

La crisis sanitaria consolida la formación a distancia

El modelo telemático se hace imprescindible durante el confinamiento y señala el camino hacia el futuro de las escuelas de negocios



Marta Villena

El mundo continúa conmocionado por el impacto del virus covid-19, que ha obligado a los Gobiernos de más de medio planeta a paralizar sus economías y a confinar a millones de ciudadanos en sus casas para contener la pandemia. Pero este escenario catastrófico no ha pillado a todos por igual: aquellos que ya sabían que el trabajo y la formación telemáticos se convertirían en el nuevo orden mundial y llevaban años practicándolo no han sufrido graves alteraciones en su actividad. Un buen ejemplo de ello son las escuelas de negocios que imparten su formación de manera *online*, una tendencia que venía consolidándose en los últimos tiempos y que puede verse aún más reforzada por esta crisis sanitaria.

El estado de alarma decretado por el Gobierno español el 13 de marzo no afectó al normal transcurso del Executive MBA de la Universitat Oberta de Catalunya (UOC), que lidera el *ranking* de formación superior *online* (FSO) 2019 elaborado por la consultora Hamilton Global Intelligence, así como el resto de la oferta educativa de la institución catalana. Sus aulas virtuales continúan abiertas y funcionando al mismo ritmo. Tampoco han

notado una disminución del seguimiento por parte de los alumnos, aunque, dadas las circunstancias, se han flexibilizado los plazos de entrega de trabajos y otras tareas. Como explica Ramón González Cambay, responsable del curso, "el perfil de nuestros alumnos es sénior, personas mayores de 35 años empleadas que quizás tengan que conciliar el teletrabajo con la familia y sus estudios".

La Universidad Internacional de La Rioja (Unir), otro de los centros formativos que encabeza el mencionado *ranking*, comparte esta situación de relativa calma. Sus alumnos siguen atendiendo las clases *online* con normalidad y su Facultad de Comunicación y Empresas no planea alterar la próxima edición de su MBA, que comienza a finales de este mes. Su decano, Ramón Cardona, explica que han notado dos efectos diferentes provocados por esta crisis sanitaria. "Han bajado las peticiones de información sobre nuestro máster, probablemente por la incertidumbre generada por la situación; pero también hemos observado un pequeño grupo de conversiones muy rápidas, es decir, aquellos interesados que han preguntado por nuestro MBA y se han apuntado, quizás movidos por la certeza de que tendrán más tiempo libre ahora y que necesitarán ampliar sus capacidades para cuando todo esto pase", apunta Cardona.

El Executive MBA de UOC, que celebra este año su 19ª edición, también

No solo ha aumentado el número de instituciones y cursos online, también la calidad de estos tiende a mejorar

Esta enseñanza ofrece, aparte de la flexibilización de horarios, una formación constante actualizada y personalizada



mantiene las matrículas abiertas para el próximo curso, que arrancará en octubre de 2020, aunque para ellos es pronto aún para determinar si hay o no incremento en la demanda.

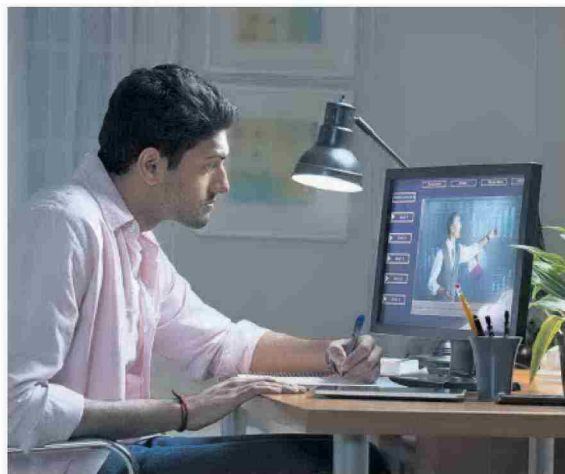
La principal ventaja de la formación *online* es su capacidad asincrónica tanto en el tiempo como en el espacio, una virtud que convierte a las universidades y centros que la imparten en "cercaños", como reivindicaba Cardona. "Ahora lo que te pilla lejos, a distancia, son las universidades presenciales. Nuestra universidad la tienes en el teléfono, desde cualquier lugar puedes atender una clase, realizar un ejercicio, comentarlo con tus compañeros...", defiende el decano de la Facultad de Comunicación y Empresa de Unir.

Como explica Gemma Teixidó, *project manager* del índice FSO, "los recientes resultados del *ranking* nos confirman la realidad vigente del sector educativo en los últimos años: no solo crece el número de instituciones que ofrecen este tipo de programas [*online*], sino también la calidad de estos. Cada vez hay más universida-

des y escuelas de negocio de prestigio que ofertan este modo de formación". Para González, el precio —equiparable en muchos casos a los MBA presenciales— es también un buen indicador de esta afirmación.

Muchas escuelas de negocios que solían ofertar formación únicamente presencial empezaron, hace ya más de una década, a convertirse a la opción telemática, para así llegar a potenciales alumnos distribuidos por el mundo. "No solo estudiantes residentes en Latinoamérica, en el caso de los MBA en español, sino también hispanohablantes viviendo en otros continentes", dice Cardona. "Tener equipos virtuales compuestos por personas localizadas en diferentes partes del mundo; esto es un ejemplo de cómo funcionan los negocios en estos tiempos y enriquece el contenido de las formaciones", añade.

