

La educación mira a los 'millennials'

Las escuelas de negocios ofrecen másteres para atraer a unos jóvenes más autónomos

SUSANA BLAZQUEZ

Joaquín Muñoz y Pablo Fernández son los dos jóvenes abogados de 30 años que ganaron una demanda por el derecho al olvido contra Google en Luxemburgo desde su pequeño despacho. Travis Snyder creó con 31 años The Color Run, el mayor evento deportivo global (7,6 millones de corredores en tres años) realizado sin publicidad. Juan de Antonio y Adeyemi Ajao fundaron Cabify con 31 y 29 años, un servicio de taxis de lujo en el móvil que está en cuatro países. Son *millennials*, igual que Mark Zuckerberg, el joven del nuevo milenio más famoso. Han nacido en los ochenta y noventa, ven la vida a través de las pantallas conectadas, y utilizan la tecnología para dar respuestas disruptivas a los problemas tradicionales. El gurú del futurismo Thomas Frey asegura que el 60% del empleo de los próximos años está sin inventar. Los jóvenes del milenio empiezan a realizar muchos de los cambios que provocarán las nuevas profesiones, y lo harán desde sus empresas, pero también desde dentro de las grandes organizaciones.

Itziar Ortega, directora de Programas de Deusto Business School, da las claves en el libro *Millennials, inventa tu empleo*. Han llegado al mundo laboral con la crisis, y su respuesta ha sido la economía colaborativa. Son emprendedores sin miedo al fracaso porque conviven con los cambios. Trabajan mejor que

"Los másteres deben estar más pegados al terreno", dice un joven empresario

"Les gusta que los estudios sean más activos", explican desde el IESE

otras generaciones en ambientes multiculturales. Se preocupan por el impacto de la actividad de su trabajo en la sociedad. "A diferencia de otras generaciones, escriben el futuro, y demandan una formación distinta a la impartida hasta ahora", apostilla Ortega.

Un ejemplo: José Manuel González Rueda, de 29 años, es un ingeniero industrial obligado a ser autodidacta al terminar la universidad por no encontrar profesores en España que supieran más que él sobre la tecnología 3D. Su empeño le ha llevado a inventar la impresora 3D y el escáner 3D para *smartphones*, y por el camino cursó un MBA para hacer



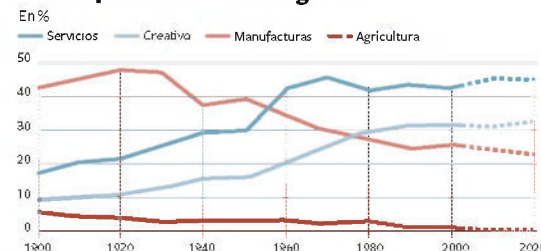
Mark Zuckerberg, cofundador y director ejecutivo de Facebook, charla con un grupo de jóvenes en la sede de la empresa. / ROBERT GALBRAITH (REUTERS)

su empresa. Ahora tiene ocho empleados y empieza a comercializar estos terminales de bolsillo. "Estoy a favor de los máster, pero deben estar más pegados al terreno. Los planes de negocio han muerto tal y como los enseñan, a varios años. Mi equipo prueba en la calle la viabilidad de los productos para adecuarlos a las necesidades de los clientes. ¿De qué me sirve hacer algo que no comprarán, por diferente que sea?", explica González Rueda.

El aprendizaje por Internet es otra constante de los *millennials* que las escuelas de negocios deben tener en cuenta. "Soy partidario de seguir una base común de aprendizaje para tener un lenguaje estándar, pero sin asignaturas inútiles. Aprendemos lo que nos gusta por Internet, y eso nos hace más felices y efectivos. Yo escojo a mis colaboradores si se apasionan con lo que hacen, no por tener matrículas. Es la forma de sacar adelante mi empresa", añade.

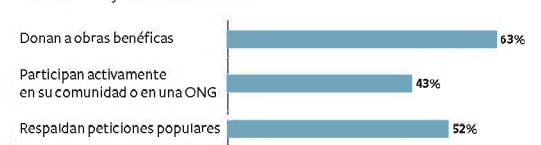
Con estos mimbres ¿cómo deben ser los máster que atraigan a los *millennials*? IESE ha multiplicado por 2,5 el número de asignaturas del MBA. También ha enriquecido las discusiones de casos empresariales que se hacían hasta ahora con simulaciones de situaciones en las áreas de producción, marketing o recursos humanos. "Nos pedían un MBA a su medida, con más colaboración, competiciones entre ellos, y una forma más activa de aprendizaje. Hay que engancharlos con situaciones más complejas porque son más dispersos al estar acostumbrados a varias pantallas", cuenta

Los emprendedores del siglo XXI



COMPROMISO SOCIAL DE LOS MILLENNIALS

Más solidarios y menos individualistas



Fuente: La clase creativa (Richard Florida, Universidad de Toronto) y Millennial Survey (Deloitte) EL PAÍS

Julia Prats, profesora de Iniciativa Emprendedora de IESE.

De la misma forma, el IESE ha acentuado el trabajo sobre el terreno en empresas y organizaciones y sobre el proyecto para crear y lanzar una empresa. "Antes les exigíamos un *business plan* para aprobar, ahora aprobamos a quienes han conseguido vender algo real con su empresa. Les gustan los retos", añade Prats. Los cambios han llegado a los planes de formación para directivos de más edad. "Más vale que aprendan la forma de trabajar de los *millennials* para poder tenerlos en sus empresas", en 2025 serán el 75% de la fuerza laboral mundial.

Los jóvenes del milenio cuentan con la tecnología para autoemplearse, y escogen una formación para complementar sus necesidades. Mireia Badia buscó tres socios capitalistas y uno tecnológico con 23 años para fundar Growly, la primera *web* española de *crowdfunding* en dar préstamos de muchos inversores a los autónomos y pymes. En poco más de un año ha conseguido más de medio millón de euros para 19 pymes y dos autónomos. "He hecho un máster real mientras creaba la empresa a velocidad de vértigo. Dirijo un equipo de cinco personas y soy la más joven. Cuando tenga tiempo haré un MBA para

dirigir equipos y buscaré uno que sea práctico", explica Badia.

Los *millennials* emprendedores hablan rápido y su pensamiento es aún más veloz. "Ven sencillo convertirse en millonarios con las nuevas tecnologías, y quienes lo han hecho son sus ídolos, encajan con su estilo de vida", explica Martín Boehm, decano de Programas de IE Business School. "Es verdad que son muy emprendedores pero no todos podrán tener empresa propia. El auténtico emprendedor busca las vueltas para solucionar los problemas que se le presentan para desarrollar su idea, toma riesgos, y tiene visión de futuro. Ese es quien triunfará con su empresa", cuenta Boehm.

Iniciar el camino laboral en la era de la tecnología facilita la creación empresarial. Nunca fue más fácil que ahora montar empresas sin apenas dinero, ha cambiado el paradigma. En vez de invertir en autocares o aviones, BlaBlaCar conecta a viajeros con plazas libres con quienes desean hacer el mismo trayecto. Airbnb compite con cadenas hoteleras a base de conectar a dueños de viviendas con turistas deseosos de ir a ese destino. "Les gusta probar y aprenden de sus errores. Las multinacionales pueden aprovechar esta forma distinta de hacer las cosas para abrir mercados o lanzar nuevos productos", aconseja Boehm.

Deusto Business School ya tiene programas de liderazgo que mezclan disciplinas tan dispares como la cocina y la tecnología, o el deporte y la innovación. Serán impartidos por profesores al uso y destacados *millennials*. ■