

Wanabis.com

# Top 20

## Los mejores centros online

I Ranking Iberoamericano de formación en español 2011



TOP 20 LOS MEJORES CENTROS DE FORMACIÓN ONLINE | MEJOR MBA |  
MEJOR MBA EXECUTIVE | MEJOR MASTER EN DIRECCIÓN DE MARKETING |  
MEJOR MASTER EN DIRECCIÓN DE RECURSOS HUMANOS | MEJOR MASTER  
EN DIRECCIÓN Y GESTIÓN FINANCIERA

© Todos los derechos de reproducción reservados a [Wanabis.com](http://Wanabis.com).

## Índice

<b>Top 20 de los mejores centros de formación online en español</b>	Pág. 3
<b>Top 5 de los mejores programas</b>	Pág. 4
<i>MBA, MBA Executive, Master en Dirección de Marketing, Master en Dirección de Recursos Humanos y Master en Dirección y Gestión Financiera</i>	
<b>Editorial.</b>	Pág. 5
<i>El primer ranking online: un desafío</i>	
<b>Criterios</b>	Pág. 6
<b>Los 20 mejores</b>	Pág. 7
<b>A fondo</b>	Pág. 12
<i>Guía útil de la formación online: todo lo que necesitas saber</i>	
<b>La entrevista</b>	Pág. 15
<i>José Luis Fernández, director de Metodología de OBS</i>	
<b>El experto dice...</b>	Pág. 17
<i>'La formación online como metodología para el aprendizaje independiente y la construcción social del conocimiento', por Begoña Gros Salvat (UOC)</i>	
<b>Yo emprendedor</b>	Pág. 19
<i>Una residencia canina de MBA</i>	
<b>Soy un 'wanabí'</b>	Pág. 20
<i>'Tras hacer el MBA online desarrollé más mi carrera y he creado mi propia empresa', por José Luis Montesino (Telefónica)</i>	

## Los mejores centros de formación online en español

	Nombre	Nº programas online	Nº alumnos online	País	Antigüedad online	Puntos
1	<b>OBS, Online Business School</b>	17	847	España	2007	93
2	<b>EOI, Escuela de Organización Industrial</b>	16	272	España	1997	88
3	<b>Tecnológico de Monterrey</b>	20	12617	México	1989	88
4	<b>EEN, Escuela Europea de Negocios</b>	5	135	España	2001	86
5	<b>IDEC, Universitat Pompeu Fabra</b>	53	2162	España	2003	86
6	<b>IDE-CESEM</b>	21	120	España	1999	85
7	<b>EUDE, Escuela Europea de Dirección y Empresa</b>	9	3912	España	1996	84
8	<b>ADM Business School</b>	4	200	España	2005	83
9	<b>IEB, Instituto de Estudios Bursátiles</b>	3	40	España	2004	82
10	<b>IEBS</b>	41	397	España	2010	81
11	<b>EIN</b>	-	-	Colombia		80
12	<b>Escuela de Empresa</b>	40	800	España	1999	80
13	<b>ESERP Business School</b>	18	-	España	-	80
14	<b>Bureau Veritas Business School</b>	400	22100	España	2000	78
15	<b>Isto. Superior de Técnicas y Prácticas Bancarias</b>	40	1200	España	2008	78
16	<b>Instituto Eurotechnology Empresas</b>	8	818	España	1999	78
17	<b>IEFA, Instituto Europeo de Finanzas Aplicadas</b>	8	128	España	2003	77
18	<b>CEF</b>	110	5500	España	2000	77
19	<b>CEPADE</b>	65	2267	España	1993	76
20	<b>EALDE</b>	65	2267	España	1993	75

## Los mejores programas online

Master en Dirección de Marketing	Master en Dirección de RRHH
1.- MASTER EN DIRECCIÓN DE MARKETING Online Business School	1.- MASTER EN DIRECCIÓN DE RECURSOS HUMANOS Online Business School
2.- MASTER EXECUTIVE EN DIRECCIÓN Y GESTIÓN DE MARKETING EOI Escuela de Organización Industrial	2.- MASTER EXECUTIVE EN DIRECCIÓN ESTRATÉGICA DE RECURSOS HUMANOS E INTANGIBLES EOI Escuela de Organización Industrial
3.- MAESTRÍA EN MERCADOTECNIA Universidad Virtual del Sistema Tecnológico de Monterrey	3.- GESTIÓN Y DIRECCIÓN DE RECURSOS HUMANOS EUDE
4.- MÁSTER EN DIRECCIÓN DE MARKETING Y VENTAS ADM Business School	4.- MASTER EN RRHH EEN - Escuela Europea de Negocios
5.- DIRECCIÓN DE MARKETING Y COMUNICACIÓN IDE-CESEM	5.- MASTER EN DIRECCIÓN DE RECURSOS HUMANOS ADM Business School

## El primer ranking online: un desafío

**E**l primer ranking de escuelas de negocios y universidades online en España y Latinoamérica. Ese es el desafío que desde Wanabis nos hemos planteado. Parece grande, pero lo que teníamos claro es que el usuario y los futuros alumnos lo necesitaban. Y es que ante la búsqueda de un programa online de calidad, ¿cómo saber quiénes son los mejores?

