

ECOS EMPRESARIALES



Dos instantes de las jornadas celebradas: Ucero en la sesión sobre "La gestión del talento" y Pérez Carballo en su ponencia durante la jornada centrada en la "Gestión de la pyme"

“Lo que nos hace innovar es la competencia tan brutal que hay”

ESIC, en colaboración con la UNED, ha celebrado la octava edición de los Cursos de Verano con un variado programa

VARIAS han sido las jornadas que se han celebrado recientemente enmarcadas en la octava edición de los **Cursos de Verano de las universidades navarras, organizadas por ESIC Business & Marketing School en colaboración con la UNED.**

GESTIÓN DEL TALENTO. José Miguel Ucero, profesor de ESIC Business & Marketing School, director general y socio de Ucero Consultores participó en la primera jornada, celebrada en el Archivo General de Navarra, que llevaba por título "Gestión

del talento y planes de carrera". Ucero destacó la importancia de crear un plan de carrera según las necesidades de la empresa para buscar y retener a los profesionales con talento adecuados según el mercado. Uno de los temas discutidos durante la jornada

fue el plan de sucesión, útil para determinar qué empleados que ya forman parte de la empresa pueden ocupar otros puestos en un momento dado en el que queden vacantes a causa de alguna jubilación, fallecimiento o promoción de otro profesional. "El plan de sucesión es un buen indicador para saber si una empresa está funcionando bien. Es otro sistema de RRHH que pretende establecer quién puede relevar o suceder a todos los puestos de mando", expresó Ucero. "Asimismo, es importante dar una buena acogida y despedida a los empleados con talento que pasan por la empresa, ya que son los dos momentos que los profesionales no olvidan. Para mantener al personal animado también es conveniente otorgarles confianza y estimular su crecimiento profesional a través de iniciativas que ellos perciban. "No reconocer a una persona es ignorarla".

MARKETING AGROALIMENTARIO. En la segunda jornada, titulada 'Marketing agroalimentario: innovación en packaging', varios consultores y directivos de cuentas de productos agroalimentarios coincidieron en que los consumidores prefieren pagar más por un alimento que supuestamente les ofrece un valor añadido, en comparación con productos de gama media. Y es que, aunque la crisis económica actual haya tocado las puertas de muchos de los hogares españoles, los ciudadanos no escatiman en la compra de alimentos. El consultor del Grupo Elopak y codirector de la jornada, José San Román, sostuvo que la venta 'premium' es mucho más fácil en la alimentación que en cualquier otro campo. "La alimentación no es lo mismo que vestir, es posiblemente la primera y primaria necesidad del ser humano. Posiblemente eso favorece que la gente, ante la alimentación, mantenga una actitud más generosa en la compra que ante otras cosas", manifestó. Por otra parte, se señaló que para lograr avances en el área del envasado, es necesario disminuir la cantidad de energía que se invierte en fabricar los envases y la cantidad de envases que se generan sin que ello afecte a la utilidad de los productos

agroalimentarios, estimó San Román puesto que recaló que "no existen los envases ecológicos. El futuro está en los paquetes inteligentes, capaces de acomodarse, apilarse, recogerse, distribuirse y avisar solos si un producto está en mal estado o ha caducado".

ÉXITO EN SELECCIÓN EMPLEO. En la tercera jornada, centrada en 'Cómo afrontar con éxito un proceso de selección', el director de Antiguos Alumnos y Carreras Profesionales de ESIC Business & Marketing School, Juan Antonio Carrasco, destacó la importancia de conocer las habilidades que más aprecian las compañías que buscan nuevos empleados y cómo conseguir el puesto de trabajo deseado. Según un estudio realizado por el centro, entre las características que más se repiten en un proceso de selección se encuentra el conocimiento especializado de idiomas como el inglés y procesos informáticos, habilidades sociales, capacidad de convicción, talento para la venta y saber establecer una red de contactos, comunicación, liderazgo y creatividad orientada a la innovación, etc. Carrasco indicó que, mientras a los jóvenes se les requiere más dotes de comunicación, en los profesionales de mayor edad se busca la capacidad de trabajar en equipo, tolerar tensión, autocontrol e innovar.

GESTIÓN EN LA PYME. En la jornada 'El control de gestión en la pyme, algo más que números', Juan Pérez-Carballo, director del Máster de Finanzas de ESIC, aseguró que para que las pymes sean líderes en el mercado, deben identificar cuáles son aquellos factores clave de éxito que les han permitido llegar a esa posición y para ello, resulta sumamente importante "hablar mucho con los empleados porque son ellos quienes mejor conocen la realidad de la empresa", y destacó que "hay que protegerse de la rutina que inducen los sistemas muy formalizados y el exceso de cifras", y por otro lado afirmó que controlar más no implica un mejor control: hay que ser selectivo".

MARKETING CULTURAL. La última jornada se centró en 'Marketing cultural: cómo y por qué aplicar las estrategias y técnicas del marketing en el sector del arte y la cultura'. En ella, el profesor de Marketing José Cantero Gómez indicó que la innovación es imprescindible en la gestión del arte a través del marketing cultural. "Lo que nos hace innovar es la competencia tan brutal que hay. La innovación sólo es una amenaza si nos quedamos estancados", aseguró. Y es que la cultura se ha convertido en un producto de consumo debido a fenómenos como la necesidad de valorar el patrimonio artístico, la competencia entre los mercados y la constante transformación de las estrategias de marketing. El profesor Mario Quijano, del programa de Máster en Gestión de Arte y Patrimonio Cultural del IART aseguró que "internet sirve para amplificar lo que una campaña de marketing puede hacer, debido a una serie de virtudes que todos sabemos: es interactivo, multimedia, llega a todo el mundo, etc. Por su parte, el profesor Óscar Bilbao, del Máster en Dirección de Marketing de ESIC Business & Marketing School, recaló la importancia de la creatividad para que el marketing cultural sea eficaz.

SolInvest[®]
fotovoltaica
RENTABILIZAMOS EL SOL

PROTEJA SUS AHORROS

Invierta en naves solares

Consiga una rentabilidad superior al 7% (*) a la vez que protege sus ahorros.

Sus ingresos estarán garantizados durante 25 años, por el nuevo Real Decreto 1578/2008 del Ministerio de Industria.

En Solinvest cumplimos nuestros compromisos. Tras terminar en plazo todos nuestros proyectos e inscribir todas las instalaciones bajo el amparo del RD/661, comenzamos la comercialización de nuevas instalaciones desde 5kW sobre cubierta en la Ribera Navarra, bajo el amparo del nuevo RD/1578.

Invierta en energía solar fotovoltaica

(*) La rentabilidad aumentará en función de la fiscalidad de cada cliente. Póngase en contacto con nosotros y estudiaremos su caso.

www.solinvest.biz

Parque Tomás Caballero 2 2ª Planta Of. 2
(31006) Pamplona • Tel: 948 078 616.
info@solinvest.biz