

EMPRESA

programa de mejora competitiva

Dirección
Gerencia

Recursos
Humanos

Administración
Finanzas

Marketing
Comercialización

Logística
Producción

Foro PILOT 2006

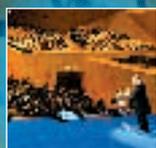
Zaragoza, 8 y 9 de marzo de 2006



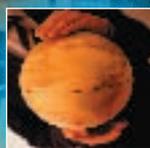
Avance de actividades



Foro Pilot 2006



Foro Empresa 2005



Curso Superior de Gestión y Expansión de Franquicias

¿Quieres dar el salto a franquicia?

1

nuevas franquicias

2

expansión de franquicias

3

financiación a medida

4

formación especializada

5

Asesoramiento personalizado



Queda prohibida su reproducción total o parcial sin citar la procedencia.

Revista EMPRESA de Mejora Competitiva no se responsabiliza del contenido de los artículos firmados que aparecen en sus páginas, ni está necesariamente de acuerdo con las opiniones vertidas en los mismos.

Edita

Programa EMPRESA de Mejora Competitiva
Instituto Aragonés de Fomento
C/ Teniente Coronel Valenzuela, 9
50004 • Zaragoza

Teléfono: 976 70 21 00
Fax: 976 70 21 03

www.programaempresa.com
info@programaempresa.com

Diseño e impresión

Industrias Gráficas La Comercial, S.A.
C/ Argualas, 40 • 50012 • Zaragoza

Teléfono: 902 36 73 96
Fax: 976 56 94 89

www.iglacomercial.es
comercial@iglacomercial.es

Depósito legal

Z-2710-04

Sumario

Agenda de actividades 2006	4
Actividades realizadas Julio - Diciembre 2005	5
Socios del Programa Empresa	6
Foro Empresa 2005	7
Premio Excelencia Empresarial 2005	10
Grandes empresas TNT	11
<i>Antonio González</i> Director Gerente TNT	
Pequeñas empresas ELT y AYANET	11
<i>Eduardo García</i> Gerente ELT	
<i>Juan Carlos Marín</i> Director General AYANET	
Premio a la Excelencia Empresarial 2006	13
Premio Empresa Teruel 2005	14
Premio Empresa Teruel 2006	15
Foro Pilot 2006: «La apuesta por la competitividad»	16
Avance de ponentes confirmados	17
Curso Superior de Gestión y Expansión de Franquicias ...	18
En pocas palabras	19
Actuaciones en formación	22

Avance de actividades 2006



Actuaciones de Formación + Consultoría:

Zaragoza	40 cursos sobre Herramientas y Técnicas de Gestión de empresas
Ejea	Programa desarrollo directivo
Fraga	Programa desarrollo directivo
Alcañiz	Programa desarrollo directivo
Teruel	Programa desarrollo directivo
Daroca	Seminario de Sucesión en la empresa familiar

VI Foro Internacional Pilot. Marzo

Premios Pilot 2006. Excelencia Logística.

Línea Medio Ambiente.

Lanzamiento del programa para la sensibilización de las empresas aragonesas.

Línea Franquicias:

II Curso superior de gestión y expansión de Franquicias para empresas.

I Curso superior de gestión y expansión de Franquicias para técnicos.

1ª Edición del encuentro de Franquicias de Aragón.

Jornada Factores Clave de Éxito en la Dirección Financiera.

Encuentro Centros de Excelencia. Junio

Premio Empresa Teruel 2006. Mayo-Junio

1ª Jornada presentación: Seis Sigma

Premio Empresa Huesca 2005.

Jornada Empresa Familiar en Huesca.

Premio Excelencia Empresarial en Aragón 2006:

Proceso de inscripción, formación, tutorías y entrega de memorias.

Agenda de actividades 2006

Actividades realizadas Julio-Diciembre 2005

Septiembre

Visita empresa ABB. "Premio Pilot Grandes Empresas"
 Visitas empresa APYL textil. "Premio Pilot Pymes"
 Módulo producción a empresas del cluster del calzado.

Octubre

Premio Empresa Teruel 2005.
 Incorporación nuevo socio en Caspe. Firma del convenio con APEC.
 Jornada Modelos Excelencia en Pymes.

Octubre - Noviembre

Consultoría y desarrollo programa Franquicias.

Noviembre

Foro EMPRESA 2005 y Ceremonia Premios Excelencia Empresarial en Aragón 2005.



Diciembre

Actuaciones de Formación + Consultoría en:
 Ejea. Programa desarrollo directivos para empresas de las Cinco Villas.
 Daroca. Técnicas de negociación para vender más.

Actividades realizadas 2005

Socios del Programa EMPRESA

Socios fundadores

Asociación Española de Dirección de Personal (AEDIPE)
 Asociación Española de Financieros y Tesoreros de Empresa (ASSET)
 Asociación Española de Responsables de Compras y Existencias (AERCE)
 Asociación Española para la Calidad (AEC)
 Asociación para el Progreso de la Dirección (APD)
 Centro Español de Logística (CEL)
 Club de Marketing
 Club Gestión de Calidad
 Universidad de Zaragoza

