

Formación y Empleo

Predicar con el ejemplo

Las escuelas de negocios proponen soluciones para formar a los ejecutivos de empresas cada vez más internacionales

FERNANDO BARCIELA

Las escuelas de negocios españolas, dedicadas a enseñar cómo tener éxito en el mundo de los negocios, se están beneficiando de sus propias recetas. El sector español de la formación empresarial, en el que hay algunas de las mejores *business schools* del mundo (según los principales *rankings*), bulle estos días de ideas y proyectos enfocados a mejorar aún más sus ratios de excelencia y hacer frente a una demanda imparable.

Puesto en marcha hace algunas décadas, bajo el modelo de la Harvard Business School, para contribuir a la profesionalización de unas cúpulas ejecutivas, entonces bisoñas, el sector multiplica estos días su oferta y soluciones en respuesta a la imparable internacionalización y complejidad de la empresa española. Tanto que se espera que el crecimiento del sector en los próximos años, en las escuelas de más soleras (IESE, EADA, IE Business School, ESADE o ESIC) o en las más modestas, venga sobre todo de los formatos de educación *customizada e in company* —cursos concebidos para satisfacer las necesidades concretas del mundo empresarial— y los emergentes MBA globales y másteres especializados.

“Donde más crecimiento vemos”, explica Jaume Hugas, director de *executive education* de ESADE, “es justamente en la enseñanza *customizada* donde se observa un repunte espectacular, a pesar de sufrir un poco con la crisis por las restricciones de gasto de las compañías”. En ESADE, que, igual que las demás grandes escuelas de nuestro país, trabaja indistintamente para compañías de España o del exterior, subrayan que “el crecimiento de este segmento está garantizado, ya que las empresas españolas, especialmente las del Ibex 35, no tienen nada que envidiar en este tema a sus homólogas alemanas, francesas o americanas”. El interés de las empresas españolas por la formación ejecutiva ha ido en aumento. Muchas, sobre todo las del Ibex, han creado universidades corporativas, que funcionan en parte mediante acuerdos con *business schools*. “En algunos de los cursos que se imparten para empresas, el 25% de los profesores son altos directivos de la compañía”, explica Hugas.

La formación *customizada* se ha convertido en un tipo de enseñanza muy exigente, que busca ayudar a las compañías a solventar problemas concretos, lo que obliga a las escuelas a introducir modelos de formación más y más innovadores. “Las escuelas de negocios estamos entrando con fuerza en la operativa de la empresa, hasta el punto de que los profesores trabajan con números y ejemplos de la propia compañía que nos contrata”, pun-

tualiza Hugas. La implicación con el cliente es tan fuerte, que la retribución en algunos programas va en función de las mejoras operativas que logra la empresa después de recibir el curso.

Las cifras no dejan lugar a dudas sobre la importancia de este nuevo segmento. El IEB (Instituto de Estudios Bursátiles), con 1.200 alumnos en los distintos MBA y másteres de formación abierta, da servicio a 10.000 alumnos al año en los cursos de formación *in company*, los que se desarrollan en los locales de la empresa que contrata sus servicios. La importancia de esta línea de actividad es tal, que en se ha convertido en la primea fuente de ingresos de algunas escuelas. IDE-CESEM, un centro pequeño, se dirigen a la formación *customizada* para organismos o entidades. “Tenemos dos MBA ejecutivos para profesionales en ejercicio”, explica Javier Zardoya, su director general, “que damos en colaboración con dos entidades, el Instituto Tecnológico de Castilla y León (desde hace 10 años) y la Cámara de Comercio de Navarra (desde hace cuatro).

Nuevos ciclos de expansión

La mayoría de los centros de formación de negocios están en excelentes condiciones para afrontar un nuevo ciclo de expansión y rebosan de proyectos para crecer; nuevos ‘campus’, más oferta educativa, nuevos servicios... Un ejemplo entre muchos es el de IE Business School, con unos 2.000 alumnos en total (1.500 hace cinco años).

