

> UNIVERSIDAD

POR QUÉ ESPAÑA NO LLEGA A LOS RANKINGS

¿Cuál es la causa de que no haya ningún centro universitario español entre los 200 primeros del mundo y sí varias escuelas de negocios? Por Quique Rodríguez

> LAS ÚLTIMAS CLASIFICACIONES: ESCUELAS DE NEGOCIOS VS UNIVERSIDADES

FINANCIAL TIMES: EXECUTIVE MBA (15/OCT)

1. Kellogg / Hong Kong UST Business School	EEUU / China
2. Columbia / London Business School	EEUU / Reino Unido
3. Trium: HEC Paris / London School of Economics / New York University-Stern	Francia / R. Unido / EEUU
4. Tsinghua University / Insead	China / Francia
5. UCLA, University of California at Los Angeles-Anderson / National University of Singapore	EEUU / Singapur
6. Insead	Francia
7. Ceibs, China Europe International Business School	China
8. University of Pennsylvania: Wharton	EEUU
9. Washington University: Olin	EEUU
10. University of Chicago: Booth	EEUU
11. Sun Yat-sen Business School	China
12 ⁽¹⁾ . Korea University Business School	Corea del Sur
12⁽¹⁾. IE Business School	España
14. IESE Business School	España
15. London Business School	Reino Unido
16. Duke University: Fuqua	EEUU
17. CUHK Business School-The Chinese University of Hong Kong	China
18. Kellogg / WHU-Otto Beisheim School of Management	EEUU / Alemania
19. Georgetown University / Esade Business School	EEUU / España
20. IMD	Suiza
21. ESCP Europe	España / Francia / Alemania / R. Unido / Italia

FUENTE: Financial Times y Times Higer Education.

TIMES HIGER EDUCATION: WORLD UNIVERSITY RANKING (4/OCT)

1. California Institute of Technology	EEUU
2 ⁽¹⁾ . University of Oxford	Reino Unido
2 ⁽¹⁾ . Stanford University	EEUU
4. Harvard University	EEUU
5. MIT, Massachusetts Institute of Technology	EEUU
6. Princeton University	EEUU
7. University of Cambridge	Reino Unido
8. Imperial College London	Reino Unido
9. University of California, Berkeley	EEUU
10. University of Chicago	EEUU
11. Yale University	EEUU
12. ETH Zürich-Swiss Federal Institute of Technology Zürich	Suiza
13. UCLA, University of California Los Angeles	EEUU
14. Columbia University	EEUU
15. University of Pennsylvania	EEUU
201-225 ⁽²⁾ . UAB, Universidad Autónoma de Barcelona	España
201-225 ⁽²⁾ . UB, Universidad de Barcelona	España
201-225 ⁽²⁾ . UPF, Universidad Pompeu Fabra	España
301-350 ⁽³⁾ . UAM, Universidad Autónoma de Madrid	España

(1): El centro está empatado con otro en la clasificación.

(2): A partir del puesto 200 se clasifica a las universidades en grupos de 25.

(3): A partir del puesto 300 se las divide en grupos de 50.

Alberto Hernández / EL MUNDO

Ninguna universidad española se coloca en los ranking internacionales más reconocidos entre las 150 ó 200 primeras. Por contra, llama la atención en todo el mundo que un país como el nuestro tenga tres escuelas de negocios en el top 20 mundial de forma casi permanente durante la última década, en la mayoría de las clasificaciones existentes.

¿Por qué los centros de formación de ejecutivos desputan en todo el planeta y las universidades apenas asoman la cabeza? Los decanos de las escuelas más prestigiosas de Estados Unidos, Asia, Latinoamérica y Europa se deshacen en elogios hacia sus rivales españoles, a los que admiran y respetan. Marcas como IESE, Instituto de Empresa y Esade son conocidas por profesionales y candidatos de todo el mundo, mientras que en muchos lugares no son capaces de enumerar unas cuantas universidades españolas.

OBJETIVO. «Allí donde voy les digo a los responsables de las universidades que para estar en estas listas, lo primero, hay que trabajarlas. Conocer su mecánica, qué valoran, quién manda en ellas, luchar por estar. Tienen que hacer el esfuerzo necesario para lograrlo, no hay nada gratuito. Quienes las elaboran no van a venir a investigar a fondo cómo son nuestras universidades, sino que éstas tienen que ocuparse

de ir a ellos». Antonio Garrigues, presidente del despacho de abogados que lleva su apellido, está habituado a estos ranking. No en vano, el bufete que preside lleva dos años destacando en una clasificación europea de su sector.

