

Idoia Remírez Alcalde

¿Cuáles son las principales líneas de trabajo del área de Formación de la UGT de Navarra?

Nuestro principal cometido es la formación para el empleo, es decir, diseñar, programar y desarrollar cursos y seminarios tanto para trabajadores en activo como para desempleados por toda Navarra. Para cumplir ese fin, recogemos y analizamos, en nuestra región, las demandas formativas de los trabajadores y las empresas y buscamos que ambas coincidan.

En el departamento también nos ocupamos de la información y difusión del nuevo sistema de las Cualificaciones Profesionales y su incidencia en los ámbitos de la formación, la negociación colectiva y el empleo.

¿Cuáles son las principales características de su oferta formativa?

Nuestro programa de formación está compuesto por cursos gratuitos, dirigidos preferentemente a profesionales en activo y que desarrollamos dentro de los contratos programa sectoriales e intersectoriales.

Excepcionalmente y debido a la situación actual del mercado laboral, en colaboración con el Servicio Navarro de Empleo este año hemos puesto en marcha los conocidos como "Itinerarios de Empleabilidad" dirigidos a trabajadores desempleados que combinan orientación laboral con formación. Con ellos pretendemos satisfacer las demandas específicas de los colectivos que en estos momentos tienen mayo-

res dificultades para retornar al mercado laboral."

Aparte de la gratuidad y de la formación, ¿qué ventajas se le ofrecen a un trabajador interesado en asistir a los cursos de la UGT?

Destacaría varias. La primera, que promovemos cursos muy accesibles ya que nuestra formación llega a toda Navarra y está plenamente adaptada a las demandas que hemos detectado y que nos han planteado en cada área a la que acudimos. Igualmente, tratamos de ofrecer horarios que faciliten la conciliación familiar, laboral y formativa.

Para lograr esto último, hemos potenciado la formación online que presenta varias ventajas al permitir su acceso desde cualquier lugar y ser el alumno el que fija su horario y su ritmo de trabajo. Y, por supuesto destacaría la posibilidad de que los alumnos puedan certificar la formación recibida al amparo del catálogo nacional de cualificaciones profesionales.

Queda claro cuáles son las opciones para los trabajadores, ¿y las empresas? ¿En qué se pueden beneficiar?

La realidad es que cada vez son más las empresas que se ponen en contac-

“La crisis ha incrementado el interés de las empresas por la formación”



“Cada vez son más las empresas que se ponen en contacto con nosotros porque quieren certificar a sus trabajadores”

to con nosotros porque les interesa certificar a sus trabajadores. Además,

se nota que la situación de crisis ha incrementado el interés por la formación de las empresas, y que para mantener el nivel de productividad de sus organizaciones, les resulta imprescindible contar con personas bien formadas, que puedan adaptarse a un nuevo sistema productivo o que estén familiarizados con las nuevas tecnologías.

Este interés, ¿demuestra en tu opinión que las personas son el activo más importante de la empresa?

Efectivamente, el capital humano es ya uno de los principales motores para el cambio del sistema productivo y, si la empresa necesita afrontar con garantías ese proceso, debe contar con trabajadores cada vez más cualificados. Sin embargo, sería imprescindible que esa cualificación fuera acompañada por un reconocimiento dentro de su categoría profesional.

Es uno de los principales caballos de batalla que siempre se plantean en la negociación de los convenios colectivos porque, en UGT consideramos que puede plantearse un área de mejora sustancial tanto para los trabajadores como para las empresas.

J.J. / PAMPLONA

Cambia, descubre,
explora, inventa,
renueva ...



