

G E S T I Ó E M P R E S A R I A L

Escoles de negocis (i II)

MODEST GUINJOAN / JOSEP MARIA LLAURADOR

Consulting Barcelona Economia

Quan tot just tancàvem el nostre article de fa quinze dies sobre les escoles de negocis apareixia un estudi a la *Business Review* en el qual se citava el fosc pronòstic que havia fet Jeffrey Pfeffer, un dels gurus americans que més s'hi havien mogut i amb més èxit. Havia dit el professor que la formació a les escoles de negocis, tal com s'estava duent a terme, tenia els anys comptats. Aquests mals averanys no només es veien desmentits pel creixement desbocat del nombre d'escoles, sinó per la satisfacció dels que n'havien estat alumnes.

En efecte, segons el mateix treball, la majoria dels professionals joves americans, enquestats deu anys després d'acabar el seu MBA, se sentien satisfets dels estudis realitzats, del seu primer sou i del seu sou actual: 165.000 dòlars anuals (més 268.000 addicionals en concepte d'altres retribucions) els homes, i més de 115.000 dòlars (més 82.000 d'addicionals) les dones. Al graduar-se, els MBA van tenir una mitjana de més de dues ofertes de treball; ara tenen al voltant de 100 empleats de mitjana a les seves ordres i treballen 53,5 hores a la setmana, ells, i 46,2, elles.

La gran lluita –perduda després de tants anys?– dels centres universitaris per apropar-se a la realitat empresarial, a través de fundacions mixtes que

inclouen universitats i empreses, ha fet més evidents les seves mancances formatives i ha potenciat l'èxit de les escoles de negocis. Al capdavant, el que fa que els estudis en un centre o en un altre siguin més o menys atractius per a la majoria dels estudiants és l'oportunitat de trobar una feina ben aviat i, si pot ser, ben pagada des de bon començament. Amb altres paraules, es tracta d'adquirir la possibilitat de fixar el millor catxet que l'empresa estigui disposada a pagar, una bona cotització inicial a partir de la qual tots els canvis d'empresa siguin a l'alça. Tot sovint el grau de prestigi de les diverses escoles d'origen marca el sou d'ingrés dels joves a les empreses, encara que aquest preu tingui més a veure amb l'expectativa que no pas amb el rendiment real del nou executiu, que es demostrarà, en el seu cas, amb el pas dels dies.

Quan als Estats Units van aparèixer les universitats corporatives, és a dir, els centres universitaris creats per algunes grans empreses per tal de formar els seus futurs quadres i directius, s'estava enviant un missatge a les escoles de negocis tradi-

cionals. Potser aquestes empreses no hi trobaven resposta a les seves necessitats, o potser veien més rendible la inversió –no gens menyspreable, per cert– en la creació i el manteniment d'un centre docent adaptat a les seves necessitats, capaç de proporcionar una

formació més específica. No és debades que la formació que més creix a les escoles de negocis no és la considerada estàndard, sinó la que les mateixes escoles són capaces d'oferir a la mida de les necessitats de l'empresa.

La formació tècnica no és ni l'única variable ni la més determinant per definir el perfil d'un bon directiu de futur. Un màster no farà d'un quadre mediocre un directiu brillant. El que passa és que la immaduresa personal i la carència d'habilitats de relació sobten més quan hi ha un màster darrere.

Les escoles de negocis en nombre creixent, les universitats amb els seus nous màsters, les corporatives amb les carreres *ad hoc*, totes formen una àmplia oferta en què triar i remenar. Els estudiants n'estan contents quan es guanyen bé la vida i les empreses si n'obtenen resultats. Esclar que, perquè siguin líders empresarials excel·lents, tenir un màster no és condició necessària ni molt menys suficient.