La oferta es grande y proliferan centros y máster, pero ¿cómo entender quién es quién? Hacía falta una guía, una especie de mapa para no perderse en ese maremagnum que puede ser internet. Quienes firmamos este especial somos periodistas especializadas en formación, habíamos elaborado antes ranking de formación presencial, y decidimos lanzarnos a la piscina con este nuevo reto.

### ¿Por qué hacer un ranking de centros online?

Hasta el momento, no había nada similar que oriente a los alumnos sobre quién es quién en la formación online.

Según un estudio del gobierno americano, los estudiantes online superan ya a los estudiantes presenciales en EEUU.

Uno de cada seis estudiantes de formación superior siguió un programa online.

La crisis mundial ha reducido la capacidad adquisitiva de alumnos y la formación online de calidad es una oportunidad, pero no hay ningún ranking que oriente sobre qué programas son mejores.

### ¿Qué lo diferencia de un ranking clásico?

- Éstos sólo evalúan formación presencial.
- Muy pocas escuelas de negocios pueden competir en los rankings tradicionales.
- Los resultados favorecen a los alumnos elitistas, pero no son resultados que orienten a ejecutivos de clase media que deseen formarse en un centro de calidad sin hipotecar su futuro.
- Hay una inflación de los sueldos de los alumnos.

### Objetivos

El objetivo del ranking de Wanabis es evaluar la formación y centros online (no a distancia) a nivel iberoamericano, como han hecho FT y The Economist, pero esta vez con enseñanza en español. El ranking engloba a universidades y escuelas que, aunque también imparten formación presencial, ofrecen a su vez formación online, quizá convencidos poco a poco de que hay que ir abriendo ventanas al futuro, que hoy por hoy se llama internet. Nuestro ranking valora únicamente estos programas online, con la idea de esclarecer un poco este mercado, que resulta nuevo para muchos estudiantes -y que está tal vez aún menos 'asentado' que el presencial-, para que el alumno distinga bien qué centros ofrecen formación verdaderamente online y, sobre todo, de calidad. Esto es: por qué programas vale verdaderamente la pena apostar, en tiempo y en dinero, uno o dos años de su vida.



### Participantes

Manejamos una selección de unos 47 centros a nivel mundial, la mayoría españoles. De esa muestra, han sido seleccionado los mejores.

Las escuelas deben cumplir como requisitos imprescindibles tener programas en management online y en español. Otros requisitos valorables, pero no excluyentes, son la cantidad de programas en modalidad online, los años de experiencia en el mercado online y un mínimo de antiguos alumnos en esta modalidad.

*“En cinco años, las mejores clases se impartirán en Internet”  
(Bill Gates, sep.2010).*

Los centros encuestados han debido rellenar cuestionarios detallados tanto para sus programas, como para describir su propio funcionamiento. Cada pregunta tiene un baremo y dividimos la puntuación en apartados generales como:

**1** **Dimensión del centro.** Oferta formativa, Número de programas online, Descripción de la oferta online, Número de promociones graduadas, Año en que comenzó el primer programa online del centro...

**2** **Alumnos online.** Número de alumnos matriculados en formación online, Número de alumnos titulados en formación online, Número de antiguos alumnos online, Porcentaje de alumnos online con puestos directivos, Perfil del alumno, Plazas Solicitadas/ Plazas Ofertadas...

**3** **Claustro online.** Número de profesores, Distribución de Doctores, profesores Master y profesores licenciados, Claustro internacional...

**4** **Metodología.** Metodología del centro en formación online, Atención tutorial al alumno, Uso de la Tecnología, Idiomas, Horas de seguimiento del alumno, Porcentaje de sesiones síncronas...

**5** **Reputación del centro.** Premios y reconocimientos del Centro, Becas y quien las concede, Entidades Colaboradoras, confianza empresarial, Convenio con Universidades / Titulación de los programas...

## IDEC-UNIVERSITAT POMPEU FABRA

País: España

Año de fundación del centro	1993
Ratio profesor / alumno	-
Infraestructura online	Campus global
Sedes	Barcelona
Becas	-
Web	www.idec.upf.edu
Twitter	@IDEC_UPF

[Facebook](#)

### Descripción

En su Campus Global, el proceso de aprendizaje se organiza alrededor de tres elementos: los materiales para el autoaprendizaje, la tutoría a distancia y la evaluación continua y personalizada. Sus programas online son sin asistencia a sesiones presenciales.

## EUDE

País: España

Año de fundación del centro	1996
Ratio profesor / alumno	0,02
Infraestructura online	Campus virtual
Sedes	Madrid
Becas	sí
Web	www.master-eude.es
Twitter	@escuelaeude

[Facebook](#)

### Descripción

Es una escuela de negocios presencial acreditada, que ha ido potenciando su oferta online, hasta el punto de que hoy supera en número de programas a la presencial. Su plataforma está adaptada para su seguimiento desde el IPAD de los alumnos.

## IDE-CESEM

País: España

Año de fundación del centro	1972
Ratio profesor / alumno	0,41
Infraestructura online	Campus virtual
Sedes	Madrid
Becas	sí
Web	www.ide-cesem.com
Twitter	@IDECESEM

[Facebook](#)

### Descripción

Fue de las primeras escuelas presenciales en impartir programas también en modalidad e-learning: disponen de un Campus Virtual propio con las últimas tecnologías adaptadas a un modelo de formación claro, directo, flexible, personalizado y práctico.

