

## EL DECANO

- SUPERACIONES Y DESAFÍOS -

**P**róximo a finalizar el primer trimestre del año académico 2014-2015, ha culminado el proceso de la implantación de los nuevos grados, pues ya han transcurrido todas las convocatorias correspondientes al primer curso de las defensas de los Trabajos de Fin de Grado. Precisamente sobre estos primeros trabajos hay un artículo este Boletín, elaborado por la Vicedecana María Victoria Esteban.

Por tanto, ya han salido de nuestras aulas las primeras promociones de los grados en Economía, Administración y Dirección de Empresas, Finanzas y Seguros, Fiscalidad y Administración Pública y Marketing. El próximo 21 de enero, en el acto de investidura de titulados y tituladas, tendremos ocasión de reconocer el esfuerzo realizado por estudiantes y familias para la consecución de este nivel académico.

Asimismo, se va desarrollando el segundo curso de la implantación del Doble Grado en Administración y Dirección de Empresas y Derecho. Esta implantación representa un importante desafío, pues se trata del primer Doble Grado ofertado en la UPV/EHU, conjuntamente por dos centros, con todo lo que ello conlleva de carácter pionero. No obstante, su calidad viene avalada por la gran demanda del mismo. La actividad de la Facultad, tanto en innovación docente, como en investigación, prosigue a buen ritmo. Prueba de ello es el premio obtenido por tres profesoras de nuestra Facultad, Gloria Aparicio, Elena Catalán y Maite Ruiz, en un Congreso de Innovación Docente, o el premio también conseguido por el Profesor Ernesto López, Vicedecano de Euskera y Alumnado de la Facultad, por su reciente investigación.

Para superar la actual crisis necesitamos, entre otras cosas, personas con espíritu emprendedor que sepan aprovechar oportunidades, seguramente en colaboración con otras personas. Sobre este asunto trata una interesante aportación de Aitor Jiménez, Padrino de la quincuagésima cuarta promoción de egresados de nuestra Facultad. Debe insistirse también en que nuestra Facultad acoge la impartición de postgrados en un número muy importante. El Instituto de Economía Aplicada a la Empresas realiza a este respecto una muy importante labor, tutelando un variado abanico de masters oficiales y títulos propios, de cuya inauguración se da cuenta asimismo en este boletín.

La Facultad debe asimismo estar abierta a las iniciativas sociales de su entorno, especialmente aquellas que, aun sin finalidad de lucro, estén relacionadas con la obtención de recursos y su gestión. Por ello, en este número se presenta la Fundación WOOP, cuyo objetivo es divulgar, sensibilizar y conseguir recursos para la investigación de enfermedades neurodegenerativas poco comunes. Esta interesante iniciativa tuvo su origen entre las aulas de nuestra Facultad, y desde aquí quiero mostrar mi admiración por la ilusión y el coraje de las personas que la están sacando adelante. Entendemos que, de nuevo, el contenido de este nuevo número del Boletín de la Facultad resulta interesante a la par que atractivo. Que lo disfruten.

Arturo Rodríguez

## Profesorado de la Facultad Premiado por su investigación

### Accésit de la sexta edición del premio Felipe Ruiz Martín

El jurado de la sexta edición del Premio Felipe Ruiz Martín ha concedido a nuestro compañero del Departamento de Historia e Instituciones Económicas Ernesto López Losa el accésit de la sexta edición del premio Felipe Ruiz Martín. El premio, convocado por la Asociación Española de Historia Económica, premia al mejor artículo publicado en las revistas de Historia Económica editadas en España por el artículo "The legacy of Earl J. Hamilton. New data for the study of prices in Spain, 1650-1800", publicado en Investigaciones de Historia Económica-Economic History Research, nº 10.2, 2013, pp. 75-87.



Ernesto López Losa

El jurado destacó la aporta-

ción a la comunidad científica de datos inéditos hasta la fecha, que corresponden a un trabajo clásico para la historiografía española y para un periodo fundamental de la Edad Moderna. Las series aportadas permiten vincularse

con más solidez a debates internacionales sobre evolución de precios, niveles de vida, integración de mercados y otras variables relevantes para la comprensión de la evolución económica mundial.

