

«El sueño es que la escuela tuviera un carácter internacional»

Enrique Riesgo Lázaro Director de la Escuela de Verano de Siero (Evades)



«Cuando un país invierte en cultura emprendedora, esa gente se queda en el territorio y echa el resto para que su proyecto tenga éxito en su región»

GIJÓN. Enrique Riesgo Lázaro (Ferrolera, 1967) es licenciado en Económicas por la Universidad de Oviedo y completó sus estudios con una beca Erasmus en Bari y en la London School of Economics. También fue profesor en la Dublin City University y en EE.UU. En 1998 fundó la empresa Fida Consultores y es director de la Escuela de Verano de Siero (Evades) desde su creación en 1997, que organiza la asociación Marco. Preside desde hace 16 años el Club de Marketing de Asturias y desde hace cinco años la Federación Española de Marketing, cargos que dejará en diciembre.

—¿Cómo se está desarrollando la presente edición de Evades?

—Se han hecho ocho cursos presenciales y tres de 'e-learning' con los grupos habituales de entre seis y doce alumnos. La media anda en torno a los nueve o diez, lo que permite un clima de complicidad y el 'networking'. Se establecen más lazos de cooperación entre los participantes, porque hay más capacidad de conocerse, y también se pueden hacer cosas más a medida del alumno. Como los títulos y las temáticas de los cursos son tan especiales o distintos, el interés que concentran suele ser de grupos pequeños. Estamos en la línea de los últimos tres o cuatro años con una proyección en torno a los 340 participantes para 2016.

—¿Cómo logra Evades sobrevivir durante 19 años con escaso presupuesto?

—Pues con voluntarismo, cooperación y capacidad de hacerlo 'low cost'. Voluntarismo, porque se tira de la colaboración y del esfuerzo de gente tanto en el 'staff' organizativo como en las jornadas y asociaciones para las jornadas. Cooperación, porque la marca que tiene Evades facilita a algunos de los profesores ganar en notoriedad. Y en el tema 'low cost', la escuela con que cubra costes de la publicidad y de pagar a los profesores es suficiente. La escuela sobrevive porque es de mínimos.

—Si hubiera dispuesto de mayor presupuesto, ¿hacia dónde habría dirigido la escuela?

—El sueño es que la escuela de verano tuviera un carácter internacional. En su mejor momento, en los años 2010 y 2011, llegó a tener 560 participantes, por lo que era la escuela de



El director de la Escuela de Verano de Siero, Enrique Riesgo Lázaro. :: PABLO NOSTI

verano de mayor asistencia del norte de España, descontando la Universidad Menéndez y Pelayo. Nos gustaría poder traer a gente de relieve internacional para compartir conocimiento, pero eso no se puede hacer con voluntarismo, cooperación y 'low cost'. En algunos casos, hay gurus que les cae bien una causa y vienen sin cobrar, pero la mayoría tienen un caché y eso solo se puede hacer con presupuesto. Mientras estemos en esta situación, al tener ya una marca y una imagen consolidada, pues a mantenerla para que siga existiendo. Y cuando haya posibilidad, tanto de ayudas públicas como de patrocinios privados, pues seguiremos atacando ese objetivo.

—¿Nos puede anticipar alguna idea para la vigésima edición?

—Espero estar ayudando a quien presida, por tanto no sé quién estará en primera fila y dónde me pondrá a trabajar. En estos veinte años he pasado unos ponentes, que igual enton-

ces no eran tan famosos, ni habían escrito tantos libros, pero que ahora sí tienen un gran caché internacional. Por ejemplo, Matti Hemmi, Belén Varela, Fernando Botella, David Cuesta, Marcos Urarte, José Antonio Carazo, Jaime Izquierdo o Javier Iriondo. Todos ellos quedaron vinculados emocionalmente y les gustó el clima de Evades, y algunos van a venir sin cobrar lo que ahora cobran. Y luego queremos elaborar un programa con una mayor participación de los agentes sociales y captar necesidades lo más ajustadas posibles.

