

MANAGEMENT 04

Cinco reflexiones para disfrutar con la innovación por Franc Ponti, profesor del departamento de Dirección de Personas de EADA.

ENTREVISTA 08

Joan Majó, Director General de la Corporació Catalana de Radio i Televisió (CCRTV), "La innovación no se puede dejar a unos pocos visionarios".

BREVES EADA 12

*Euro*MBA* celebrated its tenth anniversary
Acuerdo con la asociación de Bussiness Brokers
El decano de EGADE visita EADA

EADA CLUB 24

Antiguos Alumnos
Beneficios de Eada Club
Who is Who?
El día después



EADAVIEW

| Epoca II Formació y Empresa | Número. 07 | Septiembre 2006 | 3€

Joan Majó,
Director General
de la Corporació
Catalana de Ràdio
i Televisió (CCRTV)

Convocatoria de Programas 2006 / 2007

MBA's y MASTERS,
EXECUTIVE EDUCATION,
FORMACIÓN A MEDIDA
Página 17





PISOS PENSATS



David Parcerisas
Director General de EADA

EADAVIEW

Edita:
EADA
c/ Aragó 204
08011 Barcelona
Tel. 93 452 0844
www.eada.edu
info@eada.edu

Editor:
Jonas Ljunggren
jljunggren@eada.edu

Colaboradores:
Anna Martín, Amor Pujol, Amparo Miranda, Franc Ponti, Imma Tortajada, Isabel Berasategui, Guillermo Bejarano, Montse Banyuls, Carmen Gracia, Marlene Aguilar.
Ilustración: Oscar Martínez

Diseño y Coordinación Editorial:
Sponsorship&Events SL
c/ Pedró de la Creu, 3
08017 Barcelona
Tel. 93 204 2066
www.esponsor.org
info@esponsor.org

Publicidad:
Julio Burriel
julio@esponsor.org
Tel. 93 204 2066

Depósito Legal:
B-39.718-2004

Esta publicación no comparte necesariamente las opiniones expresadas en los artículos firmados de la misma. Prohibida la reproducción total o parcial sin la autorización expresa del editor.

Tirada de este número:
28.000 ejemplares

FE DE ERRATAS

En el número 6 de Eada View de Mayo 2006, dábamos cuenta de la publicación del libro "Fundamentos de análisis financiero" escrito por varios profesores del departamento de Contabilidad y Finanzas de EADA. Por un error, en la relación de autores citados omitimos el nombre del profesor Joan Ors. Así los autores del citado libro son: Joan Gallés, Joan Ors, Rafel Sambola y Eliseu y Pol Santandreu.

Una sociedad disléxica

Hace algunas semanas, quizás cuando llegue a sus manos este número de EADAVIEW ya sean un par de meses, leíamos con aparente sorpresa y temor el anuncio del cierre definitivo de una factoría de la empresa Braun en Esplugues de Llobregat. Cierre socialmente preocupante, porque deja sin trabajo a unos 700 trabajadores. Es otro episodio más de la tan denostada deslocalización de empresas. Los mismos días en que esto ocurría, también era portada la noticia de la inauguración de un nuevo centro de investigación de la empresa farmacéutica Almirall en Sant Feliu de Llobregat, a escasos kilómetros de Braun.

Almirall ocupa en su centro de investigación a más de 400 personas. Desgraciadamente, es evidente que los trabajadores de Braun no pueden ocupar los puestos que genera Almirall, ya que existe una gran diferencia entre los perfiles profesionales que se requieren para cubrir unos u otros puestos de trabajo. Curiosamente, o no tanto, mientras la noticia negativa de Braun continúa moviendo la cola en los medios de comunicación, no he vuelto a leer nada más sobre el centro de investigación de Almirall. Deduzco que sencillamente están trabajando.

Coincidiendo en el tiempo, un familiar me mostraba una enorme caja de cartón que acababa de comprar en una conocida cadena de supermercados. Contiene tres pequeños electrodomésticos, me decía eufórica: todo por el interesante precio de ¡20 euros!... Efectivamente abrimos la caja y dentro había no uno, sino tres aparatos: cafetera, minipimer y batidora. Después de tantos años de dedicación a estos menesteres de la gestión de empresas, aposté sobre seguro vaticinando que debían estar fabricados en China. La apertura de la caja y de los electrodomésticos lo confirmó.

¿Podemos quejarnos de la deslocalización de empresas cuando al actuar como consumidores buscamos precisamente los productos más baratos? O somos consumidores locales, proteccionistas con nuestras industrias nacionales, encerrados en nuestra pequeña comunidad, o somos consumidores en un mundo globalizado y buscamos la mejor oferta del mercado. Seguro que lo que ganamos por un lado implicará pagar algún precio por el otro. Pero por favor, no seamos disléxicos y seamos coherentes. Una sociedad no puede intentar proteger su industria si ésta no es competitiva a nivel mundial, y esto es especialmente cierto cuando en esta misma sociedad al actuar como consumidores queremos lo mejor, al precio más bajo posible, sin preguntarnos de dónde viene o dónde se ha fabricado. La globalización no hay quien la detenga. Así que en lugar de dedicar tiempo y recursos a salvar lo incurable, dirijamos nuestra mirada hacia el ejemplo de Almirall. Seguro que tenemos mucho que aprender. |

David Parcerisas

¡Pasión por innovar! Cinco reflexiones para disfrutar con la innovación

Por Franc Ponti

Este artículo plantea la innovación como una necesidad. Al mismo tiempo, afirma sin remilgos que una empresa es innovadora cuando apuesta por las personas, por las actitudes creativas y por poner pasión a todo lo que hace. Sólo de esa manera se pueden transmitir las emociones positivas a los clientes.

El discurso de la innovación, hay que decirlo, está de moda. Casi todas las empresas quieren ser percibidas como creativas e innovadoras. Algunas han decidido tomar el atajo del simulacro y afirman que son organizaciones innovadoras sin realmente serlo. Practican una engañosa publicidad de la innovación.

Otras empresas, algo confundidas, interpretan erróneamente que para ser innovadoras deben estar vinculadas a la tecnología, y entonces piensan que eso de la innovación no va con ellas. Craso error: la innovación es la aplicación exitosa de ideas creativas y originales. Por tanto, todo el mundo puede innovar. Escuelas de dirección de empresas, partidos políticos, bufetes de abogados, tiendas de muebles, organizaciones no gubernamentales... Los procesos de innovación van más allá del I-Pod de Apple o de la investigación en biogenética. Eso también es innovación, claro está, pero se puede innovar en servicio al cliente, en productos no tecnológicos, en procesos, en estrategia empresarial y en un sinfín de cosas más.

Ser creativo e innovador es mucho más que descubrir secretos tecnológicos: es una actitud vital, una pasión. Las cinco reflexiones que el lector encontrará a continuación pretenden introducirle al apasionante mundo de la creatividad y la innovación.

Primera reflexión: del océano rojo al océano azul

Los profesores Kim y Mauborgne, en su célebre libro *"La estrategia del océano azul"*, han dado en el clavo: para ser innovador, hay que explorar terrenos no hollados, en los que la competencia brille por su ausencia. En los océanos rojos todo el

Todo el mundo puede innovar. Escuelas de dirección de empresas, partidos políticos, bufetes de abogados, tiendas de muebles, organizaciones no gubernamentales...

Los valores vinculados a la innovación no pueden ser interpretados como mandamientos que hay que llevar a cabo cueste lo que cueste. Los valores no se transmiten racionalmente, sino a través del ejemplo.

mundo compite desafortunadamente por un pedazo de mercado. Pero la escasa diferenciación y el exceso de oferta provocan que el agua del mar se tiña de sangre roja. Una empresa que inventa o descubre un océano azul rompe esa dinámica de ultracompetitividad y es capaz de destacar por hacer algo, muy bien hecho, que nadie más hace. Son los casos paradigmáticos de empresas o productos como el Cirque du Soleil, Swatch, Starbucks Coffee, Ikea, el Servicaixa o Harry Potter, por poner sólo algunos ejemplos. En nuestro país, no vaya el lector a creer, también hay océanos azules: la UOC, Inditex (Zara, Massimo Dutti, etc.), la "Marató" de TV3...

Las buenas noticias son que cualquier empresa puede descubrir terrenos inexplorados para expandirse en procelosos océanos azules. Para ello es imprescindible querer hacerlo, tener mucha imaginación, ganas y... ¡liderazgo!

Segunda reflexión: sin liderazgo no hay innovación que valga

Los valores vinculados a la innovación no pueden ser interpretados como mandamientos que hay que llevar a cabo cueste lo que cueste. Los valores no se transmiten racionalmente, sino a través del ejemplo. Por esta razón es tan importante, esencial, que la propiedad o la dirección de una empresa crea realmente en la innovación. Sólo a través de ese canal interpretará el resto de personas de la empresa que hay una visión de futuro centrada en innovar, en ser distintos, insólitos, especiales.

Mal comienza una empresa que pretenda innovar solamente por imperativos de mercado. Eso puede ser la necesidad. Pero para convertirse en una corporación innovadora hacen falta muchas más cosas: visión, estrategia, personas, actitud, ilusión... Como afirma el profesor Boyatzis, el liderazgo debe emitir mensajes que resuenen positivamente en las mentes y los corazones de todo el mundo. La innovación es un canto. Y el líder, el director de orquesta. Pero cuidado: a diferencia de las economías de lógica industrial, los músicos ya no son personajes dóciles y amaestrados. Cada músico posee un conocimiento genuino y creativo de su instrumento. Y ese músico sólo afinará si se siente bien tratado, si está en razonable armonía con su empresa. Es la economía de la innovación.

Tercera reflexión: ¡Gente creativa, por favor!

