

MANAGEMENT

Entrevista a Franc Ponti sobre el nuevo Centro de Innovación EADA.

04

BREVES EADA

EADA inicia el proceso de adscripción a la UVIC. Ranking Financial Times 2010. Nueva beca Arturo Alsina i Gallart

12

ENTREVISTA

Entrevista a María Reig, empresaria y Presidenta de la Comisión de Prospectiva del Plan Estratégico de Barcelona.

23

EADAALUMNI

EADAAlumni renueva comité. Memoria anual de actividades. Carreras profesionales. Internacional.

27



EADAVIEW

Where business people grow

| Época II Formación y Empresa | Número. 17 | Septiembre 2010 | 3 €

Convocatoria de Programas 2010-2011

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

Página 17

Maria Reig, empresaria y Presidenta de la Comisión de Prospectiva del Plan Estratégico de Barcelona.



La mejor inversión para crecer en habilidades y conocimientos



EADA

Where business people grow

2ª escuela del mundo en
"Desarrollo profesional"
Financial Times 2009 (MBA Full Time)



PRÓXIMOS INICIOS:

- | | |
|---|--------------------------|
| • Master Ejecutivo en Dirección Financiera | 4 de noviembre de 2010 |
| • Dirección de Control de Gestión | 12 de noviembre de 2010 |
| • Gestión Financiera | 16 de noviembre de 2010 |
| • Gestión Contable y Fiscal de la Empresa | 5 de octubre de 2010 |
| • Contabilidad General | 22 de septiembre de 2010 |
| • Especialización en Asesoría Fiscal y Tributaria | 19 de octubre de 2010 |
| • Finanzas para directivos no financieros | 20 de octubre de 2010 |

PARA MÁS INFORMACIÓN:

Raquel González · rgonzalez@eada.edu

Tel.: 934 520 844 (ext. 233) · Fax.: 933 237 317

c/Aragó, 204 · 08011 · Barcelona · www.eada.edu

Acreditaciones de calidad



Business School
Rankings 2009

The
Economist

(Sólo 130 Escuelas en todo el mundo poseen estas acreditaciones)



David Parcerisas

Presidente de la Fundación EADA
(Escuela de Alta Dirección y Administración)

EADAVIEW

Edita:

EADA
Aragó 204
08011 Barcelona
Tel. 93 452 0844
www.eada.edu
info@eada.edu

Editor:

Giorgia Miotto
gmiotto@eada.edu

Colaboradores:

Guillermo Bejarano, Luisa Bonilla,
Bibiana Camba, María Gelpí, Eva García,
Carmen Gracia, Anna Martín, Xavier
Prat, Mar Ribas, Roger Castellón, Imma
Tortajada, Jessica Villoslada, Isabel
Berasategui.

Diseño y Coordinación Editorial:

Sponsorship Group
Horaci, 14-16
08022 Barcelona
Tel. 93 204 2066
www.sponsorship-group.com
info@sponsor.org

Publicidad:

Susana Morales
smorales@esponsor.org
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

Balance positivo a pesar de las dificultades

Si queremos hacer un balance de lo que ha sido el año académico 2009-2010, lo único que podemos decir es que ha sido un año en el que hemos aprendido a luchar y a hacernos fuertes. Hemos seguido adelante con algunos éxitos remarcables, y todo ello en un entorno plagado de dificultades que no han tenido nada que ver con el comportamiento de las instituciones ni con el comportamiento de la mayoría de las empresas.

No voy a hacer aquí una descripción, y aún menos un análisis, de lo que significa trabajar en un entorno de políticos y administradores que, en el mejor de los casos, se merecen el calificativo de mediocres. Tampoco se puede valorar cómo es posible que los gobiernos nacionales sean incapaces de atajar la especulación de capitales financieros internacionales o que la propia Unión Europea sea tan poco operativa en situaciones que requieren consenso y velocidad de actuación. No puede ser que empresas e instituciones se queden sin crédito porque la banca utiliza el dinero de los contribuyentes para intentar maquillar los problemas que les ha generado la avaricia en el sector inmobiliario.