45 años innovando en formación
y desarrollo directivo

BUSINESS&MARKETING SCHOOL **ESIC**

Formación Integral

Carreras Profesionales

Flexibilidad Formativa

Reconocimiento Empresarial

Executive MBA - (EMBA)

Máster en Dirección de Marketing y Gestión Comercial - (GESCO)

Máster en Dirección de Personas y Desarrollo Organizativo - (DRHO)

Máster en Dirección Financiera - (MDF)

Abierto proceso de admisión - Inicio Programas Octubre 2010.

www.esic.edu/navarra
948 29 01 55 - info.pamplona@esic.es

CLUB de MARKETING de NAVARRA

NAVARRA · MADRID · BARCELONA · VALENCIA · SEVILLA
ZARAGOZA · MÁLAGA · DILDAO · GRANADA

Tribuna

Zabala Innovation Consulting

www.zabala.es

Organización en la empresa para un futuro de Innovación Abierta

El secreto de ciertas empresas que innovan con éxito es reconocer que las buenas ideas pueden surgir tanto dentro como fuera de la propia organización. En este caso, el mérito radica en su capacidad para detectar oportunidades y adaptarlas a la misión y cultura corporativa. Su ventaja competitiva ya no consiste tanto en el conocimiento técnico sobre cientos de disciplinas, sino en el modo de orquestar una red de colaboradores en un panorama global. El reto es coordinarlos, vincularlos a proyectos y desarrollar al máximo su potencial.

Hoy en día, Boeing, Procter & Gamble, IBM, Nokia o Philips comparten un modelo que encaja con esta forma de entender el I+D+i. Un modelo de Innovación Abierta al que también se suman empresas de nuestro entorno. En España, la Red de Innovación de Iberdrola, por ejemplo, constituye un meritorio esfuerzo por implantar un ecosistema de fabricantes, universidades, centros de investigación y asociaciones. A través de nodos o líneas de conocimiento, en las que se establecen ciertas reglas y objetivos, cualquier actor capaz de aportar valor a la red es un potencial participante. Empresas de esta naturaleza, o multinacionales extranjeras que despliegan en España actividades de I+D, son entidades capacitadas para abanderar este movimiento dentro de nuestro necesitado Sistema de Ciencia y Tecnología. El término Innovación Abierta, más



empleado en su acepción anglosajona -Open Innovation- fue acuñado por Henry Chesbrough, profesor de Berkeley (California), a partir de su libro de referencia **Open Innovation: The New Imperative for Creating and Profiting From Technology**, Harvard Business School Press, 2003. Con la mirada puesta en el incremento de la competitividad, apuesta por un drástico cambio de modelo, en el que la colaboración se convierte en sancta sanctorum del proceso innovador.

Las ventajas del sistema

Al contrario de lo que pudiera parecer, el Open Innovation no es patrimonio exclusivo de grandes corporaciones. No tendría sentido. Indudablemente, es complicado que una PYME lidere iniciativas de este tipo, pero sí es una oportunidad para implicarse en redes bien nutridas

de **know-how**, repletas de potenciales socios, y que -además- facilitan la participación en grandes proyectos de alcance global.

Apostar por un modelo de Innovación Abierta es hacerlo por una nueva forma de concebir la misma empresa. No es una mera estrategia de I+D, sino algo más profundo que afecta al negocio en su globalidad. En cierto modo, su funcionamiento es semejante al de las relaciones personales. Para llegar a buen puerto, se requiere una relación de igual a igual. El error de ciertas organizaciones es concebir la innovación como un proceso industrial y considerar a los socios meros proveedores de soluciones. Al contrario, las empresas punteras consideran a su red de colaboradores como una prolongación de su propia actividad, evitando su implicación ocasional en función de pro-

yectos concretos. Para innovar, hay que estar preparado. Y para hacerlo abiertamente, todavía más. Hay que determinar quién asume el liderazgo en la tarea, marcar objetivos asumibles a corto plazo, fijar presupuestos y, sobre todo, es indispensable definir meridianamente la ventaja competitiva a la hora de posicionarse junto a otras entidades. Como se desprende de este enfoque, la actitud personal como motor del cambio cobra especial importancia.

