

# Fundeseem Alumni

Asociación ANTIGUOS ALUMNOS

## Optimismo frente a la crisis

> Fundeseem Alumni se reinventa y amplía su oferta de servicios a sus más de 35.000 asociados

Fundeseem Alumni es el departamento post venta de la escuela de negocios y gestiona todas las actividades organizadas para las personas que ya han terminado su etapa docente en Fundeseem. Podrán disfrutar de un abanico de posibilidades como continuar los estudios postgrado en el extranjero; encontrar trabajo o prácticas profesionales a través de la bolsa de trabajo; recibir asesoramiento en materia de orientación profesional; o mantener el contacto con sus compañeros de promoción formando parte de la asociación de antiguos alumnos en la que el socio y la creación de un networking son la razón de ser.

Fundeseem Alumni inicia el año 2009 con la puesta en marcha de numerosos proyectos con los que pretende mejorar y ampliar los servicios prestados a sus más de 35.000 asociados. El responsable de este departamento de la escuela de negocios Fundeseem, Pablo Ferreirós, recomienda que en estos tiempos de pesimismo generalizado «no debe faltar el esfuerzo y la ilusión, que son los factores claves para afrontar la crisis».

Ferreirós mantiene que esta recesión «no va ser la primera ni la última, y confío en que saldremos de ella airosos. Estoy seguro de que también

puede ser un año intenso, repleto de oportunidades y del que podemos aprender mucho. Queremos aportar un poco de optimismo en esta situación de crisis que también tiene un componente psicológico muy importante».

La contribución en esta causa de Fundeseem Alumni es marcarse objetivos ambiciosos e implicar en ellos a los antiguos alumnos de la escuela de negocios. «Aquí tienen su cobijo y pueden contar con nosotros para sus proyectos personales y profesionales», afirma Pablo Ferreirós.

El responsable de Fundeseem Alumni reconoce que ha aumentado considerablemente el número de solicitudes de incorporación a la bolsa de trabajo «y nuestro objetivo es dar cabida a todos». La buena noticia es que también aumenta, a la par, la oferta de empleo de las empresas gracias a la confianza que depositan en Fundeseem.

Fundeseem Alumni se ha sometido a un proceso de cambio que empezó en 2008 y continuará este año con la actualización y estructuración de los foros Asia-Pacífico, Recursos Humanos o Senior Management Program y la creación del Foro Financiero. Pablo Ferreirós explicó que con esta última iniciativa se pretende que los socios de Fundeseem Alum-



Pablo Ferreirós es el responsable de Fundeseem Alumni

### EL SOCIO Y LA CREACIÓN DE UN NETWORKING SON LA RAZÓN DE SER DE LA ENTIDAD

ni disfruten de un espacio físico y on line muy participativo para resolver sus dudas y estudiar propuestas financieras con la ayuda de expertos de Fundeseem.

Otra iniciativa que se pondrá en marcha este mes es el Club Gourmet, que incluirá actividades como la participación en catas o la visita a bodegas. También en el primer trimestre del año se dispondrá de una tarjeta de crédito Affinity exclusiva para Fundeseem Alumni, que servirá como car-

né de socio de Fundeseem Alumni y se podrá activar como tarjeta de crédito, sin necesidad de cambiar de entidad bancaria y sin coste alguno. Con esta tarjeta los asociados podrán identificarse en los establecimientos en los que Fundeseem Alumni ha logrado unas condiciones ventajosas para ellos y les permitirá beneficiarse de todas las ventajas de pertenecer a esta gran familia.

Durante el pasado año, Fundeseem Alumni pasó a llamarse así en sustitución de su anterior denominación, Fundeseem Asociación. Los cambios se han extendido también al diseño de una nueva imagen y de una web y un blog (<http://fundeseemalumni.blogspot.com>) con contenidos interactivos que sirven de herramienta a los usuarios.

## expansión

### Creada en México la primera asociación de ex alumnos

La asociación alicantina Fundeseem Alumni ha llegado a México. Durante los últimos meses se ha formado una filial de la asociación de ex alumnos de la escuela de negocios llamada Fundeseem Asociación México. Su constitución se realizó aprovechando la visita del director comercial de Fundeseem, Paco Cabrera. Entre las responsabilidades asumidas por la nueva asociación figura el promover la formación de sus miembros.

