



Cuando la empresa es la mejor universidad

Captar talento, dotar a la plantilla de conocimientos y habilidades específicas, mejorar su empleabilidad, unificar la cultura de la empresa... Con estos objetivos, cada vez más grupos deciden crear sus propias universidades corporativas.

ALFONSO PÉREZ

Sus más de 150.000 m2 convierten a la Universidad de la firma hindú Infosys en el mayor campus corporativo del mundo (imagen de arriba). Junto a estas líneas, estudiantes de la Hamburger University de McDonalds.



No tiene el glamour y prestigio de la Harvard Business School ni el aval de la historia de las universidades británicas de Oxford y Cambridge, pero el campus que el gigante tecnológico Infosys tiene en la localidad india de Mysore no tiene que envidiar a ninguna de ellas. Por lo menos, en lo que a instalaciones se refiere. Cuando el estudiante cruza el imponente pórtico grecorromano que preside la entrada tiene a su disposición más de 600 aulas, medio centenar de salas de conferencias, bibliotecas que guardan en sus estanterías más de 200.000 libros y un auditorio con tres pantallas de cine *multiplex*, además de dos helipuertos, piscinas olímpicas, gimnasios y hasta un estadio que alberga competiciones profesionales de cricket. Por no hablar de que cada uno de los 14.000 estudiantes que acoge diariamente cuentan con su propia habitación y ordenador. Un sinfín de medios técnicos que le convierten en el mayor campus corporativo del mundo y que harían las delicias de los ingenieros que estudian en las escuelas politécnicas no sólo de Asia, sino también de Estados Unidos o Europa.

MÁS DE 4.000 UNIVERSIDADES EN EL MUNDO



Fuente: Annick Renaud-Coulon

Los directivos de Infosys, una de las multinacionales emergentes que más crece del panorama empresarial internacional, no escatiman ni en dinero –el presupuesto anual es de 180 millones– ni en recursos –tienen en plantilla fija a más de 600 profesores– para moldear el tipo de empleados que necesitan y les piden sus clientes. “A medida que crecíamos, nos dimos cuenta de que no encontrábamos

en el mercado suficientes trabajadores con el talento y las competencias esenciales para realizar los trabajos que ofrecemos”, reconoce el vicepresidente de Infosys, Srikanthan Moorthy, que centra sus quejas no sólo en el nivel de conocimientos técnicos y teóricos de los recién licenciados sino también en las dificultades que éstos tienen para comunicarse, trabajar en equipo o aplicar en su traba- ▶

► jo diario los conceptos que aprendieron durante su etapa universitaria. “Son déficits que nos toca corregir a las empresas. Nuestra labor es convertirlos en profesionales aptos para el trabajo”, sentencia Moorthy. Por eso, su oferta académica incluye desde programas equivalentes a una ingeniería avanzada en informática a cuestiones tan básicas como enseñar a enviar un correo electrónico de forma apropiada o la manera de vestir correctamente.

FALTA DE TALENTO. Las quejas del ejecutivo indio bien las podrían suscribir un amplio número de directores de recursos humanos que critican a las universidades tradicionales, tanto de países emergentes como occidentales, por fallar a la hora de proporcionarles los profesionales que necesitan. De acuerdo con un reciente estudio de la consultora McKinsey, sólo el 25% de los nuevos ingenieros, el 15% de los licenciados en finanzas y contabilidad y el 10% del resto de graduados están adecuadamente preparados para trabajar en multinacionales.

En otros casos, el mercado en el que se mueven y la tecnología que desarrollan avanzan a mucha más velocidad que el saber académico. En las escuelas de negocios o facultades se puede aprender cómo funciona un motor de combustión o cómo calcular el retorno de una inversión, pero casi ningún alumno aprenderá a reparar grandes turbinas eólicas, ensamblar superjumbos o producir combustibles a partir de algas marinas. “No necesitamos ingenieros petrolíferos, sino profesionales que sepan extraer petróleo a 7.000 metros de profundidad. Desgraciadamente, eso no se enseña en ninguna escuela politécnica”, explican desde la dirección de recursos humanos de Petrobras. A la multinacional brasileña no le ha quedado más remedio que crear su propio campus en Río de Janeiro donde enseñará a los 9.000 empleados que prevé contratar los secretos de la extracción de *oro*

