

REUNION DEL CLUB REGIONAL DE ANTIGUOS ALUMNOS DEL IAE



POR UNA NUEVA CULTURA EMPRENDEDORA

Más de cincuenta empresarios, pertenecientes al Club Regional de Antiguos Alumnos NOA del IAE Business School, se reunieron en un hotel céntrico para participar de las jornadas de Cultura de Calidad y Competitividad, a cargo del profesor Fausto García.

El encuentro contó con la participación del primer mandatario provincial, Juan Manuel Urtubey; el decano de la prestigiosa universidad, Marcelo Paladini; el director de Antiguos Alumnos, Ernesto Ruete Güemes; y el presidente de la región NOA, Juan Manuel Collado. También concurren ex alumnos de la institución oriundos de Salta, Tucumán

y Jujuy. Esta reunión fue pensada para generar un ámbito que promueva la formación de una cultura emprendedora más fuerte, que fortalezca el nuevo liderazgo empresario.

En su alocución Urtubey destacó que "el Gobierno de Salta ofrece su apoyo para cualquier emprendimiento que se realice en la región y que tienda a revertir condiciones de inequidad".

A renglón seguido, el gobernador remarcó que "con el IAE, venimos trabajando y logramos establecer una alianza estratégica que nos está dando muchas satisfacciones". En este sentido anunció la elaboración del Plan Estratégico de 20 años "que quedará como un legado para los salteños y servirá para la formación de líderes públicos.

A su turno, Marcelo Paladini aseguró que "la intención de la universidad es la formación de líderes para lo público, la formación de formadores, de gente buena que enseñe cosas buenas. Que





redes sociales virtuales", señaló. "Calidad es sinónimo de satisfacción, percepción, más expectativas. Si la percepción es alta, la satisfacción también lo será y, sin dudas, el grado de percepción superará las expectativas" evaluó.

se cultive con rigor y relevancia, como así también el impulso en la capacitación de doctorados con destacadas universidades a nivel mundial, manteniendo altos valores éticos".

Por su parte, Juan Manuel Collado expresó que "para hacer sustentable el sistema capitalista, se está viendo la necesidad de generar más y mejores empresarios en los diferentes sectores de la comunidad. La única forma de generar riqueza de trabajo y mejores condiciones para la mayoría de la población es la creación de más empresas y desde el Club Regional podemos colaborar con esto". Además enunció los objetivos de la entidad que preside, que son los de volver a poner en marcha los programas de posgrado, interactuar con otras redes sociales de valor e invitar a personalidades del ámbito público y empresario. "Tenemos que ser conscientes de que podemos ser factores de cambio, contamos con la preparación y la experiencia y debemos bregar por el bien común", definió el directivo.

"Por ello, es importante trabajar en las expectativas del cliente mejorando sus percepciones, su vivencia con el producto o servicio", explicó García.

También destacó que se tiene que "mejorar la experiencia del servicio, creando compromiso, dando la posibilidad de elegir y proponer rituales que busquen la fidelización". "La ambientación y el



confort ayudan a lograr una buena impresión en el cliente y otorgan grados de valor. Así un producto logra diferenciarse del resto". Al respecto, García citó un estudio efectuado por el Circo Du Soleil, el cual concluye que los elementos que influyen en las emociones básicas que generan lealtad al producto no eran los más costosos, como una alta inversión en asientos y comodidades, sino la interacción de los artistas con el público, que influía en su comportamiento emocional. Además, el académico aseveró que "no sólo se tiene que trabajar sobre el cliente, sino también en la experiencia interna del personal que provee el servicio, sobre todo los que tienen más contacto con el cliente, a quienes es mejor segmentarlos de acuerdo con su perfil, así se termina de cerrar el círculo". &

GESTION DE CALIDAD

Durante las jornadas, a cargo del profesor de Operaciones y Tecnología de la Universidad Austral y miembro de Euroma (European Association for Operations Management), Fausto García, éste se refirió a la cultura de la calidad, la competitividad y la gestión de la experiencia. "El cliente tiene el poder increíble del boca a boca, que ahora se potencia con las

