



## ¡es noticia!



## Las redes sociales ofrecen una oportunidad para las empresas

La FUE-UJI y el Foro Jovellanos organizaron un Taller sobre Marketing Viral, "*El boca-oreja en las Redes Sociales*", al que asistieron los responsables de los Departamentos de Comunicación y Marketing de las Empresas Patrono de la FUE-UJI.

El taller se celebró el 22 de julio de 2009 en las instalaciones de la Fundación, donde hubo una parte teórica sobre conceptos de las redes sociales y la web 2.0 y una parte práctica donde se analizaron los casos de éxito de empresas que utilizan estas herramientas junto con los medios convencionales para darse a conocer y crear feedback entre el usuario y la empresa.

## El número de estudiantes en prácticas crece en verano



Un año más, el número de estudiantes que deciden realizar prácticas libres formativas, para aplicar sus conocimientos teóricos al mundo empresarial, crece de forma exponencial en estas fechas. Este programa de la FUE-UJI, que pretende promover y favorecer la formación de los estudiantes, va dirigido a todos aquellos alumnos que hayan superado el 50% de los

créditos y quieran adquirir experiencia profesional en el ámbito de su titulación. Analizando los datos proporcionados por la Técnico de Prácticas de la FUE-UJI, Reyes Riera, se observa como los alumnos más solicitados son los procedentes de las carreras de la Facultad de Jurídicas y, más en concreto, los de Empresariales y Administración y Dirección de Empresas.

## la columna

### El consumidor 2.0. Tiene el poder

Internet juega un papel muy importante sobre las decisiones de compra. El usuario/consumidor se siente con plena libertad de opinar en la Web sobre su experiencia con productos y servicios, y al mismo tiempo, busca opiniones de internautas para tomar la mejor decisión referente a su compra. Este fenómeno nos hace pensar en cómo las recomendaciones de amigos y familiares siempre han tenido gran peso en las personas para influir en su consumo, y me refiero al famoso "boca-oído o boca-oreja", fenómeno que cualquier profesional de Marketing desearía controlar a beneficio de su empresa.



La evolución en la Web ha maximizado el fenómeno. Una mala opinión sobre un producto puede dar la vuelta al mundo en menos de 24 horas, y todo gracias a los famosos Blogs, Microblogs, Redes Sociales y Foros que permiten a las personas expresar sus ideas e inquietudes a su lista de contactos, quienes a su vez lo distribuirán a toda una red de usuarios de los famosos "social media".

Para las empresas es importante estar presentes en estas plataformas de comunicación donde el consumidor tiene el poder, y es muy importante reflexionar sobre el por qué los individuos han tomado con naturalidad el uso de dichas herramientas y las empresas no. Si los consumidores han elegido los Social Media para expresarse, las empresas deben estar presentes para escucharles y conocer de primera mano sus necesidades, en tiempos donde la fidelización del cliente y el trato personalizado juegan un papel relevante.

Como era de esperar, los nuevos "Marketers" han aprovechado la presencia del consumidor en la Web 2.0 y han dado popularidad al "Marketing Viral". Este consiste en permitir al consumidor propagar a sus conocidos de manera sencilla y rápida cualquier acción de la empresa que le parezca destacable; una noticia, una foto, etc. El Marketing Viral no es algo nuevo, solo que ahora toma fuerza con Internet. Es el hermano más popular de los 5 que conforman el Marketing de Boca-Oído, (Marketing de Influencia, Marketing de Guerrilla, Social Media Marketing y Buzz Marketing). Escuchemos al consumidor, conozcamos su percepción sobre nuestros productos, démosle lo que pide y tendremos una larga relación de amistad.

## ¡Programa de ahorro y eficiencia energética!



La Fundación Universitat Jaume I-Empresa (FUE-UJI) como Oficina de Transferencia de Resultados de Investigación dentro de la Universitat Jaume I (UJI) tiene el propósito de informarle sobre las *Ayudas en el marco del Plan de Acción 2008-2012 de la Estrategia de Ahorro y Eficiencia Energética en España para Empresas convocadas por la Agencia Valenciana de la Energía*.

Begoña Andrés, responsable del Departamento de Investigación de la FUE-UJI, resalta que los objetivos de esta ayuda son: determinar el potencial de ahorro de energía en las empresas del sector industrial, facilitando la toma de decisión para la inversión en proyectos de ahorro energético y facilitar la viabilidad económica de las inversiones en ahorro de energía en las empresas de la Comunitat Valenciana en cualquier sector económico. También resalta que el plazo de presentación está abierto hasta el 13 de agosto de 2009. Más info en: [andresb@fue.uji.es](mailto:andresb@fue.uji.es)

## Abierto el segundo plazo para la matrícula en los postgrados de la FUE-UJI

La Fundación Universitat Jaume I-Empresa y la UJI organizan conjuntamente 41 programas de postgrado y formación continua y específica para este año en las tres modalidades: presenciales, semipresenciales y online. El segundo plazo de matrícula se iniciará el 24 de agosto y finalizará el día 30 de septiembre de 2009. Reserva tu plaza ya en: [www.fue.uji.es/postgrado](http://www.fue.uji.es/postgrado)



## Tiempo de crisis, desempleo... ¿oportunidad de cambio?

Más de 40 personas se han beneficiado de los talleres tecnológicos de la FUE-UJI para buscar empleo. En ellos se han familiarizado con nuevas técnicas como la videopresentación.



España, hasta hace muy poco, era el país de la Unión Europea que generaba más empleo. En 2007 la tasa de paro se situaba en el 8,3% (1,8 millones de parados), pero ascendió hasta el 9,7% en 2008 (2,2 millones). En 2009 la cosa no ha mejorado y los pronósticos para el próximo año no son muy esperanzadores.

A consecuencia de esta situación, se ha producido un descenso de la oferta de empleo y un aumento progresivo de trabajadores cualificados que demandan trabajo. Por ello, ahora, es necesario "luchar y competir" por encontrar un puesto de trabajo y para ello, habrá que saber cómo hacerlo.

Con este fin y en este contexto surgen los talleres tecnológicos de la FUE-UJI: "*Taller tecnológico. ¿Quieres trabajar? Muestra lo que vales*". Lo que se pretende con estas sesiones, es transmitir a las personas cómo deben explotar tanto sus conocimientos como sus habilidades para obtener el mayor rendimiento posible.

Para ello, además de explicar cada uno de los pasos que un empleado debe seguir para tener éxito en la búsqueda de un empleo y en su posterior desempeño, se les da consejos acerca de cómo redactar un currículum vitae, un CV online, una carta de agradecimiento y de dimisión, cómo enfocar la entrevista, preguntas frecuentes e indiscretas, cómo aprovechar el lenguaje corporal, qué buscan las empresas en los candidatos... Todo ello para ofrecer siempre la mejor imagen posible y que la empresa no pueda decir más que "el puesto es tuyo".