BBVA

Finanzas y riesgos, *management*, idiomas, regulación, y tecnología e innovación están en el centro de la cartera formativa del BBVA, que abarca más de 1.600 conocimientos y 9 habilidades, según el responsable de formación de la entidad, Ignacio de la Vega. El banco tiene su principal centro de formación en Aranjuez, donde se imparten cursos de gestión y administración de empresas para directivos, directores corporativos y *predirectivos*. Además, cuenta con una escuela de idiomas en el palacio de la Serna, ubicado en Ballesteros de Calatrava, en plena Mancha; otra sede para enseñanzas en finanzas y tecnologías en Alcobendas, así como un campus en México y una escuela *online*, que canaliza ya el 55% de las 4,5 millones de horas de formación que realiza BBVA. Ignacio de la Vega tiene claro que contar con una universidad propia tiene múltiples ventajas, desde “la posibilidad de ofrecer una respuesta inmediata y a la medida de las necesidades del negocio, pasando por la integración de conocimientos internos de la organización o la interrelación de las actividades de aprendizaje con los modelos de gestión de competencias”.

Aviva

La unificación del departamento de recursos humanos del grupo Aviva y la necesidad de diseñar planes y sistemas de manera conjunta para todas las compañías de la aseguradora en España llevó a sus responsables a crear una universidad corporativa en 2009. Un ambicioso proyecto que, según su director, Fernando Gordillo, “busca crear un marco de referencia para la gestión de la formación, combinando la estructura de gobierno y el enfoque curricular propio de las Universidades, pero con una orientación práctica de los contenidos al puesto así como al desarrollo de las personas a medio y largo plazo”. Como otros centros empresariales, la Universidad Aviva agrupa su formación en cinco facultades –de conocimientos generales, de conocimientos corporativos, de idiomas, de conocimientos técnicos y de habili-

Gamesa

Con el objetivo de promover la empleabilidad de sus 6.300 empleados para enfrentarse a la internacionalización y a la apertura de una treintena de nuevos mercados, Gamesa abrió el año pasado las puertas de su universidad corporativa. Un presupuesto de 6 millones de euros y un equipo docente de 140 profesionales internos son algunos de los números que maneja este centro, que ya tiene campus físicos en Navarra y Estados Unidos –hay otros dos en proyecto en China e India–, además de una plataforma virtual de *e-learning* con más de 4.000 licencias. “El alcance global de la universidad nos permitirá llegar a todas las geografías donde el grupo tiene oficinas”, sostiene su director, Eduardo García, que resalta otras peculiaridades del centro: también imparte cursos a clientes y proveedores y, por otro lado, trasciende el concepto tradicional de universidad corporativa, centrado en los procesos formativos, y se fundamenta en la gestión integral del ciclo de talento, responsabilizándose de su selección, evaluación, formación, gestión del conocimiento...

dades de liderazgo–, siendo estas dos últimas las más importantes. Pero como reconoce Gordillo, su tamaño en lo que respecta a número de empleados, 600, y sus aulas, con una capacidad para 70 personas, “nos hacen ser una pequeña *rara avis* en el mundo de las universidades corporativas”.



Ferrovial

Ponentes de la talla de Tom Peters, C.K. Prahalad, Stephen Covey o el economista de Wharton Mauro Guillén son algunos de los profesores que han impartido clase en la Universidad Ferrovial Summa desde que abrió las puertas en 2007 en San Lorenzo de El Escorial, al abrigo de la Sierra de Guadarrama y a una hora escasa en coche de Madrid. En este tiempo se ha convertido en una de las universidades corporativas más relevantes de España y en uno de los motores para el desarrollo de talento dentro de la constructora. Este centro, que tiene un presupuesto anual de 6 millones de euros, fruto de una reflexión por parte de la cúpula directiva de Ferrovial tras la expansión internacional y las numerosas compras realizadas en los últimos ejercicios. “Había que desarrollar una herramienta que permitiese integrar culturas de las distintas empresas, así como un centro de formación y desarrollo de habilidades que nos permitiese ayudar a la for-



mación de los empleados y gestionar el talento”, afirma el director de recursos humanos de Ferrovial, Jaime Aguirre. La universidad se ha convertido en punto de encuentro e intercambio de ideas dentro del grupo. Incluso, según Aguirre, “está fomentando negocios y sinergias entre dis-

tinias filiales porque es un punto de encuentro donde se fomenta la convivencia entre los directivos de cada una de ellas”. En este campus no se imparte formación técnica sino programas transversales (de gestión, de liderazgo...), algunos de ellos en colaboración con prestigiosas escuelas de negocio como Iese, IE o Esade.