—¿Qué balance haría de estos años al frente de la escuela?

—No hay que darse más importancia de la que tiene, es un granito más, porque en Asturias se han en muchísimas cosas a nivel cultural y formativo. Si te pones a mirar los datos —6.542 participantes, 317 profesores, 290 ponentes, etcétera—, son verdaderamente relevantes, pero me quedo con que hay una plataforma con-

solidada para compartir conocimiento, que es una cita del verano fija y estable y si eso sirve para mejorar el talento y el desarrollo del centro de Asturias, pues ese es el legado. Al final, en Asturias tenemos personas, paisaje, metal, turismo, gastronomía y nuevas tecnologías, pero esos seis ejes pivotan sobre las personas, y lo que hace la escuela es mejorar sus competencias.

—¿Por qué el marketing tiene tan mala prensa?

—Es por un mal uso de la palabra marketing. Se utiliza 'eso y puro marketing' queriendo decir que es una engaño. En la Federación Española de

Marketing hay un comité de directivos que se dedica a enviar una nota explicando qué es marketing cuando ve que hay un mal uso de la palabra por parte de alguna institución o medio de comunicación. Lejos de ser una engaño, es la disciplina o la ciencia que permite poner en contacto una marca, un producto o una persona con su entorno en un proceso de intercambio. Y eso es bueno 'per se': contactar para que la marca coja información del entorno y lance soluciones o propuestas que se adapten a ese entorno, eso es el marketing.

La imagen del empresario

—¿Por qué en España al empresario se le ve como a un enemigo?

—Por falta de cultura emprendedora. La escuela, la Universidad y los centros de empresas deben hacer todos los esfuerzos posibles en educación emprendedora y cuanto más juveniles, mejor. Cuando un país invierte en cultura emprendedora y en apoyo a emprendedores, esa gente se queda en el territorio y echa el resto para que su proyecto y su sueño tengan éxito en su concejo o región, con lo cual es una inversión a largo plazo para generar empleo y riqueza. Es obvio que hay que invertir en emprendimiento.

—¿La Universidad está preparada para formar emprendedores?

—La Universidad ha cambiado y evolucionado en contacto con la empresa y con el mundo del emprendedor, pero todavía tiene que hacer esfuerzos grandes. Cada sucesivo equipo rectoral va acercándose a lo que debería ser, pero todavía va quedando.

—¿Cómo puede afrontar un profesional la sobredosis de tecnología imperante?

—Siendo selectivo. Hay que seleccionar y especializarse en aquellas herramientas tecnológicas que te aporten valor en tu terreno profesional, porque querer ir al día con todo, dados los continuos avances y su vasta dimensión, es prácticamente imposible.

—¿Cuáles son las claves para conseguir el rendimiento óptimo de un trabajador?

—La primera clave es la motivación. Ninguna persona da el mejor rendimiento si no se cree que lo que está haciendo merece la pena en cualquier disciplina, me da igual que sea un trabajador por cuenta ajena, autónomo, funcionario o becario. Y para que se lo crea tiene que ver futuro, proyecto, crecimiento personal y profesional e involucración. Y esto nace de la confianza. Cuando una persona recibe confianza, lo que devuelve es compromiso y es cuando entrega rendimiento, productividad, esfuerzo, mejora continua, reciclaje formativo, actualización tecnológica, etcétera.

—¿Y cree que eso sucede en general en las empresas?

—No tanto. Esta acción-consecuencia, que es evidente y que está demostrada en estudios y por gurús, resulta que, al ahora de la verdad, nos cuesta ponerla en práctica a las empresas. Creo que hay que hacer la pedagogía de los números, sacar el coste de la no productividad, la no motivación o el no compromiso. Ver el valor añadido de una persona no comprometida frente al valor añadido de la persona que sí produce y que la empresa vea que le conviene invertir en el valor añadido de la persona productiva.

«La motivación es la primera clave para conseguir el rendimiento óptimo de un trabajador»