

Los líderes Ibex'35 en plena euforia post-crisis

Tras la brecha abierta por **Emilio Botín** y su 'momento fantástico para España' porque 'llega dinero de todos los países'; otros presidentes de firmas IBEX'35 se suman a los mensajes de confianza sobre la recuperación de España y su vuelta a la primera línea del interés de los inversores internacionales. **César Alierta** (Telefónica) ha dicho que 'está entrando dinero de forma importante' porque 'no hay país en el mundo cuyo mercado natural llega a mil millones de personas'. E **Ignacio Sánchez Galán** (Iberdrola) confirma que España 'ha vuelto a atraer la inversión extranjera directa' a niveles pre-crisis al duplicarla este año.



ÚLTIMA HORA

FORO ECOFIN DE FINANZAS, CRÉDITO Y RIESGOS



Miércoles, 13 de Noviembre de 2013

La ESCUELA DE NEGOCIO española frente a la verdadera 'visión'

Creatividad y Tecnología vs. Sabiduría y Experiencia

¿Crisis en la Formación de Postgrado? ¿Hiper saturación de ofertas recurrentes competitivas sólo en precio? ¿Programas iguales a los de hace 10 ó 15 años?... Muchas de estas quejas proceden de los alumnos, de los claustros docentes y hasta de los propios directivos de escuelas de negocio. Pero ante esta tesitura sólo cabe una respuesta: ¡Sois la élite de las élites! Es decir, apelemos a la 'visión' y 'misión' de las escuelas de formación de líderes, aquellas que deben de dejar en la biblioteca conceptos como 'saber' y 'experiencia' para recoger los de 'creatividad' y 'tecnología'. Quizá por ahí se consiga liderar la formación universal de postgrado en lengua castellana y, de paso, capear la otra crisis: la de captación de alumnos y de mecenas. Y mientras, ¿qué hacen en EEUU?



José Luis Zunni: Agapito Fernández, representante en el Global Comité of Education para Iberia y Latam de Unit4; Salvador Molina, Antonio Alonso y Carlos Mallo, vicesecretario de AED, durante el Encuentro sobre el futuro de la formación de postgrado que organizó Foro ECOFIN junto a AEEN el pasado 6 de noviembre en la sede de CEIM-CEOE.

Trabajo realizado con el análisis y colaboración de:

José Luis Zunni, Coordinador académico red e-Latam, Director Edición Online ECOFIN, Miembro de la Junta Directiva de Economistas Críticos y profesor de la Escuela Europea de Negocios.

Salvador Molina, presidente Foro ECOFIN, presidente de la Asociación de Profesionales de la Comunicación (ProCom), miembro de la Junta Directiva de Economistas Críticos.

Antonio Alonso, presidente de la Asociación de la Asociación Española de Escuelas de Negocio y miembro del Foro ECOFIN.

Eduardo Rebollada Casado, miembro de la Junta Directiva de Economistas Críticos.

RESERVA EN AGENDA EL 25/11/2013: Cita para Directores de MARKETING y CONTACT CENTER

El 'Tío Sam' es el mejor amigo o el mejor enemigo del resto del mundo. A nadie deja indiferente. Estados Unidos es la primera potencia mundial. Y este hecho se asocia frecuentemente con su desarrollo económico, su sobrepeso militar y su influencia financiera, porque su moneda es la divisa de reserva en los bancos centrales de todos los países. Pero pocos ahondan en las raíces del poderío empresarial y económico: ¡su irrenunciable tarea de mantener la investigación científica y tecnológica a la vanguardia del mundo!

Es evidente que para que una sociedad tecnológica funcione tiene que tener centros de investigación y perfeccionamiento en todos los ámbitos del conocimiento. Pero sin duda, las escuelas de negocio estadounidenses llevan cincuenta años estando en primera fila internacional en las aulas y, sobre todo, en los laboratorios, en la investigación aplicada (empresas) y en los parques tecnológicos *ad hoc*, como el Silicon Valley de California.

Las 'business schools' se han renovado, han adaptado su pensamiento y cuidando siempre de no tocar aquella visión original por la cual fueron creadas: dar a la sociedad a través de una especialización en educación empresarial, organizaciones más competitivas. Y los resultados están a la vista: multinacionales competitivas, liderando modelos de gestión, revolucionando la forma de gestión, reinventando el marketing, reinventando la gestión de personas y reinventando la gestión de la felicidad en las organizaciones.

“La escuela de negocios tiene que mantener incólume su visión de especialización y éxito”

El I+D de las Business Schools

En España, si hay una visión que debe importarnos es la referida a la formación de postgrado. Para ello, una escuela de negocios, tiene que mantener incólume su visión primigenia que la llevó a erigirse en un ámbito especializado para la capacitación y entrenamiento de cada nueva generación de graduados universitarios, que quieren mejorar sus aptitudes y poder tener más oportunidades de trabajo. Al mantenerse esta visión intacta, al mismo tiempo contribuyen en el crecimiento de la riqueza nacional y una decidida contribución a su zona geográfica de influencia.



