

Entrevista

Francisco J. Sánchez,
profesor de Lengua
Española de la Univer-
sidad de Granada **P3**

Universidades

La Politécnica
de Valencia,
la más valorada
entre sus alumnos **P6**

Empleo

Comillas ofrecerá más
plazas de prácticas
a través del Círculo
de Empresarios **P9**

Ecoaula

Suplemento de educación y empleo de elEconomista



**Tu universidad
te ayuda a crear
tu empresa** **Págs. 4-5**

Ecoaula Opinión



■ Por PASCALE BANG-ROUHET

¿Qué nos jugamos cuando hablamos en público?

E

l libro *¿Qué nos jugamos cuando hablamos en público?* ayuda a comprender mejor los mecanismos del miedo escénico y sus consecuencias sobre el lenguaje corporal y verbal. He escrito esta obra a raíz de mi experiencia, ya que he formado a más de 2.500 ejecutivos mejorando su capacidad de comunicación a través de técnicas de actores -por medio del gabinete de formación *ExpresArte*-. Estas técnicas ayudan en la gestión del nerviosismo y la mejora del lenguaje corporal y verbal, y las formaciones se imparten en un escenario de teatro.

El libro es fruto de esta experiencia y es un análisis detallado de los mecanismos del nerviosismo y cómo se reflejan en los recursos de comunicación. Los ejecutivos que tienen que hablar en una reunión importante o una convención preparan bien el contenido de la ponencia, pero a la hora de transmitir el mensaje pierden credibilidad, porque no controlan el impacto del nerviosismo sobre su comunicación.

¿Por qué sienten el miedo escénico a la hora de hablar en público? Porque lo que se juegan a la hora de hablar en público no es su nivel de autoestima profesional, sino su nivel de autoestima personal. Un ejecutivo puede tener un buen nivel de seguridad profesional y poca confianza en él a la hora de convertirse en orador, porque el ac-

tor de la vida profesional no es el actor de la vida personal.

Para analizar el origen del nerviosismo y sus consecuencias, utilizo la metáfora del *teatro mental*. A lo largo de nuestra niñez atravesamos varias etapas psicológicas que forjan nuestra personalidad. El enfrentamiento con el público va a reactivar varios traumas emocionales, varios conflictos internos, varias tensiones que hemos vivido a lo largo de estas etapas.

La metáfora del *teatro mental* es imaginar que nuestra vida es simbólicamente un director de *casting* que nos propone un papel para interpretar un personaje: de pesimista, de perdedor, de tímido, de prepotente, de luchador, etc. Vamos a actuar en nuestra vida bajo el prisma de este personaje con sus miedos, sus prejuicios, sus insatisfac-

ciones, su inseguridad... Este personaje determinará la percepción del mundo que le rodea y marcará un cuadro de actuación cuando se relaciona con los demás.

Es como una obra de teatro permanente donde tenemos que asumir distintas responsabilidades. Somos los autores de las obras de nuestro teatro mental, las escribimos a lo largo de nuestra vida. Somos los directores de las obras porque somos responsables de las acciones y de las decisiones que tomamos. Somos los actores de estas obras porque actuamos con un rol que nos hemos definido. Este rol tiene por origen las bases de nuestra personalidad e influye en nuestra comunicación.

Con la metáfora del *teatro mental* entendemos mejor que el rol que nos hemos asignado nos puede limitar a la ho-



ra de hablar en público porque puede implicar un bajo nivel de autoestima personal y un alto grado de timidez.

Si hemos elegido en nuestro *teatro mental* un rol de actor secundario nos costará aceptar el papel protagonista del orador y conectar con el público. Convertirse en orador es una situación violenta porque nos transformamos en protagonistas, expuestos a la mirada y al juicio del auditorio.

La timidez provoca una percepción negativa del público y desencadena varios mecanismos de protección y de defensa a través del lenguaje corporal y verbal como el balanceo, la mirada tensa, las manos cruzadas, el ritmo de respiración acelerado, el cuerpo inquieto o, al revés, encogido, la falta de volumen de voz, el tono monótono, el ritmo acelerado de palabra, etc.

En mi libro determino varios perfiles de oradores en función de la visión que tienen del público y analizo cómo se reflejan en cada recurso del lenguaje verbal o no verbal. Se trata de una obra interactiva, con unas preguntas al final de cada capítulo que ayudan al lector a determinar su perfil de orador para identificar mejor sus signos de nerviosismo y sus consecuencias.

Los tiempos de crisis van a convertir la comunicación en un reto todavía más difícil porque el contexto económico, tremendamente inseguro, a buen seguro aumentará la carga emocional del nerviosismo.

Este libro permite entender mejor los bloqueos psicológicos que fomentan el nerviosismo y abre un campo de investigación distinto para comprender el miedo escénico, lo que puede ser todavía más útil en la comunicación de hoy.

CORBIS

**LA CRISIS
CONVIERTE
LA ORATORIA
EN UN RETO
TODAVÍA
MÁS DIFÍCIL**

**EL CONTEXTO
ECONÓMICO
ACTUAL
AUMENTA
LA CARGA DEL
NERVIOSISMO**

© Pascale Bang-Rouhet
es gerente de ExpresArte

El becario Precario

■ POR CHECA & CARMONA



■ FRANCISCO JOSÉ SÁNCHEZ GARCÍA Lingüista experto en comunicación política

“En los medios actuales, es imposible conciliar neutralidad e ideología”

POR MARÍA L. MORATILLA

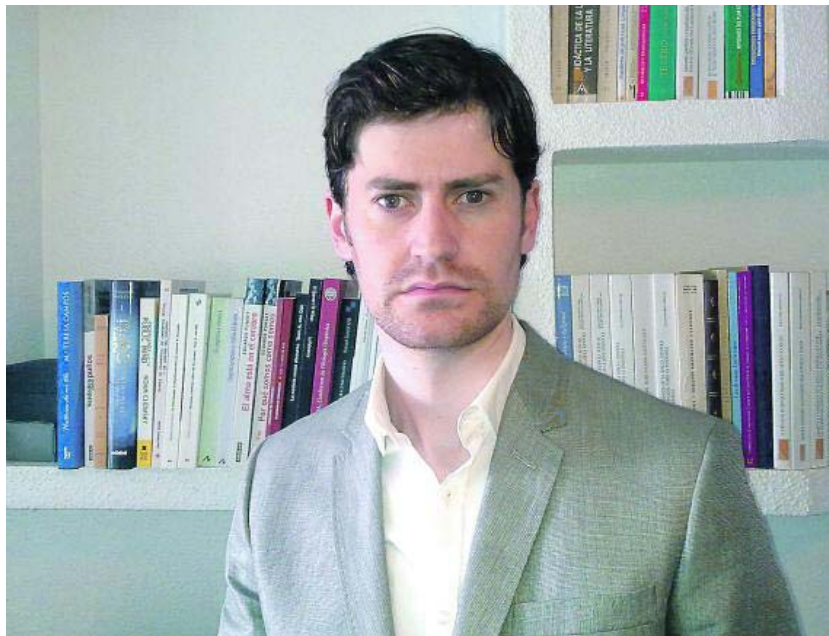
Cualquier ciudadano informado sabe que los diarios tienen líneas editoriales diversas y que los medios de comunicación manipulan”. Con esa base tan clara, el profesor del departamento de Lengua Española de la Universidad de Granada, Francisco José Sánchez, se dispuso a analizar todas las noticias publicadas en los principales periódicos españoles acerca de los debates del Estado de la Nación, con el objetivo de descubrir sus estrategias de manipulación y, sobre todo, por qué son tan eficaces. El lingüista, experto en comunicación política, tras firmar este estudio basado en más de 2.500 titulares –el más extenso analizado hasta la fecha en España– asegura que para los medios “es imposible conciliar neutralidad e ideología” y que la única salida que le queda a la prensa es “aliarse con ciertas corrientes ideológicas para hacerse un hueco en el mercado”.