Para innovar se necesitan muchas cosas: creer en ello, invertir, asegurar los procedimientos y un sinfín de elementos más. Pero todo ese esfuerzo puede ser baldío si adolecemos de personas y equipos creativos. La creatividad no es un lujo, es una auténtica necesidad. Ser creativo es cooperar, cada uno desde su perspectiva, en un proyecto común que necesita constantemente de nuevas ideas y planteamientos de cambio. Por añadi-

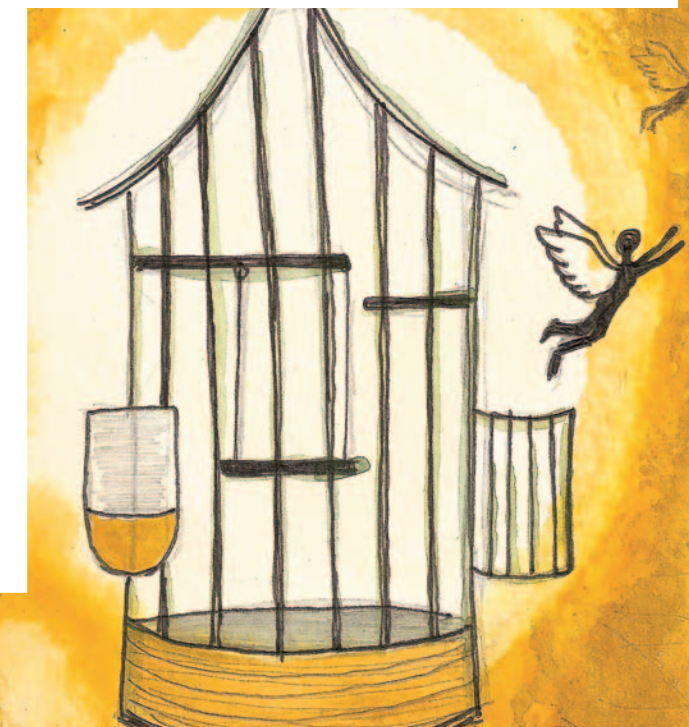
dura, la creatividad no es patrimonio de nadie. Todos somos razonablemente creativos y, si queremos, podemos serlo más. La creatividad es una actitud, un aprendizaje, un camino. Por esa razón es tan fundamental que en una empresa haya el máximo número posible de personas creativas. ¿Tan mal valoran algunos sus puestos de trabajo cuando afirman que "para hacer lo que yo hago no hay que ser creativo"? Las personas no estamos hechas para estar encerradas en jaulas. Necesitamos abrir la puerta de la jaula y, lo más importante, volar.

Estimular la creatividad a través de entornos favorecedores, contratar a personas diferentes e intrépidas, hacer mucha formación con sentido estratégico, incentivar las ideas innovadoras, permitir los errores dentro de unos márgenes, pueden ser prácticas cotidianas que desarrollen, poco a poco, una cultura de la innovación. Las empresas vuelan si permiten que sus integrantes vuelen.

¿Tan mal valoran algunos sus puestos de trabajo cuando afirman que "para hacer lo que yo hago no hay que ser creativo"? Las personas no estamos hechas para estar encerradas en jaulas. Necesitamos abrir la puerta de la jaula y, lo más importante, volar.

Cuarta reflexión: aprender a innovar

Una vez contamos con liderazgo, personas, equipos y mentalidad creativa, hay que aprender a innovar. ¿Cómo se hace? Simplemente, escuchando a quienes han aprendido a hacerlo bien. Abriendo los ojos y mirando ejemplos de organizaciones innovadoras: 3M, Nokia, Microsoft, The Body Shop, Google, Mango, AUSA... A partir de ahí lo importante es no copiar, sino adaptar. Ser capaces de desarrollar un modelo propio, genuino,



PERFIL



Franc Ponti
Profesor del departamento de dirección de personas de EADA.

Franc Ponti es licenciado en humanidades (UOC) y diplomado en dirección de personas y en dirección general (EADA). Además, es Master en Sociedad del Conocimiento por la UOC, institución en la que está cursando el programa de doctorado. Es profesor a plena dedicación del departamento de dirección de personas de EADA y está especializado en negociación y conflicto, así como en creatividad e innovación. Trabaja con empresas líderes en proyectos de consultoría estratégica. En el año 2001 publicó *La empresa creativa* (Editorial Granica, 3ª edición), y está a punto de publicar, junto a Xavier Ferràs, *Pasión por innovar* con la misma editorial. Es también autor de *Los caminos de la negociación* (2ª edición, 2002), *¿Qué hace Buda en mi empresa?* (2003) y coautor de *Ampliando el pastel: tres casos sobre la dinámica de las negociaciones* (2004) y *Tanto creces, tanto vales: propuestas sobre crecimiento personal* (2005).

Franc Ponti ha aprendido cientos de cosas sobre creatividad e innovación fijándose en su entorno y en las cosas que le gustan: desde Peter Gabriel hasta los aromas del Body Shop, pasando por la filosofía de Michel Foucault, las desconcertantes pinturas de Magritte o su gato Cuco. Franc Ponti es un apasionado de la diversidad metodológica en la formación empresarial. Ha trabajado con músicos, profesores de Aikido, monjes budistas, expertos en outdoor training, artistas, etc.

Franc Ponti es profesor visitante de un gran número de escuelas y universidades de todo el mundo: Leon Kozminsky (Varsovia), Asian Institute of Technology (Bangkok), Audencia (Nantes), Nimbas (Utrecht), Barna (República Dominicana), Henley Management College (Londres), etc.



que a su vez no pueda ser enteramente copiado. Es importante dominar el proceso de la innovación y ello implica poder explicarlo.

Para innovar con ciertas garantías de éxito es importante alinear las acciones creativas con los objetivos estratégicos, escuchar a los clientes de forma sistemática, dialogar con los grupos de interés de nuestra empresa, organizar la comunicación interna para abonar la fertilización cruzada de ideas, sistematizar los procesos de innovación, recompensar la actividad creativa e innovadora, designar responsables y órganos de gestión de la innovación y cruzarlos con la estructura organizativa base, desburocratizar procesos y, en especial, ilusionar a la gente.

Hay que aprender a innovar: ¿Cómo se hace? Simplemente, escuchando a quienes han aprendido a hacerlo bien. Abriendo los ojos y mirando ejemplos de organizaciones innovadoras.

Quinta reflexión: ¡Pasión por innovar!

Llegamos al punto clave: la creación de una cultura innovadora, donde las personas disfrutan con su trabajo y se apasionan día a día con los nuevos retos. Una empresa sana, en la que los problemas e inconvenientes se afrontan sin remilgos y se resuelven de forma creativa. Una organización diferente de las demás, por el brillo de los ojos de sus integrantes, por la calidez de sus sonrisas, por el nerviosismo propio de las grandes aventuras que impera por cualquier rincón... Hemos convertido la creatividad y la innovación en hábitos, en características esenciales de nuestro negocio. Bienvenidos, apasionados. Bienvenidos al reino de la innovación. |

Futuro & Competitividad

Vive la experiencia de realizar un programa de

Dirección General

PDEF

Para Pymes Familiares

PDG

Para Pymes No Familiares

Inicio de programas Octubre 2006

EADA es un Centro de Desarrollo Directivo reconocido a nivel nacional e internacional como una de las 4 mejores escuelas de Negocio en España*.

EADA ofrece 50 años de experiencia en formación de directivos.

EADA C/ Aragón, 204 934 520 844
pyme@eada.edu, www.eada.edu

Acreditaciones Internacionales



*Financial Times – 2005



Entrevista a Joan Majó, director general de la Corporació Catalana de Ràdio i Televisió (CCRTV).

“La innovación no se puede dejar en manos del poder visionario de unos pocos”



La trayectoria empresarial y política de Joan Majó ha estado marcada por la innovación. Fue ministro de Industria y Energía en la época de la reconversión industrial y el ingreso de España en la CEE. Como responsable de área de telecomunicaciones e informática de la Comisión Europea, participó en la elaboración del Libro Blanco de Delors y del Informe Bangemann. Además fue alcalde de Mataró, su ciudad natal. En cuanto al mundo empresarial, fundó y presidió la empresa Telesincro que durante la década de los sesenta fabricó los primeros ordenadores que se han diseñado en España. También ha sido presidente de Olivetti España, Nisa y Techfoundries. Es doctor ingeniero industrial y ha estudiado Ciencias Políticas.

A lo largo de su historia la CCRTV se ha distinguido por su carácter innovador ¿Cuál es la estrategia de innovación de la CCRTV?

Tanto TV3 como Catalunya Ràdio representaron desde su nacimiento una apuesta por la novedad en el panorama audiovisual en que surgieron. Su programación fue innovadora, su estilo nuevo y su diseño rompedor. Por tanto, es cierto que hablar de innovación en nuestro Grupo no es una moda pasajera. Pero el panorama audiovisual ha cambiado mucho en estos 20 años. Innovar hoy, no consiste solamente en programar mejor, sino en gestionar mejor, en comunicarse mejor, en aplicar mejor todas las oportunidades tecnológicas, y en último término en definir nuevas estrategias, inventar nuevas líneas de negocio, descubrir nuevas oportunidades. El tema es suficientemente complejo e importante como para no poder dejar la innovación en manos de la improvisación y el poder visionario de unos pocos.

De hecho, la Corporación ha descubierto, como muchas otras empresas y organizaciones que quieren ser excelentes, que ahora es el momento de “gestionar” la innovación. De planifi-

carla. De extenderla a todos los estratos profesionales. La innovación históricamente se ha debido a la creatividad e iniciativa de las personas pero ahora queremos sistematizarla y provocarla.

¿Y cómo se consigue?

Hemos puesto en marcha en nuestro Grupo un Plan de Gestión de la Innovación (nuestro PGI). Contamos con un jefe y un departamento de innovación que pretende, no sólo potenciar la creación de productos audiovisuales nuevos, de productos tecnológicos nuevos y de procesos organizativos nuevos, sino además implicar en la labor a todas las personas con talento

Para ganar dinero en primer término hay que hacer un producto más barato que la competencia. Si no es posible, hay que hacerlo mejor y si no, hay que hacer uno nuevo.

de la organización, que son muchas. Iniciativas innovadoras siempre han existido pero a lo mejor acababan muriendo. Ahora la empresa está convencida de que cualquier iniciativa, puede ser aceptada o no, pero lo que es seguro es que tiene que ser analizada.

En una empresa como la CCRTV la creatividad es la esencia de su actividad, ¿pero la experiencia de TV3 es extrapolable a otras empresas?

Cierto que las empresas de nuestro Grupo son un poco especiales en cuanto a su necesidad de ser creativas. La creatividad está ligada a la esencia de nuestro producto. Pero no creemos que seamos diferentes de otros campos productivos. ¿No ha de ser creativa una empresa que se dedica a confeccionar buenos vinos? ¿O una empresa que fabrique coches?.

Hasta que las empresas no se vean en la necesidad de invertir en I+D+i para obtener beneficios, no lo harán. El problema es que cuando se lo planteen ya no podrán. Hay que anticiparse.

Hemos conocido, mientras hemos estudiado cómo implementar un plan de gestión de la Innovación en la CCRTV, la experiencia de muchas otras empresas y, la verdad, no creemos que la creatividad y la gestión de la innovación sea patrimonio de unas más que de otras. Hemos tenido contactos con empresas del ramo de la alimentación, de las TIC, empresas farmacéuticas, empresas del ramo del transporte... y hemos constatado que su pasión por la innovación no está ligada al campo industrial al que pertenecen, sino a la convicción de sus líderes de que su futuro depende de su capacidad creativa, de sus respuestas a los retos del entorno y del análisis permanente de las necesidades de sus clientes.

¿Cree que las empresas españolas están innovando?

