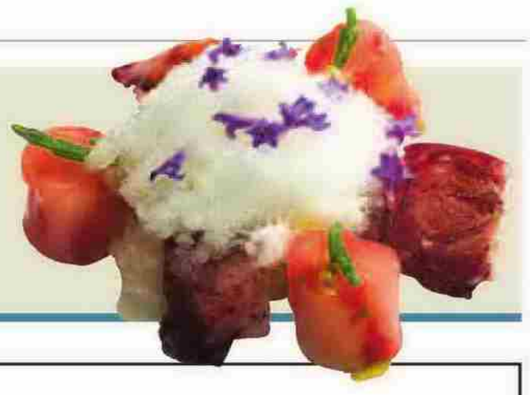
CincoDías 10/09/2016

CINCO DÍAS
Prensa: DIARIO Sección: ECONOMIA
Tirada: 43477 Difusión: 31120
Valoración: 8.830 €

Directivos

Emma Pérez:
"Un niño puede aprender a leer con tres o cuatro años"

Gastronomía:
Refectorio y su cocina tranquila



El 'big data' conquista los MBA

La digitalización y las nuevas tecnologías se consolidan en los másteres y los programas más tradicionales de las escuelas de negocios y las universidades

TEXTO PABLO SEMPERE

Corrían los primeros años del siglo XX cuando la Escuela de Negocios Tuck (Estados Unidos) cursó el primer máster en Administración de Negocios (MBA, por sus siglas en inglés). Varias décadas después, otras escuelas adoptaron el programa y comenzaron a ofrecerlo a sus alumnos. Por citar algunos ejemplos, las españolas Esade (en 1964), IESE (en 1982 en su versión ejecutiva) o IE Business School, en 1983.

Hoy, más de 100 años después del primer programa, y tras más de medio siglo impartiéndose en España, el MBA sigue siendo el rey en las escuelas de negocios, siendo el programa más demandado por los matriculados. "Entre otras razones, porque ya se ha convertido en una marca global que no es necesario explicar a nadie. Cualquier persona que se mueva lo más mínimo en el ámbito empresarial sabe qué es un MBA", explica la directora de admisiones en Esade, Cristina Olabarria.

Pero también porque este programa ha sabido adaptarse a los tiempos que corren y regenerarse año tras año para cumplir con las exigencias de los matriculados y del mundo real. Y en lo que respecta a esta continua transformación, el curso académico que ahora comienza parece certificar esta adaptación en la gran mayoría de escuelas de negocios y centros. Al menos en la teoría. Para ver los resultados aún habrá que esperar unos meses.

CONTINÚA EN LA PÁGINA SIGUIENTE

THINKSTOCK

Cinco Días

10/09/2016

CINCO DÍAS

Prensa: DIARIO
Tirada: 43477
Valoración: 8.638 €

Sección: ECONOMIA
Difusión: 31120

Página: 26

VIENE DE LA PÁGINA ANTERIOR

Las escuelas de negocios están adaptando sus cursos a la nueva tesitura. Así lo explica el profesor de dirección de personas del IESE, Guido Stein: "Si los procesos de digitalización están afectando a la estructura de las organizaciones y a la cuenta de resultados, todos los programas y posgrados tienen que adecuarse a la realidad". Más aún en los MBA, ya que "los planes de acción siempre son más intensos en la alta dirección".

Algo similar ha llevado a cabo el IE Business School. "En el MBA hacemos una revisión completa anual con antiguos alumnos, vemos la demanda y ajustamos el programa al mercado. Los matriculados requieren de más especialización, por eso hemos incluido asignaturas relacionadas con el ámbito tecnológico, con la inteligencia artificial y con el *big data*", prosigue Martin Boehm, decano de programas de la escuela.

Esta evolución parece que se repite en la mayoría de centros. Cuenta el director de Postgrado & Executive Education de la Escuela de Organización Industrial (EOI), Ramón Gurriarán, cómo el entorno digital ha obligado a introducir en estos programas competencias que antes no eran tan necesarias, y no solo aquellas relacionadas con la digitalización, también otras como la creatividad, el liderazgo o el trabajo colaborativo.

Sea como fuere, la matriculación en los MBA no ha hecho más que aumentar en los últimos años, sirva como ejemplo el programa del IESE, que en el próximo curso contará con un 22% más de matriculados que en el anterior ejercicio, con un total de 356 alumnos.

Por una parte, tal y como relata el director de programas *executive* de Deusto Business School, David Ruiz, "el aumento se debe a que muchas empresas han vuelto a impulsarlo entre sus profesionales". Pero también porque es la manera más fácil y efectiva para muchos universitarios que no han tenido formación directiva de alcanzar todas estas competencias, "como les puede ocurrir a informáticos o ingenieros que no han contado con nociones empresariales en sus carreras", recuerda Antonio Alonso, presidente de la Asociación Española de Escuelas de Negocios (AEEN).

Pero también porque el MBA ha aprendido a diversificarse y, poco a poco, ceñirse a sectores específicos para especializarse y ser mucho más útil.

El ámbito internacional coge más fuerza en las escuelas de negocios

"Este curso hemos lanzado un MBA para farmacéuticos y otro para el sector automovilístico, y tienen mucho éxito porque realmente revolucionan de forma muy especializada la teoría y los conocimientos de los alumnos", recalca Cristina Olabarria.