Y es precisamente en este contexto en el que en EADA hemos conseguido, por cuarta vez consecutiva, la acreditación internacional de calidad EQUIS (European Quality Improvement System) que otorga la EFMD, sello de calidad que hoy poseen 128 instituciones en 35 países diferentes y que EADA viene obteniendo de forma ininterrumpida desde 1999. Es también en este entorno en el que hemos comenzado con éxito nuestro *Global MBA* en Guatemala y Colombia, en un paso más de nuestra ya larga trayectoria de cooperación con CENTRUM (Perú). Y, también en estas circunstancias, hemos incrementado los *outputs* de investigación del profesorado en las más prestigiosas revistas académicas y hemos lanzado tres grupos de investigación: el Centro de *Retail*, el Centro de Innovación y el Centro sobre el Impacto de la Responsabilidad Social Corporativa. Esta actividad académica, el compromiso de los antiguos alumnos con la institución y las excelentes valoraciones de nuestros clientes individuales y corporativos han permitido que EADA consolide su presencia en los mejores *rankings* del sector como los que publican *Financial Times* y *The Economist*.

Si alguien nos pregunta cómo hemos conseguido estos avances tenemos una contestación clara: con un claustro de profesores excelentes y con un equipo de profesionales dedicados y comprometidos, desde los miembros del Patronato y el Director general hasta la última persona que se acaba de incorporar a EADA.

El equipo hace la diferencia, y en EADA invertimos cada día en mejorar y cohesionar este gran equipo de profesionales. Al escribir estas líneas, acabamos de reunir durante dos días en nuestro Centro de Formación Residencial en Collbató a más de 100 personas de EADA, entre profesores y *staff* en el «*In EADA Meeting 2010*». Es una actividad para cohesionar equipos que tiene aspectos lúdicos, pero es sobre todo nuestra forma de construir un sentido de pertenencia a la institución, lo que alguien ha llamado acertadamente el *EADA Spirit*, que es, en definitiva, nuestra mejor fuente de diferenciación.

Gracias a él, no sólo continuamos navegando en mares complicados, sino que hemos izado algunas velas que nos impulsan hacia nuevas ambiciones que han de concretarse en los próximos años.



«La innovación ha de surgir de la pasión»

El pasado 11 de mayo, EADA inauguró en su camino hacia la especialización otro centro de investigación: el Centro de innovación EADA (CIE). El CIE, capitaneado por Franc Ponti, uno de los principales especialistas en innovación, tiene como objetivo proveer de herramientas académicas la innovación empresarial.

Franc Ponti llega con sus aires de sabio despistado, exultante tras la inauguración del CEI. En la cafetería un estudiante se le acerca para darle la enhorabuena por el acto. «Aquí tienes la prueba de que no te engaño cuando digo que la inauguración fue un éxito», bromea. Durante la conversación recibe varias felicitaciones al respecto. Doy fe de ello.

De hecho, a la inauguración asistieron cerca de 200 personas, muchas de ellas del mundo de la innovación, lo cual es mucho para un acto celebrado a primera hora de la mañana. Quisimos contar con Theo Janssen para que ofreciera una presentación sorprendente e inspiradoramente provocativa. Fue muy aplaudido y *El País* hizo una reseña de la misma.

"Queremos posicionar a EADA como un lugar importante en innovación desde el punto de vista inspiracional"

Ud. ya lleva años trabajando en Innovación en EADA. ¿Por qué ahora un Centro de Innovación?

Los centros de EADA (como el de *Retail*, el de *RSC*) suponen una forma diferente de trabajar que rompe la dinámica de los departamentos clásicos en los que todos se quedan en «su casa» y hay poco trabajo transversal. Queremos implicar a docentes de distintas disciplinas: marketing, finanzas... Ayer, en la inauguración, había varios profesores de diferentes departamentos interesados en trabajar con nosotros.

