

FORMACIÓN »

Así es la mejor escuela de negocios del mundo

El MBA de Harvard Business School ocupó en 2014 el primer puesto en el ranking del Financial Times. Su modelo pedagógico es copiado internacionalmente

ANA TORRES MENÁRGUEZ | Boston | 27 ABR 2015 - 12:12 CEST

Archivado en: Universidad Harvard MBA Escuela negocios Máster Universidad Estudios posgrado Educación superior Centros educativos Estados Unidos Sistema educativo Norteamérica Educación América



Alumnos españoles en Harvard. / PAULA CASADO / ÁLVARO DE LA RÚA

A los alumnos del *Master in Business Administration* (MBA) de Harvard Business School no les importa reconocer que quienes estudian allí están llamados a ocupar los cargos directivos de las empresas más potentes del mundo o los despachos de los más destacados cargos políticos. En su discurso aparecen nombres de exalumnos como [Michael Bloomberg](#), exalcalde de Nueva York, o [Sheryl Sandberg](#), jefa de operaciones de Facebook. De lo que no hablan es de dinero. Si se les pregunta cuánto van a ganar, suelen rehuir el tema. Es casi un asunto tabú.

Sin embargo, es ese futuro salario lo que hace que este MBA esté considerado el mejor del mundo. El [Global MBA Ranking 2014](#), del diario británico *Financial Times*, que coloca al máster de Harvard en la primera posición, [otorga un 40% de la puntuación al sueldo](#) que se ganará tras cursar los dos años. Según este medidor, los graduados ingresarán unos 178.300 dólares al año de media (163.652 euros), un 113% más de lo que ganaban antes de su paso por el campus de Cambridge ([Boston](#)).

“No es una cuestión de pelotazo. Para acceder a los cargos directivos de grandes corporaciones es necesario un [MBA](#). Pasar por aquí te abre las puertas, pero si tu perfil no les encaja, las empresas no tienen ninguna piedad”, señala la madrileña Fátima Porras, ingeniera industrial en ICAI-ICADE de 27 años y alumna de primer curso del MBA de Harvard Business School, donde el 41% de estudiantes son mujeres.

Es una tarde de marzo, acaba de empezar la *Spring Break* (vacaciones de primavera) y en el campus se ve poco movimiento; algunos estudiantes que pasan las últimas horas charlando en los espacios comunes antes de partir hacia su país de origen o a algún destino exótico. Cinco alumnos españoles de HBS se sientan en torno a una mesa del histórico y elegante edificio Spangler para contar cómo han llegado a la mejor escuela de negocios del mundo, donde solo un 9% de solicitantes lo consiguen.

El perfil medio del alumno de HBS es un joven de 27 años con cuatro años de experiencia laboral. No importa su situación económica, sino su capacidad de liderazgo. Esta es una de las premisas de la escuela. En el curso 2013-2014 el 47% de los estudiantes se beneficiaron de programas de becas por un total de 28 millones de dólares, según su último informe anual. De las 10.000 solicitudes que recibieron, la primera criba bajó el número de candidatos a 1.800, que después de pasar por una entrevista personal se quedó en 900 de 60 nacionalidades (el 35% de los estudiantes son internacionales). A diferencia de la mayoría de escuelas de negocio donde estas pruebas las hacen ex alumnos, en HBS las realiza el consejo de admisiones. Actualmente cursan el máster 16 españoles.

Los cinco que han accedido a perder unas horas de sus esperadas vacaciones para charlar con este periódico tienen un punto en común: las empresas en las que trabajan, todas ellas consultoras internacionales, les apoyan financieramente para cubrir los costes del MBA, un total de 112.350 dólares por dos años (unos 105.000 euros). “Aquí te encuentras desde perfiles de familias muy humildes al hijo del CEO de una multinacional de primera fila, se conoce a gente increíble. En clase aún me sorprende lo brillantes que son algunos”, cuenta Lluís Mateo, alumno de segundo curso de 27 años que comparte aula con un ex asesor económico del equipo de campaña de [Obama](#).

Desde muy pequeño este ingeniero industrial por el [Instituto Químico de Sarriá](#) y licenciado en ADE, que viene de una familia de clase media de Sabadell, ya supo que quería dedicarse al mundo de la empresa; su padre dirigía una pyme. Mientras muchos de sus compañeros de la universidad se marcharon a Alemania para poder ejercer de ingenieros, él mandó su currículum a una consultora internacional. Tras el periodo de prácticas, le contrataron. “Estos han sido los dos mejores años de mi vida, he adquirido formas de pensar distintas, puntos de vista que ni me planteaba”, cuenta sentado en un sillón de corte tradicional junto a una gran chimenea; fuera la temperatura es de menos cuatro grados. Durante los últimos dos años ha participado en el desarrollo de proyectos *in situ* con empresas de Sudáfrica, Lima o Buenos Aires. A Lluís se le ilumina la cara al contar las anécdotas que atesora. Haber llegado a la escuela de negocios de Harvard se halla entre los primeros puestos de su lista personal de logros. La media de españoles que acceden cada año ronda los ocho.

¿Qué hace a esta escuela tan exclusiva? Además de liderar los dos principales *rankings* de referencia - el MBA de HBS [está en el número dos del US News](#), el listado de mayor prestigio en Estados Unidos, por detrás del de la [Universidad de Stanford](#)- Harvard, que alberga la mayor biblioteca de negocios del mundo entre sus 38 edificios, inventó el llamado Método del Caso, una metodología de enseñanza disruptiva que ha sido copiada por el resto de escuelas de negocio del mundo.