NH

Los 16.000 empleados de NH cuentan con un pasaporte muy especial. En él aparece la información de todos los cursos que ha realizado y certifica que ha superado un examen. Tal vez resulte anecdótico lo del pasaporte pero no la fuerte apuesta de la cadena hotelera por la formación de sus empleados, tanto los fijos como aquellos temporales que sirven banquetes, eventos... Todos pasan por la NH University, creada hace 12 años, donde se imparten desde cursos técnicos a programas de desarrollo directivo. Según su director, Bram Borrembergs, es una herramienta fundamental tanto para “mejorar la preparación de la plantilla como para que todos trabajemos con la misma metodología y los mismos fines”. Pero no sólo unifica la forma de trabajar, sino también las culturas diferentes entre las distintas cadenas que

conforman la compañía y explicar cuáles son los valores que se deben trasladar a clientes y proveedores en cada hotel. “En México, en Holanda o en Italia, cada vez que se adquiere un establecimiento, hay que formar a los empleados para que vayan cambiando la cultura hacia nuestra filosofía”, añade Borrembergs. Por ese motivo, NH University cuenta con siete campus fijos (Madrid, Ámsterdam, Berlín, Viena, Milán, México DF, Buenos Aires) y una facultad virtual. Sin olvidar que en una cadena como ésta, con aperturas de hoteles relativamente frecuentes, pasar por las aulas de la universidad corporativa puede ser la plataforma para un ascenso. De hecho, cualquier director de hotel o cargo intermedio debe realizar un curso que le capacite para el puesto.

negro en las aguas profundas del Océano Atlántico.

No hace falta irse tan lejos. En España, firmas como Iberdrola o Gamesa también han optado por colocarse el birrete de catedráticos universitarios y enseñar a la plantilla todo lo que saben sobre el mundo de las energías renovables. “Para pasar de una economía basada en la combustión de fósiles a una verde no existe un mercado laboral realmente preparado. Las necesidades son diversas y también la manera de gestionarla”, reconoce Eduardo García, director de la Universidad Corporativa Gamesa, que abrió las puertas hace menos de un año con el objetivo de aumentar la empleabilidad de sus más de 6.300 empleados, además de socializar el conocimiento corporativo y captar y retener el talento. Ya cuenta con casi 400 profesores –tanto externos como ejecutivos de la casa– y campus en Navarra, Estados Unidos, China e India.

FIEBRE UNIVERSITARIA. Sea por un motivo u otro, la realidad es que a medida que la economía del conocimiento crece más *Infosys*, *Gamesas* o *Petrobras* constituyen sus propias universidades corporativas. Lo que hace un par de décadas era un lujo que sólo podían permitirse un selecto grupo de grandes empresas estadounidenses del *Fortune 500*, hoy es una práctica estandarizada. Y creciendo. “Hay un boom mundial. No hay semana que no reciba un *e-mail* de alguna empresa, de cualquier lugar del mundo, diciéndome que tiene pensado abrir una universidad corporativa. Es una locura”, afirma Annick Renaud-Coulon, presidenta del Global Council Corporate Universities, asociación que agrupa a las principales facultades corporativas de los cinco continentes. La ejecutiva francesa, que lleva estudiando este fenómeno más de 15 años, cifra en cuatro millones el número de estudiantes que acuden a las aulas de las más de 4.000 universidades corporativas que hay actualmente en el mundo –el doble ►

► que hace una década—. Algunas, como el Allianz Management Institute están centralizadas como cuarteles generales en lugares idílicos, mientras que otras se dispersan en decenas de oficinas o asumen el formato de campus virtual, donde los empleados aprenden a través de Internet, comunidades *online* o videoconferencias interactivas.

En esta prestigiosa lista se encuentran firmas de la talla de General Electric, Boeing, Walt Disney, McDonalds, Oracle, Barclays, Motorola, British Telecom, Vivendi, Allianz, Axa, Volkswagen, ABN-Amro, Fiat, ENI, Alcatel-Lucent, Novartis, Accenture, Maersk, Siemens o Lufthansa. En España, explica el profesor de Esade, Luis Vives, los centros universitarios corporativos son un fenómeno reciente que se está desarrollando con fuerza. No son característicos de ningún sector en concreto, sino de compañías particulares que los ponen en funcionamiento como elemento estratégico y creador de cultura propia. Las mencionadas Gamesa e Iberdrola han sido las últimas, siguiendo el ejemplo de entidades como el Banco Santander, BBVA, Telefónica, Everis, Adecco, Acciona, NH, Asepeyo, Caixanova, Ferrovial o Gas Natural Fenosa. Ni la crisis ha logrado frenar estas aspiraciones académicas.