■ **Casi 9 de cada 10 titulares de prensa están manipulados. ¿Qué explicación da usted a esto?**

R Influyen factores de muy distinta naturaleza: en unos casos el redactor busca solo pulir y organizar la declaración del líder político, eliminando incongruencias o repeticiones. Normalmente, un titular no debe ocupar más de 12 ó 13 palabras, de manera que muchas declaraciones se acortan para poder ser encajadas en dicho espacio, y aunque formalmente no coincidan con las palabras del emisor, el contenido no sufre alteraciones significativas. En cambio, en muchos titulares del *corpus* estudiado sí que he hallado una intención tendenciosa, bien mediante el empleo de verbos que aportan una imagen negativa del político (criticó, amenazó, advirtió), o alterando directamente las palabras originales del emisor para enfatizar aquello que más interesa al medio en cuestión. Esta tergiversación deliberada sí obedece a razones ideológicas.

■ **Además de en el titular, ¿qué recursos ha descubierto que emplean los periodistas para ‘manipular’ o transmitir opinión?**

R En los titulares, destaca, aparte de la manipulación de las declaraciones políticas, la inclusión de contenidos implícitos, que no son expresados de forma directa, por



e|Economista

Su trayectoria

PERSONAL: Nació en Almería en 1981.

ACADÉMICA: doctor en Lingüística aplicada del español, licenciado en Filología Hispánica, licenciado en Antropología Social y Cultural, máster en Ciencias Políticas, experto en Comunicación Política.

PROFESIONAL: ha publicado recientemente ‘El léxico religioso en los diccionarios de la Real Academia’ (Universidad de Barcelona, 2009), ‘El léxico disponible de Granada y su provincia’ (Universidad de Granada, 2008, en colaboración con M^a Ángeles Pastor) y ha sido editor de varias obras de teatro del Siglo de Oro. Fue director de RRHH de la empresa catalana de servicios SEAE; ocupó el mismo puesto para la zona Iberia en Pechiney Soplaril Flexible Europa. En la actualidad es director de Esie (Escuela Superior de Iniciativa Emprendedora) y también de Educa-System, ambas creadas por él.

lo que la responsabilidad de su reconstrucción corresponde al lector. Naturalmente, los medios se valen de otros recursos para acomodar las informaciones a su línea editorial, que tienen más que ver con el contenido mismo de las informaciones y con su *visibilidad* en el medio. Así, por ejemplo, las noticias positivas relativas al partido afín al diario suelen tener un tratamiento más extenso y destacado, al igual que los aspectos que perjudiquen al partido contrario; del mismo modo, aquello que perjudique al partido afín o los éxitos del partido contrario será minimizado.

■ **Su estudio deja patente que no existen diferencias en el lenguaje que emplean los políticos de izquierdas o derechas, pero sí entre Gobierno y oposición.**

R En contra de lo que cabía esperar, no son significativas las diferencias entre el lenguaje de la izquierda y la derecha, salvo en que unos y otros usan (o evitan) determinadas voces en sus discursos. Llama más la atención, en efecto, el drástico cambio de lenguaje entre roles políticos, que se puede comprobar si examinamos los discursos antes y después de que tenga lugar la alternancia en el poder. Éste

es un fenómeno observable en todas las legislaturas en las que tal alternancia se ha producido; y además, dicha diferencia se manifiesta en todos los niveles lingüísticos, incluyendo el plano retórico y argumentativo. Así, el lenguaje del Gobierno es esencialmente descriptivo, técnico, denotativo y formal, y también más personalista, mientras que la oposición se caracteriza por emplear un registro más connotativo, con mayores rasgos coloquiales y mucho más metafórico.

■ **¿Es posible abordar la información política desde un medio y no caer en la ‘tentación’ ideológica? ¿Existe la objetividad en la información política?**

R Creo que la ideología lo impregna todo, y es muy difícil para un medio sustraerse a su influencia. Pero es preciso matizar qué entendemos por *ideología*: si nos fijamos en la clásica polarización entre izquierda y derecha, tendríamos que la sociedad española va camino de *desideologizarse*; en cambio, si definimos el término como “sistema de creencias compartidas socialmente”, en general, queda claro que la prensa se cobija bajo idearios más o menos complejos, que no tienen por qué coincidir necesariamente

con los de un partido concreto, aunque esto último sea lo más frecuente. En la actualidad, la prensa está dominada por intereses económicos más que ideológicos, pero es un hecho que los medios se decantan por uno u otro partido, aunque sea una estrategia para ocupar un determinado nicho de mercado. En cuanto a la objetividad, ese debate está superado: en la prensa, como en la vida diaria, no podemos aspirar a ser objetivos.

■ **¿Está reñida la neutralidad de la prensa con la independencia?**

R Pienso que es imposible conciliar neutralidad e ideología. Un medio es independiente o no, no puede serlo a medias. Los medios españoles son independientes en la medida en que no están controlados –estrictamente– por ningún órgano de poder; no obstante, eso no quiere decir, ni mucho menos, que la prensa sea neutral, porque el hecho de que no haya control externo no obsta para que deje de ser una parte interesada en la disputa por el poder. En otras palabras, a la prensa no le queda otro remedio que aliarse con ciertas corrientes ideológicas para hacerse un hueco en el mercado. Probablemente, un diario que fuera realmente independiente no tendría mucho que hacer en el panorama periodístico actual.

■ **De un tiempo a esta parte, la polarización de la sociedad española en torno a los dos partidos mayoritarios es un hecho. ¿Qué papel ha jugado el lenguaje de ambos partidos en ello?**

R Esa polarización política es también una polarización lingüística, pero no se explica por razones que tengan que ver con el uso de la lengua, sino más bien con la repercusión de los debates políticos y los diferentes soportes que sirven para transmitir los discursos a los ciudadanos. La retórica parlamentaria española actual tiene poco que ver con la de los dirigentes de la II República, por ejemplo, que siguen siendo un referente por su brillantez retórica. Hoy interesa más construir discursos repletos de frases efectistas, a menudo huecas o falaces, que por su gancho formal garantizan un titular al día siguiente, aparte de su difusión a través de los informativos de televisión y radio. Dicho de otro modo, interesan más las palabras que puedan conmovir que el fondo mismo del mensaje.

Ecoaula Universidad

EVASERENO

La creación de empresas vinculadas a la universidad en España sigue siendo una asignatura pendiente, pese a que hay universidades que están apostando por esta línea y facilitan que los estudiantes puedan emprender. Una opción a la que se están sumando cada vez más universidades para transferir el conocimiento al mercado y favorecer la existencia de una colaboración más estrecha entre la empresa y la universidad, y que cuenta con buenas experiencias en el territorio español. Entre las universidades más activas y de las primeras en contribuir a la creación de *spin off* o empresas vinculadas al ámbito universitario es la de Santiago de Compostela, que ya en los años 80 creó el CITT (Centro de Innovación y Transferencia de Tecnología), iniciativa a la que le siguió la puesta en marcha del programa Uniemprende y Uninova como incubadora de empresas, la Escuela de Negocios Uniemprende.

Según indica Gustavo Marco, gerente de Uninova, "los tipos de empresas promovidas son de casi todos los sectores, destacando TIC, Biotecnología, Química, Farmacia y Humanidades". Entre las constituidas figuran, por ejemplo, Nanogap (producción y comercialización de nanopartículas) o Neoker, único productor mundial de *whiskers* de alúmina. Son sólo algunos ejemplos de las 191 empresas creadas (35 de ellas de base tecnológica, *spin off*) desde el comienzo de estos programas, constituyéndose 23 de ellas en el último año.

Son empresas que han tenido que superar, sobre todo, el principal obstáculo que es *cultural*, por lo que desde la Universidad de Santiago de Compostela se estimula la cultura emprendedora con talleres y seminarios, cursos prácticos de cómo realizar un estudio de mercado, plan de empresas o la convocatoria anual del Concurso de Ideas Empresariales Innovadoras, que se complementa con el Concurso de Proyectos Empresariales Innovadores. Actividades estas dos últimas en las que han participado más de 1.350 candidaturas entre las que se han repartido más de 250.000 euros en premios.