“Tenemos en proyecto inaugurar el año que viene un nuevo campus en Arturo Soria, que se añadiría al actual de María de Molina, que se nos ha quedado pequeño. Mientras que el actual se reservará para programas de formación ejecutiva, el nuevo tendrá un uso más amplio. Lo hacemos para crecer un poco porque estamos al tope de capacidad”, apunta David Bach, su decano de programas.

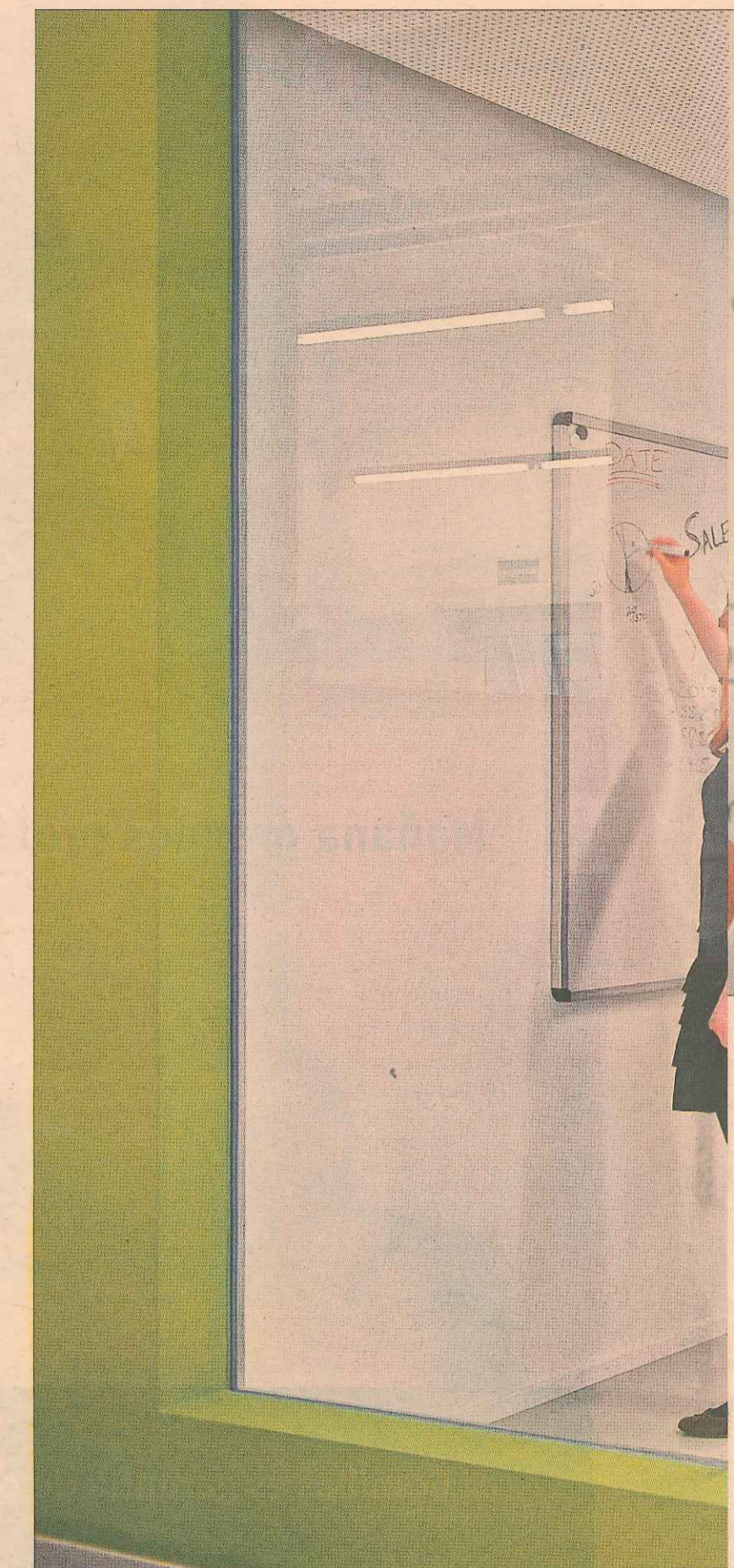
No sería la primera ampliación de IE Business School producto del éxito de los últimos años. “En 2007 compramos una universidad en Segovia, que utilizamos para formación de grado y también para programas para ejecutivos. Está en un monasterio del siglo XII, un sitio precioso y tranquilo, ideal para cursos de fin de semana”, puntualiza Bach. ■

