



## Categorías

• Management

## Palabras Clave

• Escuelas de Negocios

## Entidades

 • AACSB International  
 • Duke University's Fuqua School of Business

 • IESE  
 • UAI  
 • Universidad ORT

## Personas

 • Fernando Peñaña  
 • Javier Bonilla  
 • Jennifer Francis  
 • Manola Sánchez  
 • Robert Reid

## Escuelas de negocio: de locales a globales

¿Cuándo una escuela de negocios se considera lista para comenzar a crecer en el exterior y qué elementos debe atender? AméricaEconomía ofrece una mirada a qué incentiva a las escuelas a relacionarse con entidades extranjeras, y qué condiciones evalúan antes de dar el paso de salir al exterior.

Autor: Jennifer P. Roig

4/02/2014

Promedio: ★★★★★

Comentar Imprimir Enviar

Según [datos](#) de la AACSB, en el mundo se imparten alrededor de 13 mil programas de administración y negocios. Sin embargo, entre una comunidad de miles de escuelas, sólo un número limitado entre estas consigue ser reconocida como global. En tiempos marcados por el flujo de bienes, capital, información y personas, la formación de un estudiante que asiste a una escuela global supera al promedio en cuanto a la experiencia, la perspectiva y los contactos ganados.

¿Pero qué distingue a las escuelas de negocio globales? Uno de los indicadores más útiles es el nivel de relacionamiento con entidades extranjeras, sean otras escuelas o compañías privadas. Los vínculos pueden expresarse en programas conjuntos avalados por más de una institución, programas de intercambio tanto de alumnos como profesores, colaboraciones de investigación y publicaciones, prácticas internacionales, incluso el establecimiento de campus en el extranjero, como es el caso de la costarricense [Incae](#), con instalaciones también en Nicaragua o de la española [IESE](#), la cual además de sus sedes en Barcelona y Madrid, tiene presencia en Nueva York, Munich y Sao Paulo además de una gama de programas y proyectos que la conectan a América Latina, Asia y especialmente África.

Sin dudas, extenderse a otros países y mantener actividades en el extranjero requiere tener en cuenta una serie de elementos y necesita de recursos. AméricaEconomía indagó con escuelas globales para conocer primero qué guía a la dirección de las escuelas en sus decisiones de asociarse a otras instituciones y luego qué consideraciones deben tomarse en cuenta.

### Vocación, prestigio y posibilidades

Dentro del universo académico, y más específicamente el que abarca las escuelas de negocio, sucede algo que no suele repetirse en otras áreas: al mismo tiempo que existe la competencia por atraer a los mejores estudiantes y profesores, y para distinguirse en una u otra esfera del conocimiento y las habilidades, es frecuente ver cómo se establecen nexos de cooperación. Sólo en América Latina se han desarrollado varias redes que conectan a las escuelas, tales como Sumaq y Enlaces.

Una red que funciona a nivel global es [CEMS](#), alianza global por la educación en management que une a 29 escuelas de los cinco continentes. Por otra parte, una organización como la AACSB tiene por objetivo servir de puente y mediador entre escuelas de negocio de todas partes para que la educación de negocios gane en excelencia tanto en economías emergentes como en las desarrolladas.

Las motivaciones son variadas para entablar un vínculo, pero la propia misión de la escuela suele actuar como motor inicial. Fernando Peñaña, secretario general de IESE, explica que la extensión al exterior de esta nace de "su vocación global. Parte de la misión es 'influir en el mundo', y para eso hay que estar en el mundo. Por eso desde que creció un poco más en España, se comenzó la expansión a otros países".



www.flickr.com por laynasaur.

Luego de la vocación y misión de la escuela, el prestigio de las instituciones pesa mucho en la balanza a la hora de evaluar. Manola Sánchez, decana de la escuela de negocios de la Universidad Adolfo Ibáñez ([UAI](#)) en Chile, dice que siempre buscan "socios que compartan nuestro compromiso con la excelencia académica, espíritu crítico y desarrollo profesional y personal, las mismas razones que nos llevaron a ser parte de CEMS".

Javier Bonilla, coordinador académico de Estudios Internacionales y profesor de la uruguaya [Universidad ORT](#), concuerda con el gran valor otorgado al prestigio, en tanto un evento que ponga en tela de juicio el nombre de otra escuela "es básicamente el factor que podría determinar no seguir adelante o cancelar un vínculo con esta".

Pero la intención de influir en el mundo y el prestigio alcanzado por las instituciones no son suficientes para implementar programas de cooperación si no existen recursos para llevar a la práctica los proyectos. Una de las escuelas globales estadounidenses con más iniciativa y variedad de actividades en el exterior es la Fuqua School of Business de la Universidad Duke.

Su presencia internacional va desde programas de intercambio recíprocos de estudiantes -sostenidos con más de 40 escuelas en alrededor de 30 países- hasta el establecimiento de programas y talleres académicos en otras ciudades extranjeras, como el [Global Leadership Workshop](#) que se enseña en Dubai. Jennifer Francis, decana asociada de programas y profesora de Administración de Negocios en la [Duke's Fuqua School of Business](#), indica que "nuestra selección de locaciones globales depende de varios factores, entre estos la cantidad y diversidad de proyectos en un mismo sitio, el compromiso de empresas locales o multinacionales con esos proyectos, y la seguridad de la región. Pero también debe observarse el propio interés de los estudiantes en aprender y visitar una locación y la disponibilidad de cursos a nivel de postgrado que se dicten en inglés".

