

Valor por contacto

Relacionarse con otros profesionales es, para muchos, la verdadera oportunidad de un posgrado. Cómo potencian las *b-schools* esas redes.

Adrián Brugiavini era subgerente de Operaciones de La Caja Seguros. Después de terminar la carrera de Administración de Empresas en la UBA, se le presentó la oportunidad de cursar un MBA en la Universidad de San Andrés. La idea de capacitarse en una privada lo tentó, sin imaginar que eso significaría un salto en su carrera profesional. Sin embargo, en el MBA, conoció a una *headhunter* que trabajaba para el área de reclutamiento de ejecutivos en LAN, que estaba a punto de iniciar sus operaciones en el país. “Ahí empezó el *networking*”, define Brugiavini, actual gerente de Segmentos de la dirección Comercial de la aerolínea. El ejecutivo ingresó a la firma en julio de 2005 –cuando todavía cursaba el MBA– y, tras él, llegaron otros cinco compañeros. “Nos fuimos recomendando. De todas maneras, después, era cuestión de pasar las pruebas. En mi caso, hice ocho entrevistas antes de entrar”, recuerda.

El de Brugiavini es uno de los tantos casos que hoy circulan por los pasillos de las universidades. Demuestra que, para muchos, aprovechar la red de contactos que genera un posgrado es una de las mejores formas de capitalizar la experiencia. Es que, además del reconocimiento y el prestigio académico, cursar una especialización es la llave para mantenerse conectados con ejecutivos, de ascender profesionalmente y hasta de armar nuevos negocios. Brugiavini, por ejemplo, comenta que estudió la posibilidad de instalar un *feedlot* en Córdoba con varios compañeros, entre otros proyectos. “Compartir tiempo y actividades con pares y profesores es uno de los principales valores de continuar los estudios”, explica María

Inés del Árbol, coordinadora del Departamento de Desarrollo Profesional de la Universidad de Palermo (UP).

En tiempos de *Web 2.0*, las universidades trabajan para fortalecer sus comunidades de alumnos y graduados. “La palabra es fidelizar. Mi objetivo es que los 11.000 estudiantes que integran la red de Antiguos Alumnos se inflen cada vez que les pregunten en qué escuela de Negocios estudiaron”, sostiene Ernesto Ruete Güemes, director Ejecutivo de Antiguos Alumnos de IAE. Por eso, más allá de las actividades recreativas –como *after office*, maratones, torneos de fútbol y actividades solidarias–, las universidades trabajan ahora para convertirse también en una fuente de apoyo para sus alumnos en el campo laboral. La de Belgrano (UB), por ejemplo, empezó a darle más fuerza a este tema este año. “El egresado siempre buscará volver a estar en contacto con la universidad si la entidad le da algún beneficio a cambio. No lo hará por simple apego. En cambio, sí por contactos o trabajo”, explica Germán Carosio Loredo, responsable de la Oficina de Graduados de la UB.

Desde hace ocho meses, el objetivo de la institución es entrelazar vínculos con profesionales de alto perfil: CEOs, directores y gerentes. La mayoría de las universidades organiza encuentros entre ejecutivos o con *headhunters*, cuyo fin es el “intercambio de tarjetas”. La UADE, por ejemplo, hace conferencias con los número uno del mundo empresario nacional e internacional y ciclos mensuales de “Café y *Networking*”, para grupos reducidos de no más de 10 graduados. Además, hay “Talleres de Empleo”, cuyo objetivo es orientar a



Por qué son un *must*

- Permiten difundir ideas, eventos y programas con facilidad.
- Funciona como un *link* entre graduados e interesados en el programa.
- Es necesario invertir tiempo pero no dinero.
- Cada plataforma está preparada para llegar con los mensajes adecuados a cada ámbito.
- En las conversaciones, se pueden generar nuevas ideas para la discusión académica.
- Genera fidelización del alumno, que se convierte en miembro activo de la comunidad.

Fuente: APERTURA, a partir de entrevistas.

los graduados en la planificación de su carrera. Otra forma de acceder a esta red de contactos es mediante los “Libros de los *Curriculum Vitae*”, que reúne los CVs de todos los alumnos y egresados de los cursos de posgrado, con los que ya cuentan la UP y UCEMA.

El trabajo de las universidades es acompañar y orientar a sus alumnos para la inserción o reinserción laboral, incluso, una vez que dejaron de cursar sus especializaciones. Y, también, brindarles herramientas que les permitan adquirir estrategias y herramientas para el desarrollo profesional. Así, otro foco es la actualización, que se trabaja a través de asambleas, conferencias y



charlas en las que, a través de especialistas, se tratan temas coyunturales.

