor respuestas positivas entre los egresados corresponde a la contribución de la realización del MBA en cuanto a Potencializar sus fortalezas con un 97%. En términos generales, del universo de las 2727 posibles respuestas obtenidas, el 90% fueron positivas y solo el 5% no mostraron satisfacción.

Para realizar el análisis de las respuestas a las preguntas 15 a la 21, se estableció el siguiente baremo, el cual se compone de la siguiente escala de relevancia para establecer una posición ordenada por méritos del 1 a 4. La escala de calificación utilizada fue: 4 (Muy de acuerdo), 3 (de acuerdo), 2(en desacuerdo) y 1 (Muy en desacuerdo).

Se observa que el 96.4% encuestados respondieron de forma positiva a la consulta sobre su satisfacción con la formación recibida, siendo la respuesta Muy Satisfecho la que logró la mayoría de las respuestas a favor comparada con las 3 opciones restantes. Así mismo, el 3.6% de los encuestados.

Al analizar el cumplimiento de los objetivos del MBA en los siguientes aspectos: El cumplimiento expectativas de formación integral, adquisición de nuevos conocimientos, desarrollo de habilidades, fortalecimiento de competencias gerenciales y técnicas, mejoramiento de mi perfil ocupacional, mejoramiento de mi perfil profesional, las cuales corresponden a los 6 aspectos a evaluar por el egresado, como elementos de formación que se favorecieron con la realización del MBA. En general todos los aspectos tuvieron respuestas positivas por encima del 94% con respuestas Muy De Acuerdo y De acuerdo, siendo La adquisición de nuevos conocimientos y El mejoramiento de mi perfil profesional las consultas a las que el 99% de los egresados comparten como aspectos que se favorecieron con el MBA.

Las siguientes son las calificaciones dadas por los egresados (4 la máxima) en promedio por los egresados en cada una de esas competencias: mejoramiento del perfil profesional (3.73), Adquisición de nuevos conocimientos (3.689). Con un menor puntuación se evidencia “Cumplimiento de mis expectativas de formación integral” (3.44).

Para analizar el incrementó en conocimiento producto de los estudios de MBA, se tomaron como referencia las siguientes áreas: Financiera, Mercadeo, Organizaciones, Gestión Humana, Emprendimiento, Responsabilidad Social, Operaciones y logística y por ultimo Estrategias y Competitividad. Los resultados obtenidos fueron los siguientes: Organizaciones (3.61), Financiera (3.42). Con el menor puntaje se evidencia el área de “Operaciones y Logística” (2.86 puntos sobre 4).

Para evaluar el fortalecimiento de las habilidades se tomaron como referencias las siguientes: capacidad de Investigación, capacidad de Análisis, capacidad de Síntesis, capacidad de Abstracción, capacidad Crítica y Autocrítica, capacidad de Planeación, capacidad de Organización, capacidad de Dirección, capacidad de Control, habilidad en el uso de las TICs, Capacidad Creativa, capacidad para resolver problemas, capacidad para tomar decisiones. Los egresados consideran que el MBA fortaleció de mayor manera la “Capacidad de Dirección” (3.63), “Capacidad de análisis” y “Capacidad Crítica y Autocrítica” (3.55). Con un menor puntuación se evidencia “habilidad en el uso de las TICs” (3.00).

Al indagar sobre el desarrollo o fortalecimiento de competencias gerenciales se tomaron en cuenta las siguientes: Liderazgo, trabajo en Equipo, Negociación, Comunicación oral y escrito, Emprendimiento e Innovación, Orientación a objetivos y resultados, Pensamiento Estratégico, Dirección y desarrollo de personas, Integridad personal o ética, Proactividad y Responsabilidad social y compromiso ciudadano. Las calificaciones obtenidas fueron las siguientes: Pensamiento

Estratégico (3.61), Trabajo en Equipo (3.58). Con la menor puntuación se evidencia “Emprendimiento e innovación” (3.21).

Al evaluar el cumplimiento en la consecución del perfil profesional se evaluaron los siguientes componentes: Aplicar los conocimientos adquiridos en diversas situaciones, Solucionar problemas de diferente índole, Actuar de manera ética y socialmente responsable, Conformar equipos de trabajo competitivos y ser un líder generador de cambio. Las calificaciones obtenidas fueron: Actuar de manera ética y socialmente responsable (3.44), Con una mayor favorabilidad se encuentra Aplicar los conocimientos adquiridos en diversas situaciones (3.66).