Ligado al mundo universitario –preside el patronato de la Universidad Nebrija– y gran conocedor de la sociedad estadounidense en la que nacieron y triunfaron este tipo de listados, Garrigues no cree que ésta sea una cuestión baladí: «No podemos aceptar que no haya ninguna universidad española entre las 200 primeras de estos ranking. La educación es muy impor-

tante. No es verdad que no haya ninguna entre las 200 mejores del mundo. Debe haber al menos siete u ocho, pero hasta ahora no han competido para ello. España es un país muy atractivo y no nos damos cuenta», explica.

Una reflexión similar es la de Ignacio de la Vega, otro buen conocedor de este ámbito. Ahora responsable de formación corporativa del BBVA fue antes profesor del Instituto de Empresa, que protagoniza desde hace dos décadas una destacada irrupción en estas listas: «Tenemos unas magníficas universidades, de primer nivel. Si bien algunas instituciones ya comienzan a

estar presentes en alguno de los ranking más prestigiosos, en términos generales, su peso no se corresponde a su calidad formativa. Posiblemente se deba a su reciente incorporación a este canal de promoción que, ente otras cosas, dota de una proyección internacional que facilita atraer alumnos con un perfil más global», opina.

Además de no haberse orientado hasta ahora hacia estas clasificaciones, muchos piensan que hay más factores en juego. Es unánime la constatación de que nuestras escuelas de negocios están mucho más internacionalizadas que las universidades. Ángel Cabrera, antiguo de-

cano del Instituto de Empresa, ha sido el primer europeo en presidir un centro de formación de ejecutivos estadounidense, Thunderbird, y en presidir una universidad de la primera potencia del mundo, la George Mason de Washington.

Cabrera cree que hay otros motivos de fondo en los resultados internacionales tan diferentes entre escuelas de negocios y universidades: «Las primeras tienen muchos incentivos para mejorar y autonomía para actuar de manera independiente y competitiva, mientras que las universidades públicas no tienen ni lo uno ni lo otro. Los rec-

SIGUE EN PÁGINA 24



innovar

(Del lat. innovare).

“Mudar o alterar algo, introduciendo novedades”.

Para nosotros es abrir la puerta que nos lleve del presente al futuro.

CEU es obra de la Asociación Católica de Propagandistas.

Programas Máster 2012-2013

MBA

- Máster Universitario en Dirección de Empresas*
- International MBA - Pharmaceutical Industry (Madrid- Berkeley, California)
- Executive MBA en Gestión del Sector de la Salud

Marketing

- Programa Superior en Marketing Digital y Social Media
- International MBA - Marketing (Madrid- Berkeley, California)

Jurídico-Fiscal

- Máster Universitario en Derecho Internacional de los Negocios
- Máster en Teoría y Praxis Judicial
- Executive Master en Asesoría Fiscal

Nuevos Programas

- Dirección de Empresas y Actividades Taurinas
- Programa Ejecutivo en Liderazgo Estratégico (PLE)

* Verificado favorablemente por ANECA, pendiente de implantación por la CAM.

Más información en: www.business-school.ceu.es

>> EMPRENDEDORES & EMPLEO

ESPECIAL ESCUELAS DE NEGOCIOS

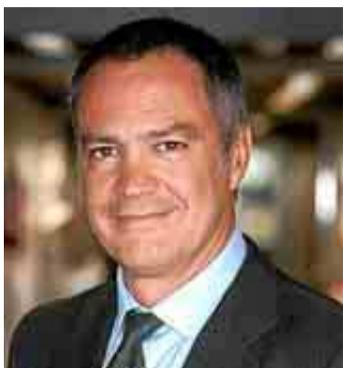
VIENE DE PÁGINA 23

tores y decanos no son nombrados y evaluados por órganos independientes de gobierno que puedan pedirles cuentas, sino que son elegidos por sus colegas. Las aportaciones presupuestarias públicas tienen poca relación con los resultados».

También desde una perspectiva ligada a Estados Unidos Richard Vaughan, texano de nacimiento, fundó en nuestro país una firma de formación en idiomas. Este empresario de éxito es aún más crítico con el modelo de gestión de nuestras universidades y con el sistema universitario: «En España lo público se gestiona mal y con criterios muy alejados de la eficiencia y la calidad; los gestores de las universidades públicas no son profesionales, sino cargos políticos o del mundo de la docencia; y la institución de la cátedra asegura la esclerosis, anula cualquier intento por dinamizar la educación superior y promueve el anquilosamiento de todo el sistema».

FACTORES. José Manuel Casado es el fundador de la consultora 2C, después de dirigir el negocio de recursos humanos de Accenture durante muchos años. Profesor distinguido de IE Business School y miembro del consejo asesor de ESCP Europe, cree que «quizá el elemento central es la conexión con el mundo empresarial. En las escuelas de negocios lo que no funciona desaparece, están más enfocadas a la empleabilidad de sus alumnos, son más globales y abiertas y se orientan hacia una formación emocional y relacional. Mientras, las universidades sólo se preocupan de lo racional y son más locales y endogámicas».

