

G E S T I Ó E M P R E S A R I A L

Escoles de negocis (I)

MODEST GUINJOAN / JOSEP MARIA LLAURADOR

Consulting Barcelona Economia

Les nombroses escoles de negocis també comencen un nou curs. En el darrer rànquing del *Financial Times* hi ha tres escoles espanyoles –dues d'origen català– entre les 40 millors del món en la formació d'executius. L'IESE és la quarta, l'Institut de Empresa, la setzena, i ESADE, la vint-i-sisena.

Històricament les escoles de negocis catalanes han tingut una funció bàsica en la preparació dels joves empresaris i executius, no només del país, sinó de l'Estat i de la resta del món (sobretot, de l'Amèrica del Sud).

Creades a imatge de les *business schools* americanes, van començar cobrint els buits d'economia pràctica o real que la formació acadèmica deixava en la formació dels alumnes que omplien les aules universitàries en nombre creixent. Innovadores en continguts i en metodologies educatives, als inicis el professorat mostrava una gran proximitat a la pràctica empresarial. L'ingrés dels candidats a alumnes era força selectiu, també des del punt de vista econòmic. Els títols que atorgaven no estaven reconeguts oficialment, cosa que no els treia reconeixement empresarial, ans al contrari. En algun cas van passar de ser un pur complement formatiu a esdevenir la formació *ad hoc* de les futures classes directives i empresarials del país. També hi hagué efectes secundaris. L'èxit de la formació postgrau en aquestes escoles va oferir una oportunitat de mercat a universitats públiques i a noves escoles de negocis.

Les unes i les altres es llançaren a una oferta massiva de màsters, cursos d'especialització i similars, fins al punt que, només a Catalunya, durant el curs 2001-02 hi havia gairebé 60.000 inscrits, entre joves llicenciats i professionals en actiu. Per als primers és una prolongació del període acadèmic a l'espera d'ofertes laborals atractives i per als segons una posada al dia pel que fa a coneixements i a contactes; per a tots ells, un complement dels estudis universitaris realitzats o un substitutiu, si no n'havien fet, i una medalla més al seu currículum. Per a l'estudiant, la diferenciació entre les escoles capdavanteres ja no es fa per orientació professional –que encara hi és, però decreixent–, sinó per les oportunitats de col·locació, per l'enduriment dels requeriments d'ingrés o pel preu dels cursos, en tots prou elevat. Les de segona fila lluiten mitjançant la col·laboració amb universitats estrangeres o fent convenis amb les locals; la qüestió és disposar d'un segell o imatge de marca que els permeti aconseguir el màxim nombre d'alumnes i cobrir un espai, si és

que en queda. I així, davant del gruix de l'oferta actual, el problema del que s'acaba de llicenciar i del professional és doble.

D'una banda, l'elecció. Cal ser molt primmirat a l'hora d'escollir entre tantes promeses llamineres de futur. És d'esperar que el temps les porgarà, especialment si arriben les rebaixes en forma de guerra de preus, amb la consegüent disminució de la qualitat de

totes les variables formatives, especialment dels professors, cada vegada més docents a temps complet i menys implicats en funcions directives en el món de l'empresa. D'altra banda, hi ha l'aprofitament de la forta inversió que suposen els estudis. Normalment serà la primera experiència laboral, el canvi de feina o la promoció interna el que determinarà si la inversió ha estat rendible, i no pas l'aprenentatge *per se*.

I, molt important, l'enriquiment dels contactes, que és de les coses de què més satisfets estan els alumnes de les escoles de més prestigi. Imprescindibles en el seu naixement i necessàries com a complement durant molts anys, avui dia, amb les excepcions que calgui i els matisos que es vulgui, un es pregunta si les escoles de negocis no seran, sobretot, un negoci. (Potser per això, entre altres coses, el català ha estat bandejat com a idioma docent –és a dir, com a idioma de negocis– a la pràctica totalitat d'aquestes escoles. Qui ens ho havia de dir!)