Respecto a los programas de postgrado, la educación ejecutiva se distingue de los MBA en que no necesitan permisos especiales o validaciones por parte de cuerpos educativos gubernamentales de ningún país. Nuevamente el prestigio de la escuela se convierte en su principal carta de presentación y de respaldo cuando sale de su país a ofrecer cursos y talleres a compañías en el exterior, e incluso a veces la válida cuando decide trasladar un MBA a un país donde aún las autoridades no lo reconocen.

Peñaña ilustra la experiencia de IESE en este sentido, "los máster y los MBA son titulaciones oficiales que dentro de Europa no es problema, porque hay un marco educativo común. Cuando se trata de países fuera de la Unión Europea, tampoco ha habido mucho problema porque se sustentan en su propio prestigio. En este caso tiene mucho valor contar con acreditaciones internacionales como la que da AACSB. En Sao Paulo, por ejemplo, nuestro título aún no es oficial y estamos desarrollando las gestiones, pero el alumno brasileño nos elige por el prestigio del programa". Asimismo es muy importante el reconocimiento que hagan del programa las corporaciones que luego serán las fuentes de empleo del egresado.

### Necesidad y oportunidad

Cada actividad que una escuela se dispone a llevar a cabo en otro país conlleva un tipo de evaluación acerca de las condiciones que se deben cumplir. Por ejemplo, para enviar a un grupo de estudiantes a una visita al extranjero se necesita tener en cuenta factores distintos que cuando se envía un profesor a enseñar en un campus. Francis explica al elegir las ciudades en el recorrido de los alumnos, "miramos lugares donde se pueda aprender de una perspectiva cultural y de hacer negocios distinta, pero también que haya disponibilidad de camas en un hotel, infraestructura de transporte público a precios razonables, seguridad, aulas con los requerimientos de espacio y tecnología, conectividad a internet, y oportunidades de establecer contactos valiosos con colegas y organizaciones".

Según Francis, "planear e implementar un programa en el exterior es el tipo de conexión global más compleja que podemos considerar, donde muchos factores pueden influir, entre estos la demanda por el programa en esa región específica, la habilidad y capacidad de Fuqua de impartir ese programa con la misma calidad que lo hacemos en casa, debemos encontrar también espacio para oficinas y aulas, generar una network de empleados que atiendan todo tipo de labores administrativas, además de las académicas, es necesario facilitar conexiones con los socios corporativos, garantizar la seguridad y asegurar la viabilidad financiera.

Por supuesto las escuelas tienen mucho que ganar de su crecimiento e influencia global. Manola Sánchez comenta sobre lo interesante de "educar estudiantes en una perspectiva internacional, que sean capaces de generar cambios tanto económicos como sociales en otros países, y se puede ver tanto a nivel mercado-país como mercado-segmento de la sociedad".

De forma semejante, la visión social ha guiado a IESE a extender su presencia en países latinoamericanos y africanos. Peñaña explica por qué la escuela ha puesto más énfasis en insertarse en el contexto africano que en el asiático, "queremos ayudar al desarrollo económico de países africanos, donde hay mucha más necesidad que en Asia, por eso la escuela ha participado en el desarrollo de instituciones para la educación en management en Lagos, Nigeria, Kenya y Costa de Marfil, por ejemplo. Así contribuimos al desarrollo de empresas y empresarios en economías donde se necesitan".

La investigación es otro ámbito donde se gana mucho de la colaboración entre centros. Por lo general, los proyectos conducidos por equipos de varias universidades muestran un nivel más alto de utilidad, alcance y aplicación. En todo caso, una escuela que se propone crecer globalmente no debe perder de vista su elemento distintivo, que la hace única y por tanto competitiva.

Robert Reid, vicepresidente ejecutivo de AACSB, advierte que "al margen de su localización geográfica, cada escuela de negocio necesita encontrar por sí misma cuál es su misión, y cuáles son sus competencias fundamentales que la hacen distintiva. Una vez que esos elementos están claros, pueden servirse de entidades como AACSB para conectarse a otras escuelas alrededor del mundo para mejorar sus conocimientos y ganar en habilidades y experiencia".

Promedio: ★★★★★

Comentar Imprimir Enviar

### Artículos Relacionados

- The MBA Tour realizará en Chile feria educativa de postgrados
- ¿Cómo un líder puede pensar de forma global?
- Posgrados 2010: ¿qué ofrecen las escuelas de negocios?

### Comentarios

## Enviar un comentario nuevo

 Nombre:  Anónimo

 Email: 

 Sitio Web: 

Guardar

**Regístrese y reciba gratis**  
 una selección semanal de noticias, consejos, opiniones y análisis de especialistas e información sobre MBA y Educación Ejecutiva.

Más Vistos Más Comentados Más Recomendadas

1. ¿Cómo obtener y mantener una cultura de alto desempeño?, parte 2
2. Best: "En crowdfunding el acceso a capital está en todas partes"
3. Reflexiones para mujeres ejecutivas
4. Por qué todo líder debería saber cómo escribir (bien)
5. Los nueve pasos para evitar el pánico escénico al presentar tu idea de negocios

### En Portada

**Cinco consejos para aprovechar la hora de almuerzo**

**Escuelas de negocio: de locales a globales**

**Reflexiones para mujeres ejecutivas**

**¿Cómo obtener y mantener una cultura de alto desempeño?, parte 2**

### Agenda

+ eventos

**02 Abr** Gas Future Forum Ciudad de México, México  
<http://www.gasfutureforum.com/>

**07 Abr** AACSB International Conference and Annual Meeting (ICAM), Singapore  
 AACSB International

**07 Abr** RECon Latin America 2014 Cartagena de Indias, Colombia  
 ICSC

19

Share

12

Tweet

8

Share