## ADM Business School

País: España

Año de fundación del centro	2004
Ratio profesor / alumno	0,13
Infraestructura online	Plataforma Moodle
Sedes	Madrid
Becas	sí
Web	www.admbs.com
Twitter	@ADMBS

[Facebook](#)

### Descripción

Es una escuela de negocios en toda regla que apuesta por un enfoque internacional, así como por presentar unos contenidos muy prácticos, trabajando siempre el método del caso. La mayoría de sus profesores son directivos de empresas en activo.



fundamental del aprendizaje. El contenido es accesorio, pero no la parte más importante del aprendizaje. El modelo online exige participación del alumno.

## Tipos de e-learning

Los modelos más clásicos, los tradicionalmente llamados 'A distancia' -como el de la UNED- utilizan material creado con esos objetivos, que por supuesto también están bien y son válidos, pero no responden a la idea actual de 'online'. El 'e-learning' requiere mucho más que unos pdf colgados en una web. Lo cierto es que este debate es importante, porque no hay muchos centros nacidos sólo para internet (la UOC y OBS han sido los únicos en España hasta hace poco). Casi todas las escuelas más tradicionales de formación a distancia -y presenciales- han

hecho una migración hacia lo online, están redefiniendo su modelo, porque está claro que internet ya no es sólo el futuro, sino también el presente. Y es en esta redefinición donde muchos se hallan a medio camino.

Por eso, te vas a encontrar con diferentes fórmulas:

- *Blended Learning* (combinan sesiones presenciales y online). Programas en los que hay clase una vez al mes o una semana al año.

- *Distancia*. Es el autoaprendizaje. La escuela envía a casa unas carpetas con los materiales y el alumno los estudia de manera independiente. No hay fecha de inicio ni de final. Hace falta mucha constancia y es complicado que el alumno termine estos programas, sin la presión de un calendario.

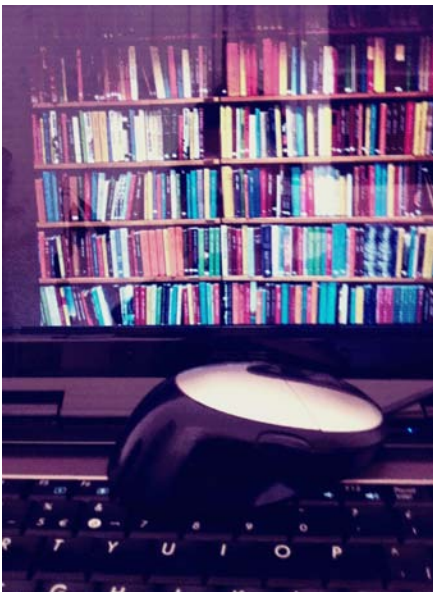
- *Online*. Los alumnos pueden

estudiar el programa desde

— cualquier parte del mundo a través de internet, pero hay fechas de inicio y fin de cada asignatura. Esto no significa que no haya flexibilidad a la hora de estudiar cuando más se acomode a tus necesidades, sino que el aprendizaje debe estar planificado. La mayor confusión se da entre online y a distancia. Como escuelas 100% online tenemos a OBS y a la UOC como universidad. Por otra parte están las escuelas presenciales que imparten algunos programas online (Eserp, EOI, ADM, etcétera).

Por supuesto, tú tienes la última palabra de qué se acomoda más a ti y a tus necesidades, pero lo importante es tenerlo claro. Para eso hacemos este especial, para ayudarte a entender mejor este panorama y para que puedas así tomar la mejor decisión.

## El futuro (y el presente) se llaman online



La formación de posgrado online en español y de calidad es ya una necesidad real tanto a este como al otro lado del Atlántico. Y en esto afecta también otro factor: el español se expande no sólo como lengua de estudio, sino también como idioma para los negocios, por lo que estamos ante un gran mercado de oferta y demanda de formación rigurosa y fiable.

Aún no podemos hablar de números masivos en la formación online, pero está claro que es un hecho que avanza con pasos de gigante. Los datos más recientes

El futuro ya está aquí y se llama internet. En formación, esto se traduce a online. Cada vez más alumnos de todo el mundo optan por especializarse en línea, al igual que hacemos otras tantas cosas de la vida diaria: hablamos con los amigos por chat, escribimos mails de trabajo y también a la familia, compramos entradas para el cine por internet... ¿Por qué entonces no estudiar a través de la red?

Desde hace un tiempo -seguramente también afectados por la crisis- las escuelas de negocios presenciales han detectado una bajada en su demanda. En el caso de su producto estrella, el MBA, se habla incluso de caídas de un 30% en las solicitudes. El sector no quiere hablar de recesión, pero es obvio que hay un cambio. Un cambio tanto en los alumnos que pretenden acceder a los programas (¿más clase media? ¿se hacen menos elitistas los MBA?), como en la forma en que quieren seguir estos cursos. En los tiempos que corren, muchos no pueden permitirse aparcar su trabajo un año o dos para estudiar, por mucho reciclaje que esto suponga. Y mucho menos, permitirse unas tasas muy altas para la gran mayoría de bolsillos.

son de 2006, y sabemos que en internet cinco años son una eternidad, todo puede haberse dado la vuelta en este plazo. Pero el caso es que hace cinco años, el Observatorio Español de Internet ya cifraba en 350.000 las personas que realizaban formación por Internet en España.