Pero quizá la escuela que más lejos haya ido en la formación para empresas es IESE, que no solo presta servicios de este tipo desde España, sino que lo hace desde su campus de Nueva York, inaugurado hace dos años. “Utilizamos esa plataforma, entre otros objetivos, para dar servicio a compañías americanas”, informa Javier Muñoz, director de admisiones de MBA de la escuela. De momento, IESE, que da también formación a empresas en Brasil, Polonia o Alemania, estudia la posibilidad de abrir más campus en el extranjero.

La apuesta por las empresas no significa que el sector vaya a descuidar la formación abierta, en la que destacan los MBA y másteres *full time* para profesionales veteranos pero en *excedencia*. La demanda de estos cursos no para de crecer y ha resistido la crisis incluso mejor que la formación *customizada*. “Mientras las empresas tratan de ahorrar en educación durante los tiempos de vacas flacas, los licenciados y profesionales hacen todo lo contrario. Ante la dureza del entorno, buscan mejorar su capacitación”, apunta Álvaro Rico, coordinador académico de IEB. De resultados de esa mayor demanda en formación abierta, el sector apenas ha sentido la crisis entre 2008 y 2010. El año pasado, IESE registró el mayor aumento de solicitudes de su historia para el MBA, 2.095. Igual pasó en otros centros. “Hemos tenido un aumento de las solicitudes en los últimos tres años del orden del 20%, que ahora empieza a estabilizarse”, asegura David Bach, decano de programas de IE Business School.

Tan fuerte viene siendo esta demanda que ha acabado por generar la aparición de decenas de nuevas escuelas de negocios, a lo que habría que sumar la entrada en el sector de las propias universidades. Ramón Aragón, director de relaciones externas de ESCP-Europe, una escuela de negocios con sede en Francia y campus en cinco países del continente, explica “que esta situación se ha visto impulsada por el hecho de que Bolonia haya reducido las licenciaturas de cinco a cuatro años, reduciendo los ingresos, lo que intentan contrarrestar ofreciendo más másteres para que sus alumnos continúen ahí”.

Esta irrupción no parece preocupar excesivamente a las *business schools*. “Lo tienen fácil para vender el posgrado y crecer en alumnos”, razona Rico, de IEB. El problema para él es el concepto. El éxito de las escuelas de negocios es que los profesores no vienen de la Universidad, sino que son profesionales de empresa que dan unas horas de clase. En IEB tenemos 450 profesores, de los que el 99% se encuentran en el mundo profesional. Nuestros másteres tienen que ser prácticos. De otro modo, no tendrían utilidad”.



