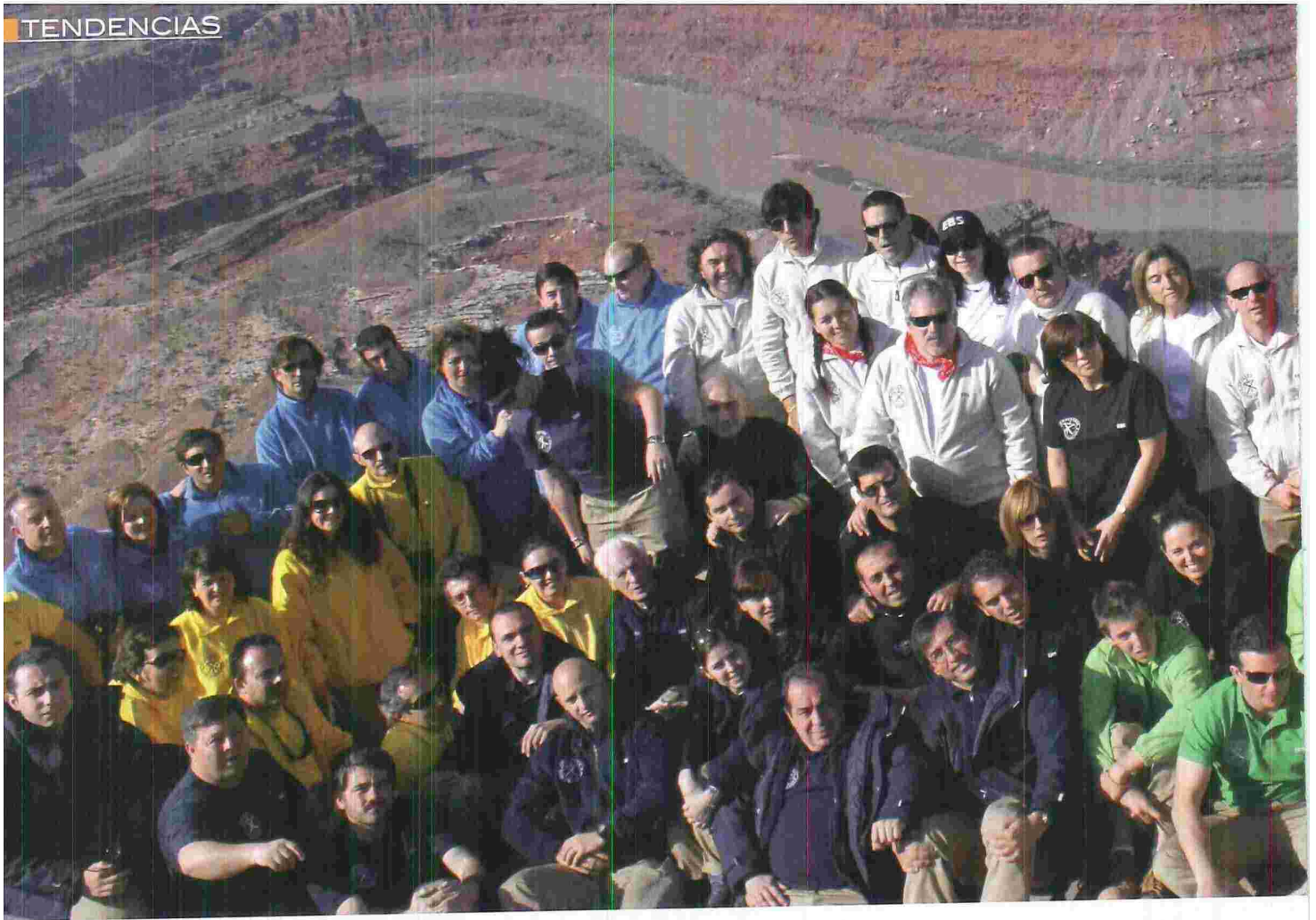




TENDENCIAS

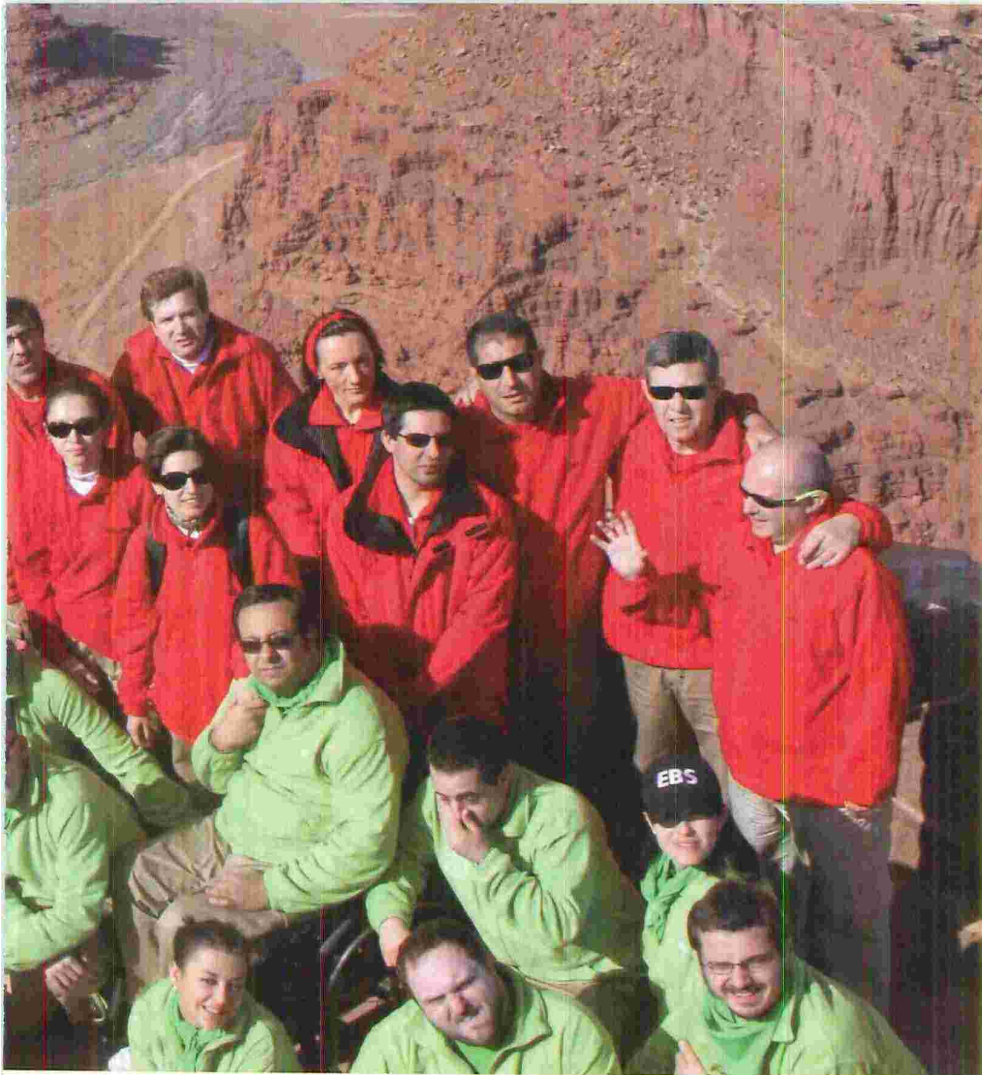


## ¿Y si abrimos una business school?

FRENTE A LOS DESPIDOS MASIVOS, Y EL CIERRE DE EMPRESAS, HAY UN SECTOR QUE NO PARA DE CRECER DESDE QUE COMENZÓ LA CRISIS: LAS ESCUELAS DE NEGOCIOS. Y LAS PERSPECTIVAS SIGUEN SIENDO BUENAS, YA QUE EN EL HORIZONTE SE ATISBAN NUEVAS APERTURAS.