Socios no fundadores

AENOR
 ASAEL
 Asoc. Empr. de Artes Gráficas, Papel y Manipulados de Aragón
 Asociación Agroalimentaria del Bajo Martín - Sierra de Arcos
 Asociación de Empresarios Comercio de Huesca
 Asociación de Empresarios de Barbastro
 Asociación de Empresarios de la Informática de Aragón
 Asociación de Franquiciadores de Aragón
 Asociación de Profesionales de Telecomunicación en Aragón (APTA)
 Asociación Empresarial Turística Sobrarbe
 Asociación Empresarial Cinco Villas
 Asociación Empresarial Intersectorial Bajo Cinca
 Asociación Independiente de Jóvenes Empresarios de Zaragoza (AIJEZ)
 Asociación Nacional de Auditores y Verificadores Ambientales (ANAVAM)
Asociación Profesional de Empresarios y Comerciantes de Caspe y Comarca (APEC) ← NUEVO
 Asociación TRADIME Aragón
 Asociación Turística Valle de Benasque
 AVALOR
 Cámara de Comercio e Industria de Huesca
 Cámara de Comercio e Industria de Zaragoza
 Cámara Oficial de Comercio e Industria de Teruel
 CEEI Aragón
 Centro de Desarrollo del Somontano
 CEPYME Teruel
 Cluster Aragonés del Calzado
 Colegio Oficial de Economistas de Aragón
 Comarca del Cinca Medio
 Confederación de Empresarios de Zaragoza (CEZ)
Confederación Empresarial de la Provincia de Huesca (CEOS) ← NUEVO
 Confederación Empresarial Turolense
 Federación Aragonesa de Cooperativas de Trabajo Asociado (FACTA)
 Federación de Empresas de Transporte de Mercancías de Zaragoza (FETRAZ)
 Fundación de Desarrollo de la Comarca de Campo de Daroca
 Fundación San Valero
 FUNDESA
 Fundetec
 Instituto Municipal de Fomento
 Parque Tecnológico Walqa

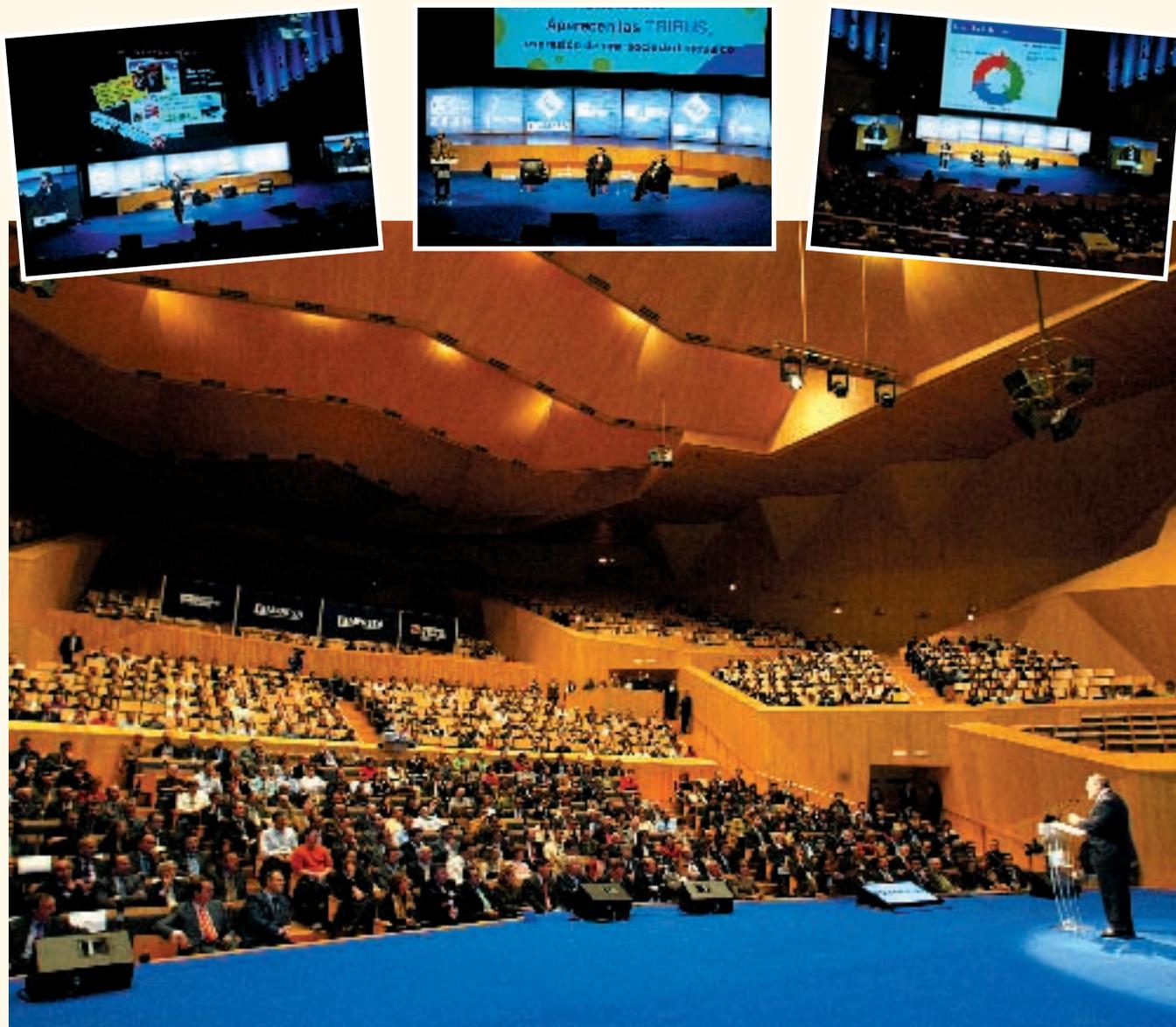
Foro Empresa 2005

El Departamento de Industria, Comercio y Turismo del Gobierno de Aragón organizó a través del Instituto Aragonés de Fomento (IAF) el Foro EMPRESA 2005, durante los días 9 y 10 de noviembre, reuniendo a destacados ponentes de prestigio nacional e internacional, para analizar las claves del éxito de sus empresas, los más recientes cambios en gestión empresarial y las últimas tendencias en la materia.

Bajo el lema "Descifrando las claves del éxito" este congreso, que se engloba dentro de las actuaciones del Programa EMPRESA del IAF, tuvo como objetivo acercar a las empresas aragonesas y del resto del territorio nacional

presentes, el desarrollo y mejora de la gestión integral de las organizaciones.

Se trataron distintos temas desde muy diversos enfoques destacando entre otros la permanente innovación dentro de las organizaciones y de los productos y servicios que ofertan, las estrategias y posicionamientos en el mercado, la globalización de mercados, la competencia existente, la creencia en los grupos que conforman la organizaciones, la permanente formación que hay que ofrecer dentro de las empresas, la excelencia empresarial, y muchos otros términos y definiciones que mostraron en estas jornadas un fiel reflejo de la realidad empresarial existente.