El problema de la financiación

Pero pese a ello, todavía queda mucho camino por recorrer porque uno de los principales problemas que los universitarios tienen que afrontar a la hora de crear una empresa es la financiación. Para ello, algunas universidades como la de Santiago de Compostela cuenta con Unixest, una sociedad gestora de intereses que actúa como sociedad carter y tomadora de acciones en las *spin off*, y Unirisco, sociedad de capital riesgo para la puesta en marcha y desarrollo del proyecto participando de manera temporal (entre 3 y 10 años) en la sociedad con una inversión de entre 100.000 y



CORBIS

Tu universidad te ayuda a **crear** tu empresa

Aunque resta largo camino por recorrer, las universidades españolas cada vez apuestan más por ayudar a la creación de empresas surgidas o con algún vínculo con la universidad. Servicios de asesoramiento, sociedades para participar en el capital de 'spin offs' o facilidades para instalarse en incubadoras o viveros empresariales son sólo algunas de las posibilidades que oferta.

300.000 euros con un máximo de 450.000 euros.

Una tendencia a apoyar económicamente a las empresas en esta fase que también se está desarrollando en otras universidades como es el caso de la Universidad de Zaragoza que acaba de aprobar la creación de una sociedad para gestionar su participación en las *spin off*; una iniciativa que se suma a su convocatoria anual para la creación de este tipo de empresas y a los servicios que se les presta. Según el vicerrector de Investigación de la Universidad de Zaragoza, José Ramón Beltrán, esta sociedad es de responsabilidad limitada y cuenta con un capital social de 36.000 euros. Está prevista una dotación adicional inicial de 2.000 euros.

De esta manera, el objetivo es poder participar en el capital de las *spin off* que se creen, aunque nunca de forma mayoritaria, ya que se prevé que la participación de la Universidad de Zaragoza sea de entre un 2 y un 5 por ciento con un límite máximo del 10 por ciento, que se desinvertiría en un plazo de 2 o 3 años, según la iniciativa empresarial, sin que signifique esta participación de la Universidad de Zaragoza que la *spin off* no pueda acceder a otras fuentes de financiación como el capital riesgo "porque es una acción de apoyo o soporte", además de indicar que el desarrollo está relacionado con la Universidad de Zaragoza. Inicialmente, se prevé participar en cuatro o cinco *spin off*.

Fomentar el autoempleo

Apoyos son también los que reciben los universitarios de la Universidad Autónoma de Madrid que cuenta con el Centro de Iniciativas Emprendedoras (Ciade). Desde el año 1998 se trabaja en fomentar el autoempleo y hasta el momento se han creado 150 empresas, de las que el 60 por ciento tiene base tecnológica (biotecnología, ciencias de la alimentación, ciencias de la salud...) mientras que el 40 por ciento restante corresponde a otras áreas de actividad (arqueología, psicología...). De ellas, 17 empresas de base tecnológica están participadas por la universidad en un porcentaje inferior al 10 por ciento. Según indica Fernando Alfaro, director de Ciencia y Tecnología del Ciade, "se evalúan las ideas, sobre todo, desde el punto de vista económico y financiero y, si tienen flecos, se les diseña un itinerario, se les ofrece formación porque, a veces, no conocen la gestión financiera o se les pone un tutor para que ayude a conceptualizar la idea y contribuya a atraer inversiones. También se les ayuda en su constitución y en cómo ir al mercado nacional e internacional".

Aunque la mayoría son empresas de base tecnológica, ahora "estamos abriendo el espectro, pero el requisito es que sean proyectos innovadores en un campo". Pero para aquellas que sí tienen esa base tecnológica aún hay más apoyos porque desde la universidad se co-

Universidad Ecoaula



Entrada del edificio Hèlix, que acoge la Bioincubadora PCB-Santander, y Plataforma de Nanotecnología del Parc Científic Barcelona. elEconomista



LA UNIVERSIDAD DE SANTIAGO FUE PIONERA EN ESTE CAMPO, ALLÁ POR LOS AÑOS 80

LA MAYOR PARTE DE LAS EMPRESAS CREADAS EN ESTE ENTORNO SON DE BASE TECNOLÓGICA



Edificio Parque Científico de Madrid; Antonio R. Díaz, director general de la FPCM; y el Centro Mixto de Investigación de Indra y de la Universidad de Castilla-La Mancha, en Ciudad Real. elEconomista



labora con otros organismos y con el Parque Científico de Madrid en el que pueden ubicarse este tipo de compañías en sus comienzos. Una ubicación que ya ha sido elegida por 125 empresas. Este parque tiene dos áreas de actividad, siendo una de ellas la creación y desarrollo de empresas de base tecnológica que surgen en el entorno de las universidades promotoras del parque, la UAM y la UCM, así como de los organismos públicos de investigación como el CSIC y el CIEMAT, mientras que la otra línea es una plataforma de desarrollo tecnológico.

Proyectos de carácter científico
“La universidad nos ha creado y la relación con ellas es siempre constructiva y enriquecedora. Los servicios del parque, tanto en el área científica como en el área de incubación empresarial, están abiertos a toda la comunidad universitaria de la región. Los agentes de un mismo sector estamos destinados a conocernos y a perseguir conjuntamente las metas compartidas. Estamos en el mismo barco y nos une la imperiosa necesidad de cambiar el modelo económico, poniendo en valor el conocimiento que generamos en las universidades, entre otros lugares”, según explica Antonio Rafael Díaz, director general de la Fundación Parque Científico de Madrid.

La posibilidad de instalarse en un parque científico también exis-

te para los universitarios de la Universitat de Barcelona, institución que, junto con la Fundación Bosch i Gimpera y la Caixa Catalunya, impulsaron la Fundación Parque Científico de Barcelona, cuyo director general, Fernando Albericio, señala que principalmente se trabaja con proyectos de “carácter científico a los que se les da apoyo para el *business plan*, buscar capital semilla... y una vez se forma la empresa puede estar en el parque unos cuatro años para su desarrollo”. Además, las empresas pueden disponer en el parque de servicios comunes como microscopios, lavado de material, servicios de radioactividad, etc, lo que permite también abaratar los costes al comienzo de la actividad al compartir instrumentación, aparte de establecer sinergias con otras empresas. En ocho años, se han creado 40 empresas, la mayoría de ellas *spin off* y algunas de las cuales cuentan con capital del Grupo Universidad de Barcelona, con un máximo del 10 por ciento de las acciones. “La tarea de la Universidad de Barcelona a través del parque científico es la que tendría que hacerse en la universidad española porque se tiene que mirar hacia el mundo empresarial”.

Universidad y empresa

Y de hecho, cada vez la universidad mira más hacia el mundo empresarial y la creación de una empre-

Daedalus, un ‘spin off’ de éxito

Se creó en el año 1998 como ‘spin off’ en la Universidad Politécnica de Madrid (UPM) y desde entonces Daedalus se ha convertido en un ejemplo de las empresas que surgen en la universidad. Doce años después de su puesta en marcha, es una sociedad anónima de capital privado, rentable y vinculada a la universidad y también a grandes empresas, sobre todo en el ámbito de la I+D, además de llegar a más sectores de actividad aparte de las telecomunicaciones, como la energía o defensa, y crecer en el número de trabajadores, al pasar de tres socios y tres trabajadores a una plantilla de 25 personas. José Carlos González, fundador y socio director, recuerda que el motivo de la creación de Daedalus era intentar mejorar el proceso de transferencia de tecnología. “Es difícil llevarla al mercado porque cuando se acaba el proyecto de I+D se necesita inversión”.

En sus comienzos, vinculados al Laboratorio de Sistemas Inteligentes del Departamento de Ingeniería Telemática de la UPM, se involucraron estudiantes que hacían su proyecto de fin de carrera o doctorado, algunos de los cuales

hoy son socios u accionistas, y se contó con el respaldo de esta universidad que entonces comenzó a impartir un programa de apoyo a la creación de empresas tecnológicas, que incluía un curso específico para emprendedores, además de poder ocupar un emplazamiento en el vivero de la universidad con el Instituto Madrileño de Desarrollo.