Buena parte de ellas sí están preocupadas por la innovación. De una forma simplificada, hay que plantearse que para ganar dinero, en primer término, hay que hacer un producto más barato que la competencia. Si no es posible, hay que hacerlo mejor y si no, hay que hacer uno nuevo. Durante muchos años, en España, la competitividad se basaba en fabricar más barato. Es la situación en la que ahora están muchos países del tercer mundo. Después se pasa a la segunda etapa, la de fabricar productos de calidad y los que van por delante, como los nórdicos y los estadounidenses, crean nuevos productos. Siendo ministro, en los años 80, me llevé una sorpresa cuando el Secretario de Estado estadounidense me dijo que Estados Unidos había decidido dejar de fabricar televisores en un par de años porque era un producto del pasado. Y así lo hicieron. En España muchas empresas ya han pasado a la segunda etapa pero todavía no somos los innovadores. Muchos de los países que fabrican barato ya están añadiendo calidad por eso tenemos que ponernos a crear nuevos productos.

En la Cumbre de Barcelona, los jefes de la UE acordaron invertir un 3% del PIB en I+D+i. Sin embargo en Europa y sobre todo en España aún estamos lejos de ese objetivo. ¿Por qué cuesta tanto que las empresas aumenten la inversión en I+D+i?

En la época de la Cumbre de Lisboa, yo estaba trabajando en Bruselas para la Comisión Europea, y por tanto preparé algunos de los documentos para la Cumbre. No es un secreto, porque lo he contado otras veces, que la cifra del 3% fue una propuesta personal mía. Con una perspectiva de 10 años hay que convenir que la propuesta era atrevida porque representaba un esfuerzo importante. Siempre pensé que era un reto difícil, pero la verdad es que el resultado ha quedado muy lejos de las expectativas. En el caso español, mi propuesta era que alcanzáramos un 2% (el 3% era la media europea) y seguimos bloqueados alrededor del 1%, una cifra que corresponde a lo que teníamos hace más de diez años...

La eliminación de los incentivos fiscales a la I+D+i en el proyecto de modificación del Impuesto de Sociedades no parece que vaya a ayudar a incentivar esa inversión...

Es verdad que eliminar incentivos no ayuda. Pero al mismo tiempo creo que aquellas empresas que dejen de invertir en I+D+i por que no haya incentivos, demuestran que no han entendido la importancia de esta inversión para su futuro y por lo tanto que se equivocan en su visión estratégica. ¿Son necesarios incentivos para que una empresa invierta en una buena campaña de publicidad? El origen de los incentivos a la I+D+i se basa en el hecho de que el esfuerzo en investigación de una empresa tiene efectos positivos en toda la sociedad (las “externalidades positivas”). El incentivo busca compensar esta externalidad, no animar al empresario... Si éste no está convencido de su necesidad, tenemos un problema.

Entonces, ¿de qué manera se puede incentivar la inversión en I+D+i?

Como principio de política industrial siempre he pensado que los incentivos fiscales negativos, es decir, las sanciones, ayudan pero los incentivos positivos son maquillaje. Las políticas son efectivas si tienen reflejo en la cuenta de explotación.





para ver el coste per cápita. En estos países el coste es de 40 a 120 € per cápita al año. Nosotros estamos en 47 € por cápita (60 € por catalán pero recuperando unos 13 € por publicidad) lo cual es aceptable. Sale como una buena cena al año (bromea). Además, con la revolución que ha habido este año en el audiovisual, somos la única televisión que no ha perdido posiciones.

La TDT dibujará un nuevo escenario en el panorama televisivo, ¿Cómo afronta la CCRTV este cambio?

Supone un reto impresionante. La TDT no es sólo un cambio tecnológico. La transformación fundamental es que la televisión digital deja de ser sólo un receptor para ser también emisor. Entonces surge la posibilidad de la interactividad. Por ejemplo, cuando se emita un anuncio de un producto, además de verlo podremos comprarlo desde el sofá o solicitar más información. Por tanto la forma de ver televisión irá cambiando y los innovadores tendrán que crear nuevas ideas como por ejemplo hacer una porra en los partidos de fútbol.

Otro cambio y más importante es que se habrá acabado la necesidad de ver los programas cuando se emiten. Con un disco duro de 300 gigas dentro del televisor, el espectador podrá diseñar su propia programación, siempre sobre programas ya emitidos. Cada vez más seremos unos productores de contenidos a los que cada cual podrá acceder cuando quiera y de la forma que quiera. Las audiencias tendrán menos sentido. Actualmente

En el 86, cuando era ministro de industria y energía, algunos sectores industriales tenían miedo de la competencia europea al entrar en la Comunidad, entre otras cosas, por la diferencia del coste de la energía. Encargué un estudio a una consultora inglesa y vi que, efectivamente, en el escándalo de los productos fabricados en España el componente energético tenía un peso más importante que en los fabricados en el resto de Europa. Los industriales decían que era por el precio de la energía que fijaba el ministerio y me pedían una rebaja. Yo contesté que no era sólo por eso, sino también porque gastaban el doble. "Si os bajo el precio y seguís gastando igual no arreglaremos nada", les dije. Lo que hice fue subir el precio para que se espabilaran en gastar menos y dimos subvenciones para que cambiaran los procesos. Hasta que no se vieron obligados por su cuenta de explotación a ahorrar energía no lo hicieron.

Hasta que las empresas no se vean en la necesidad de invertir en I+D+i para obtener beneficios, no lo harán. El problema es que cuando se lo planteen ya no podrán. Hay que darse cuenta de que tienen que invertir cuando aún no lo necesitan, tienen que anticiparse. En definitiva, es necesario un cambio de cultura empresarial.

Esta lógica no rige para un ente público como la CCRTV?

Nosotros no tenemos un problema de cuenta de explotación sino de mantener la calidad y la innovación sin incrementar coste. No tenemos problema de costes porque ver la televisión es gratis pero hemos de tener la visión de que el servicio público lo sufragan todos los ciudadanos y tienen que pagar por ello un coste razonable. Hemos hecho una comparación con países europeos de nuestra dimensión (Noruega, Suecia, Dinamarca...)

Cuando hay que establecer un plan de gestión de la Innovación, es bueno contar con un "partner". De hecho, nosotros así lo hemos creído al tener a alguno de los profesores de EADA como nuestro principal colaborador.

ya hay momentos en que hay más personas viendo TV3 por internet que por televisión como pasó en el 11M. Ahora hemos creado una nueva emisora, iCat, que puede escucharse por radiofrecuencia pero que se descarga por internet. Está es la innovación más importante que hemos hecho en los últimos tres años.

La formación es clave para seguir una estrategia de innovación en la empresa, ¿qué papel juega una escuela de negocios como EADA en este sentido?

Creo que el papel de EADA lo han de definir ustedes mismos, no nosotros. Pero una cosa sí es cierta: cuando una empresa quiere establecer un Plan de Gestión de la Innovación, es bueno que tenga de "partner" a alguien que le ayude a modelar su plan, a establecer sus procesos, y a acompañarlo en su implementación y, muy especialmente, a organizar aquellas acciones formativas que ayudarán a los profesionales de la empresa a recorrer el camino con menos dificultades. Para ello, las escuelas de negocios pueden ser una buena solución. De hecho, nosotros así lo hemos creído al tener a alguno de sus profesores como nuestro principal colaborador. I

La industria del papel también se transforma

Más de cien años avalan la profesionalidad de Mollet Paper, empresa sucesora de la familia de Enric Cirici, al servicio del sector gráfico y del embalaje. El profundo cambio social e industrial que empezó a vivir España a lo largo de la década de los setenta provocó una reestructuración de la empresa familiar, hasta entonces centrada en su actividad intermediaria, que la llevó a convertirse en una sociedad mercantil dedicada a la representación / intermediación, compra y venta.



Una transformación acorde con los cambios sociales y económicos que siempre se ha reflejado en el equipo profesional de Mollet Paper, quien apuesta por la realización personal de quienes dedican parte de su vida al progreso de la empresa, y por la constante modernización en los sistemas y mecanismos de producción, así como en el servicio al cliente. En conclusión, una cultura empresarial compartida por todos los componentes de Mollet Paper, basada en el esfuerzo y en el libre desarrollo personal y colectivo de todos ellos, y en el cambio constante ligado a la imparable evolución de una sociedad europea liberal y competitiva.

Mollet Paper pone a su alcance una amplia y completa gama de papeles de los más importantes fabricantes mundiales, desde los conocidos como de embalaje hasta los de impresión y escritura. Además ofrece un servicio de almacén temporal para sus clientes, cumpliendo con su máxima: encontrar siempre los mecanismos y productos para dar el mejor servicio.

MOLLET PAPER, S.A.

C/ Mare de Déu del Coll, 43
08023 BARCELONA
Tel. 93 284 52 65 - 93 213 85 45
Fax 93 219 07 00
e-mail: molletpaper@molletpaper.com
www.molletpaper.com



The Euro*MBA distance learning programme celebrates its 10th anniversary

El Euro*MBA Executive Programme, organised by a consortium of European business schools including EADA, celebrated its tenth anniversary of innovation with a two-day event held in Barcelona on May 12 - 13.

The event took place at the EADA Residential Training Centre in Collbató, and brought together Euro*MBA professors, alumni, personnel as well as students who are currently on the programme. It included sessions on multicultural management and corporate responsibility as well as an informal networking afternoon in conjunction with a food tasting experience.

Launched in 1996 with just 13 participants, this innovative MBA programme for managers was the first of its kind to combine distance learning with residential modules and now boasts an extensive network of alumni from 21 different countries.

In March this year, the Euro*MBA was among the 25 distance learning MBA programmes chosen by the Financial Times as the best in the world. In a special supplement published by the newspaper, the programme figured among 13 distance learning MBAs selected in Europe, 11 in North America and 1 in Asia. |



The "Best workplaces in Spain 2006" ranking presented in EADA

The Great Place to Work Institute presented its annual survey in EADA on the 25 best companies to work in in Spain, according to the opinions of their employees. The ranking is carried out in 29 countries, 15 of them in Europe, and is regarded as the world's most significant and comprehensive workplace climate survey.

Montserrat Ventosa, general manager of Great Place to Work Institute Spain, explained the key factors the survey takes into account when evaluating the workplace climate: pride in being a part of the organisation, credibility and trust in management and camaraderie among fellow employees. The methodology consists of selecting a significant random sample of a company's employees who voluntarily agree to take part in the survey.

The best companies to work in share the following traits: they have less staff turnover, they are more productive, customers are more satisfied, they increase their sales and receive more qualified candidates. |

IV Job Fair

On May 4th, the IV EADA Job Fair brought together 22 large national and international companies from the industrial, pharmaceutical, financial, publishing, consumption and services sectors at the EADA Residential Training Centre at Collbató.

The inaugural lecture was given by Bill Faust, an expert in marketing and consultant, and Montse Ventosa, general manager of "Great Place to Work Institute".