Estrategias para la competitividad

JOSE LUIS NUENO

Profesor de Dirección Comercial y Marketing del IESE

Una realidad que viene reflejándose ya hace unos años es que los mercados de masas atraviesan en estos momentos unos cambios que les harán actuar y cambiar de forma radical. En la actualidad hay cuatro cambios fundamentales en los mercados modernos:

- *Están sucediendo cambios en la demografía.*
- *La evolución del descuento.*
- *La horizontalización de la demanda.*
- *El poder del consumidor.*

Estos cuatro cambios son los que están provocando la mayoría de las preocupaciones en las empresas, están creando una crisis en los mercados de origen, que son los mercados en los que los consumidores tradicionalmente han realizado sus gastos (alimentación, vestido, vivienda, etc). Parte del dinero que era destinado a estos mercados de origen se está gastando ahora en los mercados de destino, que son mercados con necesidades horizontales, no son consumos tan indispensables ni tampoco se puede establecer un orden de prioridad de consumo (joyas, viajes, servicios cosméticos, etc).

Otro cambio importante en los mercados de hoy son las nuevas tecnologías de comunicación, y es que en un futuro todo se va a poder comprar y vender a través de internet.

Las empresas que están triunfando en los mercados destino van a ser el objetivo de esta ponencia: Un modelo de innovación para mercados de destino o aplicación.

En primer lugar decir que no es sostenible un modelo de marketing de masas, porque ha habido cambios geopolíticos (demografía, globalización), por la hegemonía del modelo de descuento (el precio se ha convertido en una variable muy importante). Hemos pasado de consumir lo que necesitábamos a consumir lo que queremos. La otra tendencia importante es que el consumidor está al volante.

En cuanto a cambios geopolíticos, decir que en los próximos años lo que va a crecer son los jubilados, inmigrantes y los hogares pequeños, y habrá que tener en cuenta las características de estos consumidores. Por ejemplo, los jubilados gastan poco y tienen mucho tiempo para elegir, pero no les gusta cambiar de marca. Hay que tener en cuenta que los mercados europeos ya no van a crecer en población y adaptarse a ese cambio.



El éxito del descuento se basa en economías de compra y eficiencia corporativa, y sacrificar la diversidad, el surtido a favor del precio, porque entre variedad y precio el consumidor se inclina por el precio. Gracias al descuento, que permite una mayor renta sobrante, y al endeudamiento está aumentando el gasto de los consumidores en los mercados de destino.

Para concluir, expondré una serie de recomendaciones para las empresas situadas en mercados de origen y para las que forman parte de los mercados de aplicación.

Las recomendaciones para los mercados de origen son:

- *Para fabricantes: especializarse en hacer muy bien una cosa, un producto, porque la diversidad acabará, al que consiga quedarse como dueño de un mercado, de un producto le compensará con creces la falta de diversidad.*
- *Al detallista: Incluir cada vez más productos dentro de las tiendas, añadir categorías nuevas de productos pero no diversificar dentro de un mismo producto, sino vender el mejor producto dentro de su gama.*

Recomendaciones y oportunidades para los mercados de aplicación:

- *Buscar nuevas necesidades emergentes (ejemplo, Corporación Dermoesztética).*
- *Utilizar el crédito, la financiación, la venta a plazos.*
- *Desintermediación: venta directa al cliente (ejemplos: Easy-Jet elimina las agencias de viajes; Zara produce y vende, dándole gran velocidad a la venta y a la capacidad de reacción; Lo Mónaco distribuye directamente al consumidor).*

Estés donde estés, todo es posible si:

- *Cuestionas el sector en el que estás, sin limitarte a sus fronteras históricas.*
- *Si establecemos un modelo de negocio, de ventas a seguir.*
- *Teniendo en cuenta las tendencias, los cambios en el mercado.*

Las empresas tienen que saber aprovechar estos cambios para crecer, pero no a toda costa. La clave está en ser ambiciosos pero también generosos.

Las empresas deben estar cuestionando en todo momento el espacio competitivo existente, así como el concepto de sector en el que se van a mover: definición de fronteras, competidores. En definitiva, cuestionar para mejorar el modelo de negocio, de organización.

Emprendedores de éxito. Mi humilde secreto

LEOPOLDO FERNÁNDEZ - PUJALS

Presidente de JAZZTEL

A pesar de haber estado en diferentes compañías, y en estos momentos estar en la nueva aventura de Jazztel, aquí he venido a hablar de emprendedores, a intentar trasladar cuales son los principios en los que he apoyado a lo largo de toda mi vida para emprender y consolidar los negocios en los cuales he desarrollado mi vida profesional y empresarial. Mi ponencia tratará de explicarles lo que significa ser emprendedor.

En primer lugar me gustaría trasladarles la evolución del pensamiento, en primer lugar tenemos una idea, esa idea la convertimos en palabra y empezamos a comprometernos, luego nuestra fuerza de voluntad nos hace pasar a la acción, estas acciones son las que nos crean los hábitos que lógicamente deben de ser buenos, lo cual forja nuestro carácter y este carácter es el que define nuestro destino.

Cualquier empleado puede convertirse en un empresario, sólo hace falta recurso humano (el mismo), físico (se puede comprar) y financiero (bien ahorro o préstamo), pero existe una gran diferencia entre empresario y emprendedor, el emprendedor tiene un sueño, su visión de lo quiere, su oasis, para eso crea una organización a la cual le marca unos objetivos y define la estrategia para conseguirlos.

Pero la diferencia entre ser empresario y ser empresario emprendedor está en el crecimiento, en la velocidad de éste.

Todo empresario debe tener una forma de pensar y de actuar tal que vaya siempre de la visión a la misión: la visión es un sueño, y debe ser compatible con la ideología del individuo, debe ser renovable, debe ser beneficiosa, fructífera y sobre todo, lograble. Cada uno se pone su misión, pero les diré una cosa: si piensas en grande logras más que si piensas en pequeño. La misión es la razón o causa por la que una empresa existe, debe mover a todo el equipo, debe ser lograble pero interminable. La misión se descompone en los objetivos, que deben ayudar al cumplimiento de ésta y deben ser creativos.