La financiación fue toda privada, de trabajadores y profesores de la universidad, aunque se contó con aportación pública para el desarrollo tecnológico y la colaboración con otras empresas, como es el caso de Indra, compañía con la que han participado en el desarrollo del programa Itecban dentro del Cenit, que terminó en diciembre de 2009 y que ha contado con 33 millones de financiación y con la participación de Caja Madrid. Una colaboración entre Indra y Daedalus que se mantendrá con futuros proyectos en el ámbito de la salud, ya que trabajar con una ‘spin off’ tiene ventajas. Según Carlos Fernández, director de gestión de I+D+i de Indra, “son más flexibles y son empresas que están orientadas al mercado. Sus estructuras son más ágiles que las de un grupo de investigación”.

sa vinculada a una universidad es una de las alternativas que tienen los estudiantes al acabar su carrera y que suele tener éxito. De hecho, la tasa de defunción suele ser del 20 por ciento, según datos de la Universidad Politécnica de Madrid. Una supervivencia superior a la de las empresas que se crean fuera del entorno universitario y que se debe a la “tutorización y al análisis que se realiza de las iniciativas. De entre 85 y 90 ideas al año que se estudian, se crean 17 o 18. Se hace mucha criba”, explica Fernando Alfaro.

Emprender en femenino

Pero la asignatura pendiente sigue siendo emprender en femenino. Las universitarias son menos proclives a lanzarse a la creación de una empresa. Aproximadamente el 60 por ciento de los emprendedores son hombres, pese a que luego la participación de las mujeres como trabajadoras en estas empresas se equipara y existe una paridad del 50 por ciento, según explica Fernando Albericio.

Y si no se quiere crear una empresa, otra opción es participar en las experiencias que empresas como Indra tienen en la Universidad de Extremadura o la de Castilla-La Mancha en la que se cuenta con centros mixtos de investigación en los propios campus y que permiten a los universitarios adentrarse en el ámbito empresarial.

Ecoaula Universidades



Emilio Botín, presidente de Banco Santander, junto a Diego Sales, rector de la Universidad de Cádiz. eE

Banco Santander da más empuje a la movilidad

Los principales beneficiarios de esta iniciativa serán alumnos y profesores de la Universidad de Cádiz y de otras instituciones de educación superior de Marruecos, Iberoamérica y Rusia.

N.I.M.

El rector de la Universidad de Cádiz (UCA), Diego Sales, y el presidente de Banco Santander, Emilio Botín, firmaron la semana pasada un acuerdo, con una duración de cuatro años, que dará continuidad a la relación entre las instituciones que dirigen, iniciada en 1996, con actuaciones que impulsarán las nuevas tecnologías, el estudio del medio ambiente y el asociacionismo estudiantil. Este convenio fija la prioridad de las actividades Culturales y de Cooperación, con el objetivo de im-

pulsar la presencia internacional de la UCA, en especial con programas de movilidad, como el realizado de forma conjunta con universidades de Marruecos. Se mantiene, por otra parte, el apoyo a la investigación y la promoción de acciones eficientes en el entorno, como la cátedra Unesco Desarrollo Costero Sostenible.

Bicentenario

Entre los proyectos destaca el respaldo al canal del Bicentenario Constitución 1812 y el desarrollo de las Aulas Universitarias del Estrecho, Iberoamericana y Rusia.

La primera se puso en marcha en 2000 y se ha consolidado como un referente en materia de cooperación con las universidades del norte de Marruecos. Por su parte, el Aula Universitaria Iberoamericana, que nació en 2007, ha desarrollado en un portal abierto información sobre oportunidades de colaboración a través de la web y de un boletín mensual que llega a más de 900 universidades e instituciones iberoamericanas. Por último, el Aula Hispano-Rusa promueve programas de movilidad y cooperación con universidades rusas.

La Politécnica de Valencia, la más valorada por sus estudiantes

N.I.M.

MADRID. La red social *patatabrava.com*, creada en el año 2002 por tres estudiantes de periodismo de la Universidad Autónoma de Barcelona, acaba de hacer públicos los resultados de una encuesta que ha realizado a más de 8.000 universitarios españoles de 72 universidades que tenían la posibilidad de puntuar numéricamente a su centro, con valores del 1 al 10, a través de su web.

Guía práctica

Según este estudio, la universidad española mejor valorada por sus estudiantes es la Politécnica de Valencia, que ocupa el primer lugar del ranking con una puntuación de 9,21. A esta le sigue la Universidad Pablo de Olavide, de Sevilla, con una puntuación de 9,13 sobre 10. Los otros puestos de medallero los ocupan, respectivamente, la Universidad de Almería (8,67); la madrileña Francisco de Vitoria (8,50); la Universidad Jaime I de Castellón (8,50) seguidas de la Autónoma de Madrid (8,42); la también madrileña Universidad Carlos III (8,29) y la Universidad de Cantabria (8,20).

Además de puntuar numéricamente a sus respectivas universidades, los usuarios de la red social *patatabrava.com* también pudieron valorar sus facultades y carreras, así como añadir comentarios acerca de todos estos centros educativos. De esta manera, los responsables del portal señalan haber elaborado "una auténtica guía práctica", que servirá de orientación "a los futuros estudiantes de dichas disciplinas, ya que incluye más de 12.000 opiniones emitidas por sus propios compañeros".

Zaragoza limita a siete los años para poder sacarse un grado

NURIA IZQUIERDO

MADRID. La propuesta de nuevo Reglamento de Permanencia de la Universidad Pública Aragonesa, que fue presentada la pasada semana, plantea un máximo de 6 convocatorias de examen más una extraordinaria para que los estudiantes puedan finalizar sus estudios de grado, lo que situaría en siete el máximo de años que un estudiante puede estar en esta Universidad para sacarse un grado. Esto sería válido para los estudiantes a tiempo completo; los que lo hacen a tiempo parcial no tienen límite temporal. El reglamento también plantea exigir superar como mínimo 9 créditos para permanecer en el primer curso y 18 en los siguientes para poder matricularse a tiempo completo. Además, deberán matricularse de todas las asignaturas obligatorias matriculadas con anterioridad y no superadas. En cuanto a los estudiantes de grado a tiempo parcial, se establece la superación de un mínimo de 30 créditos en los dos primeros años académicos para su permanencia en primer curso y de 12 créditos en cada uno de los años académicos siguientes.

Seis convocatorias

También se proponen dos convocatorias de examen al año y un máximo de seis más la extraordinaria. Se pretende que computen todas las convocatorias aunque el estudiante no se presente. Como excepción, no se contabilizarán las convocatorias a los efectos del cómputo de permanencia en la universidad en las asignaturas cuyo porcentaje de éxito en los tres últimos años sea inferior al 35 por ciento.

III JORNADAS ANDALUZAS DE ENSEÑANZA DE ECONOMÍA

¿Qué saben de economía los alumnos de secundaria?

N.I.M.

MADRID. Los próximos días 12 y 13 de febrero se van a celebrar en la facultad de Ciencias Económicas y Empresariales de la Universidad de Málaga las III Jornadas Andaluzas de Enseñanza de Economía, una iniciativa dirigida a todos los profesores de enseñanza secundaria de esta comunidad que tiene como objeto intercambiar ideas y experiencias que permitan mejorar la calidad de la formación que reciben los alumnos en el área de la economía, además de poder desarrollar y estrechar los vínculos entre los ámbitos pre-

universitario y universitario. La conferencia inaugural correrá a cargo de Magdalena Álvarez, ex ministra de Fomento y actual Eurodiputada.

II Olimpiada de Economía

En el próximo curso académico se implantarán en todas las facultades de Ciencias Económicas y Empresariales (todas las que a día de hoy aún no lo hayan hecho) los nuevos títulos de grado adaptados a Bolonia, lo que modificará no sólo los planes de estudios, sino también la forma de impartir las clases para estimular el espíritu emprendedor

de los alumnos, que afectará directamente a la labor del profesorado. Esa cultura empresarial y de estímulo a los emprendedores, en un marco sostenible y socialmente responsable, ocupará buena parte de los contenidos que se van a plantear en estas jornadas.