En relación con el cumplimiento del perfil ocupacional se evaluaron los siguientes factores: Desempeñarse en cargos de alta dirección, Desempeñarse en cargos ejecutivos y media dirección, Pasar de un cargo a otro en el mismo nivel jerárquico, Continuar en el mismo cargo, Enriquecer el cargo con nuevas responsabilidades, Actuar como consultor o asesor empresarial y crear mi propia empresa. Se obtuvieron los siguientes resultados: Continuar en el mismo cargo (2.71), mientras Enriquecer el cargo con nuevas responsabilidades obtuvo el mayor grado de favorabilidad con 3.31.

Al analizar el cumplimiento de los objetivos de formación se tomaron en cuenta las siguientes aspiraciones: Formarse como profesional y emprendedor socialmente responsable, Generar mentalidad analítica y crítica, desarrollar la capacidad para actuar como Agente promotor de cambios organizacionales, fortalecer la Toma de decisiones en ambientes de incertidumbre y riesgo, formarse como estrategia orientado al logro de ventajas competitivas, desarrollar competencias y virtudes de un gerente efectivo. Las calificaciones dadas por los graduados fueron: Fortalecimiento de la Toma de decisiones en ambientes de incertidumbre y riesgo (3.59); mientras que con menor grado de favorabilidad fue identificado el obtener una formación como profesional y emprendedor socialmente responsable obteniendo una puntuación de 3.29.

Descripción del Impacto laboral la formación en MBA.

Los egresados consideran que en relación con sus destrezas para desempeñarse en las áreas funcionales de la organización, las más fortalecidas fueron Estrategias y Competitividad y Organizaciones obtuvieron 3.52 puntos sobre 4. El área académica identificada con menor favorabilidad es “Operaciones y logística” con 2.94.

Otra resultado interesante en la investigación se relaciona con que el 70% de los graduados obtuvo mejoras salariales luego de graduarse, mientras el 30% no lo recibió. En relación con sus cargos a raíz de su grado tuvieron cambios en sus cargo el 63% de los encuestados, de estos el 42% tuvo un ascenso y el restante 21 tuvieron desplazamiento en el mismo nivel de la organización. El 34% de los egresados cambio de trabajo, mientras el 66% no lo pudo hacer. Finalmente, el 21% de los graduados pudo crear su propia empresa. Especialmente en el sector servicio. El 32% de los egresados ha recibido distinciones por su desempeño laboral. El 82% de ellos realiza actividades relacionados con la formación recibida en la Maestría y en términos general el 90% se encuentran satisfechos con su actual trabajo..

Recomendaciones generales para el programa

El 61% de los encuestados realizó recomendaciones, las cuales en su mayoría son alusivas a propuestas de nuevos contenidos relacionados con Logística, Simulaciones reales o Trabajos de campo y contenidos en una Segunda Lengua, esta recomendación se resume en la siguiente tabla:

Tabla # 1. Aspectos a mejorar propuestos para los Contenidos por algunos encuestados.

En qué aspectos debe mejorar la Maestría para alcanzar los objetivos propuestos?	Respuesta	%
Mejorar en algunos perfiles de los docentes	34	18%
Fortalecer el contenido en el área de Operaciones y Logística	16	8%
Simulaciones reales en las asignaturas que amerite / Trabajo en campo	11	6%
Fortalecer Habilidades Gerenciales	11	6%
Conforme con todos los aspectos del MBA	11	6%
Adoptar casos prácticos en clase	11	6%
Mejorar el contenido de algunas asignaturas	11	6%
Fortalecer el desarrollo del idioma Inglés	11	6%
Fortalecer el área de Responsabilidad Social	8	4%
Mejorar la Financiación del MBA	8	4%
Fortalecer el área de Innovación y Emprendimiento	8	4%
Actividad internacional	5	3%
Mejorar el perfil de los estudiantes	5	3%
Fortalecer el área de Finanzas	5	3%
Eliminar la tesis	3	1%
Mejorar el proceso de Retroalimentación	3	1%
No graduar con MBA a estudiantes que no tienen la formación suficiente.	3	1%
Menos estudiantes por salón	3	1%
Mejorar seguimiento a sus egresados	3	1%
Mejorar crecimiento profesional en nuevos cargos	3	1%
E-Business, E-Commerce, Emprendimiento Digital, Marketing Digital, Social Media Management	3	1%
Mayor duración de módulos	3	1%
Ausencia de módulo de Negociación y Juntas Directivas	3	1%
Fortalecer Estrategia y competitividad	3	1%
Validaría los trabajos de los módulos como opción de tesis	3	1%
Fortalecer el área de Planeación estratégica	3	1%
Fomentar la Investigación y Desarrollo	3	1%
Total general	187	100%

Fuente: Elaboración propia.