## Comunicación premiada en el Congreso Internacional de la AEDEM

Las profesoras Gloria Aparicio, Elena Catalán y Maite Ruiz-Roqueñi, han sido premiadas en el XXIII Congreso Internacional de la AEDEM.

El trabajo titulado "A Model

for Implementing Non-Specific Competencies (NSCs) in degree Studies, defined using a Delphi Study in Spanish Universities" ha recibido el premio al mejor Paper en "Competency and collaborative

learning in higher education" en el XXIII Congreso Internacional AEDEM (Academia Europea de Dirección y Economía de la Empresa) celebrado en París en Septiembre 2014.



De izquierda a derecha: Maite Ruiz, Elena Catalan, Gloria Aparicio

# Inauguración conjunta de los Masters en Marketing y Dirección Comercial, en Gestión de Empresas y en Finanzas y Dirección Financiera



El 10 de octubre tuvo lugar la apertura del curso 14/15 de tres Masters de la Facultad de muy larga tradición y gran prestigio en sus respectivos ámbitos a nivel estatal. Fueron concretamente, el

Master en Marketing y Dirección Comercial, el Master en Gestión de Empresas (MBA Executive) y el Master en Finanzas y Dirección Financiera.

Estos tres Masters, organizados

por equipos pertenecientes al Instituto de Economía Aplicada a la Empresa y el Departamento de Economía Financiera II de nuestra Facultad, cuentan con el apoyo de la fundación FESIDE y de la Diputación Foral de Bizkaia.

Tomaron la palabra y procedieron a la inauguración oficial sus responsables y profesores doctores de la Facultad, M<sup>o</sup> Soledad Aguirre, Jon Landeta y Txomin Iturralde, acompañados por el Sr. Decano y presidente de FESIDE, Arturo Rodríguez, y el Vicedirector del Campus de Bizkaia, Carmelo Garitaonandía, quien presidió la mesa inaugural.

La conferencia inaugural, bajo el título "Nueva Etapa: de la Reestructuración del Sector Bancario al Sistema Bancario Europeo", fue impartida por D. Mario Fernández, presidente de KUTXA-BANK.

Más información sobre estos Masters en: [www.ieae.ehu.es](http://www.ieae.ehu.es)

*Marisol Aguirre*

## Primeros Trabajos de Fin de Grado defendidos

Una de las grandes novedades académicas que presenta el Plan Bolonia con respecto a los Grados es la inclusión dentro del Plan de Estudios de la asignatura Trabajo de Fin de Grado. El alumno concluirá su formación académica cuando elabore, defienda y supere un Trabajo Fin de Grado (TFG).

Principalmente el Trabajo Fin de Grado se convierte en una gran oportunidad para que el alumnado pueda demostrar sus capacidades y madurez en el desarrollo de las aptitudes y competencias en las que se ha ido formando. Así mismo, permite aproximarse, de manera muy preliminar, a la investigación

científica y académica.

En el curso 2013-2014 se han defendido los primeros Trabajos de Fin de Grado en nuestra Facultad. En las convocatorias de Julio, Septiembre y Octubre se han presentado a tribunal un total de 173 trabajos de los 298 asignados y con notable éxito, ya que el 51% ha obtenido una calificación Notable, el 30% de Sobresaliente y se han concedido 8 Matrículas de Honor. Los Tribunales de Defensa han podido sorprenderse con la calidad de muchos de los trabajos presentados y con un despliegue de medios en algunas defensas orales, dignos de un productor audiovisual.

Por su parte, el profesorado ha podido comprobar cómo a sus tareas docentes, administrativas e investigadoras se ha sumado la dirección de los Trabajos de Fin de Grado y sus defensas públicas, como integrantes de los tribunales que han de juzgarlos. Para un número relativamente pequeño de estudiantes es una tarea abordable, pero dados los números que se manejan en nuestro Centro, en tiempos venideros puede convertirse en una tarea difícil de desempeñar, y que colapsa los ya mermados medios físicos y administrativos disponibles.

## 25 Aniversario del Master en Marketing y Dirección Comercial de la UPV/EHU



de izquierda a derecha Carmelo Garitaonandía, Amaia Maseda, Marisol Aguirre, Maite Ruiiz, Maribel García, Rafa Iturriaga y Jon Landeta. Fotos: Borja Agudo y Luis Ángel Gómez

El Master en Marketing y Dirección Comercial de la UPV/EHU que se imparte desde 1989 en la Facultad de CC. Económicas y Empresariales de la UPV/EHU (Sarriko), ha cumplido sus "bodas de plata". A lo largo de estos 25 años se ha desarrollado de un modo ininterrumpido, hasta convertirse en el postgrado más consolidado y de mayor prestigio de todas las universidades del estado en su especialidad.