Nuevas titulaciones

Pero no todo es MBA. Las escuelas de negocios también están centrándose en el ámbito internacional. "Para nosotros, uno de los pilares más importantes en este curso es entender el enfoque global y multidoméstico, y adaptar todos nuestros programas a ello", explica Guido Stein. El mercado global cobra cada día más protagonismo en las organizaciones, "y por eso las escuelas debemos preparar a los alumnos".

Un buen ejemplo de ello lo encarna el IE Business School con un nueva asignatura en su Programa de Finanzas Internacional. "Hemos incluido una materia de financiación islámica porque cada vez hay más interés en la región de Oriente Medio", ilustra Martin Boehm. En ella, como caso paradigmático, enseñan a los matriculados todos los entresijos de la cultura y la filosofía financiera islámica, "ya que allí, por ejemplo, cobrar intereses, algo que en Occidente está totalmente normalizado, no está bien visto", continúa Boehm.

El mercado asiático, al igual que el árabe, también está entre los objetivos de las compañías. Y Esade se ha apuntado a él con un nuevo máster en Global Management. "Trabajamos junto a una universidad estadounidense y otra china. Así, los alumnos pasan tres meses primero en España y luego en EE UU y China", prosigue Olabarria. El objetivo de la escuela era lograr 50 alumnos en esta primera experiencia, y han superado los 60. Algo similar ha preparado la EAE Business School, con el nuevo MBA Internacional Madrid-Shanghái, en el que, entre otras actividades, los alumnos pueden cursar un semestre en la Universidad de Shanghai.

Y todo indica que en el nuevo curso la formación puramente digital se consolidará tras varios años. "En nuestro caso, en los programas de tecnología y negocios y en los talleres de *big data* hemos percibido hasta la fecha un fuerte aumento de matriculación", señala David Ruiz, de Deusto Business School. Otras escuelas, como es el caso de la EOI, se animan y lanzan programas especializados en *big data*, "para gente con poco conocimiento que quiera iniciarse", apunta Gurriarán, o un programa de ciberseguridad.

El nuevo curso también es el mejor momento para corregir los errores. Es uno de los puntos que se han propuesto en el IESE. "En las escuelas de negocios se está yendo hacia la tendencia de dar mucha *masterclass* y mucha teoría. Nosotros queremos corregirlo y que el 85% de los cursos sean casos prácticos. Queremos volver a tener contacto con el alumno y no tanto Power Point", reconoce Guido Stein.

Esto es algo que también se han propuesto en el seno del IE Business School. "Hemos incluido los laboratorios prácticos para desarrollar proyectos y aplicaciones. También, como novedad, hemos introducido talleres mucho más cortos y con menos duración, y así, en vez de 15, 20 o 30 jornadas, este año los habrá incluso de solo un día", desarrolla Martin Boehm.

La digitalización, el *big data* y los métodos de trabajo utilizados en las empresas marcan el ritmo del curso 2016/17 de todos estos centros. "La escuela de negocios mantiene su esencia con un toque renovado", resume Stein.

La universidad también se renueva

La Agencia Nacional de Evaluación de la Calidad y Acreditación (Aneca) es la encargada de supervisar el sistema de titulaciones y revisar los grados y carreras ya existentes, "para ver si se cumplen con todos los requisitos, analizar las instalaciones, el número de profesores o la tasa de abandono", explica Miguel Ángel Galindo, su director.

Esta agencia, que supervisa a 15 universidades españolas, como la de Castilla La-Mancha, la Universidad Europea del Atlántico o la de Cantabria, recibe constantemente propuestas de titulaciones.

"El año pasado, por ejemplo, algo más de 250 másteres en total en estos 15 centros", recuerda Galindo. Y para este curso, explica, uno de los puntos comunes en todas las titulaciones es que, de una forma u otra, añaden temas y asignaturas relacionadas con la digitalización y las nuevas tecnologías, "pasando de las relacionadas con la medicina a las ciencias sociales más puras", prosigue.

Una de las Universidades que más novedades presenta este nuevo curso es la Autónoma de Madrid. Entre otras titulaciones, destacan la Enfermería Escolar; un curso de Robótica, Diseño 3D y Programación en Educación; y el de Terapia Sexual y de Pareja. La Universidad Carlos III lanza un máster en Urbanismo Sostenible y Políticas Urbanas, y otro de Tecnologías de Redes Eléctricas Inteligentes. La Politécnica de Madrid ofrece un máster en Gestión de Desastres y un curso de Métodos Ágiles de Desarrollo de Software. La Universidad Rovira i Virgili, por su parte, presenta un máster en Innovación en el Enoturismo y otro en Genética, Física y Química Forense.

También aparecen nuevos grados universitarios que nunca se han cursado en España. La Universidad Pompeu Fabra lanza el grado en Estudios Globales. De nuevo la Pompeu Fabra, junto a la Universidad de Barcelona y la Politécnica de Cataluña ofrece un grado en Bioinformática. La Universidad Politécnica de Valencia ofrece un grado en Diseño y Tecnologías Creativas, la Universidad Pontificia Comillas presenta un doble grado en Análisis de Negocios y Derecho y la Universidad Rey Juan Carlos sorprende con un grado en Lengua de Signos Española y Comunidad Sorda.