Hay dos tipos de creatividad: la constructiva y la destructiva. La destructiva se llama "excusitis". Hay que tener una mentalidad constructiva para dar ideas acerca de la consecución de los objetivos y de la misión.

En la vida en general y en la vida empresarial en particular las personas tenemos a menudo malos hábitos. Hay que repetir comportamientos para que se conviertan en buenos hábitos. Uno no se puede permitir en esta vida malos hábitos, porque estos te hacen nadar contracorriente, y te agotas antes. Hay que nadar a favor de la corriente.

Todo el mundo debería tener claros sus objetivos para el día siguiente antes de acostarse, tenerlos planificados y organizados, y medir a lo largo del día si lo ejecutado cumple los objetivos, analizando y haciendo modificaciones para mejorar al día siguiente.

Si uno continuamente mejora y cumple los objetivos y enseña a hacer esto a la gente que trabaja en su organización estará creando una maquinaria humana imparabile.

Yo considero que hay varias etapas en la vida o en cada proyecto de un empresario emprendedor:

- Una primera etapa es la del genio: al genio se le ocurre la idea y realiza un proceso de reflexión y asesoramiento.
- La segunda etapa es la del dictador benevolente, en la que el emprendedor está completamente volcado en el crecimiento de la compañía.
- Cuando la empresa llega a un tamaño con el cual comienza a frenarse pasa a la última etapa, en la que el emprendedor delega y comienza a desinteresarse, y lo que suele hacer es vender, ya que su negocio tienen un gran valor, para comenzar otro proyecto ilusionante.
- Si se pasa esta etapa pasas a la última etapa que es la de visionario, en la que trasladas tu sueño a toda la organización.

Les diré que no hay una receta mágica para triunfar, sino que hay diferentes sueños, y considero al éxito cumplir los sueños de cada uno. Hay unos ingredientes, son los que les he trasladado, pero cada uno de ustedes debe de confeccionar su propia receta.



Resumen de su intervención en el Foro EMPRESA 2005

Premio a la Excelencia Empresarial en Aragón 2005

AYANET y ELT en la categoría de PYMES y TNT en la categoría de Grandes Empresas, ganadores del Premio a la Excelencia Empresarial en Aragón 2005. Ferrán Adriá, Premio de Honor EMPRESA 2005.

Los pymes aragonesas, y una gran empresa con sede en Zaragoza, emprendedoras en sus sectores y en constante evolución, están envueltas en un importante proceso de expansión en el mercado nacional e internacional y han encontrado su reconocimiento empresarial en la IX edición del PREMIO A LA EXCELENCIA EMPRESARIAL.

Durante el mes de noviembre de 2005, recibieron el galardón más prestigioso que se entrega en la Comunidad Autónoma de Aragón confirmando su trayectoria y mejora constante en el ámbito de la gestión de la calidad. El acto tuvo lugar el día 10, y clausuró las jornadas de FORO EMPRESA, que organiza el Instituto Aragonés de Fomento (IAF). El premio a la Excelencia Empresarial en Aragón utiliza para su valoración el modelo europeo de Excelencia EFQM.

El acto congregó a más de 1000 representantes de empresas aragonesas y nacionales y por supuesto miembros de las citadas empresas que brindaron un emocionado aplau-

so cuando fueron conocedores de la obtención del galardón. En la modalidad de pequeñas y medianas empresas (pymes) obtuvieron el premio ex aequo Ayanet y ELT y de manera individual TNT obtuvo el premio en la categoría de grandes empresas.



Las tres empresas galardonadas han destacado por la implantación, desarrollo y mejora de la gestión integral de sus organizaciones frente a otras que siguen este camino y que seguro están, en próximas ediciones, sobre el escenario. Representan el buen hacer de las empresas aragonesas, el aumento de competitividad, el ajuste constante y el grado necesario de adaptabilidad a los mercados globales, que año tras año aumenta el crédito de este modelo EFQM y en definitiva de estas jornadas y su ceremonia final.

La clausura del acto, llevada a cabo por Ferrán Adriá, premio honorífico EMPRESA 2005, en la misma línea que las ponencias anteriores, dejó impresionado a los asistentes y puso de manifiesto la necesidad de reinventar e innovar constantemente, como factor clave para lograr el éxito empresarial.



Empresas ganadoras

AYANET es una empresa aragonesa fundada en 1985 y dedicada a ofrecer servicios profesionales de Consultoría Integral.

Son más de 20 años aportando soluciones a nuestros clientes para facilitar su crecimiento y potenciar su diferenciación con sus competidores. Desde nuestros comienzos hemos evolucionado nuestros productos y servicios manteniendo siempre nuestro compromiso con la calidad considerando la Mejora Continua como elemento que nos ha permitido avanzar el camino de la Excelencia.



ELT es una empresa aragonesa fundada en 1975, que diseña, produce y comercializa balastos para lámparas fluorescentes y de descarga, y equipos auxiliares para la iluminación.

La luz es una necesidad humana. La mayor parte y más eficiente, se obtiene de las lámparas fluorescentes y de descarga. Por ello, el sector de la iluminación precisa componentes auxiliares que permitan hacerlas funcionar.



TNT EXPRESS comenzó su andadura en España en 1.988, donde se instaló el primer centro de operaciones aéreas de la Compañía en España, siendo los pioneros en ejercer la actividad express de carga aérea urgente, en el Aeropuerto de Zaragoza.

En la actualidad TNT sigue siendo la única Compañía que opera con aviones propios desde el Aeropuerto de Zaragoza hasta/desde mas de 200 países del Mundo, siendo líderes y referente del transporte urgente internacional en nuestra Comunidad Autónoma.



Premio de Honor Excelencia Empresarial

«El éxito en la innovación»

El Bulli, Ferrán Adriá

En esta ponencia, expondré una serie de ideas, experiencias, con el fin de que alguna palabra, frase de las que diga os pueda servir para mejorar la competitividad de vuestras empresas.

En primer lugar, decir que la mejor empresa es aquella que tiene mejor equipo, pero también hay que decir que no es fácil encontrarlo.