ANÁLISIS DEL IMPACTO PROFESIONAL POR AÑO DE GRADUACIÓN.

Promoción 2003: En cuanto al impacto profesional de la formación en MBA, es importante mencionar que como aspectos positivos se destaca que el total de los egresados de esta promoción se encuentran completamente satisfechos con la formación avanzada recibida. Por su parte, la totalidad de los egresados de esta cohorte considera que el MBA ayudó a Aplicar los conocimientos adquiridos en diversas situaciones, Solucionar problemas de diferente índole, Actuar de manera ética y socialmente responsable, Conformar equipos de trabajo competitivos y Ser un líder generador de cambio. Se destaca de esta promoción que el 100% de los egresados de la Maestría cumplió con los objetivos y expectativas de formación, lo cual evidencia la calidad del programa y redundante en los resultados actuales en términos de acreditación en postgrado.

Promoción 2004: Se debe mencionar que a nivel de Impacto profesional, los egresados de la promoción 2004 indican que se encuentran completamente satisfechos con la formación avanzada recibida debido. Se destaca de manera positiva que la totalidad de los egresados de esta cohorte indican que se encuentran muy satisfechos con el cumplimiento de sus expectativas de formación integral, la adquisición de nuevos conocimientos, el desarrollo de habilidades, el fortalecimiento de competencias gerenciales y técnicas, el mejoramiento de su perfil ocupacional y el

mejoramiento de su perfil profesional. Es importante resaltar también que el 100% de los egresados considera que se encuentra satisfecho con respecto al incremento de sus conocimientos en las todas las áreas que profundiza la Maestría, con las habilidades desarrolladas y con las competencias implementadas y afianzadas.

Promoción 2005: A nivel de Impacto Profesional es válido mencionar que los egresados de esta promoción se encuentran completamente satisfechos con la formación avanzada recibida. Los egresados de esta promoción indican que con el MBA mejoraron sus competencias gerenciales, aspecto de gran impacto ya que esto nos indica que son egresados que lideran empresas y organizaciones con capacidades idóneas de dirección lo cual redundará en la influencia de estas empresas en el desarrollo del sector en el cual se encuentren.

Promoción 2006: En cuanto al Impacto Profesional de los egresados de la cohorte 2006, se evidencia que los egresados de esta promoción se encuentran completamente satisfechos con la formación avanzada recibida. La totalidad de los egresados encuestados considera que el MBA contribuyó al mejoramiento de sus competencias, lo cual demuestra una vez más las calidades del programa de MBA de la Universidad del Norte. Así mismo, el 100% de los egresados encuestados considera que el MBA contribuyó Desempeñarse en cargos de alta dirección, Desempeñarse en cargos ejecutivos y media dirección, Enriquecer el cargo con nuevas responsabilidades y Actuar como consultor o asesor empresarial. Un 66% de los egresados ha creado empresa, población representada por hombres entre los 36 y más de 40 años, casados con cargo a nivel directivo.

Promoción 2007: Es importante mencionar que a nivel de Impacto Profesional, se evidencia que los egresados de esta promoción se encuentran completamente satisfechos con la formación avanzada recibida. El 100% de los egresados encuestados considera que el MBA fortaleció sus habilidades académicas así como el fortalecimiento de su perfil profesional. La totalidad de los egresados considera que Maestría cumplió con los objetivos y expectativas de formación.

Promoción 2008: En cuanto al impacto profesional de la formación en MBA, es importante mencionar que como aspectos positivos se destaca que el total de los egresados de esta promoción se encuentran completamente satisfechos con la formación avanzada recibida. Por su parte, para la totalidad de los egresados de la muestra, el MBA favoreció el cumplimiento de expectativas de formación integral, la adquisición de nuevos conocimientos, desarrollo de habilidades, al fortalecimiento de competencias gerenciales y técnicas, al mejoramiento del perfil ocupacional, al mejoramiento del perfil profesional, pero no les incrementó conocimientos en las áreas de responsabilidad social, operaciones logísticas y emprendimiento.

