

# Cómo diferenciarse y ser competitivo

El máster se ha convertido en obligatorio por el carácter generalista de los grados y las exigencias del mercado

DENISSE CEPEDA (CINCO DÍAS)

**A**caba de terminar la licenciatura en Derecho y comienza a trabajar en un despacho de abogados. Pero ¿a qué departamento va: al laboral, fiscal, mercantil o de propiedad intelectual? Y si es ingeniero, ¿a qué se dedicará?

El carácter generalista del grado tras la reforma universitaria, que estableció las carreras de tres años y másteres de dos y busca la convergencia con el modelo europeo (Plan Bolonia), influye, por un lado, en la necesidad de hacer un posgrado, sobre todo cuando son másteres habilitantes para ejercer la profesión. Por otro, es vital para competir en un mercado cada vez más exigente y globalizado.

“Es una consecuencia lógica de Bolonia. Antes, las titulaciones eran hasta de seis años y ahora son de tres o cuatro. También es una tendencia social: si ser bachiller era antes un elemento de distinción, lo mismo ha pasado con las licenciaturas e ingenierías; la diferenciación está hoy en los posgrados”, explica Nacho Somalo, decano de la Impact Business School de la Universidad Europea. Aunque Anna Espasa, directora de psicopedagogía de la UOC, añade que es una secuela del paro juvenil.

La especialización aumenta el conocimiento técnico y facilita su entrada y recorrido en una compañía, apunta Vanessa Izquierdo, directora académica del Centro de Estudios Garrigues. “En un entorno competitivo, el objetivo de máxima eficiencia, tanto de la organización como de sus personas, es imprescindible para la supervivencia y crecimiento empresarial”, sostiene.

El desarrollo de competencias y las mayores ventajas a la hora de encontrar un empleo son otras dos bondades que resaltan en ESIC. “El posgrado cubre toda la parte de desarrollo profesional que no hace el grado, como las áreas funcionales de la empresa: habilidades directivas, de gestión, estratégicas, operativas y, desde nuestra perspectiva, las de *marketing* y comercial”, ilustra Joaquín Calvo, vicedecano del área de posgrados. Estas destrezas facilitan a la vez la inserción laboral y mejoran la empleabilidad de los jóvenes, agrega Ramón Gurriarán, director de programas formativos de EOI.

“Los puestos son cada vez más especializados, ya que las tareas generales están siendo sustituidas por máquinas”, afirma Arturo de las Heras, director de la Udima y el CEF. Y, “aunque suene paradójico, los fundamentos son indispensables para especializarse”, opina Begoña Blasco, vicerrectora de enseñanzas de la CEU San Pablo.

## VUELTA AL AULA, SIEMPRE

La sociedad está inmersa en un proceso de transformación que ha modificado las reglas de juego de empresas y profesionales. Por tanto, la flexibilización, apertura, adaptación, reinversión y resiliencia son capacidades que cobran relevancia. “Vivimos a una velocidad de cambio elevada. Cada 14 meses se genera un 40% más de conocimiento, y cada 18, los sistemas virtuales duplican su capacidad de procesamiento; prácticamente el 80% de la economía es digital



En este contexto, nuestras generaciones y las siguientes tendrán que formarse continuamente si no quieren caer en la obsolescencia cognitiva”, advierte Daniel Parente, director de MBIT School.

De ahí que un máster respalde ese ajuste constante requerido al enfocarse en las necesidades de las empresas, prosigue Parente. Un punto en el que coinciden los centros consultados. La mayoría opina que la inversión en capital humano garantiza competencia, actualización, instrucción en nuevas disciplinas o reorientación de la profesión.

“Ese ciclo de estudio y luego trabajo está agotado. Cuando hablo con algún chaval, siempre le digo: ‘Eres como un producto; si hay una opción mejor, el empleador la cogerá’, insiste Somalo, de la Europea. Más aún cuando se reclaman perfiles digitales. “Hoy se demanda personal al día con las nuevas tecnologías, las últimas tendencias, y

El ciclo de estudio y luego trabajo está agotado. Las empresas buscan personal capaz de reajustarse continuamente

que cumplan las exigencias de un entorno laboral muy competitivo”, mantiene Dario Assante, vicedirector del IED Madrid.

No obstante, desde CEU San Pablo alertan del peligro de enfocar esta necesidad de forma equivocada: “La universidad debe formar a profesionales adaptables a un contexto de cambio permanente, que se consiga con bases sólidas en cada disciplina en lugar de fomentar una exclusiva de conocimientos con una obsolescencia pequeña, aunque proporcione una ocupación que puede ser laboral efímera”.

## NUEVAS TITULACIONES

Para afrontar esta evolución económica, donde la internacionalización e innovación son una constante, los centros privados han incorporado nuevas titulaciones. Es el caso del IED Madrid, que ofrece el máster en Diseño de Producto –que incluye la fabricación digital, impresión 3D y máquinas de corte láser– o el de Marketing y Digital Business. O el MBIT School, que introduce los posgrados en Business Intelligence y Big Data, y Data Science, y el MBA en Transformación Digital.

En la UOC se ofrece el título en Desarrollo de Aplicaciones para Dispositivos Móviles; CEU San Pablo tiene el máster en Comunicación Multimedia, y la Udima ha lanzado, entre otros, cursos de impresión 3D aplicada a los drones, donde los docentes aprenden a reparar estos aparatos, o el de *compliance officer*, que vela por el cumplimiento normativo en la empresa. ESIC, a través de su Instituto de la Economía Digital

## Quiero ser geógrafo, ¿tendrá salida laboral?

No hay una receta única para elegir un posgrado u otro. Aunque los académicos coinciden en que el interesado debe reflexionar tanto sobre sus gustos como sobre las exigencias empresariales. Es para toda la vida, de ahí la importancia de examinar y comparar las ofertas, valorar la metodología (si es a través de clases magistrales, del método de discusión de un caso o aprender trabajando o jugando), la calidad del profesorado y la facilidad de entrada al mercado laboral.

¿Cuál es el objetivo: actualización o especialización? ¿El propósito es conocer mejor un sector y crear redes o acceder a un doctorado? Son algunas interrogantes que plantean en UOC. Conviene conocer sus debilidades y fortalezas –mediante evaluaciones de competencias– para elegir aquellos programas que se ajusten mejor a su perfil. Algunos aconsejan hacerlo después del grado para agilizar su preparación técnica y empleabilidad, mientras que otros recomiendan una breve experiencia laboral, de tres meses o un año, para discernir con mayor conciencia y madurez el área de especialización.

Y, como vivimos en un mundo global, es necesario conocer otras culturas, no solo por el idioma, sino para descubrir costumbres, realidades y experiencias transferibles a su entorno. “El problema está en no hacerlo y salir al mercado solo con tres años de formación. Es una limitación profesional”, sentencian en MBIT School.

oferta cinco másteres relacionados con esta actividad, en Digital Business, Marketing Digital o Digital Customer Management, así como una decena de programas superiores que atienden al negocio *online* (SEO/SEM, comercio electrónico y *marketing* de contenidos).

La novedad en Garrigues es el uso del formato *blended* (presen-

cial y *online*) en el LLM in International Transactions, mientras que en EOI se enfocan en los de ciberseguridad, *big data* o experiencia del cliente. Y en 2017, Impact Business School impartirá el máster en Marketing, donde el 50% del contenido será digital, y un MBA orientado a la transformación y economía digital