En 1987, un cocinero francés dijo en una conferencia como esta que la creatividad era "no copiar". Lo cierto es que es una reflexión muy sencilla, pero la que mejor define a la palabra creatividad.

Decíos que yo, Ferrán Adriá, soy un empresario muy atípico: no me gustan especialmente los negocios, sino que hago negocios para comprar mi libertad creativa, una libertad económica que te permite hacer las cosas como quieres.

La hostelería es un mundo muy difícil en el sentido de que existe una inmediatez absoluta. Esta inmediatez la traslado a mi colaboración con las empresas exigiendo tratar con el último nivel decisor para colaborar con ellas. Este es un problema que tienen muchas multinacionales, que la creatividad, el I+D está muy lejos del Consejo de decisión.

Hay que preguntarse el porqué de las cosas y dar soluciones inmediatas, en muchas ocasiones son soluciones de sentido común, pero siempre con trabajos muy intensos de búsqueda antes de tomar las decisiones.

A continuación les expondré una experiencia como consultor de una cadena hotelera:

Trabajando como consultor de una gran cadena hotelera me pregunté el porqué de los restaurantes en los hoteles de tres y cuatro estrellas, y llegue a la conclusión de que no eran necesarios, porque la gente necesita inmediatez. Lo que les propuse fue una sala vip parecida a la de los aeropuertos en la que se pueda comer muy sencillo. Esto tan sencillo era la innovación que la empresa necesitaba, y es que la creatividad normalmente es muy sencilla.

La creatividad en la restauración es algo muy importante, ya que el sector de la alimentación representa el 22% del P.I.B. español.

Para terminar les hablaré un poco de cocina diciendo en primer lugar que la cocina de mi restaurante, "El Bulli", es una

cocina de vanguardia radical, cocina de vanguardia que ha llegado a la gente muy rápido gracias a los medios de comunicación, pero lo que se hace en El Bulli es algo que la mayoría de la gente entenderá dentro de veinte años, porque no tiene nada que ver la cocina tradicional con la alta cocina de vanguardia y de investigación.

Para las pymes resulta difícil y muy costosa la innovación y la publicidad, pero les demostraré que no lo es tanto: en mi restaurante, una pyme, se han realizado audiovisuales con gente joven, con poca experiencia pero con mucho talento, a un coste muy bajo, y estos audiovisuales hubiesen costado cantidades astronómicas con una agencia de publicidad.

Esto es un mensaje hacia las pymes, para que no den por imposible innovaciones y medios publicitarios creyendo que sólo las grandes multinacionales pueden llevar esto a cabo.



Otro ejemplo es el diseño industrial que tiene El Bulli, que comenzó en el año 2000 con un ingeniero suizo con poca experiencia. En 2003 llegamos a ir a la exposición de París con Vodafone, Ferrari y grandes diseñadores industriales. Lo que admiraban era como un restaurante podía llegar a diseñar más de cien piezas de cocina con nuevas funciones, piezas que más tarde se han comercializado con diseñadores españoles a través de una empresa externa.

A priori parece que las pymes no pueden abarcar determinados campos, pero les diré que, al menos en el mundo de la hostelería, creyendo en ello al final se pueden llegar a conseguir los objetivos soñados sin la necesidad de realizar una gran inversión.

Ferrán Adriá ha revolucionado la cocina desde su restaurante El Bulli, destino de gourmets de todo el mundo. Con impecable técnica y mucha imaginación, combina sabores, texturas, aromas y temperaturas para crear recetas insólitas. Este 'chef' genial, que ha roto los moldes de la cocina mundial, se ha revelado también como un emprendedor dotado de una gran capacidad para convertir su imagen y credibilidad en un motor de generación de nuevos negocios. Es, según The New York Times, posiblemente el chef actual más importante del mundo. Ferrán Adriá, ha creado un auténtico imperio de empresas de catering y gestión hotelera, servicios de consultoría o de edición a partir de su restaurante, el Bulli, todo ello con la innovación como factor clave de su éxito empresarial.

Premio a la Excelencia Empresarial en Aragón 2006

El Gobierno de Aragón, a través del Instituto Aragonés de Fomento y dentro de las actuaciones del Programa EMPRESA, convoca el Premio a la Excelencia Empresarial en Aragón para Pymes y Grandes Empresas en su edición del año 2006.

Este premio pone de manifiesto la mejora continua de aquellas organizaciones que demuestren un alto nivel en la gestión integral empresarial y significa para todas aquellas empresas aragonesas participantes una distinción y reconocimiento a su esfuerzo por mejorar día a día. Es sin duda un estímulo en la andadura hacia la Excelencia.

BASES Y PLAZOS EN
www.programaempresa.com



Premio Empresa Teruel 2005



Manuel Pizarro, Ángel Luengo y Alejandro Monfort, representando a las empresas premiadas

El día 4 de octubre de 2005, tuvo lugar la ceremonia Premio EMPRESA Teruel, en el Palacio de Exposiciones de Teruel.

La Confederación Empresarial Turolense (CET), la Confederación de la Pequeña y Mediana Empresa de Teruel (CEPYME) y el Instituto Aragonés de Fomento (IAF), organizaron este acto por primera vez en la provincia. Nunca antes se había galardonado al sector empresarial turolense, y en su primera edición, Unión Vidriera consiguió el Premio EMPRESA 2005, por su constante inversión de resultados que lleva a cabo en instalaciones y equipamiento productivo,

además de un sistema de gestión, un proceso de análisis de su competencia y unas cifras de ventas y empleo que crecen permanentemente.

Gres de Aragón recogió el Premio EMPRESA Teruel a la Innovación por su esfuerzo en el aprovechamiento de arcillas, aportando un valor añadido a la materia prima y por sus inversiones en I+D para la mejora de pavimentos y gres cerámico.

Endesa, producto de una gestión ejemplar, siendo motor en la provincia y con más de 1100 puestos de trabajo, casi todos en Teruel, obtuvo su reconocimiento, recogiendo el Premio a la Trayectoria Empresarial.