The EADA Job Fair is a great opportunity for companies interested in recruiting candidates to come into direct contact with 200 participants from EADA MBA and Masters programmes as well as alumni. This year's edition drew participation from 19 companies: AUSA SA, Almirall, Decathlon, Ficosa Internacional, Grupo Damm, KPMG, Leroy Merlin, Mango, Morgan Stanley, Reckitt Benckiser, Michael Page International, Anuntis Segundamano, Serlab, Íntegra Recursos Humanos, Marcus Evans, Randstad Professionals, Taurus, Sodexho and The Colomer Group as well as 3 sponsoring companies: AEDIPE Catalunya, Matching Place and British American Tobacco Iberia. |

IV Edition of Expomanagement



Expomanagement: The 2006 European Management Exhibition and Congress opened its doors for the fourth year running last May with the aim of furnishing the world of management with new ideas. Leadership, the economy, strategic thinking, marketing and team work were some of the topics dealt with in the conferences given by the seven gurus invited to take part this year: Colin Powell, Jack Welch, Joseph Stiglitz, Garry Kasparov, Gary Hamel, Das Narayandas and Fernando Parrado under the heading "Ideas that generate ideas".

The congress was held on May 24-25 in the Palacio Municipal de Congresos in Madrid. Professors Franc Ponti and Lourdes Pérez were invited to take part in the conferences cycle. The B2B conference was given by Lourdes Pérez, Director of the EADA Marketing Academic Department who talked about the challenge of focusing on the market: Innovation and profitability. The Negotiation conference was given by Franc Ponti, professor of the EADA People Management Academic Department. |



Acuerdo con la Asociación Española de Business Brokers (AEBB)

El Departamento de Finanzas y Control de EADA ha llegado a un acuerdo con la AEBB para impartir conjuntamente un nuevo programa de Corporate Finance & Business Brokers que tendrá su inicio el 25 de octubre del 2006.

Dirigido a Directores Financieros de empresas y profesionales dedicados a la intermediación en la compraventa de compañías, tendrá una duración de 70 horas y será impartido por Gerard Duelo, Presidente de la AEBB, y Rafael Sambola, profesor del Departamento de Finanzas de EADA.

Entre los ponentes del programa intervendrán, Nuria Bosch (Directora General de la AEBB), Agustí Bou (Socio de JAUSAS Abogados) David Dinwoodie (Director Adjunto de EADA), Javier García (Vicepresidente de GD&A Business Brokers), Josep Mor (Socio fundador de JMOR Capital), Jordi Roig (Presidente de Iberia Consulting Group y miembro del Comité Ejecutivo de PIMEC), Tomás Eguren (Profesor del Departamento de Finanzas de EADA), Àngels Roqueta (Directora general de SUMA CAPITAL) e Inmaculada Sallent (Socio de JAUSAS Abogados). |

EADA participa el 9 y 10 de junio en Barcelona en el II Encuentro de Emprendedores Gallegos

Por segundo año consecutivo se realizó en Barcelona el "Encuentro de Emprendedores Gallegos", jornadas que pretenden reflexionar sobre la función que ejercen las empresas e instituciones gallegas en España y en el mundo y que fomentan las oportunidades de negocio. EADA fue la única escuela de negocios invitada por la organización.

David Dinwoodie, Director General Adjunto de EADA participó en la mesa redonda "Identidad y Economía: Responsabilidad Social Corporativa",

destacando los valores de identidad y cultura como elementos clave para la creación de empresas. "La diversidad cultural no es fácil de gestionar pero hay que saber sacarle provecho" subrayó.

Los otros participantes en la mesa redonda fueron: Maria Bastida, profesora de la Universidad de Santiago de Compostela; Joaquín Trigo, Director Ejecutivo de Fomento del Trabajo y Jordi Ollé, Socio Director de Ernst & Young en Barcelona que actuó como moderador.



En la sesión de tarde, Elkin Jaramillo, Director de Programas de Dirección General de EADA fue moderador de la mesa "Identidad y conocimiento. Gestión del capital intelectual en la Alianza". |





XXVIII Jornada de Empresas Asociadas en EADA

EADA organizó el 16 de mayo en Collbató, la XXVIII Jornada de Empresas Asociadas que reunió 100 representantes de las 300 Empresas Asociadas. En esta jornada se reflexionó sobre la implicación emocional en la toma de decisiones y el peso de los sentimientos en la dirección de una empresa.

David Parcerisas, director general de EADA, inauguró la sesión explicando la importancia de mantener contactos permanentes con los empresarios vinculados a EADA a través de las Empresas Asociadas.

La Jornada se inició con la conferencia "Una aproximación al mundo de las emociones" del escritor Luis Racionero. La siguiente intervención, "Pasión por la Innovación", estuvo a cargo de Franc Ponti, quien aseguró que la gestión adecuada de los sentimientos revierte en la innovación empresarial.

El siguiente expositor Jordi Assens, habló sobre "Crear una cultura de alto compromiso". Según Assens, "para que los trabajadores se sientan comprometidos con la empresa, ésta debe ser honesta y coherente entre lo que dice y lo que hace"

El último ponente, José Luis Bimbela, "¿Qué hago yo con lo que siento?", afirmó que el buen clima emocional mejora la productividad

La sesión la cerró la musicóloga y directora del grupo musical Gema 4, Odette Tellería, con una "experiencia Gospel".



Jaime Alonso, decano y fundador de EGADE, visita EADA

El Dr. Jaime Alonso Gómez ha estado en EADA con un grupo de participantes del MBA de la Universidad de San Diego (USD), integrante de una de las 10 Escuelas de Graduados en Administración y Dirección de Empresas (EGADE) que él impulsa y dirige desde el Instituto del TEC de Monterrey. En su haber, el puesto nº9 del Wall Street Journal y el nº1 del ranking Education Experience de The Economist, entre otros.

"Cuando decidimos europeizar el EGADE, apostamos por EQUIS y firmamos alianzas con diferentes instituciones y ahí apareció EADA". Según el profesor Gómez, "en lugar de batallar por ese reñido cuarto puesto a nivel nacional, EADA debería hacer una apuesta estratégica para convertirse en un *global player* y afianzar sus alianzas internacionales".

En los últimos 20 años ha visitado 40 países. "Al igual que las organizaciones, en la economía del conocimiento las grandes metrópolis compiten entre sí en cuatro áreas: innovación, velocidad de respuesta, diseño de soluciones o experiencias y creación de valor añadido". Destaca que Barcelona se puso en el *word of mouth* gracias a los Juegos Olímpicos y al Forum de las Culturas. "Paseando por las ramblas he oído diez lenguas diferentes y he constatado que la calidad de vida está por encima de la media europea, manteniendo la identidad catalana sin dejar de ser una ciudad cosmopolita".

Jocs Interempresas

El pasado 27 de junio, David Dinwoodie, Director General Adjunto de EADA entregó el Premio "Reina de los Juegos InterEmpresas" a la empresa DMR Consulting que fue la ganadora absoluta. Los Juegos InterEmpresas son un evento deportivo, con carácter solidario, organizado por Aula32 CONSULTING que se celebra anualmente en Cataluña y que está abierto a todas aquellas empresas que vean en el deporte una forma más de hacerse presentes en la sociedad.

Los Juegos InterEmpresas cuentan con el apoyo de la Secretaria General de l'Esport de la Generalitat de Catalunya, la Fundació Catalana per a

l'Esport, las Federacions Catalanes, y el sindicato CCOO, entre otras.

Aula32 CONSULTING está constituida por un equipo de más de 30 personas con estudios superiores universitarios y Masters en Dirección de Empresas (Executive MBA) por EADA.



Nuevos programas para el Desarrollo Directivo

En el mundo empresarial te enfrentas a nuevos retos todos los días. Para superarlos debes liderar personas y equipos. Lograr un alto nivel de implicación de los mismos con los objetivos de tu organización para así contribuir a su desarrollo. En EADA compartirás experiencias con profesionales de diferentes ámbitos y perfiles practicando el método "learning by doing" en un entorno de aprendizaje que permite la transferencia práctica a la propia realidad.

Ven a conocer nuestros programas de Desarrollo y Perfeccionamiento Directivo.



Perfeccionamiento directivo

Finanzas para directivos no financieros 18 de Octubre 2006

Desarrollo profesional a través del desarrollo personal

Eficacia personal 6 de Noviembre 2006
 Gestión emocional en la función directiva 14 de Noviembre 2006
 Habilidades para una comunicación eficaz 13 de Noviembre 2006
 Negociación 9 de Noviembre 2006

Desarrollo de personas y organizaciones

La delegación y el coaching 7 de Noviembre 2006
 Dirección de equipos de trabajo 26 de Octubre 2006
 Liderazgo para la dirección 23 de Abril 2007
 Dirección de proyectos 23 de Abril 2007

Estrategia

Estrategia de creatividad e innovación 17 de Mayo 2007
 Retos del management en el siglo XXI 9 de Mayo 2007
 Gestión de los ciclos de la empresa 16 de Mayo 2007

Si deseas mas información, asesoramiento personal o asistir a una sesión informativa estamos a tu disposición:

EADA C/Aragó, 204 Barcelona
 93 45 20 844, info@eada.edu, www.eada.edu



EADA

ESCUELA DE ALTA DIRECCIÓN Y ADMINISTRACIÓN

Familideaintegral



Grup Integral e Idea Iuris, que ya destacan en la Consultoría y la Asesoría Jurídica y Fiscal a las Empresas, aúnan sus esfuerzos profesionales para ofrecer este nuevo servicio a la Empresa Familiar



www.ideaiuris.com

Diagnóstico de las necesidades en los procesos de relevo y sucesión de la empresa.

Proceso de preparación, estudio, elaboración, negociación y redacción definitiva del **Protocolo Familiar** (seguimiento legislativo sobre la necesidad de publicidad formal del mismo).

Ejecución e implementación jurídica del Protocolo familiar.

Creación del Consejo de Familia.

Formación de Directivos y Coaching al Sucesor/es elegido/s.

Asesoramiento Fiscal y Mercantil sobre la buena reorganización de la Empresa Familiar o la Empresa con base patrimonial familiar.

Diagnóstico de las carencias y dificultades en la continuidad de la empresa y, en su caso, Estudio y Valoración de la sociedad con vistas a:

- (a) encontrar o conformar un inversor / equipo directivo.
- (b) encontrar un comprador de la Sociedad.

En cualquiera de los casos, Redacción, Negociación y Asesoramiento jurídico mercantil, fiscal, laboral, etc. en el proceso de venta / desinversión, etc.

Para ampliar información, puede contactar con Grup Integral (932080732 - info.centre@grupintegral.com) o Idea Iuris (932072990 - info@ideaiuris.com) y solicite ser atendido por uno de los Socios de la Unidad de Empresa Familiar.