Y como no podía ser de otra forma, la inclusión de las nuevas tecnologías a la hora de enseñar y aprender también tendrá su hueco en estas jornadas. Dentro del marco de la formación continua en el que se desenvuelve todo docente, se presentarán experiencias didácticas y recursos basados en estas



nuevas tecnologías expresamente relacionados con la especialidad, y además se abordará la necesidad de unos conocimientos económicos básicos para el ejercicio responsable y pleno de la ciudadanía en un mundo globalizado.

El programa incluye la entrega de los premios de la II Olimpiada de Economía celebrada en la Universidad de Málaga, y como viene siendo habitual, el Encuentro Anual de Profesores Andaluces de la Especialidad, en su séptima edición, promovido por la Asociación Andaluza de Docentes de Economía en Secundaria (AADES).

Ecoaula.es

El portal de formación y empleo de **elEconomista.es**

carreras

universidad

buscador de empleo

masters

becas

Entra en **Ecoaula.es**
la mejor herramienta
para tu futuro



Ecoaula Escuelas de negocios

Iese refuerza a ritmo de tamtan su Global Executive MBA

El programa más internacional de esta escuela incorpora una clase en la que los alumnos bailan al son de ritmos africanos. Los profesores son percusionistas que a través de su música consiguen afianzar el concepto de grupo entre los estudiantes.

M.A.I.

Imagínense la escena. Un grupo de 25 alumnos de varias nacionalidades participando en el MBA más internacional del IESE (el Global Executive MBA) dando palmas y moviendo caderas al ritmo de un tamtan. No se trata de una fiesta de fin de curso ni una alegre celebración. Es una clase más de este prestigioso programa. Una clase en la que los profesores son sustituidos por músicos de percusión y la discusión del caso de turno por compases africanos.

Los responsables de tan animada experiencia son los profesionales de Sewa Beats, una empresa especializada en el desarrollo de programas de formación que combinan el uso de la percusión con las últimas metodologías de creación y dirección de equipos, enseñando al grupo la importancia de la comunicación en la empresa y el trabajo en equipo. El IESE ha apostado por esta actividad en el marco de su Global Executive MBA, aunque antes ya lo hicieron otras escuelas de negocios de la talla de Insead o IMD.

Reforzar lazos de unión

Dicha jornada, que contó con la presencia de Doug Manuel, fundador de Sewa Beats, sirvió para reforzar los lazos entre todos los miembros del grupo, así como para enseñarles cómo bajo una buena dirección se pueden conseguir



Alumnos del Global Executive MBA de Iese durante la clase impartida por la empresa Sewa Beats. elEconomista

mejores objetivos. Esta enseñanza, que se logra haciendo que cada uno de los participantes siga un mismo ritmo con el tamtan, refuerza y completa el aprendizaje del máster MBA, además de ayudar a los alumnos a desinhibirse y a disfrutar de una jornada distinta y llena de emociones estrechando los lazos entre el grupo.

El objetivo del programa desarrollado por el IESE es ampliar el conocimiento y la visión del entorno de la empresa en el mundo.

El Global Executive MBA incide en la importancia de las relaciones personales para la buena marcha de las empresas y por ello nada mejor que esta iniciativa de Sewa Beats, en la que se enseña a los alumnos la importancia de trabajar de manera cercana a las personas para lograr los objetivos deseados, y la importancia de que los trabajadores se entiendan dentro de las organizaciones.

La experiencia, valorada como muy positiva por todos los alum-

nos, ha sido la primera desarrollada por el IESE. Para Pascale Marcou, directora de Sewa Beats en España, "la complicitad de los participantes ha sido muy positiva. Los alumnos se han desinhibido y han disfrutado de una actividad lúdica formativa que ha servido para estrechar los lazos en el grupo y, sobre todo, para enseñarles la importancia de hablar un mismo lenguaje, del trabajo en equipo y de una gestión o dirección clara y concreta en las órdenes al grupo".

Esade y Harvard debaten sobre la pobreza en Iberoamérica

CH.M.

MADRID. El Instituto de Innovación Social de Esade y la red iberoamericana SEKN, formada por Harvard Business School y prestigiosas organizaciones académicas líderes en Iberoamérica, organizaron ayer conjuntamente la jornada *Mercado, pobreza y negocios inclusivos*, un encuentro patrocinado por BBVA en el que participaron el experto en microcréditos y profesor de Harvard, Michael Chu, el director de Greenpeace, Juan López de Uralde y el presidente de la Fundación Microfinanzas de BBVA, Manuel Méndez del Río.

El terremoto de Haití ha vuelto a llevar a primera página el desarrollo de los países pobres y lo que se puede hacer para sacar adelante la economía de estos territorios. Ese fue precisamente el tema de debate de la jornada, en la que se habló de las políticas que pueden ser útiles para superar la pobreza estructural de estos países. Los ponentes abordaron algunas preguntas que están en la base de esta cuestión, como pueden ser las microfinanzas, la clave para resolver la situación de los más desfavorecidos en América Latina, en qué medida la creación de pequeños negocios puede ayudar al desarrollo de la población del propio país o cuál debe ser la contribución de las multinacionales españolas presentes en continente americano en la lucha contra la pobreza. Actualmente, estas empresas son líderes en sectores económicos de estos países, desde la banca, las telecomunicaciones o la energía.

La jornada también contó con profesores de prestigiosas escuelas de negocios en América Latina.

■ GEC / GRUPO VOLKSWAGEN FRANCIA

El sector de la automoción también va a clase

L.I.M.

MADRID. Tras el éxito del proyecto *elearning* en el Grupo Volkswagen-Audi España, la consultora de formación para grandes organizaciones GEC ha puesto en marcha un proyecto de similares características para este importante grupo del sector de la automoción en Francia. Dicho proyecto ha consistido en la implementación de un módulo LMS de su plataforma de gestión de conocimiento, Virtágora. Gracias a ello, ha permitido al Centro de Formación del Grupo Volkswagen Francia profesionalizar la gestión de la formación de

sus 17.000 empleados, distribuidos en 4 marcas diferentes (Volkswagen, Audi, Skoda y Seat Vehículos Empresas) a través de una extensa red de 900 puntos de venta y centros de servicios, organizada en 3 especialidades (comercial, servicios y tecnología).

Tecnología obsoleta

GEC ha encontrado en la empresa unos antecedentes nada positivos: la solución de gestión existente era funcional y tecnológicamente obsoleta y se caracterizaba por su falta de interactividad y de flexibilidad. Ante esta situación, la consul-



Volkswagen 'Polo', Coche del Año en Europa en el año 2010. elEconomista

tora se planteó unos retos principales que ofrecieran a la empresa un marco adecuado a sus necesidades. Además de contar con una aplicación web, el nuevo marco formativo apostó por la descentralización de ciertas funciones, como la gestión de registros. Los principales beneficios generados han sido la optimización de la administración de la formación; una mejor adecuación de la política de formación de redes a las necesidades de las marcas; la mejora de la satisfacción de los empleados y gerentes; y el cumplimiento de los estándares de Volkswagen Francia.

El repostaje del coche eléctrico, un negocio

Dos titulados en empresariales, dos ingenieros industriales y un informático diseñan un modelo de empresa para captar un mercado que podría tener un millón de vehículos en España en 2014.

CARMEN LARRAKOETXEA

El coche eléctrico es una tecnología que ya circula por nuestras calles, aunque de manera experimental o residual. Pero todos los fabricantes de vehículos y compañías eléctricas, así como los fabricantes de componentes para ambos sectores, saben que estamos a las puertas de su universalización. Se trata de una carrera contrarreloj, de todo un reto tecnológico, de diseños de baterías, sistemas de recarga, estandarización de equipos, etc. Sin ir más lejos la semana pasada Iberdrola y HC Energía suscribieron sendos convenios con el Gobierno asturiano y la Diputación de Vizcaya con vistas a desarrollar la tecnología que asegure el repostaje ágil de los coches que invadirán dentro de poco nuestras ciudades y carreteras.