Esto es, hoy por hoy ya debemos de superar el medio millón. Y si a esto sumamos los alumnos latinoamericanos, la cifra es aún mayor.

**Por qué hacer un máster online**

Según un estudio del IUP ('Estudio de la demanda internacional de másters online en lengua española', 2006, no hay datos más recientes), dentro de las motivaciones para cursar un máster, destaca "la necesidad de ampliar conocimientos" como categoría fundamental. Eso sí, se observan diferencias entre alumnos de diferentes países y titulaciones, y por ejemplo los candidatos españoles inciden sobre todo en los factores profesionales en la toma de decisión, mientras los candidatos de

países latinoamericanos señalan las motivaciones personales.

Los interesados en cursar un MBA online responden al perfil de un profesional que tiene clara la necesidad de formación y su decisión se centra en el dónde, por lo que sus motivaciones más significativas son “la exigencia de la empresa donde trabaja” y “el prestigio profesional”. Estos candidatos conciben el MBA como una oportunidad de desarrollo profesional.

Asimismo, los alumnos valoran especialmente aquellos aspectos relacionados con la metodología de un máster online y la escuela que lo imparte: la flexibilidad y disponibilidad, poder cursar un máster internacional en español, el desarrollo profesional, y el respaldo de instituciones educativas reconocidas.

#### **Además de los conocimientos, qué aporta un máster online**

Es bastante habitual que la formación presencial parezca 'salir vencedora' frente a la virtual, porque nos sigue pareciendo que “no hay nada como tener al profesor

enfrente”. Y es cierto, el contacto personal es una parte muy importante en todas las facetas de nuestra vida. Sin embargo, no menos verdad es que, hoy por hoy, en el mundo de la web 2.0, donde la red nos sirve también para acercarnos a los demás y donde desde casa estamos conectados con todo el planeta, seguir un programa online 'no es lo que era' hace unos años. El clima (relaciones con compañeros y comunidad académica; sentimiento de integración), por ejemplo, es un factor que destacan los alumnos de los programas online. Y, de hecho, los alumnos consultados por el IUP creen que, como consecuencia de su experiencia en la comunidad virtual de aprendizaje, han desarrollado habilidades de comunicación, gestión y liderazgo además de cualidades como la autodisciplina.

“Yo estaba acostumbrada a la enseñanza tradicional, muy teórica y gracias al campus virtual y la metodología se consigue un mayor aprendizaje”, explica por ejemplo Elisabeth Quiroz, ex alumna también del IUP, y hacia ese mismo lado apunta Judith Huerta, profesora y ex alumna del Máster

en TIC Aplicadas a la Educación: “Un máster online ayuda mucho a tener otro enfoque, a ser más creativos, a esforzarnos por salir del status quo, de lo establecido y arcaico, de tomar conciencia que los tiempos han cambiado, que la tecnología la lleva y como contra ella no se puede luchar no queda otra más que unirse.”

Y es que esa es la idea: los profesionales buscan formación compatible con la jornada laboral, poder estudiar por la noche o participar en un foro de discusión con otros compañeros cuando han salido de trabajar, con material y trabajos verdaderamente online (no “a distancia”), en continuo contacto virtual con profesores y otros alumnos, pero que a su vez sea formación de calidad, con nada que envidiar a la presencial, donde sus capacidades (y el dinero que han invertido) no sean menospreciados. Para ello hace falta un método flexible, que les dé conocimientos realmente prácticos y aplicables en el día a día. ¿Dónde estudiar ese máster online? Es la gran pregunta. Y a ella queremos responder con este especial.

JOSÉ LUIS FERNÁNDEZ, director de Metodología de OBS

"Todavía no existe una escuela de negocios 100% online a nivel mundial"



José Luis Fernández

Online Business School (OBS) fue la primera escuela de negocios exclusivamente online en España, convirtiéndose en pionera en nuestro país. Nació para la red y ha sido diseñada para ella. Su mentalidad es online desde su nacimiento, por lo que tienen claro el modelo y la forma de trabajar con el alumno de hoy. No se han 'adaptado a los nuevos tiempos', sino que son hijos de éstos. Y aunque heredan la experiencia docente de sus fundadores -EAE y

Universidad de Barcelona- lo suyo es el aprendizaje a través de la red. José Luis Fernández es su director de Metodología. Y como experto en el sector, se atreve a poner los puntos sobre las íes de una tendencia aún incipiente pero que ha vivido un salto exponencial en los últimos años. El aprendizaje online, dice, no es sólo el futuro, sino el presente. Aunque queda mucho por hacer. Nos lo cuenta.

Carolina G. Miranda

**P**or qué se dice que la formación online es la formación del futuro?

No solo es el futuro sino el presente. Varios son los aspectos, en especial, la accesibilidad que permite esta metodología que facilita el aprendizaje en cualquier momento y lugar y a cualquier colectivo. La formación online también elimina barreras espacio-temporales, y ofrece flexibilidad al alumno nunca vista ya que permite estrategias didácticas disponibles las 24 horas del día y por primera vez es el alumno el que puede organizar su tiempo de aprendizaje en función de su disponibilidad y ritmo de vida. De esta manera, la inquietud y el interés por aprender se pueden compaginar con la actividad diaria.

