

A FONDO



MC DONALD'S Cuenta con la primera universidad corporativa del mundo y en sus aulas, con más de 7.500 alumnos al año, se enseña en 28 idiomas diferentes incluyendo español, alemán, francés, japonés y chino mandarín.



DISNEY Walt Disney necesitaba empleados que pudieran generar felicidad y por esta razón creó su propia universidad. Es especial por la forma tan personalizada con que tratan la formación de sus empleados. El centro cuenta con biblioteca propia.



APPLE Según el 'New York Times' existe una 'Apple University' y es mucho más que un programa de formación interno. Al parecer, Jobs la creó en 2008 para inculcar a los empleados la cultura empresarial de la compañía.

Las empresas son cada vez más universitarias

EDUCACIÓN/ Gas Natural Fenosa, Repsol, Banco Santander, Disney, Apple y McDonald's permiten que los recién licenciados sigan formándose.

Ana Gil. Madrid

En nuestro país esta moda educativa llegó en el año 2000 gracias a Gas Natural Fenosa que decidió crear su propia universidad. En la actualidad en España existen unos 20 centros de formación anclados en empresas como Repsol, Telefónica y Banco Santander.

Pero, ¿en qué se parece a una universidad convencional y qué elementos la diferencian? Es una de las preguntas que una persona de a pie se hace cuando descubre que entidades como la compañía de entretenimiento Disney tienen sus propias aulas universitarias.

Campus propios

Uno de los elementos que tienen en común algunas universidades corporativas con las tradicionales es el espacio. Las más populares cuentan con su propio campus universitario. En el caso de la Universidad de la Hamburguesa tiene una sede 320.000 metros cuadrados con 13 aulas, un auditorio con capacidad para 300 personas, 12 salas interactivas, y tres laboratorios de cocina.

Por su parte, Gas Natural Fenosa cuenta con el campus de Puente Nuevo ubicado en Ávila (a sólo unos 80 kilómetros de Madrid) que ocupa más de cinco hectáreas de superficie

Las más populares y grandes, como Gas Natural Fenosa, cuentan con su propio campus

McDonald's es de las pocas que ha recibido homologación de créditos universitarios

Como en las facultades, el conocimiento que se oferta en estas aulas está graduado por años

natural. Acoge un espacio académico, una zona residencial, un club social e instalaciones deportivas. Cuenta con 22 salas multifunción, cinco mini auditorios y un auditorio con capacidad para 200 personas. Además, todas las instalaciones están equipadas con avanzada tecnología de imagen y sonido.

Certificación y créditos

Otra de las semejanzas entre estos centros profesionales y los académicos es que ambos cuentan con reconocimiento. Aunque la mayoría de las universidades corporativas no

tienen una certificación oficial para sus empleados, las más populares cuentan con el certificado de calidad de la Fundación Europea para el Desarrollo de la Gestión (EFMD) al que también están adscritos las conocidas escuelas de negocios españolas Instituto de Empresa, el IESE y Esade.

Por su parte, McDonald's es de las pocas compañías que ha recibido homologación de créditos universitarios por parte del Consejo Americano de Educación (American Council on Education). De hecho, el 100% del plan de estudios de administración de restaurantes y administración media es aceptado como dos años de créditos de universidad, con un total de 46 créditos.

Grados

También se asemejan en que en los dos tipos de centros el conocimiento está graduado en un plazo concreto de tiempo. "Como en una facultad de medicina que tienes todo el conocimiento sobre esa ciencia estructurado por años, en las corporativas se ofrece todo el conocimiento necesario para ejercer una profesión o mejorarla, estructurada, normalmente, en 3 años", explica Antonio Rubio, socio director de Overlap y experto en im-



plantación y desarrollo de UC.

"Tiene en común con cualquier otra universidad que es el centro o institución que se ocupa de estructurar el conocimiento y en el que se diseñan las trayectorias y los planes de formación y desarrollo de las personas. Asimismo, en cuanto a su estructura, se organiza a través de institutos, escuelas y aulas que son las diferentes áreas de conocimiento y habilidades necesarias para el desarrollo del negocio", afirma Teresa Manobens, Corporate Talent Management Director de Gas Natural Fenosa.

Conocimiento dinámico

A diferencia uno de otro, el conocimiento de las universidades corporativas es mucho más dinámico y cambiante que el de un centro convencional. "El plan de formación es algo más dinámico porque se adapta al plan estratégico a 3 años de la compañía", explica Rubio. "Ahora por ejemplo algunos se centran en la transformación digital y la orientación a una mayor productividad en los puestos de trabajo", continúa el experto español.

Según Manobens de cara a 2016, las 'asignaturas' que se van a impartir



GAS NATURAL FENOSA Es la primera que se creó en España en el año 2000. Este centro de formación al principio ofrecía cursos bajo demanda y para cubrir ciertas necesidades. Ahora apuesta por la formación más personalizada.