Pero también es un reto empresarial. Hay que combinar tecnología y cuentas de resultados, elementos básicos para la viabilidad de una empresa. Así lo han visto cinco estudiantes que han diseñado su propia empresa de fabricación e instalación de puntos de recarga de coches eléctricos, que les ha valido el primer premio del Máster GECEM (Máster de Gestión para la Competitividad Empresarial), una iniciativa pionera de la escuela de Ingeniería de la Universidad

del País Vasco (UPV-EHU), en colaboración con los colegios de Ingenieros, Economistas y Abogados, la patronal vizcaína Cebek y la asociación empresarial APD.

El modelo de negocio del proyecto *Recalectric* es fruto del trabajo realizado por dos titulados en Empresariales (Luis Carlos Delgado y Gorka Camardiel), dos en Ingeniería Industrial (Saioa Gómez y Jesús Rodríguez) y un diplomado en Informática (Ramón Saralegui).

Recalectric plantea la identificación de ubicaciones estratégicas para los postes de recargas; sistemas de recargas rápidas, de unos 30 minutos; y un sistema telemático a través de Internet.

El sistema incluye el diseño de los postes de recargas (electrolíneas), basados en un diseño robusto, adecuado para aguantar las inclemencias meteorológicas y protegi-

do frente al vandalismo, así como sistemas de prepago con tarjeta de crédito en el propio poste gracias a un método de pantalla y teclado.

Hipótesis de mercado

El plan de negocio parte de una hipótesis de mercado de un millón de vehículos eléctricos circulando por las carreteras de España en 2014, que requerirían 50 millones de recargas/año. Plantean que su empresa tenga una capacidad de producción de más de 500 máquinas anuales, cada una de las cuales permitiría repostar simultáneamente a un total de 20 vehículos en *parkings* públicos, grandes superficies, aeropuertos, paradas de taxis o en la propia vía pública. Para los *parkings* privados han diseñado una segunda línea de producto en la que la recarga es de larga duración.

El *accésit* de los premios de ideas empresariales del Máster GECEM recayó en un proyecto de empresa también relacionado con la sostenibilidad, bautizado como *Algreen*. Se trata de producción de biomasa para la elaborar biocombustibles de nueva generación, junto con pulpa de alga para obtener piensos. La iniciativa partió de Javier Tordable (físico), Alberto Silió (ingeniero), Nuria Pérez (Económicas), Unai Pina (ingeniero) y Paul Yarza (Económicas).

EL MÁSTER GECEM MEZCLA TITULADOS DE DIVERSAS DISCIPLINAS

EL 'ACCÉSIT' RECAE EN UNA INICIATIVA DE BIOMASA PARA BIOCOMBUSTIBLES



El futuro en ahorro de combustible y respeto al medio ambiente es eléctrico. de

Comillas ofrecerá más plazas de prácticas laborales

CH.M.

El Rector de la Universidad Pontificia Comillas, José Ramón Busto Saiz, y el Presidente del Círculo de Empresarios, Claudio Boada Pallerés, han firmado un convenio para colaborar en la formación de estudiantes a través de un programa de prácticas. Entre éstas se incluye la realización de proyectos de fin de carrera en el Círculo o en aquellas empresas cuyos responsables sean socios del mismo y deseen incorporarse a este programa.

Este acuerdo se inscribe en las actividades de cooperación con diversas instituciones educativas que el Círculo de Empresarios lleva desarrollando desde hace más de 20

años para facilitar la conexión entre el mundo empresarial y el educativo, de forma que los alumnos de diferentes facultades universitarias puedan tener una idea precisa de la realidad empresarial. Este acercamiento al mundo de la empresa, mediante prácticas profesionales que califican como asignatura, es de gran utilidad para su posterior incorporación laboral.

Otras universidades

El Círculo mantiene este tipo de acuerdos con las facultades de Económicas, Empresariales y de Psicología de la Universidad Autónoma de Madrid (de los que se han beneficiado hasta la fecha más de dos mil estudiantes) y con la Uni-



Prácticas, la mejor forma de abrirse camino en el mundo laboral. CORBIS

versidad Antonio de Nebrija. A éstos se sumarán a partir de ahora los estudiantes de la Universidad Pontificia de Comillas del Máster en Asuntos Internacionales: Economía, Política y Derecho; del Máster en Derecho de la Empresa y del Máster en Tributación y Fiscalidad Internacional.

Además, el Círculo mantiene otros programas de cooperación educativa entre los que destacan el Programa Empresas Parlamentarios (PEP); el Programa Ejecutivo de Gestión para Parlamentarios (PEGP), desarrollado en colaboración con el Instituto de Empresa; el Programa Empresas Magistrados Jueces (PEMJ), y el Programa Empresas Carrera Diplomática.

Ecoaula Empleo



CORBIS

Las mejores prácticas en empresas

Una forma muy eficaz de estrenarse en el mercado laboral y hacer ver a los demás si te mereces un puesto de asalariado, o no, es realizar prácticas en empresas como becario, una figura laboral que goza de buena salud. El porcentaje de empleados que se estrena en el mundo laboral con la categoría de 'trabajador en prácticas' ha subido 13 puntos en sólo una década.

CHUS MUÑOZ

Consciente de esta realidad que afecta tanto al mundo académico como empresarial (los estudiantes quieren saber qué empresas son las mejores para desarrollarse profesionalmente y las empresas necesitan saber cuáles son los aspirantes con mejores habilidades y formación), Business Week y la agencia Bloomberg realizan todos los años (esta es la tercera edición) un *ranking* en el que se señalan las mejores empresas en las que meter la cabeza realizando prácticas laborales. Los criterios que se han tenido en cuenta para introducir el nombre de la empresa en este listado fueron los sueldos que se proporcionaba a los universitarios en prácticas, el porcentaje de ellos que después recibe una oferta para quedarse en la empresa, la opinión de los propios interesados e incluso el número de becarios que espera contratar en 2010.

A la cabeza, las consultoras

Las empresas consultoras copan los primeros puestos de este *ranking*:

Deloitte, KPMG y Ernst & Young, respectivamente, se llevan el medallero, seguidas de Procter & Gamble en cuarta posición (es la única compañía de bienes de consumo entre las más destacadas del listado) y, en quinta otra consultora, PricewaterhouseCoopers.

Entre las razones que han llevado a Deloitte a ser la mejor empresa del mundo para hacer prácticas, según Business Week y Bloomberg, destaca que la consultora fue una de las pocas compañías que aumentó las contrataciones, aunque sólo en 33 becarios. Según el informe, a éstos les ofreció un salario medio de 24,5 dólares por hora (unos 18 euros). Un 73 por ciento de los becarios recibió una oferta y un 82 por ciento de ellos la aceptó. Además, los antiguos becarios supusieron un 70 por ciento del total de nuevas incorporaciones.

Respecto a KPMG y Ernst & Young, segunda y tercera clasificadas respectivamente, las dos han tenido importantes reducciones de plantilla, pero también ambas tienen un porcentaje muy alto de becarios a los que ofrecen quedarse

como empleados y muchos sí aceptan la oferta (92 por ciento en los dos casos).