VI edición del foro PILOT, el mayor congreso logístico de España

La logística, como decidida apuesta de todo Aragón por la diversificación y valor añadido de nuestra localización, ha sido y seguirá siendo una actuación estratégica y su impulso y consolidación es uno de los factores importantes del programa Empresa. De esta manera, con la finalidad de promocionar y animar las buenas prácticas en el ámbito de la logística empresarial, el Instituto Aragonés de Fomento convoca la VI edición del Foro PILOT, que incluirá también la VI edición del premio PILOT a la Excelencia Logística en Aragón.

VI FORO INTERNACIONAL PILOT

Los días 8 y 9 de marzo, Zaragoza volverá a convertirse en la Capital de la Logística, al celebrarse la VI edición del Foro Internacional PILOT, reconocido unánimemente por la prensa logística como el mayor congreso de logística de España, con importante presencia de ponentes de talla internacional.

El tema central de esta VI edición, es *"La apuesta por la competitividad"*. Los mercados son quienes determinan la viabilidad o no de los productos, por lo que las empresas tienen que adaptarse cada vez más a lo que demandan los clientes. Pero en un mercado tan global como el actual, se encuentran experiencias que pueden cambiar las relaciones con clientes y proveedores, aprovechando la logística como ventaja competitiva y la diferenciación como herramienta de posicionamiento en el mercado.

En el foro estará presente una representación de aragoneses en cargos relevantes, que desarrollan su labor profesional tanto en nuestra Comunidad Autónoma, como a nivel nacional e internacional. Estos expertos del mundo empresarial son: Antonio González. Director de ABB Power Technology. Frederic Sabriá. Profesor de Operaciones del IESE, Vicente Sánchez Cabezón. Director de Sistemas de Microsoft, entre otros.

El foro internacional PILOT es una actuación encuadrada dentro del Programa EMPRESA del IAF. Hasta la fecha, más de 550 empresas de todo Aragón se han adherido al programa, realizando actuaciones de sensibilización y difusión, formación, consultoría, diagnósticos de competitividad, conferencias y jornadas, edición de manuales, congresos y reconocimientos empresariales.



PREMIOS PILOT 2006

En el desarrollo del Foro PILOT se entregará el Premio PILOT a la Excelencia Logística en Aragón 2006, en las categorías de pymes, grandes empresas y mejor proyecto universitario. A la edición de 2006, 7 Grandes empresas y 9 pymes aspiran a ser finalistas de este galardón.

En un mundo cada vez más complejo y menos previsible, la rapidez de acción constituye la diferencia. Acelerar el éxito de la empresa y de sus efectivos es ganar la carrera contra el tiempo. Es ganar en competitividad.



PILOT

Avance de ponentes confirmados

foro
Internacional
2006

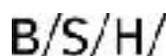


La apuesta
por la
competitividad

Zaragoza, 8 y 9 de marzo de 2006



Fernando Bermúdez
Director de Logística de ARC



Pedro Bueno
Director de Logística de BSH
Electrodomésticos España



Andrés Castejón
Director de Supply Chain en
Europa del Grupo Kohler



Jesús Pérez
Director de Planta
de Valeo Térmico



Mireia Vidal
Director General del Centro
Español de Logística



Alfonso Fuertes
Director de Carga de Iberia



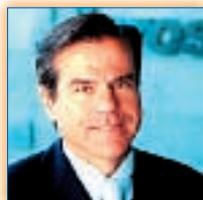
Antonio González
Director de ABB Power
Technology



Lorena Alba
Directora de Logística
de Inditex



General José Luis Callejo
General Jefe del mando
de apoyo logístico



Vicente Sánchez
Director de Microsoft



Mª Jesús Saenz
Directora Académica del
Zaragoza Logistics Center



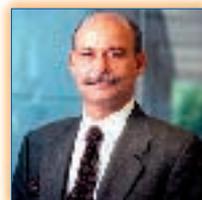
Luis Egidio
Consejero Delegado
de Logista



Francisco Fernández
Director de Supply Chain
de Carrefour



Frederic Sabriá
IESE



Jeremy Rifkin
Presidente de la Foundation
on Economic Trends

Consultar programa definitivo en: www.programaempresa.com

FRANQUICIAS

TÍTULO:

Curso superior de gestión y expansión de franquicias

DESCRIPCIÓN

La franquicia es una fórmula de expansión empresarial en auge, que cuenta con unas características propias, de concepto y de organización. Este curso tiene como objetivo crear una cantera de profesionales titulados, capacitándolos en la gestión de empresas franquiciadoras. Tras un proceso de selección, los alumnos realizarán un periodo de formación especializada en todas las áreas del modelo de negocio. Además, bajo demanda de las empresas adheridas a la LÍNEA FRANQUICIAS se pondrá en marcha un proceso de prácticas, con el objetivo de ayudar a crear o consolidar la franquicia.

A los alumnos que superen la realización del Curso, se les entregará el diploma del Curso Superior de Gestión de Franquicias, otorgado por el Gobierno de Aragón, Ibercaja, Asociación de Franquicias de Aragón y AJE (Jóvenes Empresarios de Zaragoza)

DESTINATARIOS

Recién titulados universitarios, o alumnos de últimos cursos, con formación en marketing y organización de empresas, con interés en conocer y aplicar conocimientos sobre la franquicia como fórmula de organización y expansión de los negocios.

ASPECTOS A TRATAR

El propósito del curso es proporcionar formación en distintas áreas de negocio relacionadas con la franquicia, aplicando los conocimientos adquiridos en un proyecto propuesto por cada alumno, que deberá presentar cuando finalice el curso:

- La distribución comercial y las distintas formas de comercio asociado.

- La franquicia. Términos y consideraciones generales.
- El marco jurídico en las franquicias.
- Entorno y empresa. El concepto de franquicia.
- Derechos y obligaciones de franquiciadores y franquiciados.
- Documentos propios de la franquicia.
- El plan de expansión.
- Análisis económico financiero



IMPARTIDO POR

Juan Delgado. Consejero Delegado de AC Consultores. Sociología, Derecho, MBA y Diplomado en Marketing por ESIC.