Gerentes y directivos de las principales Escuelas de Negocio del país asistieron el día 6 al debate. Todos ellos participaron activamente en el intercambio de ideas sobre la situación de la formación de postgrado.

Si la gestión del conocimiento, al contrario de la información, versa acerca de principios, creencias e implementación práctica en la búsqueda de resultados, como afirman Nonaka y Takeuchi, investigadores pioneros en este campo, el nuevo énfasis debe ponerse en el compromiso hacia la visión de la organización en lugar de cumplimiento de las normas y de mejores prácticas. La percepción de la realidad y el entorno prevalece sobre cualquier otra consideración, por importante que sea.

Gary Hamel, uno de los más importantes gurús del management de los últimos años, dice que las empresas se concentran ahora en mejorar sus sistemas operativos para ser más eficientes, procediendo a reestructuraciones o, incluso, a los llamados procesos de reingeniería y/o reorganización. Y afirma que eso fue importante, pues estaban muy atrás en términos de calidad, de coste o de servicio al cliente. Pero lo más trascendente es que ahora hay empresas cuyo objetivo es ser creativas e innovadoras. Ese debe ser su visión y la de las escuelas innovadoras en el management moderno. La reingeniería nos fuerza a poner en cuestión los procesos, pero no necesariamente las convicciones sobre la naturaleza del negocio: o sea, la visión.

John Kao, un profesor de Harvard y Stanford, en referencia a las ventajas que tiene actualmente la sociedad, afirma: “Ya no alcanza el saber. El saber es importante, pero la creatividad lo es más. Con las redes (sociales), el saber tiende a transformarse en una mercadería. La diferencia está en lo que se sabe cocinar con él”. Y justamente en este punto subyace el papel sustancial de la “business education” para hacer comprender a las nuevas generaciones de alumnos de postgrado, cuál es la visión que tienen que tener y cómo mantenerse fiel a la visión original. Porque es el crecimiento acelerado de muchas start-ups que operan en el campo de las NT’s, el que dificulta y a veces impide mantenerse fiel a la visión que se tenía en el comienzo del negocio.

De cara a la tecnológica

Las circunstancias acusadamente cambiantes por la influencia de la innovación tecnológica en el mercado, productos y procesos, además del efecto directo en las pautas de consumo sociales, es lo que determina un cambio de cultura, o mejor dicho, una transformación y adaptación de la cultura en cada momento según se imponga. Se condiciona o se hace muy difícil mantenerse fiel a la visión inicial del negocio.

Cuando esto ocurre, los expertos en Management Estratégico indican que si bien hay que tener en cuenta todos esos ajustes y modificaciones a la dirección que venimos tomando, ello no implica que se modifique nuestra esencia, nuestra visión original de lo que nos impusimos ser como organización.



Agapito Fernández, Salvador Molina y Antonio Alonso en el debate celebrado en la sede de CEIM-CEOE.

Una escuela de negocio debe formar siempre para que los alumnos incorporados en diferentes empresas, puedan ayudar a su crecimiento y adaptación al cambio. La visión es enseñar a entender, comprender y tratar el entorno hostil del mercado y las nuevas políticas que desde los gobiernos afectan a la actividad económica en general.

La visión de una escuela de negocios debe influir en la alta política de un país, para que se trabaje a favor de que las nuevas generaciones de jóvenes que se van incorporando año tras año al universo laboral utilicen los estudios de postgrado como mecanismo que les facilite el desarrollo de todo su potencial y talento, la “conexión” que tanto gustaba a Steve Jobs.

Esto lo decimos cuando hace escasamente 24 horas que desde Bruselas se habla de la reducción presupuestaria para las becas Erasmus, uno de los pilares europeos en la formación de los universitarios. ¡Paradojas de la política!

Las políticas no deben perseguir otro fin, que no sea la liberación de las ataduras a las personas con talento y creatividad, porque se tendrán organizaciones más creativas e innovadoras. Pero no hemos construido una sociedad al día de hoy, que otorgue facilidades para los que en breve, pueden convertirse en nuevos líderes empresariales.

El triángulo universidad-estado-empresa, es vital para que el círculo de la creación e implementación de nuevas ideas prospere en una diversidad de formas de actividad económica que necesariamente deben surgir.

La economía es parte esencial de nuestras vidas, por lo que garantizar su sostenibilidad con la aplicación de nuevos métodos y procedimientos de trabajo que se adecuen a los avances científicos y tecnológicos a los que se van acoplado, es garantizar la mejora en el nivel de vida de los ciudadanos, en sociedades más equilibradas y con suficiente bienestar. ¡Cambiemos nuestra ‘visión’!, cambiará nuestra realidad.



José Luis Zúñi es el director de contenidos digitales de ECOFIN.