La cuarta clasificada es Procter & Gamble, un gigante de los bienes de consumo que engloba marcas

Más contratos entre los becarios

Este 'ranking' también se ha visto afectado por los vaivenes de la crisis, cuyas consecuencias se han trasladado al número de becarios que anualmente decide contratar cada empresa y que, por lo general, en 2009 ha sido menor que en el año anterior. Un claro ejemplo lo tenemos en la firma de inversión Goldman Sachs, que encabezó este 'ranking' en su pasada edición y ahora se posiciona en sexto lugar. La compañía contrató en 2009 a 600 empleados menos para puestos de entrada no directivos. Aunque merece la pena destacar que un 90 por ciento de esas incorporaciones fueron antiguos becarios. Un año antes, en 2008, este porcentaje sólo fue del 58 por ciento. También Ernst & Young contrató a una media de 900

empleados menos en 2009 respecto al año anterior, pero de esos contratados antes por el puesto de becario en prácticas en sus oficinas. Ese porcentaje se reduce al 71 por ciento si nos fijamos en la cifra de contratos de 2008. Parece por tanto que, en general, las empresas han reducido el número de becarios que contratan para hacer prácticas pero, por el contrario, los que sí logran meter la cabeza tienen muchas más posibilidades de quedarse en la compañía con un contrato de asalariado. Dicen los expertos que esto se debe a que, en épocas de vacas flacas, los empresarios miran con lupa cómo rentabilizar toda la inversión que se ha hecho en la formación de un becario en prácticas.

tan conocidas mundialmente como Ariel, Pringles, Duracell o Gillette. De los puestos de cabeza es, con gran diferencia, la que menos becarios contrata (496 frente a más de 2.000 en el resto de casos), aunque por contra es una de las que mejor paga, con casi dos dólares de diferencia por hora. La compañía ofrece quedarse en plantilla al 83 por ciento de sus becarios, de los cuales, el 92 por ciento acepta el puesto. Sin embargo, los becarios o antiguos becarios solamente suponen un 36 por ciento del total de contrataciones.

Otras compañías

Otras compañías presentes en este *ranking* son la consultora PricewaterhouseCoopers en quinto lugar (fue la segunda en el año anterior); Goldman Sachs en sexta posición (en 2008 ocupó la primera plaza); Target, que sube del puesto número 20 al séptimo; UBS, que escala 20 posiciones para colocarse octavo; Accenture, que asciende desde el 47 y es noveno; y General Electric en décima posición, un puesto menos que el año pasado.

OFERTAS DE TRABAJO

3DIGITS

*** Puestos ofertados:** 3 DIGITS, compañía dedicada a los servicios de consultoría, desarrollo de software, integración y mantenimiento de sistemas informáticos y productos de comunicaciones e internet en empresas, necesita dos programadores Java para trabajar en Palma de Mallorca, en las Islas Baleares.

*** Titulaciones y habilidades:** los interesados deben tener, como mínimo, la FP de Grado Superior en Informática, con conocimientos en HTML, JavaScript, bases de datos relacionales y SQL y carnet de conducir.

*** Contacto:** conoce los detalles en www.3digits.es

PIMEC

*** Puestos ofertados:** Pimec, la patronal más representativa de las pequeñas y medianas empresas de Cataluña, está buscando un director para un centro de *fitness y wellness* en Lérida. las funciones del trabajador consistirán en la implementación de la política general de la empresa, la dirección y la coordinación de todos los servicios y actividades del centro y el control administrativo.

*** Titulaciones y habilidades:** los interesados en la oferta deben ser titulados universitarios, valorando la formación en la gestión de empresas.

*** Contacto:** conoce más detalles en www.pimec.es

AIR BERLIN

*** Puestos ofertados:** Air Berlin, la segunda mayor compañía aérea de Alemania, busca en estos momentos un total de 700 auxiliares de vuelo y 120 copilotos. Previsiblemente estarán estacionados en las bases de la compañía en Berlín, Düsseldorf, Fráncfort, Hamburgo, Múnich, Münster/Osnabrück, Nurember, Paderborn y Stuttgart, así como Basel y Zurich en Suiza.

*** Titulaciones y habilidades:** los aspirantes al puesto de auxiliar de vuelo deben haber finalizado una formación profesional, preferiblemente del sector servicios y disponer de muy buenos co-

nocimientos de alemán e inglés; también deberían tener flexibilidad para traslados. Los copilotos, además de una licencia de vuelo válida y el certificado médico de aptitud para el vuelo, deben tener experiencia de vuelo y preferiblemente una calificación de Airbus o Boeing. Se requieren muy buenos conocimientos de alemán e inglés, así como un pasaporte sin restricciones, el permiso de conducir clase B y acceso a correo electrónico

*** Contacto:** si estás interesado en la oferta, puedes encontrar más información relativa a los requisitos de contratación, y el resto de detalles, entra en la web www.airberlin.com

SODEXO

*** Puestos ofertados:** Sodexo, multinacional dedicada a los servicios de restauración y *facilities management*, necesita un dietista para trabajar en San Antonio de Benagéber (Valencia).

*** Titulaciones y habilidades:** los interesados deben ser titulados universitarios en el ámbito de la nutrición humana y la dietética, con experiencia de, al menos, seis meses, habituados al uso de herramientas informáticas, con una actitud resolutiva y don de gentes y capacidad para dirigir equipos.

*** Contacto:** más información en: www.sodexo.es

TRANSHOTEL

*** Puestos ofertados:** El grupo Transhotel, entidad formada por cinco compañías que desarrollan exclusivamente actividades relacionadas con el sector turístico, necesita un becario que esté estudiando Turismo para sus oficinas en San Sebastián de los Reyes (Madrid).

*** Titulaciones y habilidades:** los interesados deben ser estudiantes de Turismo en el último curso, con interés por conocer el funcionamiento de un mayorista y con un nivel alto de inglés y francés.

*** Contacto:** si quieres informarte, entra en www.transhotel.com

OCU

*** Puestos ofertados:** La Oficina de Cooperación Universitaria (OCU), un proyecto de varias universidades públicas junto al Banco Santander que está especializada en la gestión universitaria y servicios para ayudar al personal de las universidades clientes para mejorar la gestión, necesita un programador Oracle para trabajar en Madrid.

*** Titulaciones y habilidades:** los interesados deben contar con la Formación Profesional Superior en Informática con conocimientos técnicos en SQL y PL/SQL en Oracle 10g, Oracle Developer Suite (Forms, Reports 9i) y conocimientos en ofimática (el paquete Office), entre otras aptitudes

*** Contacto:** los detalles de esta oferta puedes encontrarlos en: www.ocu.es

VODAFONE

*** Puestos ofertados:** Vodafone, empresa multinacional de telecomunicaciones con presencia en 26 países, busca un project manager marketing CRM para trabajar en las oficinas que la empresa tiene en Madrid. Entre otras funciones, se encargará de la definición de la restrategia de relación con el cliente como parte del marketing *proposition* planificará, coordinará y controlará la actividad CRM para particular.

*** Titulaciones y habilidades:** los interesados deben contar con titulación superior universitaria, preferiblemente marketing y una experiencia previa en el sector de entre tres y cinco años.

*** Contacto:** los detalles de esta oferta de empleo los puedes encontrar en la web de la empresa: www.vodafone.com



Envío de ayuda a Haití gestionado por la Cruz Roja. CORBIS

CRUZ ROJA

*** Puestos ofertados:** Cruz Roja, institución humanitaria de carácter voluntario e interés público, está buscando un técnico de voluntariado y formación para cubrir una baja por enfermedad y su posterior baja por maternidad en la oficina local de Pozuelo de Alarcón (Madrid). Entre sus funciones, el seleccionado se encargará, de diseñar, organizar y evaluar encuentros de voluntarios, grupos de trabajo, comisiones, etc, diseñar y llevar a cabo acciones y/o proyectos de visibilización de CRE sobre su rol social de voluntariados, diseñar y llevar a cabo campañas de incorporación de nuevos voluntarios/as, llevar a cabo acciones de sensibilización dirigidas a la población en general (velar por la buena imagen de la institución, conocer y cumplir la normativa de la institución) y organizar, desarrollar y seguir la acción formativa, según el sistema de calidad.

*** Titulaciones y habilidades:** los interesados en la oferta deben ser diplomados en Educación Social con formación complementaria en el ámbito de la docencia, experiencia demostrable en organización, desarrollo y evaluación de cursos de formación, conocimiento general de Cruz Roja Española y de la red de asambleas locales de la Comunidad de Madrid, un alto grado de creatividad, iniciativa y resolución de conflictos, experiencia demostrada en el trabajo en equipo y con voluntarios y disponibilidad horaria y de movilidad para moverse por la Comunidad, entre otros.