Ignacio Delgado. Diseñador Gráfico Publicitario y Técnico en Gestión Comercial y Marketing por ESIC. Consultor de marketing operativo y responsable del Área de Imagen y Comunicación de AC Consultores desde 1998. Profesor de las asignaturas Marketing y Marketing Internacional de Columbus IBS desde 1999 hasta la actualidad.

Ana Grilló. Consultora AC Consultores desde 2001. Desarrollo de proyectos de marketing y expansión desde 1995. Doctorando en Ciencias Económicas y Empresariales y profesora asociada de la Universidad de Zaragoza desde 2003.

Sergio Viscarret. Consultor de AC Consultores. Presidente de la Asociación Centro Comercial Abierto "Centro Ciudad". Licenciado en Sociología por la Universidad Pública de Navarra (UPNA). Master en Gestión y Dirección de RRHH por la Escuela Europea de Negocios.

Mar Martínez. Licenciada en Derecho, Magíster en Estudios Sociales Aplicados. Master en Marketing y en Marketing Internacional. Experta en comunicación interna y en gestión de los Recursos Humanos.

AFA. Javier Salvador. Abogado Asociado de PAJARES & ASOCIADOS ABOGADOS, Asesor Jurídico de la Asociación de Franquiciadores de Aragón, Experto en Derecho de la Distribución y Franquicias.



En pocas palabras...

La conquista del mercado: fidelización de clientes



ARNALDO MUÑOZ

Director general Easy-Jet España y Portugal

“La clave de Easy-jet es, como en la mayoría de empresas, la fidelización de clientes, y la estrategia que lo hace posible es *‘el producto como principal eje de fidelización’*: pensar en primer lugar en *‘el producto’*, en segundo lugar en *‘el producto’* y ... por último *‘el producto’*.”

Zaragoza, 9 de noviembre de 2005

La conquista del mercado: fidelización de clientes



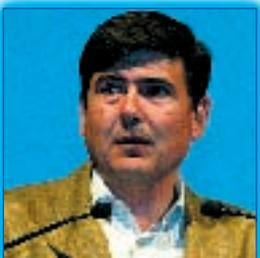
OLGA SAN JACINTO

Vertical Head de GOOGLE ESPAÑA

“Nuestra misión es ayudar al usuario a organizar la información del mundo y hacerla accesible y útil universalmente. Sin duda, una de las claves más importante de Google son sus ingenieros. Estos tienen libre el 20% de su tiempo para pensar en el proyecto que ellos decidan, y de esto se nutre la innovación de Google.”

Zaragoza, 9 de noviembre de 2005

La gestión del talento



MANUEL PIMENTEL

Autor de “El Talento”

“La empresa es una organización compuesta por personas. Tiene talento aquella organización que hace las cosas mejor que el resto de empresas en las mismas circunstancias. El talento de una organización no es la suma del talento de las personas que la componen, porque el talento de una empresa radica en sus procedimientos, en su organización, en su marca. El talento de una empresa no nace, se hace.”

Zaragoza, 9 de noviembre de 2005

Emprendedores de éxito



FELIX TENA

Presidente de Imaginarium

"Próximamente se prevé un colapso en el sector del juguete debido a la baja tasa de natalidad, a lo que hay que unir la alta competencia que existe actualmente en el sector, y hay que adaptarse a este cambio. Lo que harán las grandes compañías es adaptarse reduciendo márgenes, y las pequeñas empresas desaparecerán. Hay 'tiburones' y hay 'sardinas', y nosotros somos y queremos ser tiburones."

Zaragoza, 10 de noviembre de 2005

La apuesta por las personas



JOSE MARIA PUJOL

Presidente de Ficosa Internacional

"La pasión por las personas '¡tengo al hombre!' se ha ido repitiendo a lo largo de toda mi vida. Sin hombre no hay proyecto. Para poder ser líderes en innovación y creatividad todos nuestros empleados tienen que tener la capacidad de innovar, y para ello los empresarios y gerentes debemos de ser capaces de crear el clima propicio para que las ideas fluyan de forma continua. Si esto sucede la organización será sin duda una empresa competitiva. A los hombres, a las personas no se les dirige y gobierna como estrategias, a los hombres se les quiere."

Zaragoza, 10 de noviembre de 2005

La apuesta por las personas



FRANCESC MARTINEZ RIUS

Director de Relaciones Humanas de Danone

"Danone ha encontrado a las personas óptimas para llevar a cabo su estrategia, y gracias a una buena formación acorde con el desarrollo profesional planificado, una constante comunicación y una compensación acorde con los objetivos conseguidos, esta empresa ha podido llegar ser el líder en nuestro sector de mercado."

Zaragoza, 10 de noviembre de 2005

La pasión por la marca



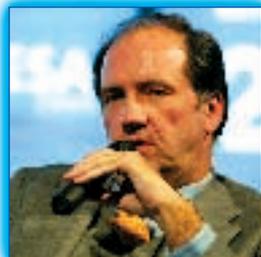
ROSA TOUS

General Product Manager de Tous

"Se podría decir que lo que más vale de una buena empresa, el mayor valor que posee, es la marca, mucho más que los activos materiales de la empresa, mucho más que sus bienes, sus instalaciones y sus locales. Si una compañía pierde sus instalaciones, pierde sus locales, es decir, pierde la mayoría de sus bienes, pero conserva la marca, pasarían semanas, meses o años, pero al cabo de mucho o de poco tiempo todo volvería a ser como antes, todo volvería a marchar igual de bien."

Zaragoza, 10 de noviembre de 2005

La pasión por la marca



PABLO ÁLVAREZ

Consejero Delegado de VEGA SICILIA

“Para la creación de una marca deben darse ciertos condicionantes: tiene que haber un emprendedor, unos clientes fieles, un talento en la gestión y un excelencia en la elaboración del producto. Toda nuestra organización está orientada hacia el producto, tanto hacia la tierra como hacia el vino que esta genera, no realizamos ningún tipo de inversión en publicidad ni en marketing, por lo que se puede decir que el nivel de fidelización de nuestros clientes es prácticamente infinito.”