¿Qué objetivos tiene el Centro?

El Centro de Innovación no puede ser un centro tecnológico ni de grandes descubrimientos. Pretende producir instrumentos pedagógicos que ayuden a innovar (jornadas, talleres, libros...). La innovación ha de surgir de la pasión de las personas; para innovar hay que divertirse. Por ese motivo nos planteamos hacer cosas divertidas, extrañas, *out of the box*. Queremos posicionar a EADA como un lugar importante en innovación desde el punto de vista inspiracional.

Una de las novedades será el Aula de Innovación, un espacio especialmente ideado y equipado para la formación en creatividad e innovación.

Sí, será un aula preparada para acoger grupos de 15 a 20 personas donde se programarán sesiones de *brainstorming* o de otras herramientas creativas. Los grupos creativos tienen que ser pequeños para ser efectivos. Tendrá forma de elipse con todas las paredes de pizarra. Estará concebida para que pueda vaciarse de mesas y sillas en 2 minutos y se puedan hacer yoga, meditación o dinámicas que impliquen ponerse de pie y moverse por la sala. Contará con distintos tipos de luces y aromas para crear diversos ambientes y con tecnología punta para hacer todo tipo de presentaciones. Será la primera de estas características en España.

También han firmado un acuerdo de colaboración con ACC1Ó.

El objetivo del acuerdo es que proyectos prometedores de base tecnológica de la red TECNIO puedan ser puestos en contacto con estudiantes especialistas en gestión para crear un plan de negocio competitivo. A las empresas de este tipo les cuesta poner en marcha un plan de negocio, y para que la innovación funcione hay que combinar las dos cosas: investigación y visión de negocio.

Uno de los ejes del Centro de Innovación es la producción de libros. El primero que han editado se llama *Si funciona, cámbialo*. Es curioso un título así cuando, en el contexto actual, parece que impera el «si funciona, no lo toques».

El título es provocador. Queremos decir que no es necesario cambiar las cosas cuando funcionan, pero hay que pensar en el futuro, no dejar de explorar, porque si sólo reaccionas cuando algo falla quizá entonces ya será demasiado tarde. El libro es fruto de la colaboración entre una persona de empresa como Josep Maria Ferrer Arpí, Ex Director de Innovación de la Corporació

Catalana de Mitjans Audiovisuals, y una persona más académica como yo.

En el Centro, queremos publicar un libro al año y con formatos diferentes, más visuales, con una aproximación diferente como, por ejemplo, libros gigantes.

Dada la coyuntura económica, ¿la mejor innovación es reducir costes y ofrecer mejores precios?

La innovación es un instrumento de creatividad que no sólo se aplica a servicios y productos sino también a aspectos como la comercialización, la estrategia competitiva, la gestión de recursos humanos y, por qué no, a la reducción de costes. Pero si la innovación sólo se enfoca en minimizar costes se convierte en una apuesta muy triste, muy poco ambiciosa. La innovación consiste en convertir ideas creativas en negocios rentables, supone transformar todo el negocio.

En el Centro vais a investigar también sobre medición de la innovación

Las empresas necesitan medir el impacto y los resultados de los recursos dedicados a innovación, ver si recuperan la inversión. Y para eso necesitan una monitorización constante. A veces basta con indicadores muy sencillos. A través del profesor Joan Albert García Moga, el CIE impulsará un estudio para el desarrollo de una herramienta que mida los resultados de la innovación. Si bien ya existen instrumentos de este tipo, nuestra idea es estudiarlos y proponer herramientas nuevas.

"Lo que sale muy caro es innovar mal, hacerlo de espaldas al cliente, sin método, sin red de seguridad..."



"Hay personas que son más creativas que otras por naturaleza, por carácter, pero todos podemos ser más creativos de lo que somos"

¿Innovar sale muy caro?