Hay más de 100 escuelas en España que ofrecen unos 300 MBA

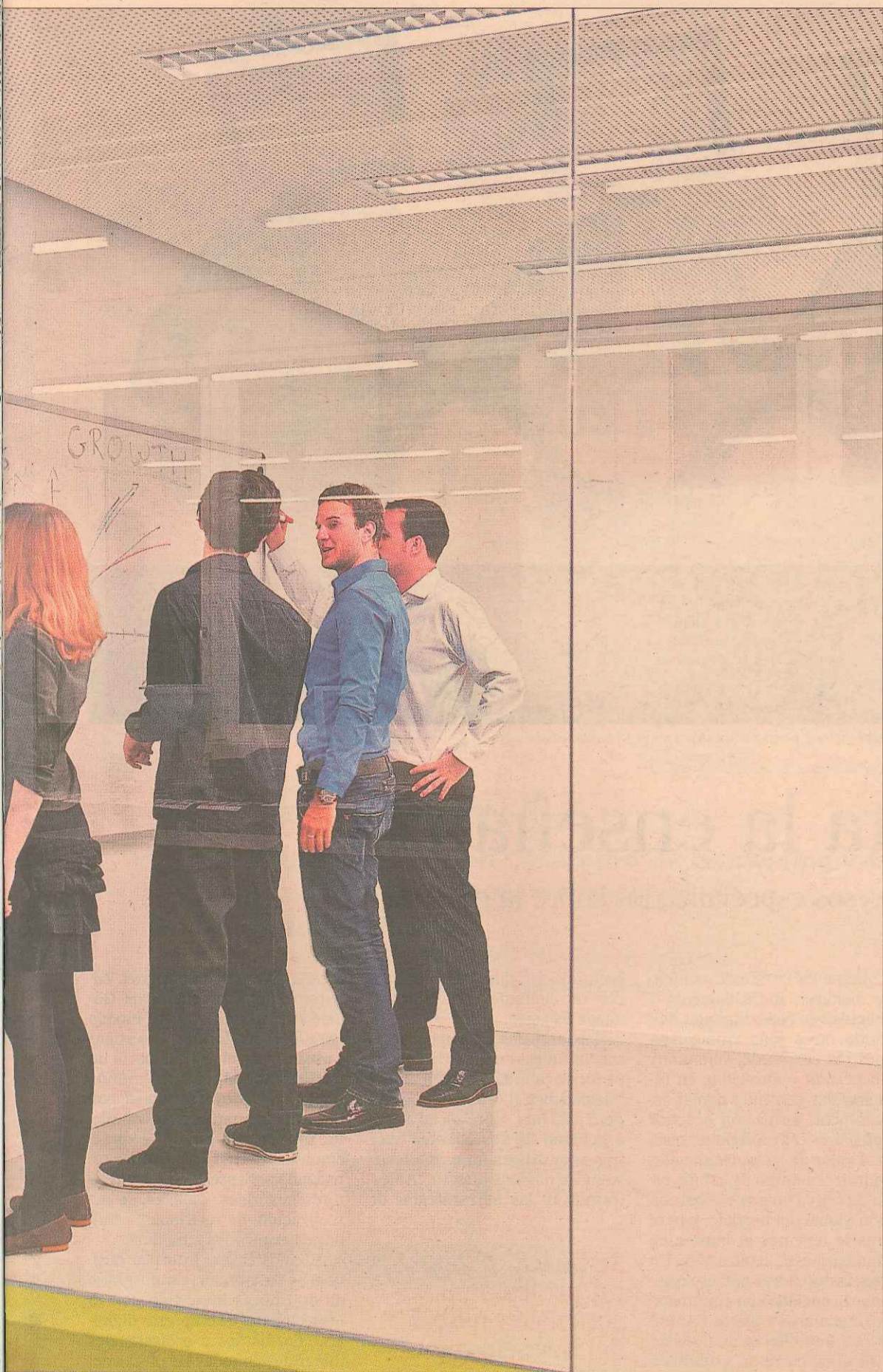
El mayor crecimiento vendrá de la formación 'in company'

Más preocupación causa la proliferación de *business schools* privadas. Zardoya, de IDE-CESEM, cree que “el sector se ha inflado tanto que hay más de cien escuelas, que ofrecen más de 300 MBA. Con precios tan bajos que no garantizan ni la calidad ni su supervivencia. Es inevi-

table que muchas acaben desapareciendo”. Bach, de IE, opina que “esta oferta de formación sin calidad, de cursos que llaman MBA pero sin credibilidad, es preocupante”. No tanto, en su opinión, por el daño que causen al sector como porque llevan a muchos a gastarse el dinero en una formación que no le sirve para nada. Es tirar el dinero a la calle”.

