



Salidas para los graduados

La Universidad intenta adecuar su formación a la demanda del mercado laboral

CARMEN SÁNCHEZ-SILVA

En España hacen falta divulgadores científicos, una profesión para la que no hay formación específica, pero que el mercado laboral demanda. ¿Cómo se solventa? Según el rector de IE University, Juan Luis Martínez, incluyendo asignaturas de comunicación en el grado de Biología que permitan formar a un divulgador sin confeccionar una carrera propia para él. Así es como la Universidad trata de ajustar su oferta formativa a los requerimientos de las empresas para sus plantillas y cubrir la brecha que separa los estudios teóricos de la realidad laboral.

"Proponemos al mercado combinaciones de grados por sí cambian las necesidades de profesionales. Nos enfocamos hacia la empleabilidad, algo que sin Bolonia no habría sido posible", añade. "La Universidad no se debe gestionar del lado de la oferta, sino del de la demanda", sigue el rector del centro privado del Instituto de Empresa, que sigue el modelo de los británicos Oxford o Cambridge o el alemán Jacobs University. "No del alumno, que suele ser caprichoso. Sino de la empresa, que sabe lo que necesita en cada momento. Por eso preguntamos a las compañías, hacemos un estudio de mercado antes de lanzar nuevos grados para comprobar si van a ser útiles o no".

Con una decena de grados en su catálogo, IE University cree que son suficientes para capacitar 160 perfiles profesionales. Y aunque las carreras más versátiles sigan siendo Administración de Empresas e Ingeniería Industrial, hay otros requerimientos empresariales sin cubrir. Es el caso, dice Martínez, de los profesionales en ingeniería de sistemas de las organizaciones o lo que IBM llama ingenieros de servicios, "deberíamos tener un grado con cuestiones básicas de sistemas y complementarlo con materias de administración de empresas, así cubriría las necesidades de la multinacional en vez de tener que formar a sus trabajadores ella misma. También se necesitan expertos en ingenierías alternativas, donde Repsol cuenta con una línea de trabajo que ha de dotar de especialistas".

Conscientes de que la gran cantidad de titulaciones universitarias que se ofertan en España son excesivas, expertos como Federico Gutiérrez-Solana, presidente de la Conferencia de Rectores de Universidades (CRUE), también tienen claro que la adecuación entre la oferta y la demanda, perseguida por el Espacio Europeo de Educación Superior, facilita la movilidad de estudiantes y profesionales en la UE. En su opinión, las universidades están preocupadas



Alumnos participan en una feria de empleo de la Universidad Politécnica de Valencia. / CARLES FRANCESC

Freiles antes que aprendices

Las escuelas de negocios norteamericanas están muy avanzadas en la enseñanza práctica. Formación y empresa se dan la mano. En muchos de estos centros se ha puesto de moda que los alumnos trabajen en proyectos reales de consultoría que las compañías les encargan. Los estudiantes no cobran por ellos, pero sí adquieren experiencia y contactos. Y las corporaciones abonon un precio más bajo que el de mercado para cubrir sus costes y logran análisis e ideas nuevas. Instituciones como Tuck, Chicago Booth, UC Berkeley, MIT, Indian University, etcétera, llevan a cabo estas iniciativas.

Antonio del Valle, alumno español de Tuck, contaba antes de graduarse para ir a trabajar en JP Morgan en Nueva York, el proyecto de consultoría en que ha participado durante su MBA. "Tuck realiza proyectos especiales, que encarga anualmente a entre siete y diez grupos de

alumnos. Este año se han desarrollado en India, Inglaterra, Suiza, Lituania, Francia, Brasil y Perú. En los grupos participan seis estudiantes y un asesor independiente con mucha experiencia. Nuestro proyecto trataba de mejorar el atractivo turístico del sitio histórico Machu Picchu, que este año celebra su centenario. Durante tres semanas estuvimos en Perú para hacer el trabajo sobre el terreno. El proyecto duró tres meses y recoge una veintena de iniciativas para impulsar el turismo en la zona. El coste para los empresarios peruanos que lo encargaron fue de unos 90.000 dólares", agrega. A su juicio y al del decano de la escuela Tuck en Dartmouth, Paul Danos, este es el mayor atractivo que ofrece a quienes quieren cursar un MBA.

En Chicago Booth es un laboratorio quien formaliza estas prácticas, de las que los alumnos sacan estrategias o productos nuevos para las empresas que contratan a

la escuela. Ya superan el centenar desde que se pusiera en práctica en 1978.

Durante 10 semanas, un equipo de alumnos trabaja 20 horas semanales de media para resolver el problema de la compañía junto a uno o varios profesores. Primero analizan y luego formulan soluciones. Lo han hecho, agregan fuentes de Chicago Booth, para Nestlé, Frito Lay, Harman, Honeywell, Citibank o Barclays... En el caso del MBA Alejandro Banegas, era un proyecto para Cargill, necesitaba una herramienta para valorar y decidir sus inversiones en el mundo, "una herramienta que está utilizando", asegura el joven, que ha sido contratado por KPMG. ¿Ventajas del laboratorio?, "te permite producir en el trabajo desde el día uno", dice Banegas. Y Chicago Booth apostilla: "a las empresas les permite ampliar la estrategia y las capacidades de desarrollo de productos con evaluaciones independientes y nuevas ideas. Y los estudiantes se benefician de estar inmersos en el mundo real y afrontar los verdaderos problemas de negocio". ■

porque los universitarios lleguen a sus puestos de trabajo capacitados y en fomentar su empleabilidad. "Las empresas se quejaban de que carecían de competencias y capacidades, tales como la lingüística. Por eso, en gran parte de las universidades se exige antes de graduar a los alumnos, que acrediten su nivel de inglés", dice.

Gutiérrez-Solana cree que las universidades privadas acomodan con mayor rapidez su oferta formativa a las necesidades cortoplacistas de las empresas, en tan-

to que las públicas han de considerar también las necesidades sociales a más largo plazo. No obstante, el interés por la empleabilidad ha llevado a la CRUE a firmar un acuerdo con las Cámaras de Comercio para formar a los profesionales que requiere la empresa.

La privada Universidad de Navarra tiene desde hace 25 años la Fundación Empresa Universidad de Navarra, constituida por Universidad y empresas. Gemma Murillo, directora de Empleo de la Fundación, explica que es esta en-

teridad la que se encarga de poner en consonancia las necesidades de alumnos y futuros empleadores. "Hay inquietud por ambas partes en cubrir las demandas laborales, que se acentúa con la crisis". "Desde el primer curso universitario trabajamos con los alumnos para encauzarlos en sus carreras. También les apoyamos en su inserción en el mercado laboral". En la bolsa de trabajo que gestiona conviven unas 1.700 ofertas laborales al año y unos 1.300 alumnos insertados. "Notamos

que las empresas demandan formación competencial e internacional, por eso tenemos un programa de formación específico en competencias que se realiza a distancia", añade Murillo. ■

■ Fe de errores

► En el artículo *Estrellas metidas a gestores* del pasado 7 de agosto se decía que Bimba Bosé era socia de la firma Bimba y Lola, cuando no lo es. Sus dueñas son las hermanas María y Uxia Domínguez.