De este programa han salido cerca de 800 excelentes profesionales en Marketing y Dirección Comercial de los que cerca de 400 asistieron a la celebración.

El evento sirvió para celebrar, disfrutar y reencontrarse antiguos/as compañeros/as, colegas de profesión, profesorado y gente que, de un modo u otro, ha sido coprotagonista de esta historia y que comparte la pasión y el interés por esa cosa llamada Marketing, que tan exótica sonaba hace 25 años en Euskadi. Tuvo todos los ingredientes que puede tener una buena acción de marketing: calidad, emociones, sentimientos, humor, imágenes y música. ¡Una lección magistral de Marketing!

*Marisol Aguirre*



# Emprendiendo desde el dolor y la esperanza

El 13 de Octubre de 2008 cambió completamente la vida de mi familia. Diagnosticaron a nuestro hijo Jon, aparentemente sano de 6 años, una enfermedad neurodegenerativa que debía acabar con su vida en no más de dos años desde entonces. No fue así, la enfermedad no tuvo en cuenta que Jontxu es de Bilbao. Pero eso es un capítulo muy largo para este artículo. Jon vive aunque la enfermedad le marcó gravemente (movilidad, vista, lenguaje...). Aquella noticia nos tatuó para siempre y prometimos a nuestro hijo que jamás descansaríamos en la lucha por su felicidad (aunque es realmente él quien nos genera felicidad y ejemplo cada día).

WOP (The Walk On Project [walkoproject.org](http://walkoproject.org)) surgió de aquel impulso. Mentxu (licenciada en empresariales por Sarriko, por cierto) y yo teníamos muy claro lo que queríamos que fuera WOP. No sería jamás un proyecto apalancado en la lástima: nuestro hijo, y con él tantos y tantos afectados por enfermedades neurodegenerativas que hemos ido conociendo, no da lástima; genera admiración por su valentía, coraje... Ellos son ejemplo en forma de sonrisa a pesar de lo poco que tienen. WOP no sería un recaudador de caridad ni subvenciones, no sería un ejercicio de buenísimo, no sería cortoplacista... WOP debería generar beneficios por su propia actividad, competir en los mercados en los que actúa y sería un conjunto de valores positivos, porque la ilusión, el optimismo, la esperanza son mucho más potentes, movilizados y sostenibles.

Fijamos nuestra misión alrededor de un doble objetivo: la lucha contra las enfermedades neurodegenerativas promoviendo y financiando proyectos de investigación en terapias regenerativas y la divulgación de la realidad

de estas enfermedades y sus consecuencias. Una misión apalancada en el desarrollo de actividad económica sostenible que generara beneficio para alimentarla. Y unos valores corporativos que marcan de manera radical toda nuestra estrategia y actividad. Valores que hablan de la lucha por los más desfavorecidos, del trabajo, el esfuerzo, rigor y excelencia en nuestra gestión y nuestros servicios, la superación, el optimismo como motor de cambio (los tristes construyen poco)...

Sí, WOP sería

una EMPRESA. Eso encajaba mucho mejor con nuestra cultura, forma de ver la vida e historia laboral y le daba recorrido. Sería un proyecto con muchos aspectos idénticos a las empresas industriales y con una diferencia fundamental: su beneficio neto se dedicaría a la lucha contra las enfermedades neurodegenerativas. No habrá accionistas, no habrá dividendos... Debemos ofrecer productos y servicios que aporten valor positivo y las personas quieran comprar. Quieran comprarlo por su valor tangible y por el conjunto de intangibles asociados a una marca con ese fin y con esos valores. Y deberemos competir de igual a igual en los mercados en los que nos insertemos (competencia de mercado, mercado laboral...). Tenemos que construir un barco en el que la gente quiera traba-

jar. Siendo así, el primer reto fue de comunicación porque era una realidad poco común en Europa.