CONVOCATORIA DE PROGRAMAS 2006 / 2007

MBA's y MASTERS, EXECUTIVE EDUCATION,
FORMACIÓN A MEDIDA

"Nuevos retos. Nuevos éxitos"

En el mundo empresarial te enfrentas a nuevos retos todos los días. Para superarlos necesitas potenciar tu capacidad como directivo. En EADA desarrollarás las competencias de liderazgo mediante experiencias vivenciales practicando el método "learning by doing" con profesores y participantes de diferentes sectores.

Ven a conocer EADA, una de las 4 mejores Escuelas de Negocios españolas* y prepárate para conseguir el éxito profesional.

MBA's y Masters

MBA's

	Inicio	Final	Horario
Executive MBA	19/10/06 18/01/07	14/06/08 12/07/08	L 18.00 / 22.00 V 17.00 / 21.00 h
Euro *MBA	Enero / Mayo / Septiembre (a semi-distancia)		
International MBA (inglés)	25/09/06	20/07/07	L M X J V 9.00 / 13.00 h
MBA Part Time (español)	11/01/07	25/04/08	M X J 19.00 / 22.00 h
MBA Full Time (español)	25/09/06	20/07/07	L M X J V 9.00 / 13.00 h

Masters Especializados

	Inicio	Final	Horario
Máster en Finanzas (inglés)	02/10/06	09/06/07	L M X J V 9.30 / 13.30 h
Máster en Finanzas (español)	02/10/06	23/07/07	M X J 18.00 / 22.00 h
Máster en Marketing (inglés o español)	02/10/06	09/06/07	L M X J V 9.30 / 13.30 h
Máster en Recursos Humanos (inglés o español)	02/10/06	09/06/07	L M X J V 9.30 / 13.30 h
Máster en Operaciones SCM (español)	19/01/07	Diciembre/07	M X J 19.00 / 22.00 h
ABE International Master in Management (inglés)	02/10/06	30/09/07	L M X J V 9.30 / 13.30 h

Executive Masters

	Inicio	Final	Horario
Máster Ejecutivo en Dirección Financiera			
Dirección Financiera + Módulo Máster *	09/11/06 15/02/07	14/07/07 23/02/08	M J 18.30 / 21.30 h S 9.00 / 14.00 h
Máster Ejecutivo en Dirección de Marketing			
Dirección de Marketing + Módulo Máster *	09/11/06 01/02/07	19/01/08 29/03/08	V 16.00 / 20.00 h V 16.00 / 20.00 h
Máster Ejecutivo en Dirección de Operaciones			
Dirección de Operaciones + Módulo Máster *	20/10/06	14/07/07	M 17.00 / 21.00 h
Máster Ejecutivo en Dirección de RR.HH.			
Dirección de Recursos Humanos + Módulo Máster *	16/11/06 05/10/07	30/06/07 15/12/07	M J 18.45 / 21.45 h C 5 ciclos residenciales,
* Módulo Máster Ejecutivo	22/03/08	24/05/08	V de 9.30 h a S 14.00 h.

Executive Education

Dirección General

	Inicio	Final	Horario
Programa de Dirección General (PDG)	05/10/06	06/07/07	V 16.15 / 20.15 S 9.15 / 13.15 h
Programa de Dirección de Empresas Familiares	10/10/06	11/07/07	C M 9.30 / 13.30 - 15.00 / 19.00 h

Desarrollo Directivo

	Inicio	Final	Horario
Desarrollo Personal			
Eficacia Personal	06/11/06	21/11/06	C L M 2 ciclos
Gestión Emocional en la Función Directiva	14/11/06	29/11/06	C M X 2 ciclos
Habilidades para la Comunicación Eficaz	13/11/06	28/11/06	C L M 2 ciclos
Negociación	09/11/06	12/12/06	C M J 17.30 / 21.30 h
Desarrollo de Personas y Organización			
La Delegación y el Coaching	07/11/06	22/11/06	C M X 2 ciclos
Dirección de Equipos	26/10/06	24/11/06	C J V 4 ciclos
Liderazgo para la Dirección	23/04/07	11/06/07	C L M 5 ciclos
Dirección de Proyectos	23/04/07	05/06/07	C L M 4 ciclos
Estrategia			
Estrategia de Creatividad e Innovación	17/05/07	01/06/07	C 2 ciclos
Retos del Management del Siglo XXI	09/05/07	24/05/07	C 2 ciclos
Gestión de los Ciclos de la Empresa	16/05/07	31/05/07	C 2 ciclos
Perfeccionamiento Directivo			
Finanzas para Directivos no Financieros	18/10/06	31/01/07	C X 17.30 / 21.30 h

Seminarios

	Fechas
Finanzas y Fiscal	
Normas Internacionales de Información Financiera (NIIF)	18 y 25 octubre 2006
La reforma del plan general contable	20 y 27 noviembre 2006
Cierre fiscal	08 de noviembre 2006
Marketing	
Como plantear una estrategia de comunicación hoy	24, 26 y 31 octubre 2006
Los 5 sentidos de la venta: Un modelo comercial basado en la cata sensorial de vinos	6, 7 y 8 noviembre 2006
Operaciones	
Contratación y operadores logísticos	12 y 14 diciembre 2006



Departamento de Empresa

Si prefiere que le visitemos en la empresa previa concertación de entrevista, contacte con:

Tel. +34 934 520 844
empresas@eada.edu

Executive Education

Operaciones

	Inicio	Final	Horario
Dirección de Operaciones	20/10/06	14/07/07	M 17.00 / 21.00 h
Gestión de Compras	21/02/07	02/05/07	X 17.00 / 21.00 h

Finanzas y Control de Gestión

	Inicio	Final	Horario
Finanzas Corporativas	25/10/06	28/03/07	X 17.00 / 21.00 h
Dirección Financiera	09/11/06	14/07/07	M J 18.30 / 21.30 h
Credit Management	15/02/07	23/02/08	S 9.00 / 14.00 h
Dirección en Control de Gestión	22/11/06	18/04/07	X 17.30 / 21.30 h
Sistemas de Costes y Control Presupuestario	17/11/06	19/05/07	L X 18.30 / 21.30 h
	13/11/06	14/02/07	L X 18.30 / 21.30 h
	22/02/07	22/05/07	M J 18.30 / 21.30 h
	10/10/06	21/12/06	M J 18.30 / 21.30 h
Gestión Contable y Fiscal de la Empresa	18/11/06	03/03/07	S 09.00 / 14.00 h
	12/03/07	04/06/07	L X 18.30 / 21.30 h
Análisis de Balances	24/10/06	21/12/06	M J 18.30 / 21.30 h
Contabilidad General	23/10/06	29/01/07	L X 18.30 / 21.30 h
	11/11/06	10/03/07	S 9.00 / 14.00 h

Entorno Legal

	Inicio	Final	Horario
Programa de Especialización en Asesoría Fiscal y Tributaria			
1. Fiscalidad Empresarial	24/10/06	01/03/07	M J 18.45 / 21.45 h
2. Fiscalidad Personas Físicas	08/03/07	10/05/07	M J 18.45 / 21.45 h
3. Procedimientos Tributarios	15/05/07	28/06/07	M J 18.45 / 21.45 h

Empresas Turísticas

	Inicio	Final	Horario
Dirección Hotelera	13/11/06	22/05/07	C L 10.00 / 14.00 h 15.00 / 19.00 h
Dirección de Restauración	06/11/06	14/03/07	C Cinco ciclos residenciales
Máster en Gestión Turística (en colaboración con la Universitat Pompeu Fabra)	23/10/06	26/04/07	L M X J 9.30 / 13.30 h

In Company

Diseñamos programas In-Company a medida de las necesidades de las empresas.

Un programa In-company sigue las siguientes etapas:

- Análisis de necesidades y diagnóstico.
- Diseño del programa a medida.
- Realización del programa
- Evaluación del impacto en la organización.
- Coaching y seguimiento.

Executive Education

Marketing - Comunicación - Ventas

	Inicio	Final	Horario
Dirección de Marketing	09/11/06	19/01/08	V 16.00 / 20.00 h
	01/02/07	29/03/08	V 16.00 / 20.00 h
Dirección de Ventas	20/10/06	14/04/07	V 16.00 / 20.00 h
	24/11/06	02/06/07	S 9.30 / 13.30 h
Product Manager	10/11/06	16/06/07	V 16.30 / 20.30 h
Dirección de Comunicación	27/10/06	14/07/07	V 16.30 / 20.30 h
Marketing Conceptual	20/10/06	19/01/07	V 16.00 / 21.00 h
Técnicas de Venta	20/10/06	12/01/07	V 16.00 / 21.00 h

Marketing Farmacéutico

	Inicio	Final	Horario
Dirección de Marketing Farmacéutico	02/03/07	14/07/07	V 17.00 / 21.00 h S 9.15 / 13.15 h
Marketing Farmacéutico	06/10/06	24/02/07	V 17.00 / 21.00 h S 9.15 / 13.15 h


Recursos Humanos

	Inicio	Final	Horario
Dirección de Recursos Humanos	16/11/06	30/06/07	M J 18.45 / 21.45 h
Gestión de Personas	24/11/06	02/06/07	M J 18.30 / 21.30 h
Administración de Personal	07/11/06	08/02/07	M J 18.30 / 21.30 h
Relaciones Laborales Estratégicas	15/11/06	09/05/07	X 18.30 / 21.30 h
Compensación Integral	15/03/07	24/05/07	J 18.45 / 21.45 h

Idiomas

Programa por niveles, International Business Communication Programme, Programas Intensivos en el Centro de Formación Residencial en Collbató

[Consultar Horarios](#)

 <p>EADA ESCUELA DE ALTA DIRECCIÓN Y ADMINISTRACIÓN</p>	<p>Departamento de Empresa</p>	<p>Si prefiere que le visitemos en la empresa previa concertación de entrevista, contacte con:</p>	<p>Tel. +34 934 520 844 empresas@eada.edu</p>
	<p>Consultar Horarios</p>		

Contacta con nosotros



VEN A CONOCER NUESTROS PROGRAMAS

La mejor manera de conocer nuestros programas es poniéndote en contacto directamente con nosotros.

Una entrevista de información es una excelente oportunidad para conocer EADA y explorar el programa que te interesa a fondo.