MUCHO MÁS QUE DAR CLASES. Muchas de estas facultades, según Vives, surgen como consecuencia del rápido crecimiento internacional —con fusiones y adquisiciones incluidas— que han experimentado muchas de las multinacionales españolas. Se hace necesaria la integración en una cultura corporativa única y propia que homogeneice las prácticas y visión del grupo. “Cuando tienes tu propio campus, además de transmitir conocimientos puramente técnicos y estar al día de los últimos avances en cada una de las áreas, tratas de dar a conocer a tus profesionales toda una cultura de grupo y valores que una universidad tradicional o escuela de negocios externa no enseñaría”, subraya Kepa Zubietta, director de formación de Iber-

Banco Santander

Ver al consejero delegado del Banco Santander, Alfredo Sáenz, impartir una clase no es nada sencillo ni habitual. Pero algunos afortunados han podido vivir la experiencia. Es el caso de un colectivo de 200 ejecutivos seleccionados por la compañía para asistir a un programa de desarrollo directivo que imparte en su centro de formación y desarrollo El Solaruco, uno de los campus corporativos más grandes de España, con capacidad para formar a un millar de profesionales al día.

Este centro es el encargado de “apoyar el desarrollo de nuestros profesionales y el desempeño profesional de los equipos; reforzar el *networking*, el intercambio de mejores prácticas y compartir el conocimiento; preservar el *know-how* estratégico clave para el negocio; y por

último, expandir la cultura y los valores del grupo a nivel global”, señalan desde el Banco Santander, que invierte al año 76 millones de euros en formación corporativa, dirigida fundamentalmente a empleados de cualquier nivel de los 40 países en los que está presente la entidad presidida por Emilio Botín. De forma puntual, también realizan programas formativos para personas que aún no son empleados del grupo pero que pueden llegar a serlo y también forman a los beneficiarios del programa *Becas Santander Talento*.

Si por algo se distingue este centro, que tiene más de 10.000 metros cuadrados y hasta una residencia con 168 habitaciones para alojar a los alumnos que vienen de otras ciudades o países, es porque se ubica en la ciudad financie-

Iberdrola

Iberdrola ya cuenta desde hace tiempo con dos centros de formación para sus empleados en el Reino Unido y otro en San Agustín de Guadalix (Madrid), que ofrece formación diaria a 700 alumnos. Actualmente, se está trabajando en la construcción del Campus Iberdrola en esta localidad, que permitirá disfrutar a los empleados de la compañía de más de 150.000 metros cuadrados de superficie. “El elemento diferencial que pretendemos con el Campus Iberdrola es aglutinar y hacer convivir en un mismo espacio: una escuela de negocios, una universidad, un centro de formación profesional, una pequeña escuela de idiomas, un centro de convivencia, y hasta un centro de innovación. Del intercambio y relación entre estas organizaciones y los profesionales que participan en ellas pretendemos obtener algo más que la mera adición de cada una de ellas por separado”, afirma el director de formación de Iberdrola, Kepa Zubietta.

La formación que se imparte en la universidad de Iberdrola tiene un enfoque eminentemente técnico. Supone casi la mitad de las más de 800.000 horas lectivas impartidas, “dado que estos conocimientos y habilidades son los que tienen una aplicación más directa en el desempeño diario del trabajo en el grupo”, sostiene Zubietta. Pero también

hay espacio para la formación en habilidades de gestión, informática, calidad, medio ambiente o idiomas, fundamental en una multinacional que ya está presente en más de cuarenta países. Además de contar con su propio campus, la eléctrica que preside Ignacio Sánchez Galán tiene suscritos convenios y programas de colaboración con importantes centros universitarios tanto en España como en el extranjero: Imperial College de Londres, Universidad Técnica de Lisboa, Universidad de Salamanca, Rey Juan Carlos I o la Universidad de Edimburgo, con quien ha constituido una cátedra sobre captura y almacenamiento de carbón.



ra del propio banco, el epicentro de su negocio, una opción un poco habitual entre las empresas que cuentan con este tipo de instituciones. Cuenta con una Escuela de Riesgo, una Escuela Comercial, un centro de Desarrollo Directivo y un centro corporativo de Integración donde se imparten desde Programas de Desarrollo

directivo a cursos superiores de riesgos, de apoyo estratégico, de dirección corporativa o de dirección en banca comercial. En casi todos los cursos la mayoría de los profesores son directivos del propio banco que tratan de poner sobre la mesa problemas de negocio a los que se enfrenta la entidad en su día a día.