Según la Asociación Española de Escuelas de Negocios (AEEN), el 85% del alumnado de las escuelas de negocios en sus programas abiertos es internacional. "Lo que convierte a estos centros formativos en uno de los



sectores más abiertos y competitivos de nuestro país”, apunta su presidente, Antonio Alonso.

Además de la internacionalidad y la flexibilidad horaria, la formación por Internet ofrece una actualización constante y una formación personalizada gracias a la última tecnología. “Todavía existen ciertos mitos alrededor de los MBA *online*, como que las clases no tienen un programa tan riguroso, que no hay interacción con los profesores o que no se hacen clases prácticas. Pero desde del *ranking* FSO trabajamos para dar relevancia a la formación *online* y de calidad que se imparte en muchas instituciones del país”, explica Teixidó, que añade que “un aspecto fundamental para saber si la formación será de calidad es la tasa de empleabilidad tras finalizar los estudios”. La última edición de FSO señala que el 72,7% de los graduados en un MBA o máster empresarial en la Red ejerce una profesión relacionada con el ámbito del curso.

Entre el año 2010 y 2014, las escuelas de negocios realizaron un importante esfuerzo en digitalización, co-

Nada será como fue

Existe un consenso sobre el cambio estructural que experimentará el mundo —y que ya está empezándose a notar— después del coronavirus. Borja Adanero, consejero delegado de The Power MBA, confía en que “los hábitos de consumo no cambiarán cuando todo esto pase”, pero también cree que en el ámbito empresarial ya veníamos viviendo una época de incertidumbre o amenaza determinada por los entornos VUCA (por sus siglas en inglés: volatilidad, incertidumbre, complejidad y ambigüedad). “Factores externos que pueden afectar a nuestro negocio o empresa y que antes de esta pandemia parecían inimaginables. El mundo poscoronavirus tendrá mucho más en cuenta que existen multitud de factores externos, y se valorarán más los modelos de

negocio que sean menos sensibles a estos riesgos”, apunta.

“Todavía está por ver el impacto real que tendrá en el PIB de los países (que se prevé muy importante) y el tiempo de recuperación de la economía. Como en toda crisis, hay sectores que salen peor parados y que en España representan una parte importante del PIB, principalmente el turístico, la restauración, el ocio y los eventos, que, sumado, suponen casi el 15% del PIB español”, explica Gemma Teixidó, de FSO. Para el presidente de AEEN, la situación va a depender de las medidas que adopten las Administraciones públicas, “pero también de lo solidarias que seamos las empresas”. “Creo que los españoles y las empresas vamos a estar a la altura”, concluye esperanzado Alonso.

mo señalan desde AEEN, y hoy en día trabajan cotidianamente con herramientas virtuales y plataformas de enseñanza digital (*e-learning*), Sistemas de Planificación de Recursos Empresariales (ERP, por sus siglas en inglés) y de Gestión de Relaciones con Clientes (CRM). “El reto actualmente está en la integración de todas esas plataformas, lo que reducirá la fricción de la transacción y permitirá incrementar el número de alumnos atendidos”, explica Alonso.

Para Óscar Fuente, fundador y director general de la Innovation & Entrepreneurship Business School (IEBS), “las herramientas digitales son un *commodity*, tecnología hay suficiente, lo importante es el contenido que creas”. “El mundo ha cambiado y los alumnos deben saber que no tienen profesores transmitiendo conocimientos, sino mentores gestionando su aprendizaje”, apunta Fuente, que recientemente ha ayudado a universidades a montar una solución tecnológica para dar formación *online* durante el confinamiento.

Avances que lo permiten todo

La tecnología también posibilita una atención personalizada de los alumnos, identificando sus diferentes ritmos y estilos de aprendizaje, sus conocimientos previos y potenciando sus aptitudes y capacidades en función de los resultados. “Trabajamos con cuatro grupos de alumnos: los excelentes —aquellos que van prácticamente solos—, los estándares, los alumnos que tienen ciertos problemas de conciliación y los que están en riesgo de abandono”, explica Fuente. En Unir también apuestan por el seguimiento personalizado y tutorizado. “Cada persona tiene unas circunstancias diferentes”, apunta Cardona. “Se divorcia, pierde el trabajo, encuentra otro y tiene que reestructurar sus días... No los dejamos solos y de este modo pretendemos atender a cada uno según sus necesidades. Esa es otra de las claves de una formación *online*, la cercanía con la gente”.

Cursar un MBA a través de la Red capacita además al alumno para bajar en remoto, un aspecto cada vez más rutinario en el mundo empresarial global. “Permite adquirir competencias sobre estas herramientas digitales, una capacidad que valoran mucho los ocupadores”, explica el responsable del Executive MBA de UOC. “También se valora mucho porque estudiar *online* requiere de una exigencia y de una disciplina muy rigurosa. Obtener un máster de este tipo demuestra mucha capacidad de sacrificio y un alto rendimiento”, añade.

El rodaje del alumnado y el profesorado de estas escuelas de negocios le han permitido adaptarse a esta crisis sanitaria con comodidad, asesorando