De hecho, la primera contratación fue de Gloria, una periodista (y master de marketing en Sarriko, por cierto). Conseguimos que poco a poco los medios entendieran lo que éramos y lo que queríamos ser. Entre nuestras palancas de comunicación y mensajes utilizamos la montaña en una actividad que os invito a visitar en la que subiremos hasta un ochomil en ocho etapas,

de las que ya hemos cubierto



bierto ó y estamos cubriendo las últimas con Iñurrategi, Zabalza y Vallejo. ([wopeak.com](http://wopeak.com)).

Pero había que empezar a andar. Necesitábamos un fondo de maniobra para financiar las primeras actividades económicas. Éste provino principalmente de acuerdos de patrocinio en actividades concretas (el Festival de 2011 fue la primera de ellas). Aquél fue el germen de nuestra actividad y la que sentó los cimientos financieros del proyecto. Aquel primer impulso se ha consolidado a lo largo de los años como una línea empresarial dentro de WOP de promoción musical y organización de eventos singulares (la Estropatada es uno de ellos).

Otra línea principal de WOP es la ingeniería para la discapacidad que estamos forjando para

conseguir que la excelencia empresarial se aplique al colectivo de discapacidad que, en no pocas ocasiones se percibe como un mercado no atractivo y de nicho. Nuestra visión es muy diferente. La discapacidad crece en nuestra sociedad en la medida en la que ésta va envejeciendo. Hay mucho por hacer, muchas necesidades por cubrir y es de interés de la industria posicionarse en esos mercados. Desde la ingeniería tratamos que lleguen soluciones a problemáticas generando las reacciones necesarias en los centros de excelencia. Y que lleguen a un precio ético, es decir, que sean soluciones universalizables. Hoy ya es una realidad que avanza con paso firme.

Otras líneas se han ido consolidando como los productos WOP (textil, moda, gastronomía...). A propósito, os invitamos a visitar nuestra tienda-espacio estas navidades en la calle Bidebarrieta. Un lugar en el que suceden cosas (conciertos, actuaciones, charlas, exposiciones) y donde podéis comprar nuestros productos. (Sí, como todas las empresas debemos publicitarnos, diferenciarnos, vender...). Hoy WOP es ya una Fundación de cabecera de la que cuelgan mercantiles (100% capital de la fundación) y que generan rendimientos hacia los fines de la fundación (sobrepasaremos el cuarto de millón de euros dedicados a la investigación este mismo año). Las mercantiles compiten en sus mercados. La fundación tiene el foco en sus fines. Y atacamos el 2015 con mucha fuerza e ilusión. Un año que en nuestro plan estratégico habla de internacionalización.

Pero sobre todo, WOP es emoción colectiva, es esperanza y es una promesa que hicimos a nuestro hijo y que hemos extendido a tantas y tantas personas que sufren estas enfermedades. Y WOP, es música.

## KEEP ON WOPping

Mikel Renteria es Ingeniero Superior de Telecomunicaciones por la UPV y MBA por la UPV(Sarriko), pero, sobre todo, es el aita de Jontxu.



# El emprendizaje como oportunidad laboral

¿Yo? ¿Emprendedor? Quizás muchos de vosotros nunca os hayáis planteado esta pregunta ya que los pensamientos en el último curso de la carrera están más enfocados a trabajar por cuenta ajena en una de las "Big Four" o en el sector bancario. Lo que intentaré transmitir en estas líneas es que el emprendimiento es una oportunidad real de generar opciones laborales exitosas.

Mi caso fue así, con 26 años quise formalizar junto a dos socios lo que empezó siendo un hobby para convertirlo en un verdadero proyecto empresarial. Éramos un equipo promotor complementario y proveniente de diferentes disciplinas y a posteriori este mix de conocimiento y capacidades resultó ser una de las claves del éxito de nuestro proyecto. Constituímos así pues TAPQUO, una start up de base tecnológica especializada en el desarrollo de aplicaciones móviles bajo la tecnología HTML5. Yo, como licenciado en LADE, me centré sobre todo en tareas de gestión y desarrollo de negocio. Todavía recuerdo esas primeras reuniones de grupo cuando les transmitía al equipo técnico que mi objetivo iba a ser muy claro, que no sencillo: convertir su conocimiento en euros. Porque no nos olvidemos de que el fin principal de cualquier empresa es facturar para generar riqueza y un proyecto sostenible de futuro, tanto para los trabajadores como para la propiedad, los socios.

