

Cursos de Verano de la UGR en Ceuta

TRES FACTORES El curso induce a la reflexión sobre el papel de Internet en medio de la crisis económica y sus principales derivadas

"PONER EN VALOR" En la era de Internet, más que la enumeración del currículum profesional importa mostrar "en qué eres realmente bueno"

La revolución ciudadana, laboral y económica de Internet

Romero y Ruiz dirigen el curso de verano de la UGR sobre cómo adaptarse a los nuevos modelos económicos del siglo XXI

A. Q. / CEUTA

Fechas a un lado, más que el ya, apenas una década después, casi prehistórico debate sobre si fue en 2000 ó 2001, la verdadera barrera entre el siglo XX y el XXI la marca Internet y las Redes Sociales y de Información en sus distintas variantes. De esa revolución en marcha han venido a Ceuta a hablar Esteban Romero (@polisea) y Alberto Ruiz (@alberto_ugr), profesores de los departamentos de Economía Financiera y Aplicada, respectivamente, de la Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales de la UGR, coordinadores del curso de verano '¿Cómo adaptarse a los nuevos modelos económicos del siglo XXI? Explorando perfiles profesionales, empresas y sector público'.

En medio de una crisis económica que "profundiza las desigualdades dentro de los países" mientras

"permite reducir el diferencial entre los países más ricos y aquellos en vías de desarrollo", ambos y el resto de ponentes se proponen "reflexionar sobre el papel de Estado y de las políticas públicas de cara a poder mantener el Estado de Bienestar sobre una economía sostenible sin dejar de lado la otra gran derivada, el desarrollo "fulgurante" de las tecnologías ligadas a Internet.

"Aspiramos a dar al alumnado una visión global de los nuevos modelos económicos que se están dando en este siglo, marcados sobre todo por Internet y la Sociedad del Conocimiento, desde el sector público hasta la empresa y el desarrollo profesional", resume Romero en el Hotel Tryp.

A su lado, Ruiz subraya la importancia de "saber adaptarse a los nuevos tiempos". "Pretendemos dar algunas pistas para asumir los



Esteban Romero y Alberto Ruiz, ayer, durante la entrevista en el Hotel Tryp.

nuevos papeles, los nuevos roles que exigen estos tiempos y las herramientas a nuestra disposición", añade.

En la era de la Web es fundamental, coinciden, "poner en valor aquello en lo que eres especialmente bueno". "Más que el currículum tradicional tenemos que saber dar a conocer qué cosas hacemos bien, y para ello es fundamental Inter-

Otra era

INTERNET

"Más que el currículum tenemos que saber dar a conocer lo que hacemos bien", explica Romero

net", resalta Romero convencido de que "hoy en día si alguien quiere saber algo de nosotros lo primero que va a hacer es poner nuestro nombre en Internet". Para conseguir que lo que encuentren sea lo que más nos interesa "no hay una receta única". "Si no te gusta escribir no tiene sentido abrir un blog, pero sí es importante estar en LinkedIn, una red profesional, y en

El 58% de los clientes del Parador en 2011 procedía del país vecino

El director del Parador La Muralla, Pedro Fernández, ha asegurado en el marco de la ponencia que ha pronunciado en el curso de verano de la UGR titulado 'El Turismo Sostenible como alternativa de desarrollo económico para Ceuta' que el 58% de los clientes que recibió el establecimiento durante el año pasado procedían del país vecino. "Su estancia media oscila entre uno y tres días y entiendo que disponemos de un nicho de mercado al que hay que aportar un adecuado nivel de calidad y excelencia en la gestión, en continua mejora, para satisfacer sus expectativas", ha advertido a los alumnos. Según Fernández, para fidelizar al visitante marroquí "se



Fernández, en la Facultad. EL FARO

necesita una adecuada calidad basada en buen producto, formación y atención al cliente". En esa línea, el Parador "ha instalado un módulo con seis canales de televisión marroquíes, productos halal para desayunos, carta de restaurante con platos adecuados, carta de vegetarianos, celíacos, detalles y trato personalizado, facilidad de aparcamiento, información adecuada sobre la ciudad en su idioma, facilidades para poder comunicarse, apertura de comercios durante los fines de semana, etcétera". "En Marruecos", ha subrayado el director del Parador, "hay un potencial de clientes de un nivel medio-alto que demanda nuestros servicios y al cual debemos prestar nuestra atención, incluido un buen número de clientes, funcionarios y personal administrativo de los diferentes consulados el país vecino que suele venir a Ceuta con asiduidad".



