

## El mayor concurso empresarial para estudiantes ya tiene ganadores - ABC - 22/11/2015



Francisco Javier Larrea Pascal, secretario general de ESIC; Alfredo Albáizar, director adjunto de Santander Universidades; Iñigo Aguirreburualde y Alberto Maldonado, los alumnos de la Universidad Politécnica vencedores de la competición, y Javier Caballero, director gerente de ABC, en la gran gala final del GMKC

**Más de 60.000 estudiantes y 2.000 universidades y empresas forman parte de la historia del certamen**

mó vencedor, recibiendo un premio dotado con 6.000 euros y un máster especializado de ESIC para cada uno de los miembros del equipo. «Hemos trabajado mucho para llegar hasta aquí y es el mejor premio que nos podía tocar», recaló Iñigo Aguirreburualde. Maldonado recomendó esta «experiencia maravillosa donde hemos aprendido muchísimo, pues el simulador te da una visión general de la empresa, y eso no tiene precio». Todos los finalistas coincidieron en destacar el gran aprendizaje derivado de la competición, en lo referido al trabajo de equipo y el enfrentamiento a las adversidades, y reconocieron que «el camino realizado hasta aquí» ya les ha resultado una experiencia «inolvidable».

**Global Marketing Competition** Gran final de la 20ª Edición

## El mayor concurso empresarial para estudiantes ya tiene ganadores

► La competición cumple dos décadas estrechando lazos entre el mundo académico y el de las empresas

### EMPRESA

Dos décadas alimentado el talento. La Global Marketing Competition (GMKC), la mayor competición empresarial para estudiantes a nivel internacional, culminó el pasado martes su 20ª edición con la celebración de su gran final en la Ciudad Grupo Santander de Boadilla del Monte. Este concurso es el único que reúne a las tres asociaciones internacionales de escuelas de negocios más importantes del mundo, como son AACSB, CLADEA y EFMD. Está organizada por la escuela de negocios ESIC, el Banco Santander, a través de su División Global Santander Universidades, y el diario ABC. En esta edición, cinco equipos finalistas, de entre más de 4.800 participantes y 2.000

equipos pertenecientes a 86 países, defendieron ante un Tribunal Internacional de corte académico y profesional su proyecto empresarial realizado durante varios meses a través de un simulador en el que han tenido que lidiar con problemáticas del mundo real como la evolución de los mercados o las decisiones de otros participantes.

El objetivo de Global Marketing Competition es estrechar los lazos entre el mundo académico y empresarial. Está dirigida a estudiantes de carreras universitarias, de programas de postgrado, así como a alumnos de programas MBA o doctorado provenientes de instituciones públicas o privadas. Más de 60.000 estudiantes, 2.000 empresas y universidades y escuelas de negocios nacionales e internacionales forman parte de los 20 años de historia con los que cuenta el simulador empresarial más avanzado del mercado.

En esta edición, el equipo español patrocinado por Hyundai y formado por Iñigo Aguirreburualde y Alberto Maldonado, alumnos de la Universidad Politécnica de Madrid, se procla-

### Los ganadores

**Primer premio** El equipo de Iñigo Aguirreburualde y Alberto Maldonado, de la Universidad Politécnica, y patrocinado por Hyundai (6.000 euros de premio).

**Segundo premio.** Amadeo Tierno y Daniel Cabañas, de la Universidad Politécnica, patrocinados por Banco Santander (4.000 euros).

**Tercer premio.** Matija Saravanja y Hrvoje Horvat, de la Zagreb School of Economics and Management, patrocinados por la EFMD (3.000 euros)

**Cuarto premio.** Maria Arzamasstseva, Kseniya Timerschina y Mariia Pechenkina de la Tomsk State University of Control Systems and Radioelectronics, de Rusia (2.000 euros).

**Quinto premio.** Emir Dogan, Ege Erkmen y Onur Musaoglu de la Bogaziçi University de Turquía, patrocinados por ABC (1.500 euros).

### Escuela de emprendedores

Francisco Javier Larrea Pascal, secretario general de ESIC, aseguró que el Global Marketing Competition «es una magnífica escuela de emprendedores y un complemento a la formación teórica que se da en la universidad, haciéndola mucho más práctica para los estudiantes que concurren en ella, en un intento de acercar al alumno al mundo empresarial». Alfredo Albáizar, director adjunto de Santander Universidades, aseguró que «el Global Marketing Competition se consolida como el 'laboratorio' de referencia internacional en gestión empresarial, donde jóvenes estudiantes y profesionales de todo el mundo llevan a la práctica, sobre situaciones reales de un mercado global, los conocimientos aprendidos en las aulas». Banco Santander respalda la iniciativa en el marco de colaboración que mantiene con ESIC a través de su División Global Santander Universidades mediante la que el banco mantiene más de 1.100 convenios con universidades y centros de investigación.

Para Javier Caballero, director gerente de ABC, «el simulador empresarial, que ha trascendido ya a cinco legislaturas, constituye un instrumento muy valioso para los jóvenes estudiantes de todo el mundo porque les aporta una visión estratégica de la empresa. Participar en el GMKC es apoyar de alguna manera a la sociedad».