REPSOL El Centro Superior de Formación Repsol se creó en el 2008 y por él han pasado el 75% de los cerca de 25.000 empleados de la compañía. De este modo se ofrecen oportunidades de crecimiento en todas las áreas de negocio.



BANCO SANTANDER En 2005, Santander desarrolló el Centro Corporativo de Formación y Desarrollo. En él se invierten casi ochenta millones de euros al año y está dirigido al personal que el banco tiene en todo el mundo.



El campus de Gas Natural Fenosa se encuentra en Ávila.

en el campus de Gas Natural Fenosa van a girar en torno a “la gestión del liderazgo y el talento, el concepto de autodesarrollo o la democratización de las carreras profesionales, la movilidad, la diversidad o la internacionalización del perfil del grupo”.

A diferencia de este dinamismo de las corporativas, “la universidad tradicional ofrece una formación de tipo generalista, no puede concentrar su enfoque en un área de negocio concreta o aspectos técnicos muy concretos de un sector económico, ya que la procedencia de sus alumnos es muy heterogénea, los prepara

La formación se centra en temas como liderazgo, talento, movilidad y transformación digital

La universidad corporativa no trata de competir con los centros de educación superior

ofreciendo una buena base para el desarrollo de su futuro laboral, no tanto para cubrir un puesto de trabajo específico (lo que supondría sin duda una limitación)”, explica Toni Ramos, consultor corporativo de la Universidad Oberta de Cataluña (UOC).

“Por tanto, la universidad corporativa no se entiende como una competidora, sino una continuación de la formación continua de las personas”, continúa Ramos.

Formación personalizada

La flexibilidad de los planes de estu-

“No todas las personas tienen que entrenar lo mismo”, afirma el director de Overlap España

Las grandes UC ofertan su formación a los familiares de sus empleados

dio de las universidades corporativas permite que la formación sea mucho más personalizada que cuando se estudia la carrera universitaria. “No todas las personas tienen que tener y entrenar lo mismo”, confiesa Juan Ruiz del Portal, director de Overlap España.

“En 2015 hemos cerrado un ciclo que iniciamos en 2009 y que ha supuesto para la UC un importante cambio de paradigma. Hemos evolucionado de una formación basada en cursos independientes y realizada bajo demanda a una formación estructurada en itinerarios formativos con una visión a largo plazo, que fomenta la personalización y la corresponsabilidad en el aprendizaje”, afirma Manobens, la responsable de Gas Natural Fenosa.

Importancia de la preparación

Otro elemento que las une porque las complementa es la importancia que dan ambas a la formación.

“En cualquier caso, se trata de instituciones complementarias que ponen de manifiesto la importancia que, tanto para la empresa como para la sociedad, tiene la formación, preparación y el desarrollo continuo de las personas. De hecho, nuestra Universidad Corporativa tiene como principal órgano de gobierno un Consejo Asesor en el que además de representantes de la dirección de la compañía también participan asesores externos de prestigiosas instituciones académicas y universidades”, destaca Manobens.

Aunque es cierto que algunos de

estos centros cuentan con asesores procedentes de la universidad española según el experto Antonio Rubio “no podemos decir que este tipo de centros tenga un claustro de profesores en sí mismo sino que lo componen facilitadores internos y también especialistas en temas punteros contratados para la ocasión”.

A diferencia de las UC, la universidad tradicional no solo tiene que preparar para la vida profesional, “tiene que preocuparse de que las personas desarrollen estrategias ante la incertidumbre y para que puedan ampliar las posibilidades laborales. Simplificándolo, por ejemplo, podemos preparar a un ingeniero para que sepa diseñar un motor diesel, pero no el de una marca determinada”, sentencia Ramos.

Alumnos

Esta semejanza es muy obvia pero ambas aulas, tanto las corporativas como las académicas, cuentan con alumnos.

Una de las grandes diferencias surge justamente de este público formado. “Mientras que las convencionales forman para todo tipo de organizaciones, para el mercado en general... las corporativas se dirigen a los empleados de su compañía y a un plan estratégico concreto”, afirma Antonio Rubio, aunque existen centros como es el caso de Gas Natural Fenosa que han pasado de ser “una universidad enfocada solamente al colectivo interno de empleados a extender la formación también a personal externo a la compañía (proveedores, clientes, familiares, etc.)”, complementa Manobens.

Y es que como explica Rubio “cuando se ha montado esa ayuda para todos tus empleados, ocurre que lo que has preparado sirve para los proveedores, clientes, *stakeholders*, familiares de la organización. Lo normal es que el primer año se dirija solo a empleados; el segundo, a distribuidores, clientes y partners y, el tercero, a *stakeholders*, familiares de empleados”.