Bach considera que una escuela de negocios solvente no es algo que se improvise. Además de ofrecer formación de nivel, con los mejores métodos y profesionales de empresa más válidos, estos centros han de facilitar a sus alumnos servicios considerados esenciales. “Te están pagando también el *networking*, los servicios de empleo, las prácticas en grandes empresas y muchas otras cosas, que

Formación y Empleo



La crisis hace aumentar la demanda de cursos. / LES AND DAVE JACOBS

es lo que justifica el precio", indica. Por no hablar de la financiación. Teniendo en cuenta el alto coste de muchos MBA y másteres, las escuelas han tratado de conseguir acuerdos con bancos para que faciliten préstamos a sus alumnos. Solo los mejores lo acaban consiguiendo. Es el caso de IESE, que tiene un acuerdo con el banco Sabadell mediante el cual todo alumno admitido tiene derecho automático a financiación, con un plazo de carencia hasta seis meses después de finalizar el curso y a devolver en seis años.

La marca, las acreditaciones expedidas por alguna de las tres entidades internacionales facultadas para ello y su posición en los rankings internacionales, es lo que acentúa cada vez más la

Las escuelas más importantes solo permiten la entrada de los mejores

El negocio de las grandes se basa más en precio que en volumen de alumnos

diferencia. Sobre todo para las grandes escuelas de negocios españolas, que compiten a escala internacional, no ya entre sí. En IE Business School, apenas el 7% de los alumnos en formación abierta (MBA) son españoles. Y en ESADE no superan el 20%. Esto supone una fuerte presión para las escuelas de más prestigio, que viven sus posiciones en los rankings de manera casi obsesiva.

La demanda de la escuela por el alumnado internacional y su prestigio entre los empleadores, que es lo que determina su precio, dependen de ocupar los primeros puestos en las clasificaciones internacionales. Lo curioso es que ello depende a su vez de la calidad de los alumnos: a mayor nivel de estos, me-

jores resultados, más prestigio para la escuela y mejor posición. "En el ranking del *Financial Times*, que es el de referencia", explica Nuria Guilera, directora de marketing de MBA de ESADE, "el 60% de la valoración se basa en una encuesta realizada a los antiguos alumnos sobre su progresión profesional e internacional".

Esto obliga a las grandes escuelas a permitir solo la entrada de los mejores. "Si relajáramos la admisión y dejáramos entrar a alumnos menos cualificados, con peores perspectivas profesionales, caeríamos en los rankings", razona Guilera. Esto convierte a las escuelas de negocios de más solera en un grupo muy curioso, en el que las empresas integrantes se autolimitan su capacidad de absorción para no dañar los ratios de excelencia. De no ser por ello, de hecho, podrían crecer casi sin límites y multiplicar su alumnado por tres o cuatro. "Tenemos 180 alumnos en el MBA y el año pasado recibimos más de 600 solicitudes; solo entra uno de cada tres o cuatro solicitantes. Buscamos talento, el objetivo es tener los mejores", explica Guilera. La ratio es incluso más alta en el caso de IES, que el año pasado recibió en su MBA más de siete solicitudes por plaza disponible.

Pese a eso, algunas han ido tanteando con prudencia en el sentido de ampliar las admisiones. ESADE es una de ellas. "Hasta 2008 teníamos 150 alumnos en el MBA, que aumentamos hasta 180, pero no pensamos incrementar esa cifra, al menos en el medio plazo, básicamente porque ello reduciría el nivel", dicen ahí. También IESE, en vista de la estratosférica subida de solicitudes, se ha decantado por un ligero y prudente incremento del número de alumnos. Ha añadido una nueva clase de MBA a las tres que tenía hasta el año pasado, 215 alumnos, con lo que hora está admitiendo a unos 280. Se trata de incrementos muy suaves, que, esperan, no reducirán el nivel, la posición en los grandes rankings y, por ende, la sostenibilidad de su modelo de negocio, que habrá de basarse más en precio que en volumen. Todo lo cual explica que las mejores no están al alcance de todos. ■

Estés donde estés...

UNED

XXII EDICIÓN 2011

Del 20 de junio al 5 de octubre
www.uned.es/cursos-verano

CURSOS DE VERANO

Participa. Cuéntanos tu experiencia en www.sindistancia.es