El curso de Turismo, hasta el viernes.

Las cinco claves fundamentales del Turismo Sostenible

La responsable de 'Viajes Fortur', Coral García, ha desgranado en el curso de verano sobre Turismo Sostenible de la UGR en Ceuta las cinco "condiciones básicas" para que el sector tenga un alto grado de "sustentabilidad" alto. Se trata, ha enumerado a los alumnos matriculados, de "ser atractivo para el turista; ser rentable para nosotros; ser respetuoso con la naturaleza y con la historia, que son sus recursos básicos; ser competitivo frente a otras ofertas turísticas; y ser útil y beneficioso para la población". "Para poder ser competitivos debemos diseñar un producto diferenciado con valores añadidos muy marcados", ha señalado sobre Ceuta.

BUSCAR EMPLEO Según las estadísticas, el 70% de los empleadores han elegido o descartado trabajadores tras analizar qué hay en sus Redes Sociales



EL FARO

Twitter, tener un dominio, ofrecer contenidos...”, apunta dejando a un lado Facebook por su cariz más ligado a la amistad.

Internet y ciudadanía

La Red como espacio para buscar y encontrar trabajo es uno de los raíles sobre los que se estructura el curso de verano: “Según las estadísticas, alrededor del 70% de los

empleadores han escogido o rechazado trabajadores en función de sus perfiles en las Redes Sociales y de Información, donde te favorece la coherencia o tener unas buenas habilidades comunicativas y te penaliza mentir, hablar mal de tu empleador anterior...”, advierten los coordinadores del curso, que recomiendan “ser transparentes y comunicar y visibilizar lo que eres”.

Con alumnos de Márketing, Educación Primaria y Relaciones Laborales, Ruiz centrará su sesión de hoy “en la participación ciudadana y la influencia que en su transformación tiene Internet”. “El sistema no ha cambiado, pero tenemos nuevos medios, canales de comunicación directos hacia los partidos y los políticos que cambian las cosas”, alerta.

Según el experto, “sigue habiendo una soberanía popular en la que se basa el sistema, pero ahora estamos en condiciones de pedirles más directamente que nos rindan cuentas, evolucionando de una democracia participativa a una más deliberativa en la que la voz de la sociedad civil empieza a ser escu-

Cambios

CIUDADANOS Y POLÍTICOS

El paradigma del político y el ciudadano debe cambiar, a juicio de Ruiz, con las nuevas herramientas a su servicio

chada por más políticos”.

A juicio de Ruiz, ambos deben cambiar sus paradigmas: “El ciudadano tiene que aprender a utilizar estas nuevas tecnologías para comunicarse y reivindicar ciertos derechos, pero el político también debe saber que tiene que rendir cuentas y que puede captar e identificar las preferencias sociales”, desgrana.

El profesor del Departamento de Organización de Empresas de la UGR Javier Delgado ofrecerá mañana a los alumnos del curso una ponencia titulada ‘La sostenibilidad y la integración de los stakeholders’. El programa se cerrará, el viernes, con una mesa redonda en la Facultad de Educación sobre ‘Retos, riesgos y oportunidades en el sector público, en la empresa y el desarrollo profesional’.

Alternativas para atraer visitas más allá de “sol y playa”

El Turismo aparece como “una de las pocas salidas para superar la situación de crisis económica en Ceuta”, pero quien visita la ciudad autónoma “no es de sol y playa”. A partir de esta premisa, el director del curso de verano de la UGR sobre Turismo Sostenible, Aureliano Martín, ha advertido a su alumnado de que, para explotar esa veta de negocio, la ciudad debe saber “buscar otras alternativas que sean sostenibles, respetuosas con el medio ambiente y con el entorno, y que se adapten a su especial idiosincrasia”. Para lograrlo, como principal fortaleza local encuentra que este sector está entre las prioridades estratégicas políticas de desarrollo económico.



La oferta turística local, a debate.

Carteles históricos para difundir los atractivos locales

Con motivo de la celebración del curso de verano sobre Turismo Sostenible de la Universidad de Granada en Ceuta, el Instituto de Estudios Turísticos de España ha cedido a sus organizadores una colección de “sus mejores carteles históricos de promoción turística de España” desde el año 1929. En concreto, ha cedido 40 imágenes de promoción del turismo en Granada y las dos ciudades autónomas “exclusivamente para uso académico” que se exponen desde el lunes y hasta el viernes en la pantalla digital de la entrada ubicada en la entrada de la Facultad de Educación y Humanidades ubicada en El Morro.