VALENTÍN BUSTOS

**E**l Cañón del Colorado, la Toscana, o el Parque Nacional de Monfragüe. ¿Qué tienen en común? Aparte de su belleza paisajística, nada. ¿Y si alguien le dijera que sirven para dar clases a directivos y empresarios? Su respuesta sería del tipo: “¡Qué locura!”. Pues así es. Y todo gracias a una escuela de negocios nacida en marzo de 2008 a iniciativa de un grupo de empresarios y con el apoyo de la Junta y la Universidad de Extremadura. Su nombre: Extremadura Business School (EBS). “Tenemos una serie de actividades fuera de las aulas que tratan de dar una visión diferente de la gestión”, afirma Carlos Ongallo, su director. Por eso, y para que sus alumnos aprendieran a tomar decisiones extremas y a negociar, se los llevaron al Parque Nacional de Monfragüe con miembros de los



servicios secretos israelíes. Y si hay que desarrollar el trabajo en equipo en condiciones de soledad, pues nada mejor que el Cañón del Colorado. ¿Su próximo destino? Para octubre de 2011, y con el fin de gestionar un fenómeno como la incertidumbre, han elegido la bella región italiana con capital en Florencia. ¡Y ya tienen más de 200 inscritos! “La experiencia de nuestros alumnos es de altísima satisfacción”, dice orgulloso su director.

**MÁS DE MIL ALUMNOS**, empresarios y directivos con al menos cinco años de experiencia (no solo de Extremadura), son los que han pasado por los cursos, programas de formación, y programas de fidelización y continuidad de EBS en su año y medio de vida. Una escuela de formación directa, no de postgrado, que surgió

para que los empresarios de la región no tuvieran que recorrer largas distancias si querían desarrollar nuevos conocimientos, y cuyo profesorado lo integran 80 personas (60 españoles y 20 estadounidenses). “Todos tienen el título de doctor y experiencia empresarial, pero no son docentes en estado puro. Porque no queremos teóricos, pero tampoco personas que no sepan sistematizar un pensamiento”, puntualiza su director. El precio por programa, de unas 100 horas, oscila entre los 2.500 y los 4.000 euros, y ya tienen convenios con 14 universidades de todo el mundo.

Pero EBS no es una gota en medio del desierto. Porque, con la crisis, han aparecido nuevas escuelas de negocios. Algunas se dirigen a directivos, otras a emprendedores... Las hay con aulas físicas, y las hay virtuales. En ocasiones nacen por iniciati-

#### ENRIQUECER

las clases con actividades fuera del aula es una de las señas de identidad de la Extremadura Business School. Y lo hacen en parajes acordes con la práctica a realizar, como sucedió con el Cañón del Colorado (foto de grupo), un enclave perfecto para tomar decisiones en soledad.

va de un particular, mientras que en otras el germen que las hace brotar es una universidad con años y años de experiencia a sus espaldas. “Es un mercado que tiene demanda, y aunque es un sector que no es el más rentable del mundo, puede ir bien. Por eso han proliferado en los últimos años”, apunta Juanma Roca, autor del libro *MBAs, ¿ángeles o demonios?*.

Y si la formación presencial y los directivos son la razón de ser de EBS, los emprendedores y el uso de las nuevas tecnologías y de la innovación en el aprendizaje son las señas de identidad de IEBS (*Innovation & Entrepreneurship Business School*). Octubre de 2010 fue el pistoletazo de salida de esta escuela *online* o a distancia cuyos programas se centran en los ámbitos de las finanzas, el marketing y *management* comercial, los recursos humanos y la dirección de empresas para emprendedores. “El campus virtual ofrece la posibilidad al alumno de adaptarse a su ritmo de vida, y además le ofertamos la formación *low cost*”, indica Juan Antonio de la Cruz, su director académico. ¿Qué es formación *low cost*? Se trata de un concepto por el que el alumno puede ajustar las prestaciones de la enseñanza a sus necesidades. “Sin reducir por ello su calidad”, recalca de la Cruz. ¿Cómo? Por ejemplo, si el alumno no quiere tener disponible al profesor todos los días, pues puede prescindir de sus servicios durante determinados periodos, con el consiguiente ahorro al quitarse dicho coste (los precios de los máster, programas y cursos oscilan entre los 1.000 y los 6.000 euros).