Los representantes del consejo de Fundeseem Asociación México aprovecharon la visita de Cabrera para organizar el primer evento formal. Convocaron a todos los antiguos alumnos para que participasen en un taller informativo sobre Plan Estratégico y Marketing.

Tras dos días de trabajo, Fundeseem, a través de su delegada en México, Elena Cáceres Senn, reunió a varias generaciones de ex alumnos como cierre de las actividades organizadas.

El consejo de Fundeseem Alumni en México lo preside Mario Flores de Coss, ex alumno del Máster en Dirección Comercial y Marketing (MDM), y cuenta con la estrecha colaboración de Elena Cáceres Senn, igualmente ex alumna de Fundeseem.

ALFREDO MUÑOZ  
Responsable de  
Consultoría de  
Fundeseem  
Business School



Permítame el lector, para introducirle en las reflexiones que con usted quiero compartir, la licencia de parafrasear a James Carville, creador del lema ¡es la economía, estúpido! que se hizo famoso en el mundo entero y con el que Bill Clinton, en la exitosa campaña de 1992, desbancó a George Bush padre del poder. Con esa ocurrencia, ingeniosa frase, Carville consiguió impulsar al amigo de la Lewinsky desde su modesto sillón de gobernador de Arkansas hasta el despacho más poderoso del mundo: el Oval de la Casa Blanca.

## ¡Es la formación, estúpido!

Y permítame una licencia mayor: la de venderle las excelencias de lo que hacemos en mi Business School, Fundeseem. Porque la formación (sí, la que impartimos en Fundeseem) es una excelente herramienta para estos tiempos de crisis, recesión, oportunidad, cambio o como quiera que denominemos a la actual coyuntura económica.

Y, abusando de su confianza, permítame también un consejo: invierta en la formación de su equipo y de usted mismo. ¡Sí, ahora, con la que está cayendo!

Sé que la tentación es mucha: ¿Que viene la crisis? Pues me cargo el presupuesto de publicidad y de formación –le suena esta refle-

xión ¿verdad?–.

Craso error, amigo mío. No entraré en necesidad y en las bondades de una adecuada política de comunicación. Pero sí me atrevo a decirle que el conocimiento –el suyo, el de sus colaboradores– es un arma excelente para competir en tiempos de guerra –económica, entiéndaseme–.

Si el reto de conseguir obtener una ventaja competitiva respecto de nuestra competencia pasa por la diferenciación, o tenemos un producto verdaderamente diferenciado de los demás –¡qué difícil– o ser competitivos pasa, ineludiblemente, por ser mejores en lo único que es estrictamente

diferente entre las empresas: las personas que las forman; su capital humano. En palabras del catedrático Javier Fernández Aguado: «Una de las claves del éxito de una empresa es apostar por las personas, único elemento de crecimiento irrestricto».

Converdrá entonces conmigo en que su más rentable inversión no puede ser otra que la que permita a su equipo ser mejor. La que le dote de un capital intelectual de altura. Porque, no le quepa duda, mejorar las competencias y cualificaciones de sus colaboradores y de usted mismo le va a resultar una herramienta indispensable para competir con ventaja. Esa mejora tiene que estar

fundamentada en la formación: no hay otro camino. Además, una adecuada política de formación en su empresa le permitirá intentar alcanzar uno de los retos más difíciles, audaces y bonitos de la empresa de éxito: retener el talento. Incluso en términos puramente de rentabilidad económica es interesante: es mucho más costoso seleccionar y formar nuevos colaboradores que retener a los actuales. Sobre todo si éstos son buenos.

Haga usted benchmarking. Para las principales –y más exitosas– empresas del mundo «atraer y retener el talento es la prioridad número uno». Porque el talento no puede fabricarse, en todo caso, desarrollarse. Sin embargo, si no se tiene el apoyo adecuado, si no se encauza su desarrollo, puede desperdiciarse.