También puedes consultar el calendario de sesiones informativas en www.eada.edu

EADA

✉ Departamento MBA's, Masters y Executive Education
C/Aragó, 204
08011 Barcelona

HORARIO DE ATENCIÓN PERSONAL

🕒 9.00 a 21.00h., lunes a viernes

🕒 10.00 a 13.00h., sábados

👤 Visítanos en C/Aragó, 204

☎ 934 520 844

@ info@eada.edu

🖱 www.eada.edu

COMO LLEGAR A EADA

🚇 **L5** Diagonal
L3, **L4** y **L2** Pg. de Gràcia
L1 y **L2** Pl. Universitat

🚌 20, 43, 44, 63 Valencia - Muntaner
54, 58, 64, 66, 67, 68 Muntaner - Aragó
54, 58, 63, 66, 67, 68 Aribau - Aragó
14, 59 Casanova - Consell de Cent

🚶 Provença
Pg. de Gràcia
Pl. Catalunya



C/Sardenya, 153
08013 Barcelona

Telf. 93 530 80 80 / 22

Para las personas

- Éxito profesional y empleabilidad
- Te ayudamos a encontrar trabajo
- Te ayudamos a cambiar de empleo
- Te ayudamos a mejorar tu situación profesional
- Y lo hacemos de forma fácil, cómoda y económica para ti
- Pon ahora las bases de un futuro mejor

Para las empresas

- Soluciones rentables y eficaces en RR.HH.
- Selección de personal
- Outplacement
- Formación
- Costes fijos y transparentes, publicados en nuestra web
- Satisfacción garantizada



Matching Place

www.matchingplace.com



UN PROYECTO HECHO REALIDAD

Hace unas semanas volví a EADA para realizar una ponencia sobre el Certificado EFR, hecho que me hizo revivir mis años de estudiante en esta Escuela de Negocios. Hace más de 10 años que obtuve el Máster en Dirección de Marketing que fue, en realidad, lo que me animó a fundar TQ TECNOL, la empresa líder en la producción y distribución de productos técnicos para la construcción en nuestro país.

nidad de mercado dentro de la venta de productos técnicos para la construcción, ya que en ese momento se daba un servicio poco personalizado.

Con la fundación de TECNOL y aplicando los conocimientos de Marketing que aprendí en EADA, hemos conseguido aplicar los procesos de marketing a un proceso de venta de productos industriales. De esta manera, nuestros clientes reciben un servicio a medida y acorde con sus necesidades.

XAVIER MARTÍNEZ i SERRA
Dirección de Marketing 1996-1997
Director General de TECNOL

Después de terminar el proyecto final del curso, me di cuenta de que existía una oportu-

ENFOQUE A AGREGAR VALOR

Diplomada en Empresariales por la Universidad de Barcelona, mi profesión se enmarca en el campo de auditoría de la que dispongo más de siete años de experiencia, cuatro años en Inglaterra y otros tres en España.

Actualmente, estoy desempeñando la función de Responsable de Auditoría Interna en una importante Entidad Financiera de créditos al consumo, con el encargo de asegurar el control del riesgo de los sistemas de la empresa y

mejorar la gestión de los procesos, enfocado a agregar valor.

Este último punto fue que lo que me animó a realizar el Executive MBA que me pudiera proporcionar una visión más amplia de la gestión de empresa para poder aportar ejes de mejora a los sistemas auditados. Además me ayudó a redefinirme como persona de equipo, a estar siempre dispuesta a aprender y a compartir los conocimientos con los demás.



LUCÍA GONZÁLEZ FERNÁNDEZ
Executive MBA 2003-2005



NUEVO DIRECTOR TORREMIRONA SPORT & SPA

José Carlos de las Heras (35 años). Realizó estudios de Administración y Dirección de Empresas en la Escuela de Administración de Empresas en Barcelona y en la Nottingham Trent University. Complementa su formación en la UPF (Gestión deportiva) y en EADA a través del programa de Dirección Financiera.

(outsourcing logístico e industrial), Logoscript (soluciones multilingüe a empresas internacionales) y Centrex (gran distribución).

Se ha incorporado recientemente a la Dirección de Torremirona Sport & Spa (www.torremironaspa.com) un club deportivo y spa encuadrado en un magnífico entorno (www.torremirona.com) donde disfrutar del tiempo libre.

JOSÉ C. DE LAS HERAS
Dirección Financiera 2000-2001

Ha desarrollado su carrera en Cataluña ocupando la Dirección Financiera en diversas empresas, en especial CTC Ingeniería Dedicada



EADA, UN GRAN PUNTO DE INFLEXIÓN

Partiendo de la base de que más tarde o más temprano todos buscamos un cambio, es esencial rodearse de un grupo de referencia superior que te enseñe a alcanzar tus objetivos.

EADA para conseguirlo. Ahora mi trabajo consiste en dar color a una marca joven y agresiva de ropa y complementos para motoristas en el que la creatividad y el entusiasmo son mis herramientas cotidianas.

Después de unos años tratando con circuitos y lenguajes de programación, decidí dar un giro a mi carrera y por supuesto confié en

Cambiar y mejorar no es difícil si te rodeas de los mejores porque con el tiempo algo siempre se pega.

ALBERTO CABEZAS-CASTELLANOS
Internacional Master in Management 2004-2005
Levior Product Manager

EL PATRIMONIO FAMILIAR EN UN BANCO ESPECIALIZADO

Una de las primeras oficinas familiares (family Office) fue constituida por Los Rockefeller en el S.XIX con el objetivo de separar la riqueza amasada por sus negocios. Esta figura de tradición anglosajona es una de las mejores recetas para paliar la escasa planificación fiscal de las compañías españolas. La oficina familiar es la mejor opción para gestionar el patrimonio acumulado, pero la escasa experiencia en España aconseja la ayuda de un banco independiente.

Ignacio Viayna matiza que en las situaciones conflictivas, como el momento en el que el patrimonio debe separarse definitivamente de la gestión diaria de la empresa, es cuando el protocolo y la oficina familiar puede ayudar a definir las reglas del juego y a diluir el riesgo de problemas futuros. La necesidad de profesionalización "es máxima, porque al final, una oficina familiar es una empresa como cualquier otra". Para Viayna, el banco que gestiona la oficina familiar es un mero coordinador, y "el asesor tiene que aceptar que quién toma las decisiones finales es la familia propietaria".



IGNACIO VIAYNA CARDONA
Executive MBA 2003-2005
Director en Barcelona Banco Madrid



UNA VISIÓN MÁS AMPLIA DEL MUNDO DE LOS NEGOCIOS

En el ámbito profesional soy una persona muy dedicada una vez que me fijo los objetivos a alcanzar y desarrollar los procedimientos necesarios para poder lograr lo propuesto. Soy sumamente autoexigente con mi trabajo y me gusta delegar y confiar responsabilidades a las personas con las que trabajo. Para mí lo más importante en una organización son las personas y es de suma importancia invertir en el crecimiento y desarrollo personal. En lo que se refiere a mi vida personal, soy sumamente familiar, trato de dedicarles el mayor tiempo posible a mi esposa y mi hija.

Desde diciembre del 2004, adquirimos un paquete accionario y el control administrativo de una compañía dedicada a la distribución de gas licuado. Mi función es de Presidente del consejo de administración y operativamente manejo el área comercial. La empresa ha presentado un crecimiento de ene/dic del presente año del 180% con unas ventas superiores al millón de dólares por mes.

La principal aportación de EADA fue el haber conocido, convivido y aprendido de grandes amigos y maestros. Me dio una visión más amplia del mundo de los negocios y la globalización que ya se presenta en todo el mundo.

SALVADOR ESQUINO URDANETA
MBA Internacional 2002-2003
Presidente Gas GAP

Define tu perfil profesional y personal

Desde el punto de vista personal creo que soy una persona inquieta, constante, disciplinada, amiga de mis amigos, tímida pero con facilidad de relación.

¿Qué trabajo desarrollas actualmente?

Coordinadora del departamento comercial y directamente me encargo de gestión de suelo y planes urbanísticos. Soy asimismo responsable de marketing del grupo de empresas.

En tus objetivos profesionales, la prioridad es...

En este momento conseguir formar un equipo directivo que permita desligarnos a mi hermana y a mi del día a día del negocio, a fin de disponer de mucho más tiempo para planificar, para pensar y poner en marcha nuevas ideas y nuevos proyectos. Recientemente hemos abierto nuevos mercados para nuestros clientes, inaugurando una oficina en Sofía hace cuatro meses. Para estos proyectos se necesita tiempo e ilusión.

Tu relación con EADA se inicia...

En el año 1992, al realizar un PDG presencial en Collbató, junto con mi pareja.



Nombre /
IMMACULADA AMAT AMIGÓ
email /
immaculada.amat@amatfinques.es
Empresa /
Amat Finques
Cargo /
Consejera delegada
Sector de actividad /
Servicios inmobiliarios

Fue una experiencia para nosotros muy positiva. Fue un año duro, pero a la vez gratificante no solamente por los conocimientos que adquirimos, sino sobre todo por los amigos y relaciones que se crearon

¿Cuál ha sido la principal aportación de EADA a tu formación?

El conseguir cambiar la visión del negocio, me ayudó a transformar un despacho profesional en una empresa. Estoy segura que sin EADA este paso se hubiera producido mucho más tarde y se habrían desaprovechado muchas oportunidades de negocio.

De EADA, como escuela de negocios, destacarías como principal valor...

La proximidad a los alumnos, la dedicación de los profesores y una visión bastante humanista del mundo de los negocios

¿Te planteas seguir algún programa de formación en EADA en un futuro inmediato?

Un programa quizá no, cursos y seminarios si.

Tu vinculación actual con EADA se concreta en...

Asistir a seminarios, actividades del club de antiguos alumnos... |

Define tu perfil profesional y personal

Soy el clásico tópico del descendiente de familia empresaria. Estoy seguro que la cultura y el orgullo que los progenitores acostumbra a transmitir a la siguiente generación sobre lo que la empresa y la marca comercial representan hicieron mella en mí por lo que cursé la Diplomatura de Ciencias Empresariales. Luego siguieron cursos especializados en áreas de Calidad (ISO 9001), Logística, Costes, Informática (Administración de redes), Marketing y ventas, la mayoría de ellos en el ICT. El Executive MBA en EADA ha sido la última formación que he cursado. Me gusta trabajar bajo los criterios de ética, transparencia, esfuerzo, comunicación y trabajo en equipo.



Nombre /
SALVADOR TRIAS BALLELL
email /
striasballell@triasbiscuits.com
Empresa /
TRIAS, NÉTS DE JOAQUIM, S.A.
Cargo /
Adjunto a Dirección General
Sector de actividad /
Alimentación

cación, entusiasmo, dinamismo, visión global y formación continua... por algo vine a EADA.

Tu relación con EADA se inicia...

Empecé con Marketing Conceptual con Toni Fernández (desde aquí un saludo!) y lo que más me satisfizo fue el método formativo. Habiendo probado, repetí con el Executive MBA, que recomiendo para cualquiera con interés en profundizar en sus conocimientos de dirección.

¿Cuál ha sido la principal aportación de EADA a tu formación?

A todo el mundo le gusta obtener algo más por lo que paga. En mi caso, además de los conocimientos adquiridos lo que me aportó EADA fue el saber que no hay nunca una verdad absoluta o una solución fantásti-

ca a un problema o situación, por lo que uno tiene que aprender a tomar decisiones (claro está, con el máximo de conocimientos formativos e información sobre el tema).

De EADA, como escuela de negocios, destacarías como principal valor...

La independencia.

¿Cursas algún programa de formación actualmente en EADA?

