

Rolv Petter AMDAM, Ragnhild KVÅLSHAUGEN y Eirinn LARSEN, eds.
Inside the Business Schools. The Content of European Business Education
 Oslo, Abstrakt, 2003, 293 pp.

¿ Existe una práctica empresarial europea? Si es así, ¿qué se ha difundido y cómo? A estos interrogantes ha respondido el proyecto, desarrollado entre 1998 y 2001, *The Creation of European Management Practice* (CEMP, <http://www.fek.uu.se/cemp>), financiado por la Unión Europea y dirigido por Lars Engwall (Uppsala University), José Luis Álvarez (IESE), Rolv Petter Amdam (Norwegian School of Management-BI) y Matthias Kipping (por aquel entonces adscrito a la Reading University y a la Universitat Pompeu Fabra). Cuatro vehículos de transmisión de la práctica empresarial se identificaron en dicho proyecto: los graduados en formación en dirección de empresas, los servicios de consultoría, las publicaciones especializadas y las multinacionales. La presente obra, que recoge las comunicaciones presentadas a uno de los seminarios desarrollados en el marco de este proyecto, abarca los dos primeros (de los que en buena parte se alimenta el tercero); con una hipótesis de partida (contrastada en todos los estudios): la formación transmitida (y la imagen proporcionada al mercado) incluye, además del contenido curricular de la materia, una serie de “símbolos” o valores propios cultivados por cada organización. Una pregunta, además, aparece explícitamente a lo largo de toda la obra (y el proyecto), ¿cuál ha sido la influencia de las afamadas escuelas de negocios estadounidenses en todo ello? ¿Se puede hablar de “americanización” de la formación empresarial en Europa, especialmente tras la II Guerra Mundial? No sorprendentemente, algunos de los colaboradores han publicado ampliamente sobre la difusión de dicho fenómeno en la empresa europea.

La primera cuestión que los editores —los dos primeros de la Norwegian School of Management-BI, de Oslo, y el tercero del European University Institute de Florencia— tratan en su amplia introducción (síntesis de la obra y de la bibliografía básica al respecto) es la evolución histórica de la educación empresarial en Europa. Ésta emerge al calor de la Segunda Revolución Industrial y cuenta con dos modelos, el francés y el alemán, al que se unió el estadounidense (los afamados *Master of Business Administration* o MBA) tras la II Guerra Mundial. La influencia norteamericana, aún con precedentes, se dejó sentir entonces con fuerza. Como insisten los editores, no reconfigurando los sistemas de educación, pero sí como transmisores de una idea que desafiaba la tradición europea: la habilidad de dirigir no era sólo fruto del talento innato y la experiencia, sino que también podía aprenderse. Y parece que ello convenció, a juzgar por el interés que despertó este tipo de estudios en las décadas siguientes. También tuvo su impacto sobre los contenidos impartidos, si bien éste fue diferenciado según la situación económica de cada país, las necesidades de sus empresas, la legislación educativa, las características de sus comunidades académi-

cas y la idiosincrasia de las distintas organizaciones involucradas; las fuerzas que, en definitiva, dan contenido y significado a la disciplina. Todo ello deja poco margen para la existencia de un modelo europeo. Aún así, se detecta cierta convergencia tanto en la estructura como en el contenido de los estudios: las instituciones tienden a adoptar los criterios mejor valorados por el mercado y a regirse por sistemas de “acreditación” comunes, algunos de ellos patrocinados por los mismos implicados con el fin de legitimar su trabajo.

Cuatro capítulos conforman la primera parte del libro, estudios de caso, concentrados especialmente en las escuelas de negocios, dedicados a Francia (a cargo de Junko Takagi y Laurence de Carlo, ESSEC School of Management, París), España (Núria Puig, Universidad Complutense de Madrid), Turquía (Behlül Üsdiken, Sabanci University, Estambul) y Noruega (Ragnhild Kvålshaugen, Norwegian School of Management-BI, Oslo; Agnete Vabo, NIFU, Oslo; y Eirinn Larsen, European University Institute, Florencia). Tres resultados merecen destacarse. Primero, el papel de la iniciativa privada (Cámaras de Comercio, asociaciones empresariales, etc.) como promotores de esta formación. Segundo, la diversidad existente del contenido y de la imagen que quiere venderse en el mercado, diversidad que se explica por la adaptación de la formación impartida al entorno empresarial, los esfuerzos de cada institución para diferenciarse de la competencia y las distintas fuerzas internas a cada organización. Por último, fue en aquellos países menos desarrollados (España y Turquía) donde las escuelas de negocios estadounidenses encontraron un mercado más amplio y tuvieron más imitadores. Algunos proyectos en este sentido fueron, de hecho, financiados con cargo a fondos de la ayuda económica norteamericana (fue el caso de la Escuela de Organización Industrial, por ejemplo). Y no sólo en las escuelas de negocios, también en las actividades de consultoría (especialmente en el caso español).

