



ESCUELAS DE POSTGRADO

UN VIAJE HACIA LA PERSONALIZACIÓN DE LA OFERTA

Las escuelas de postgrado profundizarán la modularidad de sus programas en el 2023 para atender a ejecutivos que buscan, más que nunca, poder elegir cómo, cuándo y dónde estudiar.

POR MARISOL ALVARADO B.

La oferta de educación continua y programas de postgrado avanza hacia una personalización en el Perú. Los programas flexibles y especializados siguen creciendo y la colaboración con universidades extranjeras empieza a abrir nuevas oportunidades para garantizar la calidad de la formación, incluso a distancia.

OFERTA IDEAL

Las universidades están adaptando su oferta con rapidez para satisfacer a un mercado que, en gran medida, no desea volver al esquema tradicional. "El 60% de los alumnos prefiere estudiar bajo dicha modalidad. Del 40% restante, un 20% elige programas 100% virtuales", revela Ricardo Pino, director académico de la Escuela de Postgrado de la UPC.

Centrum PUCP, por ejemplo, ha lanzado 119 programas en los últimos cuatro años, que incluyen MBA, Executive MBA, maestrías especializadas, entre otros; todos ellos en la modalidad semipresencial y a distancia. "Hemos tenido un crecimiento del 100% con relación al 2019", señala Sandro Sánchez, director de maestrías de dicha escuela.

En el caso de Pacífico Business School, la oferta virtual de programas es del 75%, según revela Giuliana Leguía, directora de Pacífico Business School (PBS). Aunque la preferencia de los estudiantes se concentra en la virtualidad, el contacto cara a cara sigue siendo valorado por los estudiantes de alta dirección y maestrías. Y es que, hoy, los ejecutivos buscan poder elegir.

Las casas de estudio responden a dicha demanda con programas donde resulta clave que su duración sea corta y, su flexibilidad, amplia. "El consumidor arrastra hábitos adquiridos durante la pandemia. El formato semipresencial aún será visto como una gran opción", anticipa José Luis Wakabayashi, director comercial de ESAN Graduate School of Business.

La amplia variedad de necesidades, además, impulsa a las escuelas de postgrado a ofrecer programas con cada vez mayores especificidad. "Tenemos alumnos de MBA que llevan cursos cortos [como complemento]", explica Sánchez. Actualmente, los programas de finanzas, e-commerce, marketing digital y liderazgo son los más demandados en Centrum.

Las maestrías siguen la mis-



ma tendencia. Prueba de ello es que la UPC lanzó una maestría en estadística aplicada, como respuesta a la demanda por formación en análisis de datos, según Pino. En la misma línea, PBS ofrece un MBA en *business analytics*, desarrollado en alianza con el Instituto Tecnológico de Massachusetts (MIT).

Aunque la incertidumbre política podría dilatar las decisiones de potenciales estudiantes de maestrías, esta podría favorecer, a la vez, un incremento en la demanda de cursos especializados. “Si la demanda por maestrías disminuye [este año], la de cursos cortos se incrementará”, anticipa Pino. Una tendencia que seguirá en aumento.

FUTURO INTERNACIONAL

La colaboración entre universidades, profesores y estudiantes de todo el mundo es otro pilar de la personalización postpandémica.

La UPC, por ejemplo, ofrece el programa ‘COIL’ (Collaborative Online International Learning). A través de este, un profesor de *data science* extranjero puede dictar una clase de estadística aplicada a estudiantes en el Perú, mientras el docente peruano hace lo mismo con los alumnos de la universidad foránea.

Los estudiantes de ambas instituciones pueden formar equipos y realizar trabajos juntos. “No hay un costo asociado, solo



SI LA DEMANDA POR MAESTRÍAS DISMINUYE [EN EL 2023], LA DE CURSOS CORTOS SE INCREMENTARÁ”

beneficios. Es de mucho valor para profesores, estudiantes y universidades”, subraya Pino. Centrum, PBS y ESAN también

han fortalecido sus alianzas con universidades extranjeras para atender a estudiantes con exigencias crecientes.

Así, la oferta educativa de las escuelas de postgrado continuará durante este y los próximos años con su viaje de personalización, a través de una oferta cada vez más modular. Ello a fin de formar a ejecutivos cuyo mercado laboral les demanda capacitarse cada vez más rápido y en habilidades cada vez más específicas, como las de innovación, transformación digital o sostenibilidad. ■

