

GERENCIA. FT-IE CORPORATE LEARNING ALLIANCE ES PRODUCTO DE LA ALIANZA EMPRESARIAL

IE Business School y Financial Times se unen para educar 'in-company'

BOGOTÁ_ Los empresarios detrás de los negocios de grandes multinacionales e importantes entidades de distintos sectores ahora podrán continuar con su formación académica a través de programas de FT-IE Corporate Learning Alliance, creada y cofundada recientemente por IE Business School y el Financial Times.

El desarrollo de programas de formación 'in-company', o al interior de grandes compañías, es producto del acuerdo comercial de estas dos empresas que aspiran en dos años llegar a tener ingresos por US\$30,9 millones.

"Esta iniciativa global, pretende desarrollar los programas en varios idiomas, reunir a otras escuelas de prestigio del mundo, con el firme objetivo de convertirse en los próximos años en la referencia de innovación y de excelencia en el desarrollo ejecutivo de formación 'in-company'", aseguró **Santiago Íñiguez de Onzoño**, decano de IE Business School.

Con la intención de convertirse en uno de los referentes internacionales de información económica, la alianza cuenta con la participación de escuelas de negocio como Yale School of Management, Fundação Getulio Vargas, Antai Business School, Renmin Business School, por nombrar algunas. Por lo que los programas se impartirán en idiomas como inglés, español, mandarín, portugués, árabe y muchos más.

"Pretendemos desarrollar no solo programas, sino contenidos, es decir materiales de enseñanza y desarrollo ejecutivo, que incluyan casos prácticos, notas técnicas, simulaciones y otro tipo de desarrollos para el complemento de los empresarios", añadió **Íñiguez**.

Los directivos globales serán el público objetivo de esta escuela de negocios, para los cuales se les proporcionará una nueva plataforma de análisis sobre retos y oportunidades de la gestión em-



CORTESÍA

La creación de esta escuela de negocios estará liderada por Santiago Íñiguez de Onzoño, decano de IE Business School, empresa cofundadora de esta iniciativa global.



JOHN RIDDING
CEO DE FINANCIAL TIMES

"Esta alianza proporcionará a directivos de todo el mundo una nueva plataforma de análisis sobre los retos y oportunidades de su gestión".

presarial internacional, indicó **John Ridding**, CEO de Financial Times.

Estos programas combinan formación presencial y online para dar respuesta a las necesidades de las empresas y contarán con un marco de evaluación por parte de la matriz de Financial Times, que usa métodos de inves-

Se evaluará el impacto en la formación

Dentro de la oferta proporcionada por esta nueva escuela de negocios, se destaca la importancia de medir el impacto de la formación en estos altos ejecutivos. "Nos centramos en el desarrollo y rentabilidad de las empresas, por lo que contaremos con instrumentos que puedan evaluar este impacto en la formación de los ejecutivos", explicó el decano de IE Business School, **Santiago Íñiguez de Onzoño**. Además esta alianza empresarial proporciona a este público la oportunidad de acceder no solamente a los contenidos del Financial Times, sino también con todas las editoriales del grupo Pearson.



SÍGANOS EN:
www.larepublica.com.co

Con más información de las principales escuelas de negocios en el mundo y sus planes a nivel global.

tigación estadística y pedagógica para cumplir con los objetivos que se propongan.

Estos programas no están abiertos al público, por lo que las propias empresas son las encargadas de proporcionar esta clase de formación a sus ejecutivos. Actualmente clientes como el banco Santander y Telefónica, que

ya están incluyendo esta formación al interior de sus compañías.

"En poco tiempo esperamos tener a las grandes corporaciones que quieren invertir en el desarrollo de su talento y de sus directivos en todos los países", concluyó **Íñiguez**.

ÁNGELA SAMPAYO MONTAÑEZ
asampayo@larepublica.com.co

MinTIC lanzó la RedCo para beneficiar a más de 120.000 tenderos

BOGOTÁ_ El Ministerio de Tecnologías de la Información y las Comunicaciones (MinTIC) y Fenalco hicieron la presentación oficial de la 'Red del Comercio para los Colombianos' (RedCo), una iniciativa con cobertura nacional que busca mejorar la productividad de más de 120.000 tenderos en todo el país con el uso adecuado de la tecnología, y consolidar una red nacional de comerciantes.

