

El mayor concurso empresarial para estudiantes a nivel internacional ya tiene ganadores

El equipo formado por Iñigo Aguirreburualde y Alberto Maldonado, alumnos de la UPM, se proclama vencedor de la competición empresarial y recibe un premio dotado con 6.000 euros y un máster especializado en ESIC para cada miembro del equipo | 5 equipos alcanzaron la final de entre más de 2.000, formados por 4.800 estudiantes de 860 universidades y escuelas de negocios de todo el mundo, compitiendo a través del simulador empresarial

Hoy se ha celebrado en la Ciudad Grupo Santander de Boadilla del Monte (Madrid) la gran final de la 20ª edición del Global Marketing Competition (GMKC) la mayor competición empresarial para estudiantes a nivel internacional y la única que reúne a las 3 asociaciones internacionales de escuelas de negocios más importantes del mundo, como son AACSB, CLADEA y EFMD, organizada por la escuela de negocios ESIC, el diario ABC y Banco Santander, a través de su División Global Santander Universidades. 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 tales como la evolución de los mercados o las decisiones de otros participantes.

Global Marketing Competition es una competición internacional cuyo objetivo 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 que impulsa la cultura emprendedora y la innovación de los universitarios. Un esfuerzo que ha sido recompensado por el gran reconocimiento que la Escuela tiene en todas las áreas vinculadas con el Marketing tanto a nivel nacional como internacional.

El equipo ganador junto con Francisco Javier Larrea Pascal, secretario general de ESIC, Alfredo Albáizar, director adjunto de Santander Universidades y Javier Caballero, director gerente de ABC

Los componentes del equipo ganador se mostraron “eufóricos” tras recibir el ansiado galardón. “Hemos trabajado mucho para llegar hasta aquí y es el mejor premio que nos podía tocar”, recalcó Iñigo Aguirreburualde, valorando un esfuerzo “recompensado con creces”. Por su parte, Alberto 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”.

Estos jóvenes se impusieron al equipo patrocinado por Banco Santander y compuesto por Amadeo Tierno y Daniel Cabañas, alumnos de la Universidad Politécnica de Madrid, que fue segundo en la

clasificación con un premio de 4.000 euros, y al tercer finalista, el patrocinado por la EFMD y formado por Matija Saravanja y Hrvoje Horvat, alumnas de la Zagreb School of Economics and Management de la University of Zagreb de Croacia respectivamente, que recibió un premio dotado con 3.000 euros.

En cuarto lugar quedó el equipo patrocinado por ESIC compuesto por Maria Arzamastseva, Kseniya Timerschina y Mariia Pechenkina de la Tomsk State University of Control Systems and Radioelectronics (Novosibirsk State Technical University) de Rusia con un premio especial de 2.000 euros, mientras que el equipo de Emir Dogan, Ege Erkmen y Onur Musaoğlu de la Boğaziçi University de Turquía y patrocinado por ABC obtuvo el quinto puesto recibiendo un premio de 1.500 euros.

Todos los finalistas coincidieron en destacar el gran aprendizaje derivado de la competición, principalmente en lo referido al trabajo de equipo y el enfrentamiento a las adversidades, y reconocieron que simplemente “el camino realizado hasta aquí” ya les ha resultado una experiencia “inolvidable”.

Miembros de los equipos finalistas acompañados por los directivos de Santander, ESIC y ABC

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”.

Por su parte Alfredo Albáizar, director adjunto de Santander Universidades, declaró: “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. Así, podríamos decir que el simulador es la más efectiva ‘incubadora’ de gestores y profesionales de la empresa preparados para un entorno dinámico, competitivo y global. En definitiva, apostar por el simulador es apostar por la Educación Superior.”

Banco Santander ha respaldado la iniciativa en el marco de colaboración que mantiene con ESIC a través de su División Global Santander Universidades mediante la cual el banco mantiene más de 1.100 convenios con universidades y centros de investigación de todo el mundo. Desde 1996, Santander Universidades ha destinado más de 1.000 millones de euros en diversas iniciativas y proyectos universitarios.

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”.

Asimismo, son cientos de empresas las que han colaborado en el simulador, “uno de los más

avanzados del mundo”, aportando becas que han hecho posible la participación de miles de estudiantes universitarios y postgrados. Son empresas que confían en la nueva generación de titulados universitarios, a los que facilitan la posibilidad de adquirir la formación más actualizada, destreza, creatividad y, además, mayor grado de experiencia, tan necesaria para el desarrollo de su profesión en el futuro.

Cobertura informativa en vídeo disponible aquí.

Las mejores imágenes de la gran final disponibles aquí.

Datos de contacto:

Nota de prensa publicada en:

Categorías: [Internacional Marketing Emprendedores Recursos humanos Premios Universidades](#)

NotasdePrensa

<https://www.notasdeprensa.es>