Actualmente estoy disfrutando de la aplicación de conocimientos adquiridos en el Executive MBA, que da para un tiempo. Aún así tengo pensado seguir formándome.

Tu vinculación actual con EADA se concreta en...

Soy miembro del EADACLUB. |

"Nuevos retos. Nuevos éxitos"

Masters & MBA's

"Un máster no es un año más de estudios, sino un entrenamiento avanzado para el mundo de la empresa"

Jordi Diaz, Director Programas Master

Masters

Marketing (Inglés o Español)

Finanzas (Inglés o Español)

Recursos Humanos (Inglés o Español)

Management (Inglés)

Operaciones- SCM (Español)

Inicios

Octubre 2006 y Enero 2007

Programas dirigidos a recién licenciados y a jóvenes profesionales.

"Ven a conocer EADA una de las cuatro mejores escuelas de negocios españolas* y prepárate para el éxito profesional"

Giulio Toscani, Director Programas MBA

MBA's

International MBA

MBA Full Time

MBA Part Time

Inicios

Septiembre 2006 y Enero 2007

Programas dirigidos a profesionales con un mínimo de experiencia de 2 años.

EADA C/Aragó, 204

934 520 844

Se ruega confirmar asistencia:

confirma@eada.edu

www.eada.edu

Acreditaciones Internacionales



* Financial Times - 2005



EADA
ESCUELA DE ALTA DIRECCIÓN Y ADMINISTRACIÓN

Los beneficios de pertenecer a EADA CLUB:

Nuestra Comunidad esta diseñada para ayudarte a reencontrarte con tus compañeros. Creemos interesante favorecer y dinamizar tu networking, ofreciéndote la posibilidad de contactar con otros profesionales, así como ayudarte en tu proyección profesional.

Desde EADA CLUB estamos dispuestos a ayudarte, ¡sólo nos faltas tú! Conocemos tus necesidades y te hemos diseñado cuatro servicios exclusivos para ti:

A) SERVICIO FORMACIÓN

- 10 **sesiones continuas** GRATUITAS en las áreas académicas:
- Marketing, Finanzas, Recursos Humanos y Management porque la formación continua es prioritaria para un directivo.
- 7% de descuento en programas Executive Education para continuar tu recorrido formativo.
- 30% de descuento en Seminarios.
- 7% de descuento en programas de idiomas.
- Suscripción trimestral a la revista EADA VIEW para que no te pierdas las nuevas tendencias.
- Acceso y utilización del Centro de Documentación.

- Participación con precios especiales en los EADA DINNER's donde se reúnen para cenar los antiguos participantes del mismo programa y aprovechar para realizar networking profesional.
- Asistir a las actividades culturales y lúdicas como la Regata de Vela
- Participación en el **Encuentro Anual de EADA CLUB**, el punto de encuentro de todos los socios
- Participación en EADA VIEW dentro del espacio dedicado exclusivamente a los socios con tu perfil profesional o nuevos nombramientos.



B) SERVICIO DE CARRERAS PROFESIONALES

- 1 hora de **asesoramiento profesional** gratuito con el departamento de Carreras Profesionales.
- Acceso a la bolsa de trabajo online a través de www.eada.net
- Insertar y/o modificación de tu Currículum Vitae en www.eada.net
- Insertar y/o modificar ofertas de trabajo y prácticas en www.eada.net
- Participación en la Feria de Empleo.
- 30% de descuento en los Talleres de Orientación Profesional.
- Acceso al listado de Headhunters.

C) SERVICIO de NETWORKING ACTIVO

- Acceso al directorio online de socios a través de www.eada.net para ampliar tu red de contactos profesionales.
- Asistencia a los Forums EADA, conferencias con ponentes relevantes del mundo empresarial y político que nos aportan una visión complementaria a la formación de EADA.

D) SERVICIO INTERNACIONAL

- Participación en los **Regional Chapters**, Club locales en diferentes países e intercambiar experiencias profesionales.
- Participación en las diferentes barbacoas y otros eventos que se organizan para antiguos participantes en el extranjero.

¿Te animas? Ahora tenemos una **promoción especial para nuevos SOCIOS a 100.-euros**, en lugar de 140.-euros. Llámanos y no volverás a pagar hasta SEPTIEMBRE 2007. |

Para más información no dudes contactar con nosotras. ¡Bienvenido a EADA CLUB! Ya formas parte de la Comunidad. EADA CLUB, el Club de Antiguos Participantes.

Montse Banyuls y Amor Pujol (Directora)
c/ Aragón, 204 – 08011 Barcelona
Tel. +34 934 521 190 Fax +34 934 517 487
e-mail: eadacub@eada.edu - www.eada.net

27|04|06 2º WORKSHOP: "¿Cómo motivar a los demás?"



El objetivo de esta sesión fue descubrir tus habilidades para motivar. Motivación es una fuerza interna que comunica "energía", fuente de vida y entusiasmo. Muchas veces una persona no influye en los demás porque no tiene confianza en sí misma. Problemas externos raramente son el obstáculo principal, la falta de confianza en uno mismo normalmente es la dificultad que restringe a las personas. |

31|05|06 EADA DINNER EMBA: "Las empresas catalanas frente a procesos de internacionalización"



El pasado 31 de Mayo, se celebró el EADA DINNER EMBA. Este evento supone un punto de encuentro exclusivo que EADA CLUB desea destinar a los antiguos participantes del Programa Executive MBA. El encuentro se inició en EADA/Aragón con un forum que contó con la participación de dos invitados de honor, el Honorable Exconseller de Comerç, Turisme i Consum, el Sr. JOSEP HUGUET I BIOSCA y el Director General de INDO, el Sr. ANTONI OLIVELLA que nos hablaron de "Las empresas catalanas frente a procesos de internacionalización". |

2|06|06 SANTO DOMINGO EADA COCKTAIL



El pasado viernes 2 de Junio a las 19:00pm se realizó el SANTO DOMINGO EADA COCKTAIL en el Pranzo. Fue un encuentro de toda la comunidad de antiguos participantes de EADA en SANTO DOMINGO con el objetivo de potenciar el networking. Como representante de EADA asistió Giulio Toscani, director de los programas MBA Internacionales. |

20|06|06 10º SESIÓN CONTINUA: "Liderazgo resonante. Liderando con armonía las organizaciones del siglo XXI"



Charles Boyatzis ha popularizado el concepto de "liderazgo resonante". A ello hay que añadir las recientes contribuciones de Stephen Covey sobre "encontrar la propia voz". Parece claro que una empresa funciona de forma óptima cuando los líderes son capaces de hacer resonar un mensaje de ilusión que sea comprendido y aceptado por todo el mundo. En esta sesión, Franc Ponti y John Kopetz dirigieron un proceso de liderazgo resonante, utilizando una canción. |

"Nuevos retos. Nuevos éxitos"

En el mundo empresarial te enfrentas a nuevos retos todos los días. Para superarlos necesitas experiencia. En EADA obtendrás la experiencia analizando y gestionando casos de empresas reales, practicando el método "learning by doing" con profesores y participantes de diferentes sectores.

Ven a conocer EADA, una de las 4 mejores Escuelas de Negocios españolas* y prepárate para conseguir el éxito profesional.

Acreditaciones
Interacionales

Association
of MBAs

EQUIS
ACCREDITED

Los MBAs de EADA te preparan para ejercer eficazmente la función directiva. A través de un proceso de desarrollo integral alineamos tus intereses personales con la mejora de tus competencias profesionales. Forma parte de un grupo reducido de participantes para descubrir tu capacidad emprendedora y proyectar nuevas metas.

Executive MBA

Titulación universitaria y + de 5 años de experiencia profesional

Si deseas más información, asesoramiento personal o asistir a una sesión informativa estamos a tu disposición:

EADA

C/Aragó, 204 Barcelona Spain

93 45 20 844

info@eada.edu

www.eada.edu



EADA

ESCUELA DE ALTA DIRECCIÓN
Y ADMINISTRACIÓN

EMPRESA ASOCIADA ASSOCIATED COMPANY

A3 Software adapta su solución de Nómina a la Reforma Laboral



La nueva normativa legal, en vigor desde el 1 de julio de 2006, tiene como principal objetivo impulsar la creación de empleo estable y fomentar la contratación indefinida.

La solución a3nom ha ido más allá de incorporar las medidas de la reforma laboral a sus cálculos y procesos y las ha potenciado hasta convertirlas en prestaciones de valor añadido para el usuario. En este sentido, a3nom permite:

- Obtener un análisis de la situación de una empresa donde se informa de cuánto se ahorraría la empresa si pasara los trabajadores temporales a fijos.
- a3nom asesora automáticamente al usuario sobre la bonificación a aplicar a un trabajador contratado.
- La aplicación emite automáticamente

diversos avisos de control para garantizar al usuario la correcta aplicación de la Reforma Laboral.

Además, el servicio de información legal on line a3BOELaboral incorpora un buscador que permite obtener de inmediato la relación de trabajadores afectados por las nuevas medidas de la reforma laboral.

Por otro lado, A3 Software ha lanzado una Edición Especial de la Reforma Laboral de su solución a3cost – Costes de Personal, una aplicación de fácil manejo que permite dar respuesta a una doble necesidad: conocer cómo afecta a nivel económico la reforma laboral a una empresa y realizar todos los cálculos de costes de personal de sus trabajadores. La solución a3cost se puede descargar gratuitamente desde la web de A3 Software www.a3software.com.

El Programa Carrera Adecco, la mejor oportunidad para los recién licenciados

El Grupo Adecco, empresa líder en gestión de Recursos Humanos, apuesta por el talento de los jóvenes recién licenciados con su Programa Carrera. Este programa ofrece un plan de desarrollo personal y profesional para estudiantes universitarios mediante prácticas remuneradas en la propia compañía.

Para los estudiantes, se trata de una oportunidad única, ya que les permitirá tener su primer contacto con el mundo empresarial a través de una compañía líder mundial y nacional en su sector, realizando unas prácticas reales a media jornada y remuneradas con 600 euros con verdaderas posibilidades de promoción dentro de la empresa, con la ventaja para el alumno de que en todo momento sabe que si supera los seis meses de prácticas, y ha finalizado en ese momento sus estudios, entrará a formar parte de la plantilla de más de 1.500 profesionales que forman el Grupo Adecco.

El Programa Carrera se presenta como un buen trampolín para el primer empleo de estudiantes de último curso de la licenciatura o de postgrado que tengan una vocación comercial y quieran trabajar en una multinacional de la envergadura del Grupo Adecco. Dicha vocación será esencial para desempeñar el puesto de Responsable Comercial, con posibilidades reales de promoción hasta el puesto de Director de Delegación en un corto periodo de tiempo, tomando como referencia que más del 90% de las promociones en la compañía se cubren con personal interno.