Bajo estas circunstancias, surge un interrogante: ¿Acaso la Innovación Abierta cuestiona el modelo tradicional de I+D+i implantado en las empresas? El propio Henry Chesbrough argumenta que las unidades de I+D de aquéllas han tendido a replicar el funcionamiento de los departamentos universitarios. De este modo, muchas empresas cuentan con abundante conocimiento, pero muestran debilidad al relacionarlo con otras áreas del saber, tanto dentro como fuera de la organización. Hoy los investigadores deben aplicarse en proyectos multidisciplinarios y asumir el riesgo relativo de atesorar un conocimiento más limitado sobre ciertas materias.

Conclusiones

Por tanto, lejos de desaparecer, los actuales departamentos de I+D deberán readaptarse a este cambio de tendencia: captar y aprovechar el conocimiento exterior, potenciarlo, articular la relación entre sus colaboradores e integrar los resultados

con la propia estrategia de la empresa. No es fácil, pero merece la pena intentarlo.

Por si fuera poco, participar en este tipo de engranajes permite multiplicar el rendimiento de las inversiones en I+D. Quizás resida aquí una respuesta al por qué algunas de las empresas más innovadoras del mundo invierten en esta partida mucho menos de lo que les correspondería conforme a su dimensión económica; especialmente, **colosos** informáticos de la talla de Apple, Google o Hewlett-Packard, entidades -todas ellas- acostumbradas a desenvolverse en plataformas de intercambio de conocimiento. La colaboración, llevada hasta el límite de lo explorado, se convierte aquí en el eje de esta concepción innovadora. No es algo nuevo, pero sí lo es -en cambio- su creciente influencia en las organizaciones y en los sistemas nacionales y regionales de I+D+i.

DATOS CLAVE

EMPRESA
Zabala Innovation Consulting

DIRECCIÓN
Paseo Santxiki, 3 bis
31192. Mutilva Alta. Navarra

TELÉFONO
948 198 000

FAX
948 198 448

CORREO ELECTRÓNICO
info@zabala.es

PÁGINA WEB
www.zabala.es



programas de
postgrado
2010-2011

Cursos bilingües.
La Cámara te lo gestiona

Todos los alumnos de postgrado tendrán a su disposición un servicio específico de evaluación de competencias, coaching profesional y plan de mejora personal.

INFORMACIÓN E INSCRIPCIONES
Calle Pozo T 948 077 070 Ext 101 cpoz@camaranavarra.com

Cámara
Navarra

Comercio internacional

Del 19 de octubre de 2010 al 12 de mayo de 2011
Martes y jueves de 17 a 21 horas
200 horas de duración

Project Management. Gestión de proyectos eficientes en calidad, tiempo y coste

Del 22 de octubre de 2010 al 22 de febrero de 2011
Viernes de 16 a 21 horas y sábados de 9 a 14 horas
141 horas de duración

Fundación **URC**

Redes informáticas, nuevas tecnologías e Internet

Del 14 de octubre de 2010 al 12 de mayo de 2011
Martes y jueves de 17 a 21 horas
200 horas de duración

CISCO **INSTITUTO TECNOLÓGICO**

Logística integral

Del 19 de octubre de 2010 al 12 de abril de 2011
Martes y jueves de 16 a 21 horas
172 horas de duración

Avance postgrados 2011

Master in business administration MBA-Executive

Del 15 de abril de 2011 al 11 de febrero de 2012
Viernes de 16 a 21 horas y sábados de 9 a 14 horas
310 horas

IC1
IDE-CESE

Organización e ingeniería de la producción y dirección de plantas industriales

18 febrero 2011 al 25 junio 2011
Viernes de 16 a 21 horas y sábados de 9 a 14 horas
161 horas

Fundación **URC**

Tribuna

El mundo de la formación de las personas y el desarrollo del talento ha experimentado grandes cambios en los últimos años. La formación ha dejado de ser un privilegio de pocos para convertirse en un bien accesible para muchos. Es un mundo que se ha transformado radicalmente, tanto en contenidos como en metodología. Pero los grandes cambios que está experimentando el mercado de la formación en los últimos tiempos han sido motivados, en gran medida, por la adaptación de las empresas y particulares a la situación económica actual.

