



oportunidades DE NEGOCIO

Sección coordinada por Rafael Galán

CENTROS DE FORMACIÓN VINCULADOS A AGENCIAS DE COMUNICACIÓN, PREPARACIÓN PARA EL EXAMEN GMAT...

A las escuelas le salen nichos

Las solicitudes de ingreso en escuelas de negocio han crecido un 30% este curso y se prevé un nuevo incremento para el próximo. Muchos profesionales se ponen *en barbecho* para ganar puntos en el mercado.

Si hacemos caso a la encuesta que cada año realiza la GMAC, una organización educativa internacional no lucrativa de escuelas de negocios de medio mundo, el porcentaje de empresas de la Unión Europea que planea contratar a MBA recién graduados es más alto este año en comparación con 2009 (aunque el número de nuevas contrataciones por compañía se reducirá ligeramente). Concretamente el 44% de los encuestados asegura que prevé contratar a nuevos graduados de MBA en 2010 frente al 36% en 2009. ¿Qué lectura hacemos de estos datos? Se contrata menos y se busca una mayor formación.

Más datos. Los programas de marketing y comunicación suponen un 30% de las matriculas de las escuelas de negocio españolas (seguidos por ciencias sociales y jurídicas, arquitectura e ingeniería, RR HH, banca y finanzas y el área biosanitaria), según el informe *Perfil del demandante de un posgrado*, que elabora Círculo Formación. Son, junto con los MBA, los contenidos más demandados.

El mercado coincide con estos datos. "En lo que se refiere a los perfiles más demandados por las empresas, los puestos co-

merciales y de comunicación y marketing continúan entre los primeros puestos, independientemente del sector", comenta el responsable de selección de una escuela de negocios española.

ESCUELA DE COMUNICACIÓN

Aunque hay emprendedores que han lanzado al mercado este año nuevas escuelas de negocio generalistas (como la IEBS, enfocada a emprendedores desde un modelo, explican, *low cost*), creemos que, sin embargo, donde puede haber oportunidades de negocio

es en la apuesta por nichos y en la vinculación de las nuevas escuelas a empresas de referencia de un sector. La idea que te sugerimos es que una o varias empresas de referencia en el sector de la comunicación desarrollen una escuela propia como cantera para nutrir sus necesidades presentes y futuras, y, de paso, contar con una línea de negocio paralela. La comunicación es, indudablemente, un sector con alta rotación.

Está claro que es difícil quitar cuota de mercado a las escuelas (el 51% del mercado está en manos de cinco instituciones, y el resto está muy fragmentado) luchando con sus mismas armas, y que hacerlo en precio tampoco es

Un 44% de las empresas de la UE contratará profesionales con MBA



La preparación del GMAT, según los expertos, lleva entre tres y seis meses.

CAZA DE TENDENCIAS

LOTERÍA INTERNACIONAL EN ESPAÑOL

Ya te vamos conociendo un poco y sabemos que, como nosotros, todas las semanas echas la Primitiva. Venga, confiesa, *ladrón*. Pues bien, una empresa española está más que dispuesta a ampliar tus (¿nuestras?) miras: el límite es el dinero que te quieras gastar, porque

pone a tu disposición sorteos de todo el mundo: se trata de *Loto-mundo.com*. ¿Sabías que la Superenalotto italiana, por ejemplo, reparte premios millonarios hasta tres veces por semana, martes, jueves y sábados? ¿O que en Estados Unidos dos grandes sorteos han llegado a repartir más de 300 millones de dólares?

Desde la web, el usuario rellena su jugada o pedir una jugada automática y aleatoria.

'VENDING' DE ORO... EN CASINOS

Al principio pensamos: ¡lo que faltaba! Y luego nos lo pensamos mejor y nos autosugestionamos: bien ejecutado, no es mala idea... si se le da una vuelta de tuerca. La firma surcoreana

Hon Group, dedicada al comercio y exportación de joyería y alta bisutería, ha lanzado una expendedora de lingotes de oro 24 kilates, aprovechando la celebración de una feria en Las Vegas. Como curiosidad, la máquina ofrece un servicio de envío para aquellos que quieran regalar un lingote (es mucho imaginar que haya

alguien tan generoso, pero puesto que ellos conocen el sector del lujo al dedillo, vamos a aceptar lingote como animal de compañía. El usuario detalla la dirección del afortunado, que recibirá el dorado presente en uno o dos días, acompañada de una tarjeta de felicitación. Nosotros no terminamos de ver el *vending* de lingotes en casinos,



... Y HABILIDADES DIRECTIVAS JUNIOR

Hablando de preparación, se nos ocurre también que puede haber negocio en una escuela de negocios junior (o de programas junior dentro de las actuales escuelas), para jóvenes que mientras cursan estudios de Económicas o Dirección de Empresas quieran recibir desde el principio de su carrera académica la formación de una escuela de negocios. Así cuando acaben la carrera no

tendrán que perder el tiempo cursando un MBA. Lo llevarán ya de serie. Tendría los mismos contenidos, les ayudaría a desarrollar ideas de negocio desde su entrada en la universidad y, además, tendrían tiempo suficiente para tejer una red de *networking* mucho mayor. La idea sería buscar negocios similares fuera de España y tejer también alianzas con ellos.