Para Casado hay cuatro factores que fundamentalmente diferencian el rendimiento de las escuelas de negocios y las universidades: el profesorado, más productivo en las primeras; la metodología, más participativa, aplicable y crítica en los centros de ejecutivos; el modelo de gestión, que desconecta a la universidad de la sociedad; y el propósito: «las primeras se orientan a generar competencias e investigación aplicada, mientras que las segundas sólo al conocimiento y muchas veces no aplicables».



IGNACIO DE LA VEGA
'Chief learning officer'
del Grupo BBVA

PROPONÉRSELO E INVERTIR

Las principales escuelas de negocios españolas, además de tener unos sólidos modelos formativos, currículos innovadores y docentes e investigadores de primera línea mundial, han invertido de manera sostenida en las últimas dos décadas en estar presentes en los principales ranking internacionales. Figurar en sus primeras posiciones facilita la atracción de candidatos de primer nivel, clave de éxito para estas escuelas, tanto por su aportación a los programas, como por su futura empleabilidad y contribución a la viabilidad económica de las mismas. Por su parte, las universidades acaban de incorporarse a este canal de promoción.



RICHARD VAUGHAN
Presidente y fundador
de Vaughan Systems

PROBLEMAS ENDÉMICOS

No deberían las universidades españolas intentar emular a las tres grandes escuelas de negocios del país hasta no resolver sus problemas endémicos, lo cual no va a pasar nunca. Solamente unas medidas brutalmente radicales y desalmadamente implantadas, salvarían el sistema universitario español de su actual patética mediocridad. No pueden proyectarse internacionalmente hasta que no se sometan a una transformación completa que aleje a los políticos y destierre por completo la cerril soberbia que anida en la figura de la cátedra. No están capacitadas para escalar los ranking mundiales.



J. MANUEL CASADO
Presidente y fundador
de 2C Consulting

CLAUSTRO Y METODOLOGÍA

Las universidades seleccionan a su profesorado de una manera muy diferente a las escuelas de negocios. No miden la productividad de sus docentes, que tienen trabajo de por vida, mientras que en los centros de formación de ejecutivos quienes no gustan en la evaluación de los alumnos no continúan, y tienen una mentalidad más global. Además, las primeras se basan en manuales, en la memoria, en los exámenes, en un modelo industrial y teórico. Enseñan a memorizar y no a pensar y no se imparten programas en inglés. Los académicos no valen como gestores, no hay preocupación por la marca ni está presente el mundo empresarial.



ÁNGEL CABRERA
Presidente de la George
Mason University

AUTONOMÍA E INDEPENDENCIA

Las escuelas de negocios, al contrario que las universidades, se desarrollaron fuera del sistema público. Se juegan el tipo con los ranking, la calidad, el éxito de sus graduados y el impacto de su investigación. Tienen libertad para establecer la matrícula que quieran (o la que puedan por la reputación de su marca), pagar lo que deseen para atraer a profesores de primer nivel, y buscar recursos más allá de los públicos. Las tres escuelas líderes, aún con estructuras corporativas muy diferentes, tienen sistemas de gobierno y rendición de cuentas independientes. La solución vendría por la autonomía universitaria y la gobernanza independiente.



ANTONIO GARRIGUES
Presidente de Garrigues

LOS CUATRO DÉFICIT

Cree que la universidad, en conjunto, tiene un déficit de internacionalización respecto a Estados Unidos, China, Japón y otros países europeos, aunque en este último caso la diferencia es menor; y unos lazos con Latinoamérica, por ejemplo a través del proyecto Universidad del Santander, que se deberían aprovechar.

Piensa que también que hay que mejorar la aplicación de la tecnología a la enseñanza y resolver el problema de los idio-

mas. «Deberían ser especialmente sensibles con este último tema y no lo son», afirma.

Asimismo, opina que hay un déficit de investigación, cuestión muy valorada en los ranking, y recalca que «las escuelas de negocios tienen campus en el extranjero, más estudiantes internacionales que nacionales y profesores foráneos. Las universidades deben luchar por atraerles, una batalla que se está librando a nivel mundial».



Madrid School of Marketing

www.msmk.es

Príncipe de Vergara, 43;
T(+34) 91 781 89 82
F(+34) 91 141 29 33
info@msmk.es

MSMK, La Escuela Especializada en Marketing

Te presentamos la Formación en MARKETING que te hará ser **DIFERENTE**

MIENTRAS LOS DEMÁS HABLAN,

Tú te **ESPECIALIZAS** y **PROGRESAS**

Tú, creas tu propio **MARKETING**

Tú **TRABAJAS 1 año en MARKETING en Canadá**



¡Muévete Ya!