Aplicar una política de formación adecuada mejora la productividad de las empresas; la relación entre formación y competitividad es un hecho comprobado. De hecho, los seis países con mayores índices de formación según informes de la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico (OCDE), están entre los diez más competitivos del mundo.

En los tiempos de incertidumbre económica que atravesamos, la formación y la diferenciación constituyen una forma de asegurar el éxito empresarial e incluso la supervivencia. Desde AENOR formación, apoyamos a los profesionales, ya que su mejor preparación derivará en una clara mejora en la competitividad en las empresas.

Herramienta crítica fundamental

Las empresas que quieran mantener su competitividad deben aceptar

la idea de que la formación es una herramienta crítica fundamental para mejorar su posición en el mercado. Evidentemente, son los profesionales de dichas empresas quienes deben afrontar de forma individual el reto de que su nivel de formación y reciclaje profesional sea óptimo. Más si cabe en la situación actual, en la que la capacidad de reacción ante los cambios exige un mayor esfuerzo y preparación por su parte.

En este entorno, hay que destacar la nueva configuración del escenario de la formación empresarial, con una fuerte especialización de las necesidades formativas de empresas y trabajadores. Las compañías que antes demandaban cursos básicos de contenidos genéricos dirigidos a personal de todos los niveles, están orientando ahora sus acciones a la formación avanzada y especializada de sus profesionales.

Julián Caballero

Director de Difusión de AENOR

Formación y especialización, factores de competitividad



AENOR Formación ofrece más de un centenar de cursos bajo distintas modalidades: en abierto, in-company, on-line y CD ROM

Entre la oferta especializada destaca el Máster en Gestión de la Innovación AENOR, cuya tercera edición se pondrá en marcha en breve

Esta especialización ha sido muy positiva en términos de calidad formativa; los cursos se ajustan cada vez más a las necesidades concretas de los alumnos y de las empresas obligando a los centros de formación a contar con programas

formativos de muy alto nivel y especialización así como con personal docente capaz de transmitir estos contenidos a los profesionales. Las razones anteriores han llevado a las empresas a optar en mayor medida por la formación In Com-

pany, ya que les permite optimizar costes y dar una perspectiva más personalizada a la formación que reciben. Por otro lado, aunque la formación on line no ha logrado sustituir a la formación presencial, si va ganado peso específico en los planes de formación de las empresas, que ven en esta vía una excelente posibilidad, que evita desplazamientos y permite organizar mejor el tiempo del alumno.

60.000 profesionales formados

AENOR ofrece actualmente, a través de AENOR Formación, más de un centenar de cursos impartidos bajo distintas modalidades: en abierto, in-company, on-line y CD ROM, entre los que figuran seminarios y cursos de corta duración, así como titulaciones propias y programas máster. En esta oferta destaca el Máster en Gestión de la Innovación de AENOR, que dando respuesta a la situación de mercado, se convirtió desde su primera edición en referencia en este campo. El Máster responde a la necesidad del mercado de formar especialistas en el área, al erigirse la innovación como principal fuente de cambio en las organizaciones y de ganancia de cuota de mercado para las empresas. En octubre, se pondrá en marcha su tercera edición. Más de 60.000 profesionales han confiado hasta el momento en AENOR Formación para recibir una formación de primer nivel, acorde con las exigencias de un mercado cada día más competitivo.

Tribuna

Una compañía cuya gestión esté organizada con unos eficientes sistemas de gestión pero sin conocimiento sobre el uso de los mismos por parte de sus empleados no logra los objetivos de productividad adecuados. Las inversiones en tecnologías pueden ser millonarias, pero si no van acompañadas de los cambios en los hábitos de la fuerza laboral de la organización se pueden diluir dramáticamente.

Formar para aprender es invertir en innovar. La formación es una gran estrategia interna que, si se desarrolla correctamente, hará que la empresa avance, aún con la crisis.