Zaragoza, 10 de noviembre de 2005

El camino hacia la excelencia



JOSÉ LONGÁS

Director General de BSH Electrodomésticos España

“El modelo que aborda BSH para realizar su gestión se basa en la innovación y el aprendizaje, además de la fidelización de nuestros clientes y la creación de un clima óptimo dentro de la empresa para nuestros empleados, que constituyen la base de nuestro éxito, pero sobre todo el modelo de gestión de BSH tiene de innovador el hecho de que está basado en la Responsabilidad Social.”

Zaragoza, 10 de noviembre de 2005

El camino hacia la excelencia



JUAN FERRO

Director General de Teltronic

“Los beneficios que genera a largo plazo el modelo EFQM, son mucho mayores que los problemas que pueda generar al comienzo, problemas meramente derivados del cambio y el aprendizaje de una nueva forma de organización.”

Zaragoza, 10 de noviembre de 2005

El camino hacia la Expo 2008



ROQUE GISTAU

Presidente de Expo Zaragoza 2008

“Se prevé que la Expo 2008 de un importante impulso económico a la economía aragonesa, por las oportunidades de crecimiento que va a brindar a muchas empresas y por el impulso que va a proporcionar al sector hostelero y del turismo en general, ya que se estima que será visitada por seis millones de personas, con el consumo turístico que esto conlleva. La Expo 2008 ya está en marcha, para informar sobre la buena gestión del agua, para poder dar oportunidades de expansión internacional a las empresas y, sobre todo, para divertir.”

Zaragoza, 9 de noviembre de 2005

Actuaciones en formación + consultoría

Ene 06 - Jun 06

A partir de los diagnósticos realizadas a más de 550 empresas adheridas al Programa EMPRESA, el Instituto Aragonés de Fomento ha diseñado un calendario de actuaciones de FORMACION + CONSULTORIA con el objetivo de difundir herramientas de mejora en la gestión en todas las áreas funcionales de la empresa.

METODOLOGIA: La mayor parte de las actuaciones programadas dispondrá de una parte de formación y una parte de consultoría, destinada a implantar los conceptos desarrollados en la formación, de una forma personalizada en cada organización.

Cursos de formación + consultoría a realizar en Zaragoza

AREA	FORMACION Y CONSULTORIA
Dirección y Gerencia	09/01/2006 Formar equipos de alto rendimiento 11/01/2006 Desarrollar lo mejor de sí mismo y de su equipo directivo 13/02/2006 Talleres y consultoría sobre habilidades directivas interpersonales 03/04/2006 Profesionalización de la empresa familiar administración y finanzas
Administración y Finanzas	10/01/2006 Contabilidad y finanzas para financieros en pymes 10/02/2006 Curso práctico de gestión de costes por actividades (abc): logística, producción, servicios y sector público. 14/03/2006 Planificación financiera y control de gestión: claves de la estrategia empresarial. 13/06/2006 Establecimiento en pymes de un sistema de análisis y reducción de costes abc
Logística y Producción	13/01/2006 Hacer que el transporte funcione: la animación de proveedores de transporte. 24/03/2006 El MTM o como mejorar la productividad 28/04/2006 Células de producción y SMED 12/05/2006 La excelencia operativa a través del lean manufacturing y la gestión eficaz de la cadena logística 23/05/2006 Reingeniería de procesos orientada a producto y a la satisfacción del cliente. 02/06/2006 Como revisar y potenciar la productividad
Marketing	12/01/2006 Gestión de equipos comerciales 02/02/2006 Taller: lo que un responsable de marketing debe saber hoy de nuevas tecnologías. 02/03/2006 Técnicas de negociación para vender más. 30/03/2006 El nuevo marketing one to one. el poder del consumidor 27/04/2006 Previsión de ventas y gestión de la demanda 18/05/2006 Vender: como organizar la política comercial 31/05/2006 Técnicas de ventas efectivas en entornos turbulentos 08/06/2006 El "día a día" en la atención al cliente: convertir lo rutinario en significativo
Recursos humanos	01/02/2006 El termómetro de la empresa: estudio de satisfacción interna 22/02/2006 ¿Cómo gestionar las personas en la empresa familiar? El papel de cada uno y el objetivo global 05/04/2006 Estrategias de coaching para el desarrollo de habilidades directivas. 03/05/2006 Coaching en campo real 22/05/2006 2+2=5. técnicas para crear y entrenar equipos.
Calidad, Medio Ambiente y Prevención de Riesgos	18/04/2006 Implantación de un plan de prevención de riesgos laborales 31/01/2006 Análisis, rediseño y gestión de procesos.
Otros	24/01/2006 Curso superior de gestión y expansión de franquicias

Formación en comarcas: consultar www.programaempresa.com

Datos de identificación de la empresa

Nombre de la empresa CIF/NIF

Domicilio

Código postal Localidad

Teléfono Fax

Web E-mail

Número de IAE

Dimensión de la empresa

Capital Social Activo Total

Facturación (IVA excluido) Número de empleados

Actividad de la empresa

Sector de actividad

Principales productos o servicios

Responsables de área

Dirección / Gerencia e-mail

Recursos humanos e-mail

Finanzas - Administración e-mail

Logística - Producción e-mail

Marketing - Comercialización e-mail

Datos de identificación de la empresa

D. / D^a.

en calidad de (cargo)

solicito la adhesión en el Programa Empresa.

En a, de de 200

Firma

Las personas inscritas consienten, de modo expreso, la incorporación y tratamiento de sus datos en los ficheros automatizados cuyo responsable es el Instituto Aragonés de Fomento. Los inscritos quedan igualmente informados sobre la posibilidad de ejercer los derechos de acceso, rectificación y cancelación en los términos establecidos en la legislación vigente, en la dirección del Instituto Aragonés de Fomento: c./7 Valenzuela, 9 - 50004 Zaragoza

Solicitud de adhesión de EMPRESAS

Enviar por fax al 976 70 21 03

www.programaempresa.com



El acceso más directo a la mejora competitiva de la EMPRESA

Subvenciona:



Instituto Aragonés de Fomento