**P.- ¿Cómo es el presente de la formación online en español?**

Ha habido un gran desarrollo en los últimos tres años. Internet, las redes sociales y la conectividad han facilitado el cambio sobre todo de mentalidad del alumno que ha acercado la formación online y la ha hecho más accesible para los alumnos. Actualmente en España el desarrollo de la formación online es incipiente. Aunque hay experiencias todavía queda mucho camino por

recorrer. De momento, hay pocos centros y pocos programas cien por cien online de calidad.

***“Hay pocos centros y pocos programas cien por cien online”***

El futuro pasa, además de seguir este camino paralelo entre desarrollo tecnológico y procesos y metodologías en la formación online, por exigir una formación de calidad tanto en metodologías, estrategias, materiales, actualización como equipos de profesores con las propias dinámicas y lenguaje por las que apuesta esta metodología.

**P.- ¿Por qué se crea el proyecto de OBS (la única escuela de negocios exclusivamente online y en español)?**

Hace cinco años, con la irrupción de las nuevas tecnologías vimos que podíamos satisfacer las necesidades de formación directiva de los alumnos ofreciendo una flexibilidad y calidad que la formación presencial no podía resolver. Por esto, decidimos crear esta escuela de negocios de la mano de la Universidad de Barcelona que aportó su know how

universitario y EAE Business School que ofreció todos sus conocimientos como escuela de negocios y experiencias con diferentes metodologías.

En paralelo, surgió la disrupción tecnológica que permitió responder a esta necesidad y crear una escuela de negocios innovadora, con visión internacional que ofrece formación de management y combina los programas más tradicionales en el management como el MBA y Master con otros más innovadores basados en la nueva economía como el Master en Business Intelligence, el Master en Marketing Online y Comercio Electrónico entre otros.

**P.- El sector de las escuelas de management no quiere hablar de recesión, pero está claro que ha habido un cambio en la demanda (se estima que la formación presencial en este campo ha bajado un 30%). ¿Considera que poco a poco las escuelas se irán reconvirtiendo hacia lo online?**

No creemos que haya habido una recesión sino un cambio en las demandas. El alumno necesita una formación más flexible que permita compaginar trabajo, estudios y familia y la formación online y otros modelos la ofrecen. En nuestro caso, no ha habido una recesión de

la demanda sino un crecimiento exponencial de la formación online.

Para poder ofrecer formación online las escuelas de negocios deben conocer cómo aprende un alumno online, cómo desarrollar una metodología online que garantice que el alumno pueda seguir y superar el programa y los recursos necesarios. El modelo online debe formar el ADN de los equipos que conformen el proyecto -diseñadores metodológicos, directores de programas, equipos académicos, profesores - y no todas las escuelas podrán hacerlo con éxito.

**“En la formación online también hay contacto alumno profesor”**

**P.- En la cabeza de muchos está que no hay nada como el contacto directo con el profesor, cara a cara. ¿Qué aporta a cambio la versión online?**

Hay un error de base. El modelo de formación online no significa la ausencia de contacto directo entre alumno y profesor. De hecho la propuesta de valor de OBS es precisamente esta, una metodología que fomenta y favorece la constante interacción entre los protagonistas de la formación, alumnos y profesores. Es precisamente esta inteligencia compartida la que genera conocimiento valioso para gestionar las empresas del presente y del futuro.

**P.- La expansión del español en el mundo implica un mayor uso también en el ámbito de los negocios. ¿Cómo se traduce esto en el mundo de las escuelas de negocios?**

Actualmente OBS es la única escuela de negocios online en español en todo el mundo. Existen iniciativas muy buenas pero

anglosajonas y OBS ha tratado de estrechar puentes y ofrecer una propuesta de escuela de negocios online, con formación de calidad en español pero con una visión internacional capaz de tender puentes con Latinoamérica. En un futuro próximo, habrá más escuelas de negocios íntegramente online y en español.

**P.- ¿Cuál es el perfil del alumno de un Máster online en español?**

Es un alumno de treinta y tres años de edad media con estudios universitarios superiores (licenciatura, ingeniería) y con más de cinco años de experiencia profesional. Cada año, alumnos de más de cuarenta países se forman en OBS.

Con respecto a la región de origen, el 31% de nuestros estudiantes provienen de países Latinoamericanos, encabezados por Perú que aporta una tercera parte de ellos y México (16%). Otros países con importancia relativa incluyen Colombia, República Dominicana y Venezuela. Aproximadamente el 30% de los alumnos son mujeres con una edad media de 33 años. Esta edad media de alumnado da cuenta de la capacidad de OBS para formar alumnos que están en plena madurez profesional y personal.

En relación a su estado civil, más el 30,9% de nuestros participantes estaban casados en el momento de realizar sus estudios, y gracias a la metodología online han podido compaginar sus actividades familiares, personales y formativas. El 40,08% de los alumnos de OBS se desempeñan en el mundo laboral como directivos de empresas y organizaciones. Más de una quinta parte de ellos son mujeres. Solo una metodología flexible como la de Online Business School permite el acceso a formación directiva de un número tan elevado de directivos de organizaciones.

