

Global Marketing Competition, el mayor concurso empresarial para estudiantes a nivel internacional, ya tiene ganadores

EL EQUIPO FORMADO POR ALUMNOS DEL INDIAN INSTITUTE OF MANAGEMENT BANGALORE DE INDIA SE PROCLAMÓ VENCEDOR DE LA COMPETICIÓN EMPRESARIAL, RECIBIENDO UN PREMIO DOTADO CON 6.000 EUROS Y UN MÁSTER ESPECIALIZADO DE ESIC PARA CADA UNO DE SUS MIEMBROS

6 EQUIPOS ALCANZARON LA FINAL ENTRE MÁS DE 1.957 FORMADOS POR 4.635 ESTUDIANTES DE 860 UNIVERSIDADES Y ESCUELAS DE NEGOCIOS DE 81 PAÍSES, DEMOSTRANDO SUS HABILIDADES ANTE UN JURADO DE EXPERTOS PROFESIONALES

Ayer se celebró en la Ciudad Grupo Santander de Boadilla del Monte (Madrid) la gran final de la 19ª 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, seis equipos finalistas, de entre más de 4.635 participantes y 1.957 equipos pertenecientes a 81 países diferentes, defendieron ante un jurado de expertos profesionales 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 55.000 estudiantes, 2.000 empresas y universidades y escuelas de negocios nacionales e internacionales forman parte de los 19 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.

En esta edición, el equipo formado por Srinivas Praveen Mokkalpati, Ravi Kiran Cheni y Kaustubh Nilesh Sathe del Indian Institute of Management Bangalore de India (IIMB) se proclamó vencedor del concurso empresarial y recibió un premio dotado de 6.000 euros y un máster especializado en ESIC para cada miembro del conjunto.

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 Ravi Kiran Cheni, valorando un esfuerzo “recompensado con creces”. Por su parte, Kaustubh Nilesh Sathe 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 compuesto por Robin Garg, Disha Sharma y Devansh Baghel, alumnos del Goa Institute of Management de India (GIM) que fue segundo en la clasificación con un premio de 4.000 euros, y al tercer finalista, el formado por Elena Sardinero Piqueras y Pedro Solís Marín, alumnos de ESIC y de la Universidad Rey Juan Carlos de Madrid respectivamente, que recibió un premio dotado con 3.000 euros.

En cuarto lugar quedó el equipo compuesto por Jonnathan Santiago Rivadeneira Zamora, Joselyne Madeline Márquez Aguilar y Erick Paul Murillo Delgado de la Universidad Católica Santiago de Guayaquil (Ecuador) con un premio especial de 2.000 euros, mientras que el equipo de Darya Kudacheva y Yulia Dudakova, alumnas de la Novosibirsk State Technical University de Rusia, obtuvo el quinto puesto recibiendo un premio de 1.500 euros. Por su parte, Juan Pablo Gu Ku y Luis Eduardo Lavalle Lavalle, alumnos de la Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas y de la Universidad Nacional Mayor de San Marcos de Perú respectivamente, se alzaron con el sexto puesto con un premio dotado con 1.000 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”.

Simón Reyes Martínez Córdova, director 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”.

José Manuel Moreno Alegre, subdirector general adjunto de Banco Santander y director global de Proyectos Corporativos de la División Global 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. De manera figurativa, 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, un acierto.”

Banco Santander ha respaldado la iniciativa en el marco de colaboración que mantiene con ESIC a través de su División Global Santander Universidades a través de 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 Ana Delgado, directora general de ABC, “el simulador empresarial ha evolucionado a nivel geográfico y tecnológico con el mercado convirtiéndose hoy en día en un instrumento muy valioso para los jóvenes estudiantes de todo el mundo porque les aporta una visión estratégica de la empresa”.

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.

Más información

Galería completa de imágenes del evento

Datos de contacto:

ESIC

Nota de prensa publicada en:

Categorías: [Marketing Premios Universidades](#)

NotasdePrensa

<https://www.notasdeprensa.es>