Ése es uno de los mitos que existen y que asustan a las empresas. Por supuesto que hacen falta recursos, pero se necesita más tiempo y recursos humanos que dinero. Lo que sale muy caro es innovar mal, hacerlo de espaldas al cliente, sin método, sin red de seguridad...

¿Cuál es el método a seguir?

No hay un método universal, pero es necesario sistematizar un proceso. Cada empresa ha de encontrar su propio proceso, no vale imitar el de otros.

¿Cuáles son las empresas más innovadoras que tenemos en nuestro país?

Un sector que apunta mucho hacia la innovación es la biotecnología, pero también el gran consumo y la alimentación necesitan estar innovando constantemente. Tenemos el restaurante más innovador del mundo, el Bulli, aunque ahora haya pasado a un segundo puesto. Metalquimia y AUSA están haciendo cosas muy interesantes. La UOC es patrón de referencia en medio mundo por su modernidad, ya que fue una de las primeras universidades virtuales.

PERFIL



Franc Ponti

Licenciado en Humanidades por la UOC, diplomado en Psicología Empresarial por EADA y Master en Gestión Gerencial también por EADA.

Franc Ponti es profesor en el Departamento de Dirección de Personas de EADA desde mediados de los noventa, especializado en el Área de Creatividad e Innovación. Ha realizado sesiones de formación en empresas como INDITEX, TV3 (Televisió de Catalunya), Ofiservice, Laboratorios Roche, TVE, MANGO, Henkel Ibérica, Catalunya Ràdio, Institut Català de la Salut (ICS), Storopack, Bioibérica, Editorial Planeta y BSH Electrodomésticos, entre otras. También ha dado conferencias en escuelas e universidades de todo el mundo.

Es autor de diversos libros, entre ellos «La empresa creativa», «No somos recursos. Somos humanos», «Pasión por innovar», «Innovación», «Si funciona, cámbialo». ■■■■



"Hacemos mucha formación In Company para empresas como Abertis e Inditex, entre otras. Lo enfocamos de una forma muy participativa"

Siendo la formación uno de los pilares del Centro de Innovación de EADA, supongo que Ud. defiende que se puede aprender a ser creativo e innovador.

Hay personas que son más creativas que otras por naturaleza, por carácter, pero todos podemos ser más creativos de lo que somos, depende de nuestra voluntad de abrir la mente. Lo mismo ocurre con las empresas; las que se estancan no aprenderán a innovar.

¿Y cómo se lleva a cabo la formación en innovación en EADA?

Hacemos mucha formación *In Company* para empresas como Abertis e Inditex, entre otras. Lo enfocamos de una forma participativa. Trabajamos sobre sus propios casos y también les planteamos casos propios.

Y el seminario «24 horas en la vida de un directivo innovador», ¿en qué consiste?

Con esta acción queremos subrayar el cambio mental que hay que hacer, ya que sin él difícilmente van a innovar. Para eso preparamos esta experiencia de inmersión total, haciéndoles vivir la innovación. Preparamos experiencias *outdoor*, les enseñamos técnicas creativas, les mostramos la realidad con otros ojos...

¿Hace falta un nuevo management para innovar?

Éste es el mensaje de Gary Hamel, que yo considero un pilar fundamental: «hay que cambiar el código genético de las empresas». Hemos de crear empresas más flexibles, menos jerárquicas, de lo contrario no conseguiremos innovar. En este sentido hay que ser radical. ■■■■

Aline Masuda, on 8-10 April 2010 presented the paper "Multiple Cultural Identities in CQ and Global Leadership" at the Society for Industrial & Organizational Psychology in Atlanta, USA. ■■■■



Manu Carricano, on 25 May 2010, defended his PhD thesis in Bordeaux and he obtained the "mention très honorable avec félicitations du jury à l'unanimité". On 16 March he presented "L'émergence du métier de "Pricing Manager": origines et perspectives" at the "10ème Rencontres sur la Prospective des Métiers" in Paris and the "Model of Customer Selection Using Predictive Measures of Lifetime Value" at the 39th European Marketing Academy Conference, on the 1-4 June in Copenhagen. ■■■■