Promoción 2009: En cuanto al impacto profesional de la formación en MBA, es importante mencionar que el 88% de la muestra indican que se encuentran completamente satisfechos con la formación recibida en el MBA. Para el total de los egresados de la muestra el MBA incrementó su conocimiento en las áreas de mercadeo, organizaciones, gestión humana, responsabilidad social, estrategias y competitividad, pero el 12% en no les incrementó su conocimiento en las áreas de emprendimiento, 25% en las áreas financiera, operaciones y logística. Para el total de los egresados de la muestra, el MBA fortaleció el desarrollo de las capacidades de investigación, análisis, síntesis, abstracción, crítica, autocrítica, planeación, organización, dirección.

Promoción 2010: En cuanto al impacto profesional de la formación en MBA, es importante mencionar que como aspectos positivos se destaca que el total de los egresados de esta promoción se encuentran completamente satisfechos con la formación avanzada recibida. Por su parte, para la totalidad de los egresados de la muestra, el MBA favoreció el cumplimiento de expectativas de formación integral, la adquisición de nuevos conocimientos, desarrollo de habilidades, al fortalecimiento de competencias gerenciales y técnicas, al mejoramiento del perfil ocupacional, al mejoramiento del perfil profesional, pero no les incrementó conocimientos en las áreas de responsabilidad social, operaciones logísticas y emprendimiento.

Promoción 2011: En cuanto al impacto profesional de la formación en MBA, el 92 % de los egresados de la muestra se encuentran satisfechos con la formación avanzada recibida, en cuanto al cumplimiento de expectativas de formación integral y el mejoramiento del perfil profesional y ocupacional. El 75% de los egresados les incrementó su conocimiento en las áreas de responsabilidad social, Estrategias y Competitividad, el 83% incrementó su conocimiento en el área de Gestión Humana y el 90% incrementó su conocimiento en las áreas de mercadeo, operaciones y logística.

Promoción 2012: En cuanto al impacto profesional de la formación en MBA, es importante mencionar que como aspectos positivos se destaca que el total de los egresados de esta promoción se encuentran completamente satisfechos con la formación avanzada recibida. Por su parte, para la totalidad de los egresados de la muestra, el MBA favoreció el cumplimiento de expectativas de formación integral, la adquisición de nuevos conocimientos, desarrollo de habilidades, al fortalecimiento de competencias gerenciales y técnicas. Para el total de los egresados de la muestra el MBA incrementó su conocimiento en las áreas de mercadeo, organizaciones, gestión humana, responsabilidad social, estrategias y competitividad,

Promoción 2013: En cuanto al impacto profesional de la formación en MBA, es importante mencionar que como aspectos positivos se destaca que el total de los egresados de esta promoción se encuentran completamente satisfechos con la formación avanzada recibida. Por su parte, para la totalidad de los egresados de la muestra, el MBA favoreció el cumplimiento de expectativas de formación integral, la adquisición de nuevos conocimientos, desarrollo de habilidades, al fortalecimiento de competencias gerenciales y técnicas, al mejoramiento del perfil ocupacional, al mejoramiento del perfil profesional, pero no les incrementó conocimientos en las áreas de responsabilidad social, operaciones logísticas y emprendimiento. Para el total de los egresados de la muestra, el MBA fortaleció el desarrollo de las capacidades de investigación, análisis, síntesis, abstracción, crítica, autocrítica, planeación, organización, dirección.

Promoción 2014: En cuanto al impacto profesional de la formación en MBA, el 90 % de los egresados de la muestra se encuentran satisfechos con la formación avanzada recibida, en cuanto al cumplimiento de expectativas de formación integral y el mejoramiento del perfil profesional y ocupacional. Para la mayoría de los egresados de la muestra el MBA incrementó su conocimiento en el área de organizaciones, gestión humana, responsabilidad social, estrategias y competitividad, con un menor nivel de satisfacción, el 66 % de los egresados consideran estar de acuerdo con que incrementó su conocimiento en el área de Operaciones y logística. Para el total de los egresados

de la muestra, el MBA fortaleció el desarrollo de las capacidades de investigación, análisis, síntesis, abstracción, crítica, autocrítica, planeación, organización, dirección,