La consecuencia de este movimiento es la retroalimentación. “A veces, son los propios alumnos quienes aportan los contenidos y las propuestas de búsqueda”, explica Ruete Güemes, del IAE, donde, según dice, el 95 por ciento de los ex alumnos son miembros activos de la comunidad. De hecho, por iniciativa de los propios graduados, se formaron los “clubes regionales” y los “grupos de residentes” para los Antiguos Alumnos que residen en el interior y exterior del país. Entre ellos, se destacan algunos, como los de Bahía Blanca y San Juan, que cuentan con 40 y 26 ex estudiantes, respectivamente. Entre las comunidades internacionales, resalta la de Perú, que también suma 40 “antiguos”. También existen clubes en Córdoba, Jujuy, Tucumán, Salta, Neuquén, Río Negro, Paraguay, Brasil, Chile, México, Europa y los Estados Unidos.

Rédito 2.0

El *networking* es un recurso efectivo para que los lazos de la universidad con sus ex alumnos no se debiliten. “Mucha gente confunde comunidad con base de datos. No son listados, sino vínculos y relaciones con personas”, distingue Graciela Guzmán, directora de la Oficina de Gradua-

“Mucha gente confunde comunidad con base de datos. No se trata de listados, sino de vínculos con personas.”

Graciela Guzmán, directora de Graduados, Desarrollo Profesional y Pasantías de la Universidad de San Andrés.

dos, Desarrollo Profesional y Pasantías de la Universidad de San Andrés. Con ese objetivo, abundan los grupos que las universidades crean en sitios como Facebook y Twitter. Pero la preferida es LinkedIn, por su perfil profesional. El grupo de la UB, que se creó a principios de este año, cuenta con 100 graduados. El de la UP suma 300 miembros.

“Los integrantes generan sinergia y difunden oportunidades laborales y conferencias de interés”, explica Juan Cruz Lozada, director de UADE Business School, que apuesta al desarrollo de un directorio *online* para graduados, en el cual visualizar los perfiles laborales y profesionales de cada egresado que desee participar. La UCEMA, en tanto, ya cuenta con un portal que facilita la búsqueda laboral a alumnos y graduados. “Estos sitios son muy ágiles y, además, dan cierta garantía a las consultoras, que acceden a una preselección. Ellas saben que tienen conocimiento técnico garantizado”, dice María Eugenia Napolitano, directora del departamento de Desarrollo Profesional

Tarea para el alumno

- Mantener su perfil actualizado.
- Entender los “códigos” de cada plataforma.
- Involucrarse en discusiones donde pueda aportar algo interesante.
- Generar retroalimentación.

Fuente: APERTURA, a partir de entrevistas.

de UCEMA, que también orienta a sus alumnos en la planificación de carrera, armado de CVs y demás herramientas.

Algunas, más avanzadas, apuestan a su propia red social. Tal es el caso de la Universidad Torcuato Di Tella, que lanzó a fines de 2008 Di Tella Gateway, con casi 3000 alumnos y graduados registrados y más de 400 usuarios, entre estudiantes y empresas que publican búsquedas y acceden a perfiles profesionales *online*. “Se trata de una red social y laboral especialmente pensada para los graduados y alumnos, que se sostiene en tres pilares: *networking*, eventos y búsquedas profesionales”, asegura Valeria Sánchez, directora de Graduados y Desarrollo Profesional de la UTDT.

Además de las búsquedas y de dar a conocer los distintos eventos que organiza la institución, permite la promoción de emprendimientos de los graduados y alumnos mediante una herramienta de *blog* y otra, que habilita la creación de grupos con intereses similares.

La red social de San Andrés, que, con 26 posgrados y ocho carreras de grado, cuenta con una comunidad de 3067 alumnos y 4184 graduados, funciona de un modo similar. “Contamos con 1183 reclutadores, 1191 empresas y datos actualizados del 60 por ciento de los alumnos registrados”, destaca Guzmán. En total, los estudiantes tienen acceso a un promedio de 100 búsquedas profesionales por semana, entre las que actualmente figuran 41 de perfiles *junior*, 40 para mandos medios y 15 de ejecutivos. “Hay que tener en cuenta que el 75 por ciento de los miembros tiene entre 20 y 40 años. La comunidad es muy joven y se encuentra en plena etapa activa”, analiza Guzmán. ■ Cecilia Valleboni y Clara Gómez Carrillo.