Elisabet Garriga, on 19-22 May, presented the paper "Sense-making of CSR and business ethics related concepts by small business leaders' - A comparative international analysis" at the European Academy of Management Conference 2010 in Rome. ■■■■



Joan Tarradellas, on 25-28 March, presented "An Option Pricing Based Model for Sustainability Strategy in Airline Industry in New EU CO2 Emission Legislation" at the International Association for Business and Society Annual Meeting, Alberta, Canada. ■■■■



EADA acoge la III Conferencia Mundial de la SGBED en Barcelona

» EADA fue la anfitriona de la III Conferencia Mundial de la SGBED, que tuvo lugar en Barcelona entre el 17 y el 19 de junio y que, bajo el título de «*Emerging Trends in Innovation*» (Nuevas tendencias en innovación), congregó a más de 50 participantes afiliados a 24 instituciones académicas y procedentes de 17 países distintos.

El profesor Martin Rahe, Director del Departamento de Investigación de EADA, coordinó todas las ponencias y trabajos que se presentaron durante la Conferencia.

Nacida en Estados Unidos a través de la *Montclair State University* (New Jersey),



la SGBED (*Society for Global Business and Economic Development*) está formada por una red de universidades y escuelas de negocios de todo el mundo y tiene como objetivo la promoción de la investigación en el ámbito de los negocios y el desarrollo económico internacional. La anterior edición se celebró el 2009 en Dubai bajo el lema «Clústeres de negocio: fuente de innovación y ventaja competitiva». ■■■■

Fast Pricing Conference

» Almost 80 pricing professionals attended the Fast Pricing Conference that Manu Carricano, Professor of EADA, organized jointly with ADETEM (The French Marketing Association) and PRICING SOLUTIONS on January 29th. The conference was a huge success, and attendees particularly appreciated the mix between academics' and practitioners' perspectives.

The conference included a plenary session with Professor Sarah Maxwell (Fordham University, NY, USA) as a keynote speaker,

that captivated the audience with a brilliant lecture on «Price fairness and Behavioral Pricing». Then the conference consisted on presentations of cutting edge research results from leading academics in the field (Cass Business School, EADA, HEC, ESCP Europe, ESMT) and breakout talks with outstanding speakers from companies such as Schneider Electric, Carrier Europe, Syngenta, Michelin and Zilliant to name a few.