Promoción 2015: En cuanto al impacto profesional de la formación en MBA, el 98 % de los egresados de la muestra se encuentran satisfechos con la formación avanzada recibida, en cuanto al cumplimiento de expectativas de formación integral y el mejoramiento del perfil profesional y ocupacional. Para la mayoría de los egresados de la muestra el MBA incrementó su conocimiento en el área de organizaciones, gestión humana, Financiera, con un menor nivel de satisfacción, el 85% de los egresados consideran que no incrementó su conocimiento en el área de Emprendimiento, Responsabilidad Social, Operaciones y logística. Para el total de los egresados de la muestra, el MBA fortaleció el desarrollo de las capacidades de investigación, análisis, síntesis, abstracción, crítica, autocrítica, planeación, organización, dirección,

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

En cuanto al impacto socio-familiar y personal se evidencia que más del 90% de los egresados encuestados consideran que el MBA contribuyó a reconocer sus debilidades, a potencializar sus fortalezas, personal, sin embargo tan solo el 70% consideran que el MBA contribuyó al mejoramiento en los niveles de ingresos.

El 79% de los egresados consideran que el MBA contribuyó al mejoramiento de la calidad de vida personal del núcleo familiar y a establecer un proyecto de vida para sus familias, mientras que tan solo el 44% consideran que El MBA no les contribuyo a consolidar lazos familiares, se infiere que esto, es debido al tiempo empleado para estudiar que los aleja de sus familias.

Realizando un análisis del impacto profesional de la formación en MBA, es importante mencionar que el 96% de la muestra indican que se encuentran satisfechos con la formación recibida en el MBA. Este favoreció en mayor proporción al mejoramiento del perfil profesional pero se debe mejorar en el Cumplimiento de sus expectativas de formación integral.

Por otro lado dentro, los encuestados consideran que el MBA incrementó de mayor manera sus conocimientos en el área de Organizaciones, seguida del área Financiera, pero como áreas a mejorar se identificó Operaciones, Logística y Emprendimiento.

Así mismo, los encuestados consideran que el MBA fortaleció de mayor manera en la capacidad de dirección, análisis, crítica y autocrítica, sin embargo consideran que se debe mejorar en cuanto al fortalecimiento del uso de las TICs y en el área “Emprendimiento e innovación. En cuanto al perfil profesional los egresados consideran que el MBA debe mejorar en la formación como emprendedor socialmente responsable, lo que conviene revisar el área de Responsabilidad Social, ya que éste juega un papel muy importante en la sociedad.

En cuanto al impacto laboral se evidencia que El 92% de los egresados encuestados del MBA consideran que las áreas de Estrategias, Competitividad y Organizaciones aportaron una mejora sustancial en su ámbito laboral, sin embargo el aporte del área de operaciones y logística se evidencia en un menor porcentaje.

Por otro lado, el 49% de los egresados de MBA no tuvieron la oportunidad de ascender en sus empresas, el 66% no les permitió cambiar de empleo, El 90% de los encuestados se encuentran satisfechos con su trabajo actual, el 79% no han podido crear su propia empresa y se evidencia que el 94% de los encuestados les gustaría pertenecer a alguna asociación de egresados de MBA

BIBLIOGRAFÍA

JARAMILLO, A., GIRALDO P., A. y ORTIZ C., J. S. (2006) Estudios sobre egresados. La experiencia de la Universidad EAFIT. Temas EAFIT, 42 (141), 111-124.

Consejo nacional de acreditación CNA. (2016). ¿Cuál es la situación actual de maestrías y doctorados en Colombia?¿Cómo se compara con los posgrados en otros países?. Colombia. Recuperado de <http://www.cna.gov.co/1741/article-187381.html>

Ministerio de Educación. (2015). Una mirada a los graduados de posgrado en Colombia: características e indicadores de mercado laboral. Bogotá, Colombia. Recuperado de http://www.mineducacion.gov.co/1759/articles-350451_recurso_12.pdf

ALVARADO, M., & PEREZ, C. (2016). Valor percibido de un producto Educativo: Caso Ingeniería Electrónica. (Tesis de Maestría). Universidad del Norte. P 17-33. Barranquilla, Colombia.

Stafford. (1994). Consumption values and the choice of marketing electives: treating students like consumers .

Sheth, J., & Newman, B. (1991). Why we buy what we buy a theory of consumption values.

Universidad del Norte. (2016). Maestría en Administración de Empresas. Barranquilla, Colombia. Recuperado de <http://www.uninorte.edu.co/web/maestria-en-administracion-de-empresas-m.b.a.-ejecutiva>

Documento “Maestría en Administración de Empresas” proporcionado por la Escuela de Negocios de la Universidad del Norte