Campus de Harvard Business School. / BRUCE MARTIN

Desarrollado en 1912 para que los estudiantes de Derecho no solo aprendiesen las leyes a base de contenidos teóricos, el Método del Caso consistió en presentarles situaciones complejas reales para que tomaran decisiones y emitieran juicios de valor fundamentados sobre cómo resolverlas. En 1924 se estableció como método estándar de enseñanza de la escuela. El 80% de los casos que se usan hoy en otras escuelas internacionales de dirección son escritos por los docentes de HBS, que producen unos 250 al año, asegura el español [Luis M. Viceira](#), vicedecano de Desarrollo Internacional y responsable de la Cátedra George E. Bates de HBS.

Los profesores, todos ellos investigadores, destinan un mínimo de entre tres y seis meses a la preparación de cada caso. Una vez en las aulas, llevan a los protagonistas de las historias estudiadas para que cuenten sus experiencias y sean interrogados por los alumnos. “La metodología de enseñanza tradicional suele ser más reactiva: te sientas, tomas notas y estudias por tu cuenta. Aquí se propicia un ambiente de aprendizaje práctico que requiere una preparación activa antes de la clase. Tienen que venir con el tema muy mascado”, explica Luis M. Viceira, que junto con Ramón Casadesus-Masanell, es el único docente español en esta escuela fundada en 1908.

Todos los alumnos tienen que participar, opinar sobre qué se debería hacer en el caso en cuestión y discutir todos los ángulos del problema. Es lo que llaman *Learning by doing* (aprender practicando) y la esencia es analizar lo que sucede en el presente. “No vale cualquier argumento, debe estar bien fundamentado. Los americanos se expresan muy bien, pero a los internacionales nos cuesta más presentar discursos sólidos porque no estamos acostumbrados a hablar en público”, opina Pol Ferrer, estudiante de segundo curso de 29 años nacido en Barcelona. No habla un novato; este ingeniero industrial por la [École des Mines de París](#) ha trabajado durante tres años y medio en Dubái como consultor estratégico para el fondo de inversión Delta Partner. Pol defiende que los españoles salen muy preparados de la universidad, pero que les faltan habilidades para demostrarlo. “Donde nosotros vemos problemas, los estadounidenses ven oportunidades. La cultura americana fomenta que emprendas, que organices cosas, que seas optimista. A nosotros nos falta estar más preparados de cara al mundo laboral”.

Los más de 200 docentes de HBS son además investigadores. “El programa se renueva constantemente y el 60% de los casos son globales, no solo se escogen empresas y situaciones

vinculadas a los Estados Unidos”, apunta Viceira. Para ello, disponen de una red de centros de investigación en ocho ciudades (París, Tokio, Hong Kong, Shanghái, Buenos Aires, Sao Paulo, Bombai y Estambul) con expertos sobre el terreno que identifican las compañías que merece la pena diseccionar. Los profesores se someten cada tres años a evaluaciones que miden su calidad pedagógica y su capacidad para generar nuevas ideas. Estos mismos docentes han desempeñado un papel esencial en la creación de otras escuelas de negocio por todo el mundo que han imitado el modelo de HBS, como la española [IESE Business School](#), socia de la americana desde hace 50 años.

Otro de los pilares de Harvard son los lazos inquebrantables entre las distintas promociones de estudiantes, una especie de contrato social entre generaciones. “Muy a menudo cuando nuestros exalumnos reflexionan sobre sus carreras ven dos o tres puntos de inflexión en su vida y uno de ellos es su paso por Harvard. Por eso son tan generosos en el apoyo a futuros líderes y aportan dinero”, asegura el profesor de *Business Administration* Felix Oberholzer en el anuario de 2014 de la escuela. En este documento se clarifica que los ingresos por matrícula no cubren los costes anuales del programa del MBA ni la inversión en innovación académica. Un desequilibrio que se compensa con las donaciones de los graduados, una red de más de 80.000 profesionales, algunos de ellos integrados en las 45 asociaciones de ex alumnos creadas por todo el mundo.

“En España el máximo objetivo de la gente millonaria es ser presidente de un club de fútbol. En Estados Unidos es promover una fundación y hacer donaciones”, cuenta Martí Riba, alumno de primer curso de 27 años de Bellaterra, Barcelona. Este licenciado en ingeniería y matemáticas por la [Universitat Politècnica de Catalunya](#) es el tesorero de una asociación de estudiantes que organiza, al menos, una jornada de convivencia al mes para los alumnos. “Estos encuentros incentivan que se cree un *networking* de verdad que en el futuro repercutirá en las relaciones personales y de negocios de los graduados”, añade. Como Martí, Clara Aldea, estudiante madrileña de segundo curso de 28 años, cree en la importancia de establecer fuertes vínculos durante los dos años de estancia. Aldea, ingeniera aeronáutica por la [Universidad Politécnica de Madrid](#), está siempre implicada en alguna de las actividades que se organizan en el campus. Sabe que una vez fuera no será fácil dar con perfiles con tanto talento. “Hay que aprovechar cada minuto”, sentencia.

Para ser partícipe de este programa, Harvard busca líderes que quieran dejar su impronta, con capacidad de liderazgo, no para mandar, sino para cambiar el mundo. La especialidad no es determinante, desde matemáticos hasta literatos. No hay una receta para ser aceptado. Buscan autenticidad.