

DESARROLLO PROFESIONAL

Universidad corporativa... un remedio para la empleabilidad

Cada vez más organizaciones crean universidades especializadas para formar a los profesionales y así conseguir que cuenten con las habilidades y competencias esenciales para la estrategia de la compañía. **Por Alba Casilda**

El aprendizaje a lo largo de toda la vida y la actualización de los conocimientos es una exigencia a la que se enfrentan hoy todos los profesionales. Muchos consiguen formarse por su cuenta, pero otros tantos echan de menos el acceso a cursos especializados dentro de su compañía. La formación de la plantilla es un reto al que se enfrentan las organizaciones desde hace tiempo. General Electric supo detectar esa carencia hace mucho y a mediados de la década de 1950 puso en marcha la creación de su propia escuela, Crotonville. Así empezó la historia de las universidades corporativas, centros educativos internos dirigidos a los empleados para formarlos en aspectos muy concretos.

En la actualidad, muchas organizaciones se han sumado a la creación de estas instituciones. "Los complejos retos a los que se enfrentan las empresas han propiciado su aparición, ya que así impulsan el desarrollo del talento de acuerdo a su estrategia", afirma Olga Alonso, directora de *Executive Education and Blended Learning* de ESCP Europe. Así, a través de alianzas con escuelas de negocios y universidades, imparten cursos especializados en capacidades de liderazgo, el producto o servicio de la compañía y las tareas comerciales y de marketing.

"Para que esta formación funcione tiene que haber una conexión real con el negocio. Los empleados mejorarán su proyección dentro de la compañía, ya que su carrera se alinea con los retos futuros de la compañía. Por su parte, la empresa experimentará un impacto positivo en sus resultados gracias al aumento de la productividad de los profesionales", opina Luis Vives, decano asociado de los programas de MBA de Esade. Además, tal y como recuerda el experto en el artículo *Universidades corporativas: alineando personas y estrategia*, publicado por Harvard Deusto Business Review, ese es el objetivo de las grandes universidades que hoy son referencia: desde la de General Electric hasta la de Apple (Apple University): "Fue la mejor manera que Steve Jobs encontró para transmitir su legado y mantener su impacto en el futuro de la compañía".

Carrera

En España, la pionera fue Gas Natural Fenosa cuando en el año 2000 creó su universidad. "Nació con el objetivo de atender las necesidades formativas de la compañía en todos los niveles y ser una palanca estratégica de transformación al servicio del negocio", explica Teresa Manobens, directora del área de gestión del talento de esta universidad. Desde entonces, otras grandes organi-



Campus de la Hamburger University, la universidad de McDonald's fundada en 1961.

zaciones como BBVA, Santander, Indra o Telefónica han fundado sus propias escuelas.

"Esta formación proporciona los conocimientos necesarios a todo aquel que desee un cambio de puesto. Por ejemplo, para pasar a un departamento distinto al que pertenecía cuando comenzó su trayectoria profesional", apunta Manobens. Es más, los profesionales tienen más probabilidades de ser ascendidos o acceder a mejores condiciones laborales.

Para Salvador Lorenzo, gerente de integración profesional y de la escuela de formadores del Centro Superior de Formación de Repsol (CSF), estos estudios permiten especializar a sus empleados y así suplir la falta de profesionales con una formación adaptada a las necesidades de la empresa. También señala la importancia de crear itinerarios adecuados a los distintos perfiles: "Para los nuevos empleados con titulación universitaria debe ser un proceso de integración y que así adquieran las habilidades necesarias para su desempeño. En el caso de los sénior, esta formación debe garantizar un proceso de aprendizaje vinculado a los objetivos estratégicos, de negocio y de desarrollo profesional".

Los que se forman en estas escuelas tienen más posibilidades de ascender o acceder a mejores condiciones

Se imparten cursos sobre liderazgo, el producto o servicio de la empresa y técnicas de marketing

Según el estudio sobre las universidades corporativas *¿Nuevos tiempos, nuevas realidades?*, publicado por Esade, la mayoría de las empresas emplea estos centros para hacer frente a tres retos principalmente: "la alineación de la cultura corporativa y valores (71%), la gestión de las diferentes generaciones en la empresa (37%) y la adecuación de la propuesta global a entornos locales (34%)".

Pero tal y como explica Antonio Rubio, socio director de I+D+i de Overlap, algunas empresas quieren

ir más allá y crear toda una red de conocimiento. Cuando los programas formativos llevan varios años en marcha, también los ofrecen a toda la cadena que se encuentra a su alrededor: proveedores, socios y colaboradores.

Mercado laboral

Sandalio Gómez, experto en relaciones laborales de IESE, matiza que es importante entender que la mejora del profesional se produce más en el panorama interno de la empresa y no tanto en el externo del mercado laboral: "Las nociones que se adquieren son útiles para el plan estratégico de la organización. El profesional puede incluir estos cursos en su currículo, pero debe tener en cuenta que, en general, no son titulaciones oficiales. Es formación que se lleva, pero el principal objetivo de ésta no es convertirte en alguien más empleable en el mercado laboral". Pero a pesar de que no sean títulos oficiales, lo aprendido sí le servirá al profesional para desenvolverse mejor en futuras experiencias laborales. Podrá sacar partido de las lecciones relacionadas con habilidades de liderazgo o gestión de equipos. También del *networking* que

'Formación a medida' de las compañías

La creciente competencia y los cambios introducidos por la tecnología han obligado a las empresas a prestar más atención a la formación de los empleados. Así lo confirman desde EXES formación, compañía especializada en la capacitación profesional en materias de tecnologías de la información e industriales. En los últimos cinco años han apreciado un aumento de la formación 'in company', es decir, cursos específicos diseñados según las necesidades de las organizaciones. En su caso, otorgan formación técnica adaptada a los distintos entornos de trabajo. Lo cierto es que la oferta educativa 'a medida' de las empresas es cada vez mayor. En este sentido, una de las novedades es la iniciativa de Coursera, plataforma de cursos online. Ha creado una versión de pago para las compañías a las que ofrece material didáctico elaborado por diferentes universidades. Tal y como recoge *Financial Times*, empresas como L'Oréal o Boston Consulting Group ya forman parte de sus clientes. Otras organizaciones optan por otros sistemas más clásicos como la FP dual con la que los estudiantes combinan sus clases con prácticas en empresas, de manera que se pueden convertir en futuros empleados.

realice, ya que los ejecutivos de las compañías suelen impartir algunos cursos y es una forma de que los empleados tengan acceso a los diferentes rangos.

Otra vía de formación es enviar a los profesionales a estudiar a diferentes instituciones. "En estos casos, las escuelas de negocios crean junto con las empresas cursos específicos para un número reducido de empleados. Esta opción es más costosa para la compañía, pero implica un mayor desarrollo de carrera en el empleado tanto dentro de la empresa como fuera", cuenta el experto del IESE.

Por su parte, el experto de Esade concluye que un método a imitar es el que se emplea en el ámbito internacional, sobre todo, en centros de Alemania: "Los empleados pueden convalidar los créditos conseguidos en titulaciones oficiales de las escuelas de negocios". Una iniciativa que en España se está empezando a ver. Es el caso del grupo hospitalario Quirónsalud, que colabora con la Universidad Europea y que recientemente ha desarrollado el programa superior de gestión dirigido a enfermería que se imparte en el campus del grupo.