Este programa se llevará a cabo a través de acuerdos con las principales universidades públicas, privadas y escuelas de negocios de España, donde se reclutará a los estudiantes mediante presentaciones en sus propios centros de enseñanza. Tras ello, tendrá lugar el proceso de selección, consistente en una dinámica de grupo donde los candidatos debatirán algún caso real y una entrevista posterior en el Departamento de Recursos Humanos, donde deberán pasar una prueba comercial. El objetivo final del proceso de selección es identificar el potencial comercial de los estudiantes, así como futuros directivos del Grupo Adecco. Las carreras de Psicología, Ciencias del Trabajo, Relaciones Laborales, Derecho y Empresariales son las más apropiadas para cubrir este tipo de puesto.

La formación será principalmente práctica y será impartida por los directores de referencia de la compañía e irá dirigida especialmente a la dirección de equipos, ventas y gestión financiera.





Restaura destinará más de 280.000 euros a la rehabilitación de una finca modernista de Jujol

El presidente del Instituto del Paisaje Urbano y la Calidad de Vida, Jordi Portabella, y el presidente de Restaura, Xavier Solano, visitaron la finca modernista que el doctor San Salvador encargó al arquitecto Josep Maria Jujol. A pie de obra, explica-

ron el proyecto de restauración que ahora se inicia para recuperar esta finca, una de las primeras obras encargadas al reconocido arquitecto y, para el cual, Restaura destinará más de 280.000 euros.

El subsuelo de la torre San Salvador esconde un entramado de grutas excavadas en la roca, a través de las cuales se accede a un antiguo pozo de agua y un espléndido jardín, único en cuanto a estilo modernista de la capital catalana, hecho que le ha merecido a la finca la calificación de "descubrimiento" importante para la ciudad.

Durante la primera fase de las obras de rehabilitación que se inician en el mes de julio, se recuperará la fachada de la finca y el jardín y, posteriormente en una segunda fase, se trabajará en las grutas y el resto de elementos decorativos del jardín. La cesión, por parte de la familia de Sansalvador de planos y documentos de la finca, permitirá reconstruir elementos originales.

Restaura ya colaboró en el 2004 con la misma institución, para la rehabilitación de la Casa Golferichs, otro importante ejemplo de la riqueza arquitectónica modernista de la Ciudad Condal, al tratarse además de la obra más antigua que se conserva del arquitecto Joan Rubió i Bellver. Estas colaboraciones son fruto de un convenio firmado entre ambas instituciones que, entre sus máximos objetivos, está conservación del patrimonio urbano modernista de Barcelona. |

Deloitte facturará 20.000 millones de dólares en todo el mundo



La facturación de Deloitte en todo el mundo superará los 20.000 millones de dólares en el ejercicio 2006, alcanzando por cuarto año consecutivo un crecimiento superior al 10%. Los resultados económicos globales de la firma fueron presentados en Singapur durante la reunión anual a la que acudieron más de 250 representantes de las organizaciones miembro de Deloitte. Este es el cuarto

año consecutivo que la firma crece por encima de los dos dígitos. Todas las líneas de servicio (auditoría, consultoría, asesoramiento fiscal y corporate finance) han experimentado un crecimiento superior a los dos dígitos y es el decimotercer año de crecimiento continuado de la firma.

El presidente de Deloitte Touche Tohmatsu, Bill Parrett, aseguró estar "muy satisfecho, pero no sorprendido, con los resultados obtenidos, ya que nuestra firma audita a casi las tres cuartas partes de las mayores empresas del mundo, y la facturación por servicios de auditoría representa una cuarta parte de nuestra facturación total".

En su intervención, Parrett dijo que las firmas miembro de Deloitte deben continuar mejorando en la prestación de sus servicios de auditoría y cumplir

con los cambios regulatorios donde sea necesario. En este sentido, recordó que la firma ha dado pasos significativos para mejorar sus procesos de auditoría y que lo ha hecho a través de la inversión en Deloitte Audit, una metodología propia desarrollada con soporte tecnológico capaz de detectar fraudes y controlar mejor la creciente complejidad de las auditorías provocada por la globalización de los mercados.

Asimismo, el presidente mundial de Deloitte destacó la necesidad de introducir algunas mejoras en la regulación vigente. Por un lado, Parrett señaló la importancia de que las empresas hagan públicos los motivos por los que cambian de auditor y, por otro, destacó la conveniencia de que sea considerado como delito el hecho de que una compañía engañe a su auditor. |

Alumnos de la Universidad de Maastricht en las cavas Vallformosa



Del 26 al 30 de junio se celebró una nueva edición del Programa Doing Business in Spain. En esta ocasión, los participantes procedían de la Universidad de Maastricht.

Como ya va siendo habitual, una de las empresas visitadas fue Vallformosa, una empresa 100 % familiar con gran tradición en el sector vitivinícola desde el año 1865. El evento consistió en una conferencia por parte del Sr. Xavier Domenèch, presidente de Vallformosa, y la posterior visita a las cavas. |



Road show de Sage SP sobre las nuevas Normas Internacionales de Contabilidad

El road show de Sage SP informando sobre el proceso de adaptación a las nuevas normas internacionales de Contabilidad, ha recorrido un total de 11 ciudades, Barcelona, Zaragoza, Alicante, Valencia, La Coruña, Madrid, Málaga, Oviedo, etc. Concretamente en Barcelona, reunió a cerca de 1000 empresarios.

Jordi Grau, profesor de Economía de la Universidad Pompeu i Frabra y gran especialista en las Normas NIC inició la jornada con una ponencia informativa sobre la aplicación de las nuevas Normas Internacionales de Contabilidad (NIC) en la pyme y cómo deberán hacer su conversión de una forma correcta.

La jornada se completó con un seminario práctico con las nuevas funcionalidades NIC incorporadas a las soluciones de gestión de Sage SP.

El tema principal que se trata en estas jornadas, las nuevas Normas Internacionales de Contabilidad y su aplicación en la pyme, es de especial relevancia para este colectivo empresarial que deberá hacer la adaptación de su contabilidad al nuevo modelo en un periodo no superior a dos años. En este sentido, Sage SP ha presentado el primer portal NIC, www.sage.es/nic, dirigido a la pyme y en general a la empresa española, en el que se encontrará toda la información necesaria para afrontar la adaptación de una forma sencilla y con éxito.

Como ya es habitual, Sage SP presentó las novedades de sus productos y servicios de gestión empresarial. En esta ocasión, también mostró sus soluciones de seguridad, su oferta formativa y la nueva aplicación de CRM, ACT by Sage.

Con este nuevo ciclo, Sage SP pretende mantener un contacto directo con sus usuarios presentándoles las mejores soluciones y servicios de gestión y conociendo de primera mano sus necesidades para seguir ayudándoles a optimizar los resultados de sus negocios. |





CONFERENCIA

Carlos Morales (1) participó en el congreso "Latin America - Europe Meeting on Organizational Studies", organizado en Puebla (México) en el mes de enero. Presentó su trabajo de investigación sobre diversidad que compara organizaciones en Perú y España. El trabajo fue muy bien recibido y Carlos fue invitado a enviarlo al congreso anual de EGOS (European Group of Organizational Studies), uno de los más prestigiosos en Europa.



ARTÍCULO

El artículo "¿Qué es más eficaz en la gestión de la diversidad?" de Carlos Morales ha sido aceptado y publicado en el nº de enero 2006 de Harvard Deusto Business Review

MESA REDONDA

En febrero, M^a Pau González (2) participó en directo en una mesa redonda sobre "mobbing" en el programa "Hora Barcelona" de BTV. Participó también un representante de Foment del Treball y un Inspector de Trabajo.



CONFERENCIA

Franc Ponti (3) realizó una conferencia sobre "Negociación Emocional" en la Cambra de Comerç de Tarragona en el mes de febrero. Sobre el mismo tema fue entrevistado en Radio Tarragona y realizó también una entrevista para el suplemento de Economía i Negocis de Diari de Tarragona que se publicó el domingo 26 de febrero.



PREMIOS

Emma de Llanos (4) participó en la reunión de Tribunal de valoración de los Premios Capital Humano que se celebró en Madrid en febrero.



CURSO

El Dr. Xavier Sales (5) un año más fue invitado por ESC-Toulouse (AMBA, EQUIS, AACSB) para dar un curso de Budgeting en el programa IEDN. El curso estuvo programado para el mes de marzo.



CONFERENCIA

David Dinwoodie (6) presentó en el mes de julio su investigación "Leadership in the Context of Social Identity Differences" en el congreso de la International Association for Cross-Cultural Psychology en Grecia. Dicha asociación está vinculada con la revista internacional Journal of Cross-Cultural Psychology clasificada como A en los rankings.



CONFERENCIA

John Ireland (7) tuvo la oportunidad de presentar su investigación "Getting to the Bottom of the Pyramid in Latin America" en un congreso internacional sobre responsabilidad social y globalización organizado por la London Business School y Haas School of Business (Berkeley) el pasado mes de julio.

CÓMO REFORZAR EL COMPROMISO ENTRE EMPRESA Y EMPLEADOS

"Huevos con Beicon" es el título del libro de Jordi Assens. Esta obra expone todas las herramientas necesarias para aumentar el compromiso en las empresas y brindar a los trabajadores de los medios necesarios para gestionar su propio compromiso con la compañía a fin de crear una ventaja competitiva. A lo largo de los capítulos se describen las prácticas que diferencian a las empresas integradoras de las empresas corrientes. Se analiza también una situación empresarial sorprendente, la que se produce cuando se fuerza un compromiso tan extremo que puede incluso perjudicar a la persona: estamos ante las llamadas empresas sectarias. Como crear una sinergia positiva entra la empresa y la persona es el tema de los últimos capítulos.



EADAVIEW quiere conocer tu opinión

Nos interesa mucho tu punto de vista sobre la realidad empresarial. EADAVIEW pone a tu disposición un espacio para que compartas con nosotros tus inquietudes y tus vivencias profesionales. Escríbenos a prensa@eada.edu

Admiral's Cup name approved by the Royal Ocean Racing Club, London.

The Bold Admiral's Cup Competition 48.
Titanium and Vulcanized Rubber.
Certified Chronometer.




CORUM

Corum España y Portugal, Tel.: 34/93 3633608, info@corum-spain.com

www.corum.ch

Encuentre fácilmente incluso lo más especial

Descubra la nueva generación de ATLAS

- MUCHO MÁS QUE BASES DE DATOS: toda la Normativa, Doctrina y Jurisprudencia enriquecidas por los Comentarios de un excelente equipo de autores.
- NUEVO Y EXCLUSIVO SISTEMA DE BÚSQUEDA en todos los documentos que le muestra los resultados por orden de relevancia, es decir, totalmente ajustados a sus expectativas y agrupados en pestañas por tipo de documento para su inmediata consulta.



La solución idónea para cada materia

Todos los ATLAS comparten un mismo diseño y sistema de funcionamiento: si sabe manejar uno, los sabe manejar todos.