Telefónica

La operadora de telecomunicaciones comenzó su andadura universitaria en el año 2007 con un claustro de profesores de lujo. Entre las instituciones que apoyan el proyecto de la mayor multinacional española están la Columbia Business School, el IESE, Esade y el Instituto de Empresa. La Universitat Telefónica cuenta con un campus en Belloch, en La Roca del Vallès, a unos 30 kilómetros de Barcelona. Diez hectáreas de terreno, con 18.000 metros cuadrados edificadas y 44.000 de áreas exteriores y deportivas, y un presupuesto de más de 30 millones anuales hacen de este centro un lugar privilegiado para formar cada año 6.000 directivos y ejecutivos de alto potencial de Telefónica, procedentes de los 25 países en los que la firma está implantada. La puesta en marcha de este centro educativo, según fuentes de la operadora, responde a varios objetivos: el desarrollo de la cultura corporativa, la difusión de la estrategia del negocio, el intercambio de prácticas internas y externas en los distintos mercados y la consolidación del estilo de liderazgo de Telefónica.

Asepeyo

Entre el grupo de las pioneras en España se encuentra asimismo la universidad corporativa de Asepeyo. Funciona desde 2004 y en sus seis escuelas (corporativa; sanitaria; administración de negocio; seguridad e higiene; marketing y servicios, y desarrollo directivo) forma anualmente a la práctica totalidad de sus 4.000 empleados. “Nuestra universidad es *universal*, en el sentido de que sus programas se dirigen a la totalidad de la plantilla y no sólo a un grupo de ella”, defiende Ricardo Alfaro, director de recursos humanos de Asepeyo. En esta tarea, la universidad cuenta con la ayuda inestimable de Internet, donde imparte casi la mitad de las horas formativas. “Dada la dispersión geográfica de nuestra plantilla se intentó que los empleados tuviesen en su ordenador un gran campus universitario virtual, en el que pudieran entrar en cualquier momento y consultar dudas, asistir a clases y conferencias en las aulas abiertas y contactar con sus tutores”, añade Alfaro. Su próximo gran proyecto pasa por la migración hacia las comunidades virtuales, “el auténtico futuro de la universidad corporativa”.

drola, que tiene presencia en más de 40 países y ha protagonizado adquisiciones tan sonadas como la de la eléctrica británica Scottish Power o la estadounidense Energy East.

Durante el último año, las rústicas instalaciones que Gas Natural Fenosa tiene en Puente Nuevo, en plena sierra de Gredos, también han sido el lugar ideal para limar asperezas entre los trabajadores de ambas compañías y crear sensación de un único equipo tras la fusión. “La universidad corporativa ha constituido una herramienta clave para organizar y compartir el conocimiento, las mejores prácticas y la experiencia de nuestros profesionales. Para crear y extender la nueva cultura de la compañía como operador global de gas y electricidad. Y, sobre todo, para facilitar la integración de las personas que forman parte de ella y su alineación con la estrategia común”, afirma su director, José Ángel Fernández Izard.

La universidad del grupo energético, pionera en España y con diez años de trayectoria a sus espaldas, es el espejo en el que se han ido mirando el resto. Ha marcado un poco la pautas de actuación y funcionamiento de este tipo de centros: se estructura en torno a facultades (una por cada línea de negocio más dos de carácter transversal centradas en cuestiones de liderazgo y management); tiene su consejo rector formado por los directores generales de la firma; va dirigida a toda la plantilla, desde electricistas a directivos; el programa académico incluye desde cursos técnicos sobre negocios regulados de gas, telegestión de contadores o redes inteligentes a programas de desarrollo directivo, marketing digital o comunicación, pasando por las tradicionales clases para que sus trabajadores puedan desenvolverse en el mundo del business en varios idiomas... La mitad de estos cursos están impartidos por los propios ejecutivos de la casa, que pueden llegar a cobrar el 10% de su retribución variable en función de su participación en actividades de formación. En otros casos, son profesores de escuelas de negocio de prestigio, como el IESE, Insti- ►

