

# Fundesem alumni

Cooperación INVESTIGACIÓN

## Fundesem y Coepa colaboran en el desarrollo de estudios económicos

> Ambas entidades participarán en la programación de proyectos técnicos para ayudar al tejido empresarial

Fundesem y la Confederación Empresarial de la Provincia de Alicante (Coepa) han sellado un acuerdo con el objetivo de formalizar una relación de cooperación y enriquecimiento mutuo. Como fruto de este acuerdo, los expertos de ambas instituciones participarán en el estudio y desarrollo conjunto de proyectos técnicos y de investigación de índole económica.

Fundesem se ha comprometido además a poner en

### CEDERÁN SUS INSTALACIONES PARA REALIZAR ACTIVIDADES EMPRESARIALES Y FORMATIVAS

marcha un observatorio para detectar las necesidades formativas necesarias para el tejido empresarial de la provincia de Alicante. Organizará cursos y actividades dirigidas al empresario alicantino.

La escuela de negocios y Coepa inician una nueva etapa de relaciones marcada por la planificación de manera conjunta de actividades tales como jornadas, seminarios o conferencias. Se trata, en defi-

nitiva, de mantener una estrecha colaboración institucional en todas aquellas materias de interés común que refuercen la actividad y sean de utilidad para los emprendedores y empresarios: estudios, desarrollo y promoción de proyectos europeos, etc.

Para llevar a cabo proyectos conjuntos se ha acordado la cesión mutua de instalaciones para el desarrollo de actividades empresariales y formativas. El acuerdo entre Fundesem y Coepa contempla además la edición de publicaciones. El convenio es prorrogable automáticamente por anualidades. Con esta iniciativa, se consolida la estrecha relación que mantienen desde hace años Coepa y Fundesem. Como ejemplo,



Los presidentes de Fundesem y de Coepa durante la firma del convenio

cabe mencionar que la Confederación Empresarial forma parte de los miembros de Fundesem.

La Confederación Empresarial también colabora en el lanzamiento del Senior Management Program desde su

primera edición que ahora hace cuatro años. La cuarta edición del curso arrancará el 10 de marzo del presente año, también con la colaboración de Coepa y la titulación oficial de la Universidad Miguel Hernández.

## Acuerdo con la Universidad de Alicante

La Universidad de Alicante y Fundesem van a iniciar una etapa de colaboración en la formación empresarial tras el acuerdo suscrito esta semana entre el rector de la UA, Ignacio Jiménez Rando, y el presidente de Fundesem, Juan Amirola.

El propósito de ambas instituciones es establecer un

marco para la realización en común de actividades de divulgación y de enseñanza en el ámbito de la formación empresarial, tanto en la promoción de seminarios y cursos sobre temas de interés para ambas entidades como en el desarrollo de investigaciones relacionadas con esta actividad. Al acto

de firma de este convenio, celebrado el pasado jueves en el Rectorado del campus de San Vicente, han asistido asimismo Aránzazu Calzada, vicerrectora de Relaciones Institucionales, que ha llevado por parte de la UA la iniciativa de este convenio, y Ramón Mañas, director general de Fundesem.

## ex ALUMNOS



Tomás Martínez  
MBA Executive Fundesem 2005  
Director de Operaciones de Pikolinos

Gracias al MBA Executive que realizó en Fundesem en el año 2005, Tomás Martínez adquirió «una visión más completa de la empresa y un mayor dominio de otras funciones como la financiera y la comercial», lo cual ha potenciado su desempeño como Director de Operaciones de Pikolinos. Respecto a la crisis actual que atraviesan los sectores dedicados a bienes de consumo masivo, Martínez comenta que Pikolinos ha intentado blindarse a través de «deberes» llevados a cabo con anterioridad. «Cuando hay una crisis se debe contar con una imagen de marca reconocida, una distribución lo más diversificada posible y una cadena de suministro eficiente». En su opinión, tener esta base -junto a elementos como la innovación y el enfoque al cliente- es fundamental «para seguir creciendo y lograr que los periodos de crisis sean una oportunidad».

Pedro José Martínez  
MBA Executive Fundesem 2004  
Gerente de Auto Martínez S.A.

Pedro José Martínez Moraga estudió un MBA Executive en Fundesem en 2004 y hoy es el gerente de Auto Martínez S.A, compañía dedicada a la venta de recambios y reparación de vehículos pesados. Al hacer un balance de su experiencia en Fundesem, explica que organización, capacidad de análisis, networking y planeación estratégica son los aspectos que más han enriquecido su desempeño profesional, especialmente en un sector tan golpeado por la crisis. En relación con este tema, comenta que la caída del consumo ha ocasionado que «las mercancías se transporten menos por las carreteras, con lo cual hay un menor kilometraje recorrido y una menor incidencia de visitas al taller». Advierte que soporitar la coyuntura implica aumentar la presencia en el mercado, controlar los pagos y buscar nuevas oportunidades de negocios que permitan estar preparados para afrontar los cambios en el entorno.

Encuesta UNIVERSITARIOS

## Una buena política comunicativa es esencial

REDACCIÓN

La escuela de negocios Fundesem ha realizado una consulta entre alumnos de la Universidad de Alicante y profesionales especializados en Relaciones Públicas sobre la importancia que conceden las empresas a la comunicación interna. El 42% de las personas consultadas consideran que las mercantiles menosprecian la importancia de mantener una buena política comunicativa. El 46% entiende que la dedicación empresarial a este capítulo es adecuada y un

### EL 42% DE LOS ESTUDIANTES CREE QUE LAS EMPRESAS MENOSPRECIAN LA COMUNICACIÓN INTERNA

12% que es mucha.

Las personas que han participado en la encuesta de Fundesem consideran que la comunicación interna es fundamental en las empresas para lograr un clima laboral óptimo y favorable para los em-

pleados. Según el criterio de la mayoría, en tiempos de crisis es más necesario invertir en comunicación interna para combatir el clima de tensión predominante.

Entre los comentarios realizados por los expertos y estudiantes consultados destacan las repercusiones positivas que puede tener una buena comunicación interna para estrechar sus relaciones los clientes o lograr la implicación de sus trabajadores.

Los encuestados creen que muchas mercantiles están

acostumbradas a la comunicación informal «y no son capaces de ver las ventajas de este sistema», obviando así que «la comunicación interna es vital para el funcionamiento de la empresa».

Los encuestados respondieron la encuesta a través de la web de Fundesem [www.fundesem.es](http://www.fundesem.es) durante un período de tres semanas. La encuesta se difundió durante una Jornada organizada por el Departamento de Comunicación y Psicología Social de la UA el pasado diciembre.