Las edades de los MBA al uso se encuentran entre 27 y 38 años, con experiencia laboral.

Los programas de comunicación y marketing copan ahora mismo el 30% de las matrículas

el camino. No se trata de entrar a competir con su misma propuesta de valor. ¿Dónde está el hueco? "En los programas clásicos de comunicación de las escuelas de negocio hay poca agencia... y lo cierto es que se echa en falta", apunta la directora de una agencia de comunicación española.

Esta propuesta se tendría que plantear con vocación internacional, al igual que los máster que desarrollan grupos periodísticos como Prisa, sólo que vinculado

a una agencia de comunicación. La idea la hemos encontrado en el Reino Unido, donde se ha puesto en marcha la School Communication Arts (*Schoolcommunicationarts.com*). Varias agencias como Ogilvy o McCann Erickson se han unido para crear una cantera de creativos de marketing y expertos en comunicación.

Nosotros nos quedamos con la última parte: la comunicación. Se trata de cursos de 16 meses, que proponen 12 meses de prácticas

y que tienen un precio *low cost*: 4.000 euros, frente a los 30.000 de un máster al uso.

PREPARACIÓN DEL GMAT

Otra idea. Algunas escuelas de negocio estudian exigir el GMAT, un examen de referencia internacional, como prueba de acceso obligatoria a partir del curso 2011/2012. Te sugerimos que pongas en marcha una escuela de formación que ayude con la preparación del examen *offline*, por qué no, también *on line*. ¿Es importante el GMAT? Este examen lo abordan anualmente en más de 90 países unos 265.000 aspirantes a un MBA (y cuesta 250 euros presentarse).

ESTUDIO DE MERCADO

Orientación hacia cursos específicos. Según la consultora DBK, las escuelas de negocios facturaron en 2009 en nuestro país 575 millones de euros, un 4,5% más que en 2008. Aunque todavía no hay datos de 2010, este informe apunta que a pesar de que hayan crecido las solicitudes de ingreso, "se prevé una caída de la facturación, en

Cinco escuelas de negocio copan el

51%

FUENTE: DBK

un contexto de retroceso de la demanda empresarial y de mayor orientación de la demanda de particulares hacia cursos específicos". ¿Encajaría ahí una escuela de la comunicación...?

Oportunidad estudiantes extranjeros. Entre el 70% y el 90% de los alumnos de las escuelas son extranjeros. En escuelas como el Instituto

¿Cuánto dinero factura el sector?

575

FUENTE: DBK

de Empresa, el número de alumnos locales asciende únicamente al 5% del total. IESE y Esade cuentan con un 20%.

pero sí el de joyas o el de bisutería en centros comerciales. ¿Tú cómo lo ves?

TU TIENDA 'ON LINE', POR FIN, EN FACEBOOK

Ya se le va viendo, poco a poco el modelo de negocio a las redes sociales. En el último mes nos hemos encontrado con dos ideas de negocio bastante

similares, *Payment.com* y *Beeshopy.com*. Se trata de dos servicios que permiten integrar una tienda *on line* ya existente dentro de Facebook, permitiendo mostrar los productos de forma que los usuarios de esta red puedan ya no sólo comentarlos y/o compartirlos, sino lo que más interesa... ¡¡¡comprarlos!!!

APROVECHAR A LOS EXPATRIADOS PARA VENDER UN PAÍS

Si lees habitualmente esta sección, ya sabrás que tenemos una especial predilección por ideas de negocio vinculadas a profesionales expatriados en otros países. Nos hemos encontrado con una curiosa fórmula de promoción turística en Nueva Zelanda: ¿quién

va a vender mejor a potenciales turistas las bondades de un país que el amigo o familiar que está trabajando en él? Venga, reconócelo, ¿a qué te dan ganas de viajar cada vez que ves *Extremeños* o *Andaluces por el Mundo*? Pues esa es la idea. Para ello, el Gobierno neozelandés ha lanzado la página web www.passiton.co.nz

'BABYSITTERS' CON IDIOMAS

Hace un tiempo os propusimos la posibilidad de poner en marcha una agencia-red de canguros con conocimientos en algún arte (teatro, pintura, música)... y se nos pasó por alto que también supieran idiomas. Es una forma de matar dos pájaros de un tiro. La idea es francesa *Baby-speaking.fr*.