

Ejecutivos que dan clases: lo que hay que saber para ser docente

Las universidades los buscan porque aportan experiencias concretas. Pero, ¿alcanza con eso para ser un buen docente de negocios?

Gabriela Samela
ESPECIAL PARA CLARIN

Aunque es imposible considerar la práctica disociada de la teoría o un hacer que prescindiera del pensar, la demanda de programas y carreras "aplicables" recorre todo el espectro de la formación universitaria. En el caso de las carreras de negocios, y aún más en la formación ejecutiva, que los profesores desarrollen su práctica en los ámbitos corporativos es altamente valorado. Por eso, las universidades buscan ejecutivos que transmitan sus experiencias en las aulas.

Pero, ¿alcanza con la experiencia para ser docente universitario? Tanto los académicos como los propios ejecutivos sostienen que no. La cuestión es cómo se forman los profesores que provienen del mundo de la empresa y que carecen del recorrido habitual de quienes se dedican tiempo completo a la academia.

Alberto Franichevich, profesor full time del IAE, identifica tres aspectos que los ejecutivos necesitan desarrollar a la hora de pasar a las aulas: ampliar su perspectiva, para no transferir únicamente un tipo de experiencia (la propia); desarrollar la escucha activa, para poder preguntar y desafiar a los estudiantes, y hacer el ejercicio de encontrar a los alumnos en el punto donde ellos se encuentran para tratar de moverlos desde ahí hacia la reflexión.

"El IAE tiene un proceso de mentoría y observación de sus profesores: los acompaña, los observa



y les da feedback, lo que los ayuda a corregir muchos aspectos de su práctica", dice Franichevich.

Mantenerse actualizado y sumar conocimientos son tareas básicas del ejecutivo docente. "No alcanza con leer un manualcito y decir que sabés de tal tema", sintetiza Ernesto Kiszurno, socio en Pragma Consultores y docente en Exactas de la UBA.

En el mismo sentido, Facundo Echebehere, director de Asuntos Corporativos de Danone y docente en Economía para la toma de decisiones del MBA de la UADE, enfatiza que "es importante que el profesor le dedique tiempo a su formación: que aprenda cómo trabajar casos, cómo hacer presentaciones efectivas y que actualice su conocimiento".

En la escuela de negocios de la UADE, el 60% de los docentes son los llamados *practitioners*, es decir, ejecutivos que dan clases. "Lo que

hacemos es utilizar los dos tipos de profesores en la misma materia: el que llamamos "académico" es el que la organiza y el *practitioner* es muchas veces el ejecutivo que fue protagonista del caso que se analiza en el aula y que da algunas de las clases del curso", explica Jorge del Aguila, rector de la UADE.

"El *practitioner* está acostumbrado a decidir", agrega el rector. "Maneja la misma información que el académico pero la evalúa en forma diferente. Eso le da adrenalina a la clase porque pone al alumno frente a los casos concretos".

"Tener ejecutivos como docentes es el mejor de los problemas que uno puede tener, especialmente cuando se trata de *executive education*", dice Alejandro Bernhardt, director de la sede argentina de la escuela de negocios ESADE. "Nuestros profesores hacen lo que enseñan y enseñan lo que hacen".

Para el directivo, es más fácil lo-

CASOS

Por qué enseñan

► "Dar clases me mantiene actualizado. También es un aprendizaje para mí, por lo que traen los alumnos", dice Facundo Echebehere, director de Asuntos Corporativos de Danone y docente en la UADE.

► "Si trabajás todo el tiempo, ir a la academia te genera la necesidad de revisar modelos y actualizarte. En mi caso, necesito que la materia sea demandante y entretenida para mí. Como exige tiempo y esfuerzo, lo más recomendable es dar clases en la materia y en los lugares donde uno encuentre satisfacción en hacerlo", señala Ernesto Kiszurno, socio en Pragma Consultores y docente en Exactas de la UBA.

grar que un ejecutivo de empresa sea un buen docente que darle a un académico la experiencia concreta. "En la carrera docente, con coaching, con cursos y con cierta habilidad natural, el ejecutivo adquiere las habilidades necesarias con relativa rapidez", asegura.

De todas maneras, advierte que la vivencia práctica no sustituye la formación académica. "Tendemos a que los docentes tengan una sólida formación teórica o científica y una rica experiencia en el área en la que enseñan también", dice.

Rubén Malvitano, socio de la División de Impuestos de Ernst & Young, es profesor regular en Económicas de la UBA. "Lo más interesante es que podemos transmitir en el aula lo que estamos desarrollando en el plano profesional. Es la mejor forma de mostrarles a los alumnos que lo que les estamos enseñando en la carrera es real", señala.