¿Cuál es el valor añadido de un graduado de Sarriko en este tipo de empresas? Pues es un aporte muy necesario e importante. En una empresa de nueva creación os tocará hacer de todo: desde realizar tareas comerciales, marketing, contabilidad, participar en el desarrollo del Business Plan,... Deberéis convertirlos en una navaja suiza, polivalente y multidisciplinar. Trabajando en vuestro proyecto de emprendizaje vais a conocer y a vivir de primera mano lo que es el verdadero mundo empresarial desde una perspectiva, eso sí, más generalista. Aquí reside la gran

diferencia si lo comparamos con trabajar en una multinacional, donde se busca más la especialización departamental.

La satisfacción de ver crecer y evolucionar tu empresa es algo inigualable. Lo que ves es tuyo, fruto de tus ilusiones, ganas y esfuerzo. Pero no todo es bonito en esto del emprendimiento, hay que trabajar y mucho. Mi caso fue un tanto especial, ya que me tocó compaginar la faceta de emprendedor en TAPQUO con mi trabajo por cuenta ajena como director de innovación en una pyme. El hecho de trabajar 12 horas al día e incluso algún fin de semana que otro no suponía un sacrificio. La recompensa daba sentido a toda esta dedicación. Con el tiempo, el trabajo duro y la perseverancia traen resultados y éxitos, que no os quepa ninguna duda. Aprended a mirar las situaciones con perspectiva y no os perdáis en el cotoplacismo.

Otra de las claves de cara a lanzar un nuevo proyecto empresarial es la especialización, atacar el mercado desde lo diferente. Es la única opción que tiene una empresa pequeña para competir con las grandes corporaciones. Asimismo, hay que entender que los clientes son el todo para una empresa. Atraerlos, cuidarlos y conse-

guir que quieran volver a comprar nuevamente tus productos y servicios. Un cliente descontento hace más ruido que 10 contentos, quedaos con esa idea.

Uno de mis lemas en el mundo empresarial es: "prefiero tener un poco de mucho que mucho de poco". Que no os dé miedo a compartir vuestra idea, ¿quién mejor que vosotros para llevarla a cabo? Cualquier inversor preferirá invertir en vosotros antes que competir lanzando una nueva empresa sobre vuestra idea de negocio. Así fue en nuestro caso, de ser un proyecto fundado por tres socios, en TAPQUO entraron a participar diversos socios tecnológicos, un Business Angel y una sociedad de capital riesgo. Es muy importante que estos nuevos compañeros de viaje no aporten únicamente capital, sino que se impliquen en el día a día de la empresa generando valor a nivel de estrategia de negocio o a nivel comercial atrayendo proyectos y clientes.

Però la entrada de capital es muy importante, no hay que desdeñarla, ya que ayudará a que el hecho de pagar las nóminas no sea el principal problema de la empresa. Como escuché a un profesor del

MIT: "El cash flow es más importante que tu madre". Gran verdad si analizamos la situación actual de falta de liquidez de la mayoría de empresas de nuestro entorno.

¿Dónde buscar oportunidades de negocio? La semilla del emprendizaje no tiene por qué germinar justo al tiempo de terminar los estudios, en mi caso fue al de unos años tras finalizar la carrera, cuando ya tenía una cierta experiencia y conocía algunos de los entresijos del mundo empresarial. No hay que estar obsesionado con querer ser emprendedor. La oportunidad puede surgir en el último año de carrera realizando un proyecto junto con tus compañeros de Facultad, con treinta años en una conversación con tus amigos de la cuadrilla, o con cincuenta años o más al ser despedido de un trabajo. Mientras exista una buena idea y ganas de llevarla a cabo, la estructura que le sigue puede gestionarse sin mayor dificultad. Además tenemos la suerte de que en Euskadi existe un sistema de apoyo al emprendimiento muy potente e importante.

Por último, sirvan estas palabras de agradecimiento a ZITEK, el vivero de empresas de la UPV/EHU, y a todas las personas involucradas en esta iniciativa que tanto nos ayudaron a hacer de TAPQUO una mejor empresa.



*"El mejor modo de predecir el futuro es inventándolo"*  
Alan Key

Aitor  
Jiménez Villar