En su apuesta por la innovación y la sostenibilidad, IEBS también potencia la utilización del formato electrónico en las materias de estudio. Así, los alumnos pueden descargarse los contenidos en un libro electrónico *e-reader*, que se les entrega como parte del material de estudio. Y también ha puesto en funcionamiento unas becas académicas mediante las cuales los alumnos ▶



## TENDENCIAS

### LOS PROGRAMAS

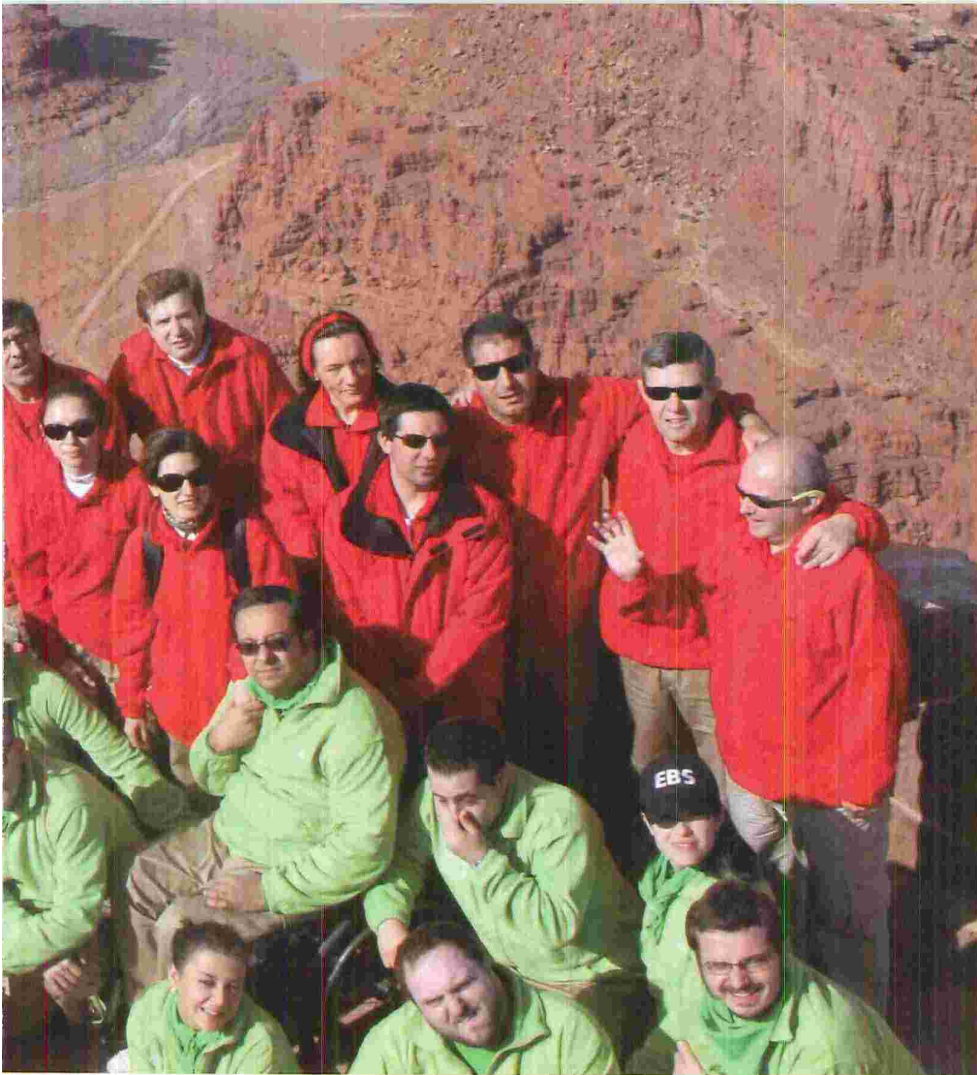
elaborados a medida para empresas e instituciones, la formación empresarial de carácter *executive*, y el postgrado empresarial conforman la oferta de la ICADE Business School, la escuela de negocios de la Universidad Pontificia Comillas.



