FUNDESEM ALUMNI

Curso | PONENCIA DEL PESIDENTE DE LA OAMI

«La calidad y la digitalización, pilares en la gestión de la Administración»

> Wubbo de Boer señala que la competencia dinamiza el sector privado y es un handicap para los servicios públicos

El presidente de la Oficina de la Armonización del Mercado Interior (OAMI), Wubbo de Boer, ha revelado en Fundesem que el éxito en la gestión de esta agencia de la Unión Europea se basa en dos pilares: definir las normas de calidad de los servicios prestados al ciudadano como administración pública y velar por su cumplimiento y digitalizar todos los servicios para permitir que el usuario acceda a ellos desde cualquier lugar.

«TRAS AÑOS DE CRECIMIENTO, EN LA OAMI VIVIMOS UN DESCENSO DE SOLICITUDES DEL 15% O MÁS»

Estas son algunas de las pautas trasmitidas por Wubbo de Boer a los alumnos la segunda edición del Curso de Alta Dirección en la Administración Pública de Fundesem en su ponencia La Oami: nuevo modelo de gestión pública.

De Boer aclara que el primer propósito en la gestión de la Oami es «precisar en términos detallados qué pueden esperar de nosotros nuestros clientes y determinar las normas de calidad que regirán nuestras decisiones. Es decir, hemos definido la calidad de nuestros servicios en términos muy precisos, lo hemos publicado en página web, como un compromiso con el público y cada seis meses hacemos una revisión para saber si hemos podido cumplirlo».

La segunda idea defendida por Wubbo de Boer para mejorar la gestión de una administración es la «digitalización total de nuestros servicios tanto para recibir solicitudes de marcas, dibujos y modelos comunitarios como para prestar el resto de servicios a nuestros usuarios mediante servicios herramientas de comercio electrónicoa la gente que está fuera». Explica que los dos objetivos principales que rigen la gestión de la Oami realizan una contribución importante para el servicio público.

Wubbo de Boer confirma que un handicap de los servicios públicos es que «no tenemos competencia», característica que consigue dinamizar el sector privado. «El mercado te disciplina y eso es lo que nos falta». Sustituir la competencia que se aplica en el mundo de las empresas por transparencia en las administraciones públicas. «Transparencia es definir y publicar cuáles son los estándares del servicio que pretendemos ofrecer y ser muy transparentes sobre si se logran obtener». Para este último propósito se emplea la carta de servicios, que la Oami renueva cada año «con unos objetivos más ambiciosos».

INFORMACION

Wubbo de Boer, presidente de la OAMI

Asimismo, defendió la eficacia del teletrabajo. «Es un éxito desde que se aplicó hace cinco años» y lamenta que sea poco conocido en España.

Un informe de la OAMI confirma que Alemania e Italia son los países que menos afectados están por la crisis en el nivel de presentación de solicitudes.

Jornadas | CONFERENCIA DE EDUARDO ROSSER

«Sobrevivirán las empresas que se adapten»

El experto en Recursos Humanos Eduardo Rosser vaticina que «sólo sobrevivirán las empresas que sepan adaptarse al cambio».

Fundesem ha organizado una serie de jornadas formativas gratuitas dirigidas a actualizar a sus alumnos y ex alumnos sobre diversos temas de interés general. Entre los ponentes figura Eduardo Rosser Vassero, profesor de Fundesem y director adjunto de Imán Consultores, que ofreció una conferencia titulada Gestionar el miedo: clave del desarrollo Directivo en época de crisis.

Rosser afirma que una de las claves del desarrollo directivo para afrontar la crisis es «la gestión del miedo. Esta crisis, a diferencia de otras, se ha agravado por el miedo a perder tu puesto de trabajo, a que no te paguen tus clientes, etcétera. La función primordial del directivo será cómo gestionar el miedo de sus colaboradores», explica.

PARA EL EXPERTO EN RECURSOS HUMANOS, «LA GESTIÓN DEL MIEDO» ES UNA CLAVE PARA AFRONTAR LA CRISIS

A juicio de este experto, otro factor que va a ser determinante para el directivo en tiempos de crisis es la gestión del cambio. «Tiene que aprender las nuevas reglas y adaptarse a ellas. En esto las escuelas de negocios como Fundesem tienen un papel fundamental», asegura.

El pronóstico de Eduardo Roser es que «aquellas empresas que van a sobrevivir no serán las que tengan los precios más bajos ni más altos, sino aquellas que sepan adaptarse al cambio. Hoy estamos poniendo la base sobre que empresas van a liderar la economía española durante los próximos años».

Rosser vaticina que las áreas de Recursos Humanos de las empresas van a modificar su forma de seleccionar, evaluar y dirigir personas. «Hoy más que nunca necesitamos identificar, retener y gestionar el talento en las organizaciones. Hemos cometido muchos errores en la planificación de recursos y en estos momentos los costes se analizan con lupa. En los procesos de evaluación del desempeño no se evaluaba los cometidos de la persona sino los resultados. Esto dará paso a una gestión más profesional de los recursos humanos», adelanta.

Este experto aconseja a la gente que empieza «que se forme. Tenemos que hacer hincapié en cambiar nuestros modelos de trabajo. Es necesario disponer de nuevas herramientas y recursos para adaptarnos a esos enfoques».

ex alumnos

Jianyong Zhou
Responsable del departamento comercial de Tempe
Máster en Dirección Comercial de Marketing en 2007

Tras realizar el master en Dirección Comercial de Marketing en el año 2007, Jianyong Zhou ha mejorado sus aplicaciones prácticas en el área del mercado y ha podido ampliar su trayectoria profesional gracias a sus labores en importantes empresas del sector de la moda. En su opinión, entre los valores más destacables de Fundesem figura la ampliación de las opciones laborales. «Fundesem es como una plataforma de recursos humanos porque tiene contacto directo con las empresas y por ello brinda muchas oportunidades a los alumnos para realizar prácticas y conseguir empleos futuros». Responsable de producto del Departamento Comercial de Tempe, empresa que pertenece al grupo Inditex, Zhou encuentra en la crisis una oportunidad y considera claves para mantenerse la capacidad de reacción inmediata, el equilibrio entre la última moda, precio, calidad y servicio añadido y el valor del capital humano.

Georg Bouché
European Master in Business Administration en 2006
Agente de Exportación

Con el European Master in Business Administration que realizó en 2006, además de obtener una doble titulación, Georg Bouché logró ampliar sus conocimientos sobre el abordaje de mercados internacionales. «Tuve la oportunidad de conocer las distintas formas de negociar en dos países de tanta relevancia comercial como España e Inglaterra y me siento ahora más preparado». Tras trabajar para Levantina, se ha convertido en un agente de exportación en mercados como Alemania, Suiza y Austria, posición desde la cual admite que la crisis actual ha impactado negativamente al sector debido a la falta de liquidez, la carencia de confianza y la falta de creatividad. Asegura que «la clave está en la especialización y superar a la competencia. Hacer lo que hacen los demás, pero con un valor añadido».