**P.- Háblenos de los candidatos que vienen de Latinoamérica: hasta ahora, allí todavía se hablaba de una fuerte brecha digital, por lo que Internet no era el medio más empleado. ¿Cómo son sus alumnos latinoamericanos de hoy?**

Ciertamente no hay diferencia con cualquier otra región o nacionalidad. Cumplen el mismo perfil que tiene OBS: profesionales con experiencia, que buscan especialización y formación ejecutiva en la nueva economía y que les permite combinar formación, actividad profesional y familiar en sus respectivas localizaciones y países. De hecho, el 30% de los alumnos proceden de allí.

Los alumnos procedentes de Latinoamérica no tienen problemas de acceso ni tampoco falta de conocimiento y de hecho, hay regiones de Latinoamérica que aventajan a Europa en uso de redes, conexiones etc.

**P.- ¿Qué escuela considera líder a nivel mundial en formación de management online? (no necesariamente en español) ¿OBS sigue sus pasos o aplica formas de seguirlos de alguna manera?**

No existe una escuela de negocios 100% online a nivel mundial. Existen instituciones no especializadas con un modelo similar pero de carácter generalista, que van desde programas iniciales hasta un portafolio algo más específico. Por tanto OBS quiere seguir teniendo su propia personalidad, ser una Escuela de Negocios, 100% online, innovadora tanto en sus programas como en su metodología.

En cuanto a universidades 100% online existen grandes centros con Phoenix University en Estados Unidos que es una referencia en este mundo.

## TENDENCIAS

### La formación online como metodología para el aprendizaje independiente y la construcción social del conocimiento

Por Begoña Gros Salvat, Vicerrectora de Investigación e Innovación Universitat Oberta de Catalunya

Existe un claro paralelismo entre la evolución de Internet y el desarrollo de modelos formativos en línea. La Universitat Oberta de Catalunya (UOC) ha vivido la historia del e-learning desde sus inicios y ha tenido que analizar la evolución de la formación y tomar decisiones sobre el modelo educativo, el desarrollo tecnológico y la organización de los procesos de forma dinámica y continua para liderar los avances de la formación virtual.

La formación online fue cuestionada en sus inicios pero con el paso del tiempo, el uso de las TIC para apoyar la formación se ha extendido como metodología en la formación universitaria, profesional y continuada. Se ha demostrado su eficacia y flexibilidad y se ha adaptado plenamente a las necesidades y situaciones formativas de los estudiantes y trabajadores de la sociedad digital.

El modelo educativo de la UOC surgió como respuesta a la necesidad de establecer una metodología de e-learning. Aquí conviene destacar que existe una diferencia importante entre los modelos de educación a distancia y el e-learning. La educación a distancia puede o no utilizar tecnología pero lo más importante es que debe garantizar el estudio independiente sin necesidad de que haya una intervención continua del docente. En el caso del e-learning, se comparte la no presencialidad del modelo de la educación a distancia pero el énfasis se produce en la utilización de Internet como sistema de acceso a los contenidos



Begoña Gros Salvat.

y las actividades de la formación. La interacción y la comunicación son una parte fundamental de los modelos de e-learning.

En el aprendizaje en línea, la actividad forma el núcleo central del diseño formativo. Al diseñar un curso nos debemos preguntar sobre el tipo de actividades que los estudiantes deben realizar para alcanzar los conocimientos y competencias previstas. Por ello, en el modelo educativo de la UOC, la actividad ocupa un lugar primordial (ver figura 1).

Partir de la actividad de aprendizaje de los estudiantes, dentro de un entorno virtual, implica tener en cuenta una serie de elementos específicos que afectan de forma transversal, y desde diferentes perspectivas, al diseño de las posibles situaciones de aprendizaje. De este modo, la

formación integra tres elementos esenciales que confluyen en el diseño de las actividades de aprendizaje: a) los recursos de aprendizaje, b) la colaboración y c) el acompañamiento. Basar la formación en el diseño de las actividades facilita una revisión del sentido de los materiales didácticos, los cuales pasan a considerarse como recursos para el aprendizaje. Los recursos de aprendizaje comprenden tanto los materiales educativos expresamente diseñados para apoyar y vehicular contenidos de aprendizaje, como otros tipos de documentos y herramientas, textuales o multimedia; contenidos disponibles en la red; creados por los propios estudiantes, etc. Partir de la actividad de aprendizaje de los estudiantes, dentro de un entorno virtual, implica tener en cuenta una serie de elementos específicos que afectan de forma transversal, y desde diferentes perspectivas, al diseño de las posibles situaciones de aprendizaje. De este modo, la formación integra tres elementos esenciales que confluyen en el diseño de las actividades de aprendizaje: a) los recursos de aprendizaje, b) la colaboración y c) el acompañamiento. Basar la formación en el diseño de las actividades facilita una revisión del sentido de los materiales didácticos, los cuales pasan a considerarse como recursos para el aprendizaje. Los recursos de aprendizaje comprenden tanto los materiales educativos expresamente diseñados para apoyar y vehicular contenidos de aprendizaje, como otros tipos de documentos y herramientas, textuales o multimedia; contenidos disponibles

en la red; creados por los propios estudiantes, etc. El Campus Virtual es el entorno que proporciona acceso a los recursos y contenidos de aprendizaje y posibilita un tipo de interacción determinada con éstos; en este sentido, se podría considerar como un recurso de aprendizaje más. El aula virtual es el espacio específico en el que confluyen y se interrelacionan los contenidos y recursos, los compañeros y el docente. El Campus Virtual tiene que proporcionar un entorno amigable al estudiante y ser un espacio referente en su proceso.

