



Tirada: <b>978.746</b>	<b>Negocios</b> EL PAIS	<b>Nacional</b>	<b>Semanal</b>	Superficie: <b>538,00 cm<sup>2</sup></b>	
Difusión: <b>769.371</b>				Ocupación: <b>58.55%</b>	
(O.J.D)				Valor: <b>26.441,92</b>	
Audiencia: <b>2.692.798</b>				Página: <b>32</b>	
(E.G.M)					
Ref: <b>2619272</b>	<b>2ª Edición</b>		<b>28/06/2009</b>		<b>1 / 1</b>

# Cómo ser un líder digital

Nuevos masters enseñan en España a dirigir negocios 'online'

CRISTINA DELGADO

No es lo mismo vender jamón en la charcutería de la esquina que servirlo a medio mundo a través de Internet. Poner un anuncio en las páginas de un periódico tradicional no tiene mucho que ver con montar una campaña publicitaria a través de las redes sociales. Dos mundos distintos, el real y el virtual, que se traducen en dos formas muy diferentes de vender. ¿Quiere triunfar en el universo 2.0? Universidades y centros privados ofrecen cada vez más formación específica. Las recetas del éxito del *business digital*.

"El universo *online* tiene reglas propias. Por ejemplo, mientras en muchas empresas tradicionales se defiende la necesidad de controlar toda la información, en la empresa digital la norma es que cuanto más abierto sea todo, mejor. Son cosas que se aprenden conforme conoces este mundo", explica Enrique Dans, *blogger*, profesor en el Instituto de Empresa y uno de los expertos en Internet más reconocidos de España. "El problema es que la mayoría del conocimiento que se va adquiriendo cuando se trabaja en Internet es informal. Y cuando llega la hora de hacer un plan de negocios, no es fácil aplicarlo. La formación específica enseña modelos, ayuda a encuadrar conocimientos para hacerlos aplicables a una empresa", razona Dans.

Más de la mitad de las empresas que tienen Internet en España disponen de su propia página *web* y el 11% de las compañías realizaron ventas mediante comercio electrónico en 2008, según datos del Instituto Nacional de Estadística. La Asociación Española de Comercio Electrónico (AECCEM) presentó la pasada semana un estudio de previsiones en el que aseguraba que este tipo de transacciones crecerá este año un 56%. No

es extraño que cada vez más, universidades y centros de estudio adapten sus cursos de posgrado a los negocios de la Red.

"Es vital conseguir generar camadas de profesionales de alto nivel que saquen adelante negocios por Internet en España". Así de tajante es Javier Rodríguez Zapatero, director general de Google España. "Yo he sido directivo en negocios reales y en negocios virtuales. Es cierto que los principios son los mismos, pero las tácticas son muy distintas", comenta. Según el directivo del gigante de Internet, actualmente hay más demanda de productos *online* que profesionales capaces de desarrollarlos. "Y ese hueco lo irán cubriendo empresas extranjeras", advierte. No importa si la demanda está en España y la oferta en Japón, porque en Internet, Euro-

**Un nuevo posgrado, el MIB, impartido por profesionales prepara superdirectivos online**

**"Las tácticas en Internet son muy distintas", dice el director de Google**

pa y Asia están a un *click* de distancia.

Esta preocupación es la que ha llevado a Javier Rodríguez Zapatero y a otros profesionales del sector a poner en marcha el Máster en Internet Business (MIB). "Es el primer máster en gestión integral de Internet", presume. Este programa de posgrado, impulsado por el Instituto Superior para el Desarrollo de Internet, se impartirá a partir de septiembre en la



Los negocios a través de Internet exigen estrategias muy diferentes a las tradicionales para triunfar. /GETTY

Universidad Complutense de Madrid. 400 horas de clase y proyecto impartidas y coordinadas por profesionales de los negocios en Internet para formar a *e-directivos*. Desde planes de viabilidad para la Red a cómo posicionarse en los buscadores. El directivo de Google España, por ejemplo, impartirá conocimientos en este campo. "El problema es que Internet es un mercado muy nuevo, con muy poca experiencia docente. Por eso buscamos a los mejores profesionales en activo", dice Rodríguez. Ignacio Marinas, coordinador del máster, indica además que los contenidos se basan en casos reales y que 100 de las horas del programa se dedicarán a trabajar en un proyecto real, gracias a una empresa que ha cedido sus conocimientos y productos.

Al margen de este programa, que promete una formación integral en el mundo digital, hay otros programas más centrados en áreas concretas que también despuntan. El IE Business School, por ejemplo, hace varios años que lleva a cabo un máster sobre *marketing online* y otro sobre telecomunicaciones y negocios digitales. Son programas de 13 meses

de duración. En el primer caso, buena parte de la materia se estudia precisamente *online*, algo bastante común en este tipo de formaciones. "Es porque es mejor formarse *online*. Antes la formación así era considerada como de segunda calidad. Sin embargo, ahora no tiene sentido no usar Internet. Quien confía en lo *online* para hacer negocios, sabe las ventajas que ofrece", justifica Enrique Dans. "Pero cuidado, siempre que se trate de formación *online* de calidad. No hablo de esos sitios donde envían temarios por correo electrónico y punto. Me refiero a los másteres donde gracias a Internet hay más participación, discusiones más profundas y elaboradas, foros, trabajo multimedia...", subraya.

Otra característica común a los nuevos másteres para negocios en Internet es el continuo cambio. "Para enseñar en este campo hay que tener una actualización diaria y compleja de los contenidos. Es difícil, pero a la vez muy bonito", opina Carlos Delgado, vicerrector adjunto de relaciones internacionales en la Universidad Carlos III de Madrid. En este centro se puede cursar parte

de un máster en computación centrada en el comercio electrónico en la Red, un programa subvencionado por la Unión Europea con reconocido prestigio. Los alumnos que acceden a este posgrado, cuya docencia es en inglés, cursan tres meses en una universidad del Reino Unido, tres en Grecia y tres en la Carlos III. "Hay más de 500 solicitudes para 25 plazas. En Madrid se imparte el trimestre más centrado en la parte tecnológica", repasa Delgado.

Incluso el periodismo es diferente en el universo digital y por eso también en el área de la comunicación hay cada vez más cursos específicos. IPECC y la Universidad de Alcalá lleva a cabo uno de los másteres de periodismo *online* con más años de experiencia. "Para Internet hace falta un perfil diferente", explica Álvaro Ordóñez, director de programas de IPECC. "En general quien cursa estos estudios ya es periodista. Ha trabajado en el medio tradicional, y ahora necesita un reciclaje. En Internet los modelos aún son cambiantes, pero quienes estén formados para entender esos cambios, serán los más preparados para asumirlos", zanja. ■