También es una forma de mantener activo al trabajador mientras se invierte en futuro (no se debe ver como un gasto) para afrontar con garantías los tiempos venideros, y todo ello pasa por reforzar los recursos humanos disponibles.

Una buena optimización de la logística en épocas de crisis es fundamental para una mejor optimización de los costes en la empresa. Uno de los elementos que con más asiduidad se descuida en una compañía, es la logística, sin razones o porque parece complicado analizarlo o porque no era necesario fijarse en esos rubros, pero por distintos motivos los costos de logística pueden alcanzar razonablemente más del 10 por ciento de las ventas.

Por lo tanto, en época de recesión la logística es un factor clave para mejorar, optimizar y racionalizar los recursos de las empresas, y la capacitación para ello puede ser una buena

oportunidad. El reciclaje ante la falta de empleo es una inversión probada.

¿Un gasto o una inversión?

¿Por qué realizar un esfuerzo personal y económico en plena crisis? ¿Es un gasto o una inversión? ¿Deberíamos sacar alguna conclusión si después de cinco años de Universidad o de una larga trayectoria profesional hay que seguir formándose?

No hay nada mejor que creer en uno mismo porque el desarrollo intelectual es casi perenne. El ROI de la formación es muy alto, mucho más que la más rentable operación bursátil, pues da lo que el dinero por sí solo no puede: conocimiento, capacidad y confianza.

El día 8 de octubre dará comienzo la 11ª Edición del Master en Logística Integral que imparte el Instituto Vasco de Logística, el Master más antiguo y consolidado de Euskadi. Este es un Master profesional, dirigido a formar

Ibone Guerra

Directora de Comunicación y RRPP de IVL-LEE

Formar para aprender es invertir en innovar



El Instituto Vasco de Logística oferta un año más el Master en Logística Integral, el Master más antiguo y consolidado de Euskadi

Por el Master del Instituto Vasco de Logística (ML) pasan todos los años alumnos que, finalmente y como nos demuestra nuestra larga experiencia de formación en el sector, vemos año tras año colocados en las principales empresas de éste, en las cuales muchos de ellos se encuentran como directivos gracias al enfoque práctico y profesional y a la estrategia de formación que desde el ML se proyecta al curso. Es una experiencia en la que el alumno se encuentra en todo momento en contacto tanto con las empresas como con los profesionales y las últimas novedades

expertos en la materia y a reciclar a aquellos que ya lo son. Es un Master eminentemente práctico, con el fin de conseguir ser más competentes en la empresa y manejar las estrategias, herramientas y sistemas de gestión logísticos de una forma más eficaz, profesional, y moderna.

del sector. Además del conocimiento, la práctica y la profesionalidad, el curso aporta como valor añadido toda la profesionalidad de los ponentes, entendidos del ámbito logístico que además de sus conocimientos técnicos aportan sobre todo su experiencia y relación con el sector.

También aporta una amplia visión, reconociendo el alumno a final del curso perfectamente cuáles son las diferentes estrategias logísticas de los diferentes modelos de empresa, y qué lugar ocupa cada una de las compañías en el sector. Algo que una vez realizado capacitará al alumno para tener otra perspectiva del mundo de la logística.

El Master cuenta además con más de media docena de jornadas que el ML proporciona al alumno sobre los principales temas de actualidad del sector, tales como las últimas novedades de la normativa del transporte o la Logística Inmobiliaria entre otros. La formación también va acompañada por un total de seis visitas a las principales empresas con movimiento logístico del sector en Euskadi, apoyadas por los mismos ponentes y por el personal de las compañías.

Por todo esto, concluimos que en épocas de crisis han de buscarse formas de enseñanza que faciliten el acceso al empleo de manera que esta formación enriquezca el conocimiento y establezca las diferencias necesarias en momentos de tensión, pudiéndose integrar con más garantías en el mercado laboral. Y es que la formación no es un gasto sino una inversión.