

## Antonio Alonso, director general de la Escuela Europea de Negocios

# Todos nuestros programas incorporan una área de desarrollo de marca personal

**La Escuela Europea de Negocios lleva 25 años impartiendo formación en las áreas más relacionadas con el mundo corporativo como Dirección y Administración de Empresas, Recursos Humanos y Marketing, aunque también aborda otras temáticas como el Medioambiente. Todo ello, basado en sus tres pilares básicos sobre los que se sustenta: Internet, innovación e internacionalización.**

### ¿Cómo ha evolucionado la Escuela Europea de Negocio durante estos últimos 25 años?

Empezamos con un planteamiento de formación tradicional, donde profesionales en activo con una amplia experiencia docente comparten su experiencia con los alumnos. Con el tiempo hemos ido incorporando las nuevas tecnologías y la formación *online*, y nos basamos en lo que llamamos "nuestras tres ventajas competitivas": Internet, innovación e internacionalización.

### ¿Podría detallar cada una de ellas?

Somos una de las primeras escuelas de negocios que en 1995 ya tenía página web. A partir de ahí hemos ido desarrollando todo un proceso de captación de alumnos, a quienes les trasladamos ese mismo conocimiento que hemos generado durante este tiempo. En cuanto a la internacionalización, somos una de las primeras escuelas pioneras en España en abrirse al mundo latinoamericano. Tenemos sedes en Bolivia, Perú, Ecuador, Argentina y recientemente hemos abierto en Chile. Además, tenemos firmados acuerdos de colaboración con otras instituciones de, por ejemplo, Estados Unidos, Francia, Italia o Reino Unido. Por último, constantemente estamos actualizando los programas y la forma de impartirlos. Precisamente uno de los componentes que tienen éstos

es cómo gestionar la innovación. No es más que hacer de una forma distinta lo que otros están haciendo de manera tradicional.

### ¿Cuáles son sus objetivos de negocio actuales?

Nuestro principal reto es continuar con nuestro plan de internacionalización. Queremos aumentar la presencia en Latinoamérica y extender la colaboración con otras instituciones a mercados emergentes. Estamos tratando de cerrar acuerdos en China, India y Brasil, que son tres de los mercados más interesantes y con potencial de futuro. Y queremos continuar con el desarrollo de nuestro plan de investigación y mejora de los procesos educativos.

### ¿Qué tipo de cursos imparten?

Fundamentalmente programas en el área de empresa. Contamos con un MBA Executive dirigido a pro-

fesionales y directivos, y tenemos también un programa de Dirección y Administración de Empresas orientado a recién titulados. Al mismo tiempo desarrollamos actividades en RRHH, Medioambiente, Marketing, Banca, mercados financieros y Comunicación corporativa, que es el de más reciente creación. Y todos nuestros programas incorporan desde este año una área de desarrollo de marca personal.

### ¿Cuál es la duración media de los cursos?

Oscila entre los diez y los dieciocho meses. Aparte de los programas que imparten las escuelas de negocios, también tenemos programas que desarrollamos con otras instituciones y a los que ponemos el apellido de "internacional". Permite a los alumnos que no sólo tengan una experiencia de formación en España, sino también en el extranjero.

### ¿De qué forma realizan la selección de alumnos?

Nuestro objetivo es contar con grupos que puedan aprovechar al máximo la formación que impartimos y que tengan una cierta coherencia y objetivos comunes dentro de una necesidad de disparidad y variedad. Además, a todos ellos intentamos inculcarles el carácter emprendedor que caracteriza a la escuela. Uno no tiene por qué montar su empresa para ser emprendedor. Puede ser cualquiera que tenga iniciativa, capacidad, que sepa enfrentarse a

## Emprendedor puede ser cualquiera con iniciativa, capacidad y que sepa enfrentarse a las situaciones

las situaciones y que no espere constantemente las directrices de sus superiores para posicionarse y sacar adelante su trabajo.

las situaciones y que no espere constantemente las directrices de sus superiores para posicionarse y sacar adelante su trabajo.

### ¿Cómo ve el mercado de formación de posgrado?

Pensamos que es uno de los primeros que se ha globalizado de forma más intensa. Sólo aquellos centros que oferten una formación de ámbito global, con una proyección global y para todo el mundo probablemente tengan sentido al cabo de diez años.

### Por último ¿han notado una cierta preocupación por parte de las empresas en cuanto a la formación de sus directivos?

Tristemente hay de todo. Si tenemos que evaluar la situación media, lo que podemos decir es que en estos años se ha producido un recorte significativo de la inversión en formación por parte de las organizaciones. En cambio, también he de decir que hay empresas que han apostado por ello muy fuertemente. Por ejemplo, nosotros hemos tenido como master Honoris Causa al presidente de Mercedes Benz España, y ellos tienen muy claro que la formación, junto con la I+D, es uno de los gastos que no se debe recortar en tiempos de crisis bajo ningún concepto ■

### ¿En qué consiste eso?

Las nuevas tecnologías son un aspecto fundamental que debe tener en cuenta cualquiera que tenga que decidir en qué va a centrar su actividad. Por eso, les formamos en cómo mantener un blog personal para publicar información y conocimientos, de qué forma se puede utilizar la red de contactos en Facebook y LinkedIn, y también sobre el uso de Twitter como una herramienta fundamental para compartir conocimientos con otros profesionales.

### ¿Cuentan con programas presenciales y online?

Sí. Pero tanto los *online* tienen la opción de hacer una parte presencial, como al contrario. Hoy no se pueden obviar las nuevas tecnologías como un aspecto fundamental para la transmisión del conoci-