Apostar por metodologías de aprendizaje colaborativo implica otorgar un papel fundamental a los procesos comunicativos, de trabajo conjunto entre los estudiantes. Se trata de plantear situaciones de aprendizaje que demanden coordinar acciones conjuntas, gestionar información y recursos, discutir y argumentar las propias ideas, hacer juicios críticos sobre el trabajo de los otros, etc. Aprender de forma colaborativa supone utilizar el trabajo en equipo en situaciones de resolución de problemas, en el desarrollo de proyectos, en la creación conjunta de productos, etc., a través de la comunicación y la discusión con el docente y los otros compañeros. La construcción colaborativa del

conocimiento tiene que combinar la experiencia personal, el proceso de indagación del grupo y la gestión del conocimiento con el apoyo de las herramientas del Campus Virtual. Pero el modelo no sólo se tiene que basar en el trabajo en grupo. De hecho, aprender de forma colaborativa también implica dejar espacios para el trabajo autónomo. Los estudiantes tienen que aprender a ser estudiantes virtuales y necesitan orientaciones para su planificación del tiempo, para la realización de las tareas, para valorar sus progresos individuales y reorientar su proceso de aprendizaje, etc. El aprendizaje autónomo es también, por lo tanto, un aprendizaje necesario que tiene que poder combinarse de forma flexible con otros enfoques metodológicos.

El tercer elemento fundamental del modelo es el acompañamiento. El formador tiene que adoptar un papel de guía, de orientador, apoyarse y dinamizar la acción del estudiante a lo largo de su proceso de aprendizaje y ayudarlo a dirigirla hacia la consecución de los objetivos establecidos. La idea de acompañamiento se refleja también en la facilitación de una organización de los recursos y el diseño de las formas de interacción y colaboración más adecuadas para alcanzar los

objetivos de aprendizaje en cada caso, favoreciendo la máxima personalización.

En síntesis, los nuevos modelos de e-learning están avanzando de sistemas centrados en los materiales y el aula virtual, hacia modelos que pongan énfasis en la flexibilidad, la personalización y la participación.

La flexibilidad ha de facilitar la concreción de aplicaciones múltiples y diversas del modelo, en función del tipo de situación de aprendizaje que se quiera generar. La personalización debe favorecer que cada estudiante diseñe y autogestione su proceso formativo en las mejores condiciones posibles y con el apoyo necesario. Y, por último, la participación se tiene que llegar a convertir en construcción colaborativa de conocimiento en el seno de una red de comunidades de aprendizaje.

Finalmente, la calidad tiene que ser un valor que hay que perseguir en cada una de las acciones y componentes del modelo, razón por la cual éste tiene que estar sujeto a un análisis permanente que garantice una evolución sostenida y coherente con las necesidades identificadas.



## EX ALUMNA ONLINE

### Una residencia canina de MBA



Begoña Medel montó su propia empresa en 2006.

**T**ener una idea no es tener un negocio. Eso está claro: quien más, quien menos fantasea con los posibles negocios que lo harán millonario alguna vez en la vida y que conseguirán apartarlo de la tortuosa tarea de tener que trabajar todo el día.

Pero ni, muchísimo menos, todos esos que tienen una idea llegan a realizarla, ni tampoco el total de quienes emprenden llegan a buen puerto. Porque un negocio es algo real, tangible, que hay que sacar adelante cada día, y sobre todo donde hay que sortear una cuestión clave para la que no todos estamos preparados: la económica. Para eso, hace falta alguien que sepa del tema.

Begoña Medel montó su propia empresa. La residencia canina Medina Sidonia nació en febrero de 2006, en Cádiz. Es una residencia canina donde ofrecen además servicios de adiestramiento, peluquería y transporte de mascotas. Sus trabajadores se definen como “un grupo de profesionales apasionados por nuestro trabajo que creemos firmemente en otro modo de hacer las cosas”. Es decir, ilusión hay de sobra. Pero la residencia fue creciendo y Begoña a su vez fue viendo que le “faltaban

conocimientos de finanzas, gestión, organización y en general todos aquellos que no te enseñan en tu etapa universitaria”. ¿Y qué hizo? Animarse a cursar un máster online. Ni más ni menos que 'la madre' de todos los máster, un MBA. La escuela por la que se decidió en su momento fue ADM, “y una vez finalizado el programa estoy convencida de haber acertado”, explica.