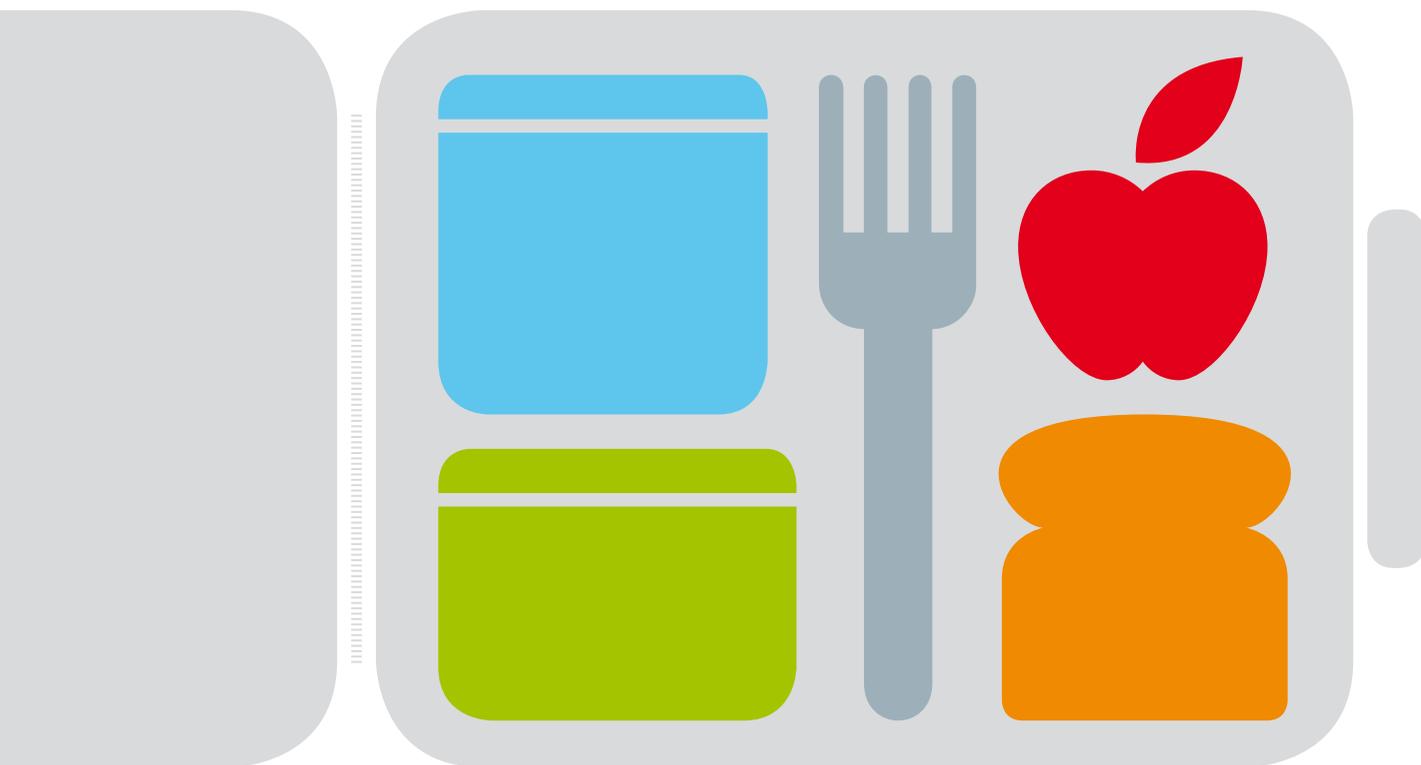
A new conference will be scheduled in 2011. ■■■■

Innovación 6.0, el fin de la estrategia

» «Xavier Ferrás describe con precisión hasta qué punto la innovación, lejos de asimilarse en exclusiva a la tecnología, ha ido abarcando cada vez más ámbitos hasta convertirse en uno de los ejes fundamentales que definen la sociedad actual. Sin innovación las personas, las empresas y las naciones no serán capaces de construir escenarios inteligentes de futuro. Innovar es, pues, imaginar el futuro colectivo.»

Xavier Ferrás (1969). Doctor en Economía y Empresa (UB), MBA por ESADE e ingeniero de telecomunicación por la UPC. Actualmente es Director del Centro de Innovación Empresarial de ACCIÓ (Agencia de Competitividad de la Generalitat de Cataluña) y profesor de EADA. ■■■■





La innovación como antídoto

En un momento de crisis como el actual, cuando el entorno económico se tambalea y algunos de nuestros esquemas empresariales se rompen, el cambio se impone y la innovación, siempre necesaria, pasa a ser una exigencia. No es un mantra ni una receta mágica, pero es la mejor forma de aprovechar la oportunidad que supone la crisis.

Imma Tortajada

Hace seis años la empresa Valira tenía un problema. Así se lo hizo saber su entonces Director General, Aldo Mistrali, a la consultora estratégica de innovación *A piece of pie*. «Estamos perdiendo cuota de mercado en la categoría de los *tuppers* debido a la competencia asiática. Si no innovo, deberé cerrar mi fábrica... Tengo claro que no puedo competir por precio, que debo encontrar alguna idea de producto que aporte valor real a mis clientes», les dijo. Hasta entonces, en Valira, la innovación se basaba en añadir algún plus a los productos ya existentes. El primer paso del proyecto llevado a cabo por Valira y *A piece of pie* fue centrarse en las experiencias de los usuarios, usando la etnografía, en lugar de mirar al producto.