Gas Natural Fenosa

Ubicado en el Tiemblo, en pleno corazón de la Sierra de Gredos, las cinco hectáreas del campus de Puente Nuevo, son el emblema de la Universidad Corporativa de Gas Natural Fenosa, la más veterana de las facultades empresariales de nuestro país. Se creó en el año 2000 y desde entonces ha contado con una media de 46.000 estudiantes anuales, de los cuales 1.500 son directivos y *pre-directivos*. Como media, cada empleado del grupo energético recibe 50 horas de formación anual, que giran en torno a cuatro áreas de negocio (gas, generación, redes e ingeniería) o a las enseñanzas más transversales que imparten la Escuela Financiera y la Escuela de Liderazgo. El plan formativo incluye un catálogo que contiene más de 800 cursos diferentes que se

imparten tanto en este campus como en los otros ocho espacios académicos y residenciales que Gas Natural Fenosa tiene repartidos por Argentina, Brasil, Colombia, Egipto, Guatemala, México, Moldavia, Nicaragua y Panamá. En estos centros, "al menos la mitad del equipo docente está compuesto por los expertos en los negocios de la compañía y transmiten sus conocimientos en línea con el lema de la Universidad: enseñar y aprender desde la experiencia", afirma su director, José Ángel Fernández Izard. Bajo su punto de vista, la labor de la facultad no se deben limitar a dar lecciones en las aulas, sino que tiene que ir mucho más allá e incluir otro tipo de actividades como labores de investigación o puesta en marcha de proyectos dentro del grupo.



tuto de Empresa, Esade, London Business School o el MIT, los que completan su claustro.

LLAMADOS A ENTENDERSE. José Ángel Fernández Izard tiene claro que ambos mundos –el corporativo y el de las universidades tradicionales y escuelas de negocio– no han de ser excluyentes. De la misma opinión es Srikathan Moorthy: "un centro empresarial no es un sustituto de la universidad tradicional, sino que son complementarias. La asociación y colaboración entre ambos mundos de ser más estrecha. Las compañías po-

La implantación de Bolonia va a servir para estrechar lazos entre universidades corporativas y tradicionales

demostramos aprende de ellas acerca de los procesos educativos y el mundo académico puede adquirir un enfoque más práctico a su enseñanza y tomar *business cases* de las empresas para difundirlos en sus clases".

Pero no parece tan sencillo. Los

► campus con la bandera de una compañía concreta siguen generando recelos entre las facultades de toda la vida. La mayor objeción que presentan es el uso del término *universidad*, que consideran ajeno al mundo empresarial. Pero también critican que no permitan entrar a personas ajenas a la firma o que ofrezcan un conocimiento restrictivo y miope que sólo se ajusta al patrón que marcan sus necesidades particulares, en contraposición con la educación holística que ofrecen las universidades tradicionales. Quizás todo cambie tras la implantación del Espacio Europeo de Educación Superior (EEES), que apuesta decididamente por la formación continua de los empleados, así como por una mayor conexión entre la universidad y la empresa, es decir, entre los programas académicos y las salidas profesionales. De esa opinión es el director de recursos humanos de Asepeyo, Ricardo Álfaro: "Bolonia nos ha abierto muchas puertas. Estamos colaborando con varias universidades con el fin de conseguir que la formación de la universidad corporativa esté acreditada para la convalidación de créditos universitarios. Por ejemplo, en el máster en Enfermería y experto en accidentes de trabajo ya lo hemos conseguido con la Universidad de Alcalá de Henares". La aseguradora no es la única. La facultad de la consultora Everis nació en 2007 de la mano de una universidad privada, La Salle. A través de esta entente los empleados de Everis pueden acceder a titulaciones académicas de grado y posgrado impartidas por dicho centro académico.

Éste es uno de los retos que los rectores corporativos tienen sobre la mesa. Pero no el único. En el futuro la implantación de las universidades corporativas debería dar el salto a públicos más amplios que su propia plantilla y aprovechar aún más las oportunidades que ofrece el entorno 2.0. El saber, como las empresas, no tienen ni barreras ni fronteras. ■

alfonso.perez@capital.es