**“No te das cuenta de lo poco que sabes hasta que te pones a estudiar”**

“Uno no se da cuenta de lo poco que sabe hasta que se pone a estudiar un programa como el MBA de ADM”, opina Begoña, “y realmente lo aprendido lo he puesto en práctica inmediatamente, lo que me ha ayudado a mejorar mi negocio”. Porque si le preguntamos por algunos errores de los que ha aprendido y que le diría a otros que no cometieran, tiene clara su respuesta: “La planificación económica es necesaria, nadie debería tomar decisiones en su negocio si no están basadas en un buen Business Plan”.

Y ojo, que esto no signifique que uno deba renunciar a sus ideas

creativas o a sus sueños. Para nada. Se trata, al contrario, de aprender a llevarlos a un terreno real. “Yo monté la residencia antes de hacer el Máster”, cuenta Begoña, “y con el tiempo me he dado cuenta que la ilusión y las ganas son muy importantes al montar un negocio pero necesitas algunos conocimientos de empresa para que esa ilusión se transforme en un buen negocio”. Un buen negocio. Ese es el quid de la cuestión, donde todos queremos llegar.

En un MBA se trata, por ejemplo, de que aprendas a manejar las áreas funcionales de la empresa y desarrollar las habilidades gerenciales necesarias para la gestión y dirección del negocio. Esto implica conocimientos de Dirección General, de Marketing y Ventas, de Recursos Humanos, de Dirección de Operaciones o Dirección Financiera. Y está claro que no sólo vale para que trabajes en grandes empresas. Ahí está Begoña con su residencia canina -con cinco trabajadores- para demostrarlo.

### Emprendedora lejos de la ciudad

“Desde siempre mi pasión fueron los animales y los perros en especial y también siempre me ha gustado vivir en el campo, fuera de la ciudad, así que pensé que la empresa que me permitiría conseguir ambas cosas era una residencia canina, y con ayuda de algún familiar y financiación bancaria pude llevarla a cabo”. Por eso se animó a emprender Begoña, y cree que volvería a hacerlo “aunque no sé si el momento actual es el más oportuno”, dice, “pero creo que si uno tiene una buena idea, mucha ilusión y ahora la formación correcta debe apostar por ello”. Lo que sí tiene claro esta emprendedora es que volverá a estudiar. “Después de esta

experiencia repetiré seguro”, dice. En su residencia canina abren todos los días del año. Se han currado las instalaciones (tienen 10.000 metros cuadrados enteramente destinados al cuidado y diversión de los perros, con peluquería, zonas de ejercicio y recreo incluidas), los servicios (hay

guardería y club de adiestramiento) y están en un entorno natural estupendo, pero para ellos lo más importante es el cariño que de verdad tienen por los animales. Y eso para los dueños vale oro.

¿Lo mejor y lo peor de tener tu

propio negocio? “Lo mejor es que si va bien eres el más feliz del mundo”, resume Begoña, “y lo peor es que los problemas de la empresa te los llevas a casa”. Y eso seguro que siempre pasa, con o sin MBA bajo el brazo.

## Soy un 'wanabí'...

“Tras hacer el MBA online desarrollé más mi carrera y he creado mi propia empresa”, por José Luis Montesino

Hace ya más de 10 años, trabajando como Ingeniero de Soporte a Ventas en Telefónica, decidí que quería ampliar mis conocimientos en gestión y administración de Empresas. Mis horarios de trabajo no me permitían dedicarme a un MBA presencial y busqué alternativas de formación a distancia. La que más me convenció por su amplia oferta de cursos, modularidad y posibilidades de elegir materias, así como adscripción a una escuela pública de prestigio como es la UPM, fue CEPADE. La combinación de documentación, foros, sesiones y exámenes presenciales me pareció muy equilibrada y adecuada al tipo de contenidos.

Después del MBA de CEPADE he seguido mi carrera profesional en Telefónica pasando a áreas más generalistas como son Ventas y Marketing y gestionando equipos de personas. Actualmente mi posición es Gerente de Marketing en Grandes Clientes de Telefónica y considero que las materias aprendidas en el MBA han completado mi formación como Ingeniero Superior de

Telecomunicaciones y me han permitido desarrollarme en la carrera de gestión.

Recientemente he iniciado un nuevo proyecto de creación de



empresa con unos compañeros de estudios y he podido repasar libros y documentación del MBA enfocada a creación de empresas y contabilidad y también mi proyecto de fin de master (Portal de Regalos de Boda por Internet). El carácter práctico del MBA y espíritu empresarial que se transmite, en mi caso, han sido de gran ayuda para el inicio de esta empresa.

Este nuevo proyecto en el que participo es una empresa para comercialización de fruta de primera calidad por Internet ([www.comefruta.es](http://www.comefruta.es)). Aprovechamos las ventajas que este medio nos ofrece al acortar los tiempos de distribución e intermediarios para así mejorar la calidad de productos perecederos y promocionar su venta en su momento óptimo de consumo. Lo que podemos llamar un proceso “just-in-time” para la fruta, consigue ventajas para el consumidor, en calidad, al estar la fruta en su momento óptimo de consumo, y precio, al reducirse el número de intermediarios. Y también para el productor, al fomentar la demanda en los picos de producción, consiguiendo mejorar precios de venta y evitando que los grandes mayoristas almacenen y conserven la fruta durante más tiempo y además la lleven a vender por debajo de costes por su gran poder de compra.

**J.L. Montesino es Gerente de Marketing en Grandes Clientes de Telefónica**