Precisamente son estos servicios los protagonistas de la segunda parte. En un sugerente capítulo, Matthias Kipping y Celeste Amorin (Universidade do Minho, Braga, e ISAG, Oporto) señalan, a partir de una amplia y variada muestra (que engloba el Reino Unido, Alemania y Portugal), cómo la complementariedad que había caracterizado la relación escuelas de negocios-consultoras de empresa como formadores de ejecutivos se ha tornado rivalidad en los últimos años ante la fuerte competencia que caracteriza este mercado, de crecimiento exponencial tras la II Guerra Mundial. Según Nick Tiratsoo (London School of Economics), Roy Edwards (University of Southampton) y John Wilson (University of Nottingham), muy distinta ha sido la trayectoria en el Reino Unido de los *production engineers* o ingeniería de organización, que, aún espoleada por los movimientos productivistas que caracterizaron la posguerra europea, nunca ha terminado de convencer a los empresarios británicos, más habituados a adquirir formación de este tipo a través de la experiencia y a centrar la formación empresarial en temas de finanzas y marketing. Este

segundo bloque se completa con un artículo quizás más propio del primero. En efecto, Eirinn Larsen retoma el estudio del contenido impartido por las escuelas de negocios, esta vez comparando las cuatro instituciones más importantes en Francia y Noruega en 1999-2000. Combinando su análisis con los capítulos anteriores, de largo plazo, sobre estos países, afirma la existencia de cierta convergencia (especialmente en las materias impartidas) desde los años 50, si bien son los sistemas nacionales de educación y factores culturales los que marcan la estructura de los estudios y determinan qué se aprecia más o menos en cada mercado.

La tercera parte de la obra estudia “Cómo manejar la anarquía y la diversidad”, aunque parece predominar lo segundo. Sami Boutaiba y Jesper Strandgaard Pedersen analizan cómo la competencia ha influido en la configuración, de forma tardía, del título MBA en la Copenhagen Business School (CBS, centro donde trabajan). Tras un exhaustivo análisis de factores externos e internos a la escuela, demuestran cómo se ha desarrollado, alimentando una imagen de elitismo y calidad (facilitado sin duda por la larga trayectoria de prestigio de la CBS), una identidad propia que ha permitido su diferenciación. Con el título “To MBA or Not to MBA?”, Haldor Byrkjeflot (University of Bergen) se pregunta por las razones de la fuerte expansión, que ha identificado en tres oleadas, de este título en Europa, insistiendo en la variedad de programas que se esconden tras esta “etiqueta”, la influencia de las escuelas norteamericanas sobre las instituciones europeas (y también las sinergias entre ambas) y el esfuerzo de estas últimas por diferenciarse de las primeras a través de proyectos intraeuropeos y la creación de nuevas etiquetas (“escuelas de negocios internacionales”) que, empero, no implican excesivos cambios en la práctica. A juicio de Tina Hedmo (Uppsala University), sin embargo, dos procesos, interrelacionados y paralelos, han plasmado este esfuerzo por desarrollar un modelo europeo: el desarrollo de unos valores y de un sistema regulador propio. Tres han sido las instituciones analizadas: la *European Round Table of Industrialists* (ERT), la *European Foundation for Management Development* (emfd) y la propia UE.

La obra, en general, guarda una gran homogeneidad en cuanto al enfoque utilizado. Se echa en falta, quizá, algún capítulo específico sobre Estados Unidos, dadas la reiteradas alusiones a lo acontecido en dicho país; así como, tal y como señala algún autor, un análisis algo más profundo de la influencia de las características del tejido empresarial de cada país en estos vehículos de difusión de la práctica empresarial. Se trata, finalmente, de una obra de interés para los expertos en esta disciplina. El exhaustivo análisis comparativo del contenido curricular de la materia puede resultar, además, tremendamente útil para todos aquellos enfrascados en el rediseño de los planes de estudio de las universidades europeas ante “el reto de Bolonia”.

Adoración Álvaro Moya
Universidad de Barcelona