



## CARLOS DÍAZ

El consejero delegado del Grupo Northius explica en qué momento se encuentra su compañía, sus objetivos para este año y su apuesta por la formación enfocada al empleo.

Por Álex Soler. Fotos: eE

### El Grupo Northius posiciona su modelo enfocado a la empleabilidad como una referencia

**L**a educación avanzada, más allá de la obligatoria, tiene la misión de preparar al alumno para el mercado laboral. La universidad y las formaciones profesionales trabajan, al final, con este objetivo en mente. Sin embargo, a veces la maquinaria falla y no hay oferta formativa para algunos de los perfiles, muchos nuevos, que dominan y dominarán el mercado laboral. Empre-

sas como el Grupo Northius trabajan para revertir esta situación. "Northius es la consolidación de distintos estamentos educativos aglutinados sobre una marca de grupo que nace con el espíritu de formar para la empleabilidad", explica Carlos Díaz, consejero delegado del Grupo Northius. "Tenemos dos clientes", añade Díaz, "uno es el alumno, evidentemente, para darle una buena forma-

ción. Pero el otro es el tejido empresarial. Tenemos mucho contacto con las empresas para anticiparnos a sus necesidades. Se trata de cubrir sus necesidades en el mundo laboral y el camino para conseguirlo es formar a los alumnos”.

Northius lleva 12 años en el mercado y tiene sedes repartidas por todo el territorio nacional. “Ofrecemos formación a distancia, *online*, con la presencia de las sedes y nuestro equipamiento para quien quiera usarlo. Queremos dar todas las herramientas al alumno”, argumenta Díaz. Según cuenta el directivo, “en 2016 lanzamos marcas especializadas en varios sectores como el tecnológico, el veterinario, etc., y en 2019 apostamos por la entrada de un socio que nos ayudara en dos apartados clave, el crecimiento internacional y el crecimiento inorgánico, mediante adquisiciones”. Una de estas adquisiciones fue en Catalunya, Unisport, una escuela de gestión deportiva. En cuanto a la internacionalización, Northius ya está en 11 países de Latinoamérica y en otros seis de Europa -Bélgica, Dinamarca, Ingle-

ya estado de prácticas. El 91% de los alumnos declaran que, o bien han mejorado profesionalmente en el puesto que ya tenían, o han encontrado trabajo gracias a la formación”.

Carlos Díaz explica que la formación que imparte el grupo Northius “es privada. El objetivo este año es facturar 100 millones y, a estas alturas del año, vamos según el presupuesto”. El modelo de negocio, entonces, es sencillo. “Los alumnos pagan sus formaciones, en formato matrícula y mensualidades. Nos intentamos adaptar a todos los bolsillos y damos ayudas en forma de un millón de euros en becas anuales para los sectores más desfavorecidos. También colaboramos con diversas fundaciones”, dice su consejero delegado.

#### Proceso de venta

El Grupo Northius forma parte de Investindustrial desde 2020 -ese socio que entró en la compañía para ayudarles con su internacionalización y crecimiento inorgánico-, pero el fondo italiano está aho-

### No hay un objetivo más allá de la formación de calidad

Muchas empresas, preguntadas por cómo se ven en unos años o cuál serían sus objetivos a futuro tienen una idea bastante aproximada en forma de hitos que quieren alcanzar o de convertirse en referentes en sus sectores. Desde el Grupo Northius, Carlos Díaz, su consejero delegado, tiene claro que “no hay que poner un techo” y que “tampoco tenemos que perseguir un sueño”. Díaz entiende que el sector educativo “es muy ágil tanto en demanda como en confección de educación” y pone como ejemplo los cambios de tendencia que ha habido tras la pandemia. “Ha habido bandazos de lo ‘online’ a lo presencial y además la demanda laboral es cambiante”, dice. “No hay una visión a 15 o 20 años, sino que queremos expandirnos y seguir integrando compañías dentro del grupo mediante adquisiciones”, añade. Díaz detalla que, una vez adquirida una compañía, “queremos aportarles nuestro ‘expertise’ en cosas que una empresa pequeña no puede acceder” y pone el ejemplo de la catalana Unisport “que ha multiplicado su actividad por 2,5 en un año”. “Queremos que tengan una calidad excelente y darles todo lo que podamos para estar en la vanguardia”, añade. “La visión tiene que ser esta, seguir en contacto para estar arriba, para seguir ofreciendo un servicio de calidad”.

Desde la llegada de Investindustrial, Northius se ha expandido a 11 países de América y a seis más en Europa

Northius tiene el objetivo de facturar 100 millones de euros este año y quiere cerrar tres adquisiciones más este año



terra, Países Bajos, Irlanda y Portugal-. Entre sus marcas, además de Unisport, destacan Deusto Salud, Mint -industria y robótica-, Tokio School -nuevas tecnologías- o Trentaycinco mm -audiovisual-, entre muchas otras.

#### Empleabilidad del 91%

El resultado es un grupo de formación que matricula 35.000 alumnos al año y que cuenta con más de 800 profesionales especializados y experimentados para dar la mejor formación posible. Según confirma Díaz, “en Catalunya debemos tener unos 60.000 alumnos activos. Más o menos una cuarta parte de nuestra actividad está en la región”. Con todo, según los datos que maneja la propia compañía y desgrana su consejero delegado, “en todas nuestras formaciones profesionales, el 91% de los alumnos salen con trabajo”. Díaz argumenta que “tenemos programas de prácticas con empresas y muchos estudiantes luego se quedan allí. Muchas veces, incluso antes de publicar una oferta de trabajo, una empresa tira de alguien que ha-

ra explorando la venta del grupo del sector educativo como parte de un movimiento de aceleración de la cartera en España. Desde Northius no pueden avanzar muchos detalles, pero Díaz admite que “la experiencia con Investindustrial ha sido fabulosa porque cuando todo sopla a favor es fácil llevarse bien”. “Investindustrial nos dio mucha valentía para entrar en otros mercados y, al final, todo ha ido tan bien que un plan de negocio que tenía que durar cinco años se ha cumplido en menos de 18 meses”. Díaz explica que, tras el fondo italiano, Northius busca ahora “un socio que nos pueda renovar este empuje para una consolidación a nivel de Europa y en el resto del mundo”.

Desde el Grupo Northius entienden sus siguientes pasos se desarrollarán a través de diferentes líneas, con un negocio consolidado pero que seguirá expandiéndose en España, con la adquisición de nuevas marcas -se esperan hasta tres más este año- y la expansión a nuevos mercados, así como la consolidación en países como Portugal.