Este método de investigación antropológico les llevó a observar la «generación *tupper*», la de los trabajadores que por salud y economía se llevaban una fiambra en una bolsa de plástico para comer en la oficina. «Descubrimos la necesidad latente no cubierta de “dignificar” la experiencia de comer fuera de casa, de romper las percepciones fundadas en la imagen “cutre” de la fiambra y del *picnic*; de facilitar la opción de comer sano, como en casa, en cualquier entorno», explica Joan Vinyets, Socio Fundador de *A piece of pie*. Después de definir el target y el concepto, desarrollaron el producto sin olvidar el plan de negocio, el *branding* y un plan de lanzamiento al mercado. Así nació la Nomad de Valira, el maletín porta-comida con pinta de funda de videocámara. En 2005, salió al mercado y, cinco años después,

«Siempre hay alguien que lo hace más rápido, más barato y más bonito. Es momento de innovar pero yendo mucho más allá, mirando quién compra y por qué lo compra», Marc Vidal, Director General de Cink.

basta hacer un trayecto en metro en hora punta para constatar que la Nomad de Valira ha sido un éxito que ha reflatado la compañía.

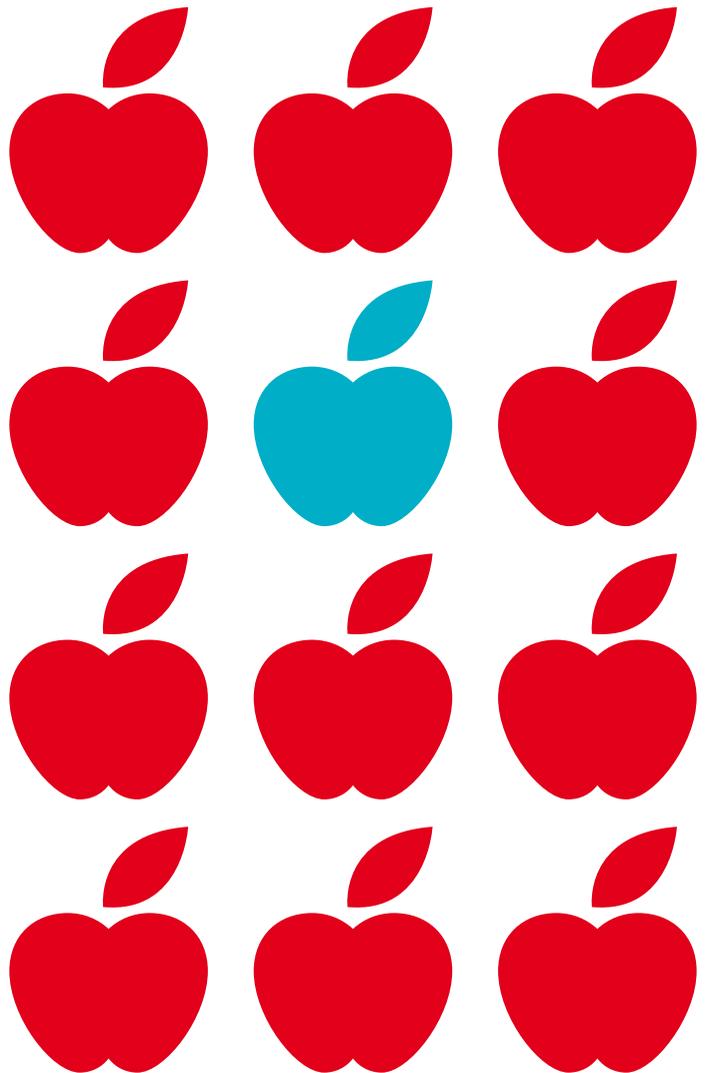
Y es que, como afirma el economista y Director General de Cink, Marc Vidal, «siempre hay alguien que lo hace más rápido, más barato y más bonito. Es momento de innovar pero yendo mucho más allá, mirando quién compra y