*** Contacto:** si estás interesado, conoce los detalles en la web www.cruzroja.es

UNIPLAN RESPUESTA



Uniplan Respuesta

- 100% de su aportación garantizada
- 12% de revalorización
- 2,10%^{(1)P}

La respuesta fiable a su plan de pensiones

* Garantizado por Unicaja en las condiciones y con los requisitos que se indican en el documento de compromiso de revalorización. Fecha fin de la garantía: 16/07/2015. A las cantidades que se abonen en virtud de este compromiso de revalorización se les aplicará la normativa fiscal vigente en la fecha de ejecución del mismo. Gestora: Unicaja Vida. Cla. de Seguros y Reaseguros. Suf. Depositante: Unicaja.

LaFepa 2012

Constitución Española



La Primera Entidad Financiera de Andalucía

Ecoaula Ecocampus

LAS PRÓXIMAS CITAS

BECAS

Acuerdo

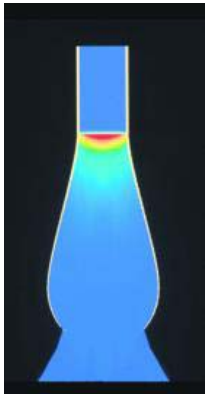
Assistència sanitària y UB

▶▶▶ Assistència Sanitària y la Universidad de Barcelona (UB) han firmado un acuerdo para promover nuevas relaciones de carácter académico y de investigación conjuntas que les permita intercambiar conocimientos y habilidades. Gracias a la cooperación, el programa de becas Assistència Sanitària aumenta el importe de las dotaciones por alumno y amplía su oferta docente. Las becas se pueden solicitar hasta el 15 de febrero.

Museo de la Ciencia

Becas en Cataluña

▶▶▶ El Museo de la Ciencia y de la Técnica de Cataluña ofrece becas de colaboración para diferentes áreas del museo. Las ayudas económicas van dirigidas a personas domiciliadas en Cataluña que tengan estudios universitarios o conocimientos suficientes en las distintas áreas que se ofrecen. El plazo está abierto hasta el 14 de febrero. Más información en www.mnactec.cat.



CURSOS



Curso de acupuntura usc

▶▶▶ La Universidad de Santiago de Compostela oferta un curso de acupuntura a los profesionales médico sanitarios para que obtengan una formación completa y rigurosa en los aspectos teóricos y prácticos con el fin de permitirles incorporar esta técnica a su arsenal terapéutico de una manera segura y eficaz. El curso empieza el 6 de febrero y termina el 18 de mayo. Más información en www.usc.es.

Universidad de Vigo

Curso de autoestima

▶▶▶ El área de artes y humanidades de la Universidad de Vigo presenta un curso de extensión universitaria para aumentar la autoestima. El curso tiene una duración de diez horas y tendrá lugar en la sala IV del Edificio Miralles los días 24 y 25 de marzo. Toda la información se encuentra en http://apv.uvigo.es/cursos_extension/publico/publico.php

CONGRESO

IUFRO 2010

Universidad de Valladolid

▶▶▶ Los próximos días 10 y 11 de febrero tendrá lugar la celebración del congreso IUFRO 2010. Más de 80 participantes inscritos, de 11 nacionalidades diferentes, se darán cita en la Escuela Técnica Superior de Ingenierías Agrarias de Valladolid, en el Campus de Palencia, para debatir y estudiar las comunicaciones elegidas por el comité científico entre las más de 57 propuestas enviadas por los participantes. El tema general de la reunión será *Mediterranean Pines, alternatives for Management*. A partir de ese tema se abordarán diferentes estrategias y formas de adaptación de los bosques mediterráneos al cambio climático. El idioma de trabajo del proyecto será exclusivamente en inglés. Toda la información acerca del congreso está disponible en www.iufro2010.es.



I Concurso Internacional de Aerogeneradores

Cátedra Endesa Red

▶▶▶ La Cátedra Endesa Red de la Escuela Técnica Superior de Ingenieros de la Universidad de Sevilla, en colaboración con el Departamento de Ingeniería Eléctrica, ha convocado el I Concurso Internacional de Aerogeneradores. Esta iniciativa va dirigida a equipos multidisciplinares de estudiantes que cursen estudios de grado o postgrado en cualquier universidad pública o privada dentro del ámbito geográfico en el que esté implantada alguna de las empresas del grupo Endesa. El objetivo es el fomento del desarrollo de la energía eólica dentro de un marco energético sostenible. Toda la información sobre la convocatoria puede consultarse en <http://catedrasempres.esi.us.es/endesared/index.php>.



CONFERENCIA

E-Learning

ITMadrid IT Business School

▶▶▶ ITMadrid IT Business School abre el 2010 con una conferencia *online* en la que estarán presentes Stephen Downes (e-Learning 2.0) y George Siemens (Conectivismo) compartiendo sus experiencias y avances en materia de e-Learning. La conferencia tendrá lugar los días 9 y 10 de febrero en www.it-madrid.com.

PREMIO

Mejor comunicador

Castilla y León

▶▶▶ El presidente de la Cámara de Comercio e Industria de Valladolid, José Rolando Álvarez ha recibido el Premio al Mejor Comunicador Público de Castilla y León, instituido por la Universidad Europea Miguel de Cervantes, y decidido por un jurado de profesionales de la comunicación de esa Comunidad. No es habitual que un empresario reciba un premio al mejor comunicador.

ACTIVIDADES

Prácticas solidarias

Universitat Jaume I

▶▶▶ La Universitat Jaume I de Castellón pone en marcha un nuevo programa para la realización de Prácticas Solidarias en Países Empobrecidos ofreciéndose en esta primera convocatoria un total de cinco plazas para países de Latinoamérica. La convocatoria de 2009/10 estará abierta del 1 al 10 de febrero de 2010. Más información: www.uji.es.

Exposición

Unicaja

▶▶▶ Unicaja organiza en Sevilla la exposición interactiva *125 años soñando caminos*, conmemorativa de su 125 aniversario. Refleja la historia de Unicaja, de las Cajas de Ahorros que dieron lugar a la misma y de su contexto histórico-social-económico, situación cultural, deportiva y medioambiental. Asimismo, entre sus contenidos, destaca la proyección del audiovisual conmemorativo del aniversario. Más información en www.125aniversario.es y en www.unicaja125.es.



ILUSTRACIONES: CORBIS

PROGRAMA BANCAJA JÓVENES EMPRENDEDORES

CÁTEDRA BANCAJA JÓVENES EMPRENDEDORES	PROGRAMA FORMACIÓN JÓVENES EMPRENDEDORES	SOLUCIÓN FINANCIERA JÓVENES EMPRENDEDORES	PREMIOS BANCAJA JÓVENES EMPRENDEDORES
<ul style="list-style-type: none"> - FORMACIÓN PARA UNIVERSITARIOS: <ul style="list-style-type: none"> - Seminarios - Conferencias - Foros - EMPRESO DE DESARROLLO DEL EMPRENDEDOR DESDE SU INICIACIÓN - FOMENTO DE LA INVESTIGACIÓN SOBRE EL EMPRENDEDORISMO 	<ul style="list-style-type: none"> - SI Tienes una idea de negocio, TE AYUDAMOS A DESARROLLARLA - GUARDAR TOTALMENTE GRATUITO - GUARDAR BÚENOS Y AMIGOS - REVISANDO LOS COMPROMISOS NECESARIOS PARA PONER EN EMPRESA 	<ul style="list-style-type: none"> - TU IDEA ES TU AMAL - COMERCIALIZACIÓN DE PROYECTOS, NEGOCIOS Y OPORTUNIDADES - PREMIOS DE PLAN DE EMPRESA 	<ul style="list-style-type: none"> - UN LUGAR DE PREMIOS - UN PREMIO EN REAL Y ÚTIL

Bancaja
el compromiso social

Para que tus ideas no caigan en el olvido