"Lo que estamos haciendo desde Ministerio es hacer que las tiendas se conecten a internet y la mejor forma es haciéndoles aplicaciones a través de las cuales los tenderos sean cada vez más eficientes, tengan más utilidades en sus ventas, que vendan más gracias a la implementación de la tecnología en sus negocios", expresó **Diego Molano Vega**, ministro TIC.

La reunión con los beneficiados pretende que estos se sumen a la plataforma de la Red Comercial Transaccional, que busca digitalizar y facilitar sus procesos.

El desarrollo de aplicaciones con este fin se han estado desarrollando de la mano de la implementación del Plan Vive Digital del Gobierno Nacional. Gracias a alianzas con diferentes socios como Carvajal, que están involucradas en la creación e implementación de estas herramientas tecnológicas.

Cerca de 150 tenderos bogotanos acompañaron al Ministro **Diego Molano**, y al director de Fenalco Bogotá, **Juan Esteban Orrego**, al evento de lanzamiento de RedCo, donde sostuvieron una charla en la que compartieron sus experiencias de uso adecuado de la tecnología. Algunos de estos microempresarios son propietarios de supermercados que se constituyen como centros de abasto para los barrios en los que se encuentran.

ÁNGELA SAMPAYO MONTAÑEZ
asampayo@larepublica.com.co

Plataforma estará disponible en todos los departamentos

La RedCo busca incentivar el uso de canales electrónicos y digitales entre los microempresarios tradicionales es decir los tenderos, para que consoliden unas prácticas y maneras de trabajar más eficientes. Para ello se pone a disposición de 120.000 comerciantes en 32 departamentos del país esta plataforma web habilitada para transacciones en múltiples canales y para diversos productos que integrarán un núcleo de comercio nacional más sofisticada.

150 TENDEROS

FUERON CONVOCADOS EN EL EVENTO DE LANZAMIENTO DEL PROGRAMA REDCO.

SOCIAL. 57% DE LOS COLOMBIANOS PAGARÍAN HASTA 60% MÁS POR UNA MARCA SOCIAL

Ecopetrol, EPM y Bancolombia, las más responsables



ARCHIVO

Ecopetrol es una de las empresas líderes y más admiradas dentro del campo de responsabilidad.

BOGOTÁ_ Las grandes empresas colombianas o con presencia en el país fueron calificadas por expertos que trabajan en temas de Responsabilidad Social Empresarial (RSE) y los resultados de la encuesta demostraron que todas las compañías se encuentran entre un nivel regular y bueno frente al tema.

Dentro de la encuesta, que fue realizada por la firma Cifras & Conceptos, las mejor clasificadas y que están en el proceso de mejora fueron Ecopetrol con 16%; Nutresa, 8%; Bancolombia, 7%; EPM, 5% y Pacific Rubiales, también con 5%. Estas compañías son reconocidas como firmas que aplican de forma efectiva los principios de

RSE; sin embargo se considera que aún les falta incentivar más el interés de los directivos y de la visión de la organización en torno al tema.

Según explica el experto en RSE, **Gustavo Yepes**, director de gestión y RSE del Externado aunque ha habido un cambio de paradigma y tiene a favor que logró superar las buenas intenciones y reconocer la relación de los problemas sociales con el impacto de las acciones y decisiones de la empresa sobre su entorno, "ésta es aún una solución subóptima, ya que cualquier estrategia de RSE es claramente insuficiente frente a las expectativas que la sociedad tiene sobre la gran organi-

zación empresarial contemporánea". Dentro de la gran lista las que llevan el liderato son las empresas privadas y con algunas excepciones las empresas públicas que se considera tienen el menor interés en el tema.

Otro aspecto importante que se resaltó en los resultados es que 57% de las personas estarían dispuestas a pagar entre 21% y 60% más por una marca que tenga un propósito social lo que generaría un incentivo para que los empresarios inviertan más en este tipo de proyectos que no solo le aportan a la sociedad, sino a sus ingresos.

LILIAN MARIÑO
lmariño@larepublica.com.co