podrán financiar sus estudios a cambio de jornadas de trabajos en empresas colaboradoras. “Y en el Máster de Dirección de Empresas hacemos un concurso de ideas emprendedoras y, si hay una muy buena, le regalamos el curso para que la desarrolle”, subraya su director académico. Con 50 profesores, y 150 alumnos (de España y Latinoamérica), sus proyectos de futuro pasan por la enseñanza en portugués, a corto plazo, y en inglés, a más largo plazo. “La innovación, el espíritu emprendedor, la ética y la sostenibilidad conforman los ejes de nuestra escuela, sobre todo ahora que el sistema tradicional se ha olvidado de los valores morales, de la ética y del esfuerzo”, expone su director académico.

Pero para emprendedor, Rafael García Gallardo, que tras una experiencia de 20 años en el área de marketing de diferentes empresas, y una década como director de Admisiones de ESIC, decidió liarse la manta a la cabeza y montar su propia escuela de negocios: Madrid School of Marketing (MSMK). “Fue en 2009, en la playa, donde desarrollé el plan de empresa”, comenta. Un año después, abrió sus puertas. “Son gente que viene de otras escuelas, son emprendedores, son valientes que están abriendo escuelas especializadas”, subraya Rafael Rodríguez-Alberola, socio director de la consultora de postgrado Círculo de Formación.

**OTRO MUNDO.** En su primer año de andadura, MSMK cuenta con 77 alumnos, de los que un 20% proceden de otros países, y 270 profesores, todos externos. Su programación consta de diez programas máster, de diez meses de duración, con 400 horas lectivas y más de 200 horas de trabajo individual y en equipo; y de quince programas *executive*, de 40 a 180 horas. ¿Su precio? Entre 9.800 y 13.500 euros. “La experiencia no tiene nada que ver con lo que hacía antes. Ser empresario es otro mundo. Está en juego tu patrimonio, tu credibilidad y, lo más duro, es enfrentarse a uno mis-



servicios secretos israelíes. Y si hay que desarrollar el trabajo en equipo en condiciones de soledad, pues nada mejor que el Cañón del Colorado. ¿Su próximo destino? Para octubre de 2011, y con el fin de gestionar un fenómeno como la incertidumbre, han elegido la bella región italiana con capital en Florencia. ¡Y ya tienen más de 200 inscritos! “La experiencia de nuestros alumnos es de altísima satisfacción”, dice orgulloso su director.

**MÁS DE MIL ALUMNOS**, empresarios y directivos con al menos cinco años de experiencia (no solo de Extremadura), son los que han pasado por los cursos, programas de formación, y programas de fidelización y continuidad de EBS en su año y medio de vida. Una escuela de formación directa, no de postgrado, que surgió

para que los empresarios de la región no tuvieran que recorrer largas distancias si querían desarrollar nuevos conocimientos, y cuyo profesorado lo integran 80 personas (60 españoles y 20 estadounidenses). “Todos tienen el título de doctor y experiencia empresarial, pero no son docentes en estado puro. Porque no queremos teóricos, pero tampoco personas que no sepan sistematizar un pensamiento”, puntualiza su director. El precio por programa, de unas 100 horas, oscila entre los 2.500 y los 4.000 euros, y ya tienen convenios con 14 universidades de todo el mundo.

Pero EBS no es una gota en medio del desierto. Porque, con la crisis, han aparecido nuevas escuelas de negocios. Algunas se dirigen a directivos, otras a emprendedores... Las hay con aulas físicas, y las hay virtuales. En ocasiones nacen por iniciati-

#### ENRIQUECER

las clases con actividades fuera del aula es una de las señas de identidad de la Extremadura Business School. Y lo hacen en parajes acordes con la práctica a realizar, como sucedió con el Cañón del Colorado (foto de grupo), un enclave perfecto para tomar decisiones en soledad.

va de un particular, mientras que en otras el germen que las hace brotar es una universidad con años y años de experiencia a sus espaldas. “Es un mercado que tiene demanda, y aunque es un sector que no es el más rentable del mundo, puede ir bien. Por eso han proliferado en los últimos años”, apunta Juanma Roca, autor del libro *MBA, ¿ángeles o demonios?*.

Y si la formación presencial y los directivos son la razón de ser de EBS, los emprendedores y el uso de las nuevas tecnologías y de la innovación en el aprendizaje son las señas de identidad de IEBS (*Innovation & Entrepreneurship Business School*). Octubre de 2010 fue el pistoletazo de salida de esta escuela *online* o a distancia cuyos programas se centran en los ámbitos de las finanzas, el marketing y *management* comercial, los recursos humanos y la dirección de empresas para emprendedores. “El campus virtual ofrece la posibilidad al alumno de adaptarse a su ritmo de vida, y además le ofertamos la formación *low cost*”, indica Juan Antonio de la Cruz, su director académico. ¿Qué es formación *low cost*? Se trata de un concepto por el que el alumno puede ajustar las prestaciones de la enseñanza a sus necesidades. “Sin reducir por ello su calidad”, recalca de la Cruz. ¿Cómo? Por ejemplo, si el alumno no quiere tener disponible al profesor todos los días, pues puede prescindir de sus servicios durante determinados periodos, con el consiguiente ahorro al quitarse dicho coste (los precios de los máster, programas y cursos oscilan entre los 1.000 y los 6.000 euros).

En su apuesta por la innovación y la sostenibilidad, IEBS también potencia la utilización del formato electrónico en las materias de estudio. Así, los alumnos pueden descargarse los contenidos en un libro electrónico *e-reader*, que se les entrega como parte del material de estudio. Y también ha puesto en funcionamiento unas becas académicas mediante las cuales los alumnos ▶



## TENDENCIAS

### LOS PROGRAMAS

elaborados a medida para empresas e instituciones, la formación empresarial de carácter *executive*, y el postgrado empresarial conforman la oferta de la ICADE Business School, la escuela de negocios de la Universidad Pontificia Comillas.



podrán financiar sus estudios a cambio de jornadas de trabajos en empresas colaboradoras. “Y en el Máster de Dirección de Empresas hacemos un concurso de ideas emprendedoras y, si hay una muy buena, le regalamos el curso para que la desarrolle”, subraya su director académico. Con 50 profesores, y 150 alumnos (de España y Latinoamérica), sus proyectos de futuro pasan por la enseñanza en portugués, a corto plazo, y en inglés, a más largo plazo. “La innovación, el espíritu emprendedor, la ética y la sostenibilidad conforman los ejes de nuestra escuela, sobre todo ahora que el sistema tradicional se ha olvidado de los valores morales, de la ética y del esfuerzo”, expone su director académico.

Pero para emprendedor, Rafael García Gallardo, que tras una experiencia de 20 años en el área de marketing de diferentes empresas, y una década como director de Admisiones de ESIC, decidió liarse la manta a la cabeza y montar su propia escuela de negocios: Madrid School of Marketing (MSMK). “Fue en 2009, en la playa, donde desarrollé el plan de empresa”, comenta. Un año después, abrió sus puertas. “Son gente que viene de otras escuelas, son emprendedores, son valientes que están abriendo escuelas especializadas”, subraya Rafael Rodríguez-Alberola, socio director de la consultora de postgrado Círculo de Formación.

**OTRO MUNDO.** En su primer año de andadura, MSMK cuenta con 77 alumnos, de los que un 20% proceden de otros países, y 270 profesores, todos externos. Su programación consta de diez programas máster, de diez meses de duración, con 400 horas lectivas y más de 200 horas de trabajo individual y en equipo; y de quince programas *executive*, de 40 a 180 horas. ¿Su precio? Entre 9.800 y 13.500 euros. “La experiencia no tiene nada que ver con lo que hacía antes. Ser empresario es otro mundo. Está en juego tu patrimonio, tu credibilidad y, lo más duro, es enfrentarse a uno mis-



mo”, comenta su impulsor. Universitarios (20%) y profesionales (80%) conforman el grueso de sus alumnos, que en su gran mayoría han conocido la escuela por Internet. El objetivo es que, cuando acaben los estudios, tengan la suficiente confianza en sí mismos para abordar todo tipo de proyectos, que sepan defenderse, autogestionarse y superar los problemas. “Al alumno que no viene, que no trabaja, se le invita a salir”, recalca Rafael García Gallardo.

Tras consolidar la escuela, su principal meta, García Gallardo reconoce que su reto es que ésta “no sea una escuela de parados”, por lo que está dándola a conocer en diferentes empresas. También posee una bolsa de trabajo para canalizar las ofertas que

**NO DISPERSAR LOS RECURSOS**, y tener un horizonte muy claro (en su caso, el marketing en sus variadas acepciones), son claves para que una escuela de negocios de nueva creación sobreviva. Así lo entiende Rafael García Gallardo, fundador de Madrid School of Marketing (en la foto, dando clase).

llegan, y a más largo plazo no descarta dar el salto a Latinoamérica, Europa y Asia. “África también me atrae mucho”, reconoce.

Pero si MSMK nació gracias al empuje de una persona, todo lo contrario ocurre con la ICADE Business School, el centro especializado en postgrado empresarial que tiene tras de sí a la Universidad Pontificia Comillas, y que inició su actividad como tal en septiembre de 2010. Entonces, y debido a la implantación del Espacio Europeo de Educación Superior (conocido popularmente como Plan Bolonia), la Junta de Gobierno de la Universidad decidió suprimir el Instituto de Postgrado y Formación Continua, y que viera la luz la nueva escuela de negocios integrada en la facultad de Ciencias Económicas y Empresariales (ICADE). “El objetivo es desarrollar al máximo el postgrado empresarial siguiendo las características de

experiencia, prestigio y calidad que tienen nuestras licenciaturas”, afirma Javier Gómez Lanz, su director.

Tres son los pilares sobre los que se asienta su labor: el postgrado empresarial oficial, la formación empresarial de carácter *executive*, y los programas elaborados a medida para empresas e instituciones (*in company* o *in house*). Su claustro está formado por unos 80 profesores con dedicación compartida con la Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales, más alrededor de 300 docentes asociados. Y el rango de precios oscila entre los 12.000 euros y los 20.000 euros para los postgrados. Los *executive* suelen ser más caros y, para los demás cursos, la factura depende del número de horas. “Lo que hemos notado con la crisis es que, ante la dificultad de entrar en el mundo laboral, muchos recién licenciados han optado por alargar sus estudios un año más realizando un máster gracias a la ayuda familiar”, argumenta Gómez Lanz. No ha sido el único síntoma. Como el mundo empresarial está pasando momentos complicados, han recortado las partidas dedicadas a financiar la formación de sus empleados, lo que se ha dejado sentir en sus aulas.

Pero eso no ha sido óbice para que sigan floreciendo escuelas de negocios. Así, Ealde Business School, centro colaborador de la Universidad Francisco de Vitoria, ofrece desde febrero un Máster en Administración y Dirección de Empresas (MBA) basado en la web 2.0; y la Universidad Pompeu Fabra iniciará la programación de la Barcelona School of Management el próximo mes de septiembre centrandolo su oferta formativa en economía, empresa y gestión pública. ¿Hay sitio para tantas? “Más que exceso de escuelas, pesa más la demanda de mercado. Pero hay que separar el grano de la paja y algunas se han creado para hacer negocio”, comenta el autor del libro *MBA, ¿Ángeles o demonios?* El tiempo, como en otras muchas ocasiones, pondrá a cada una en su sitio.

valentin.bustosi@capital.es

PARA ADAPTARSE AL BOLSILLO DEL ALUMNO, HAY FORMACIÓN *LOW COST*

A PESAR DE SU POCA VIDA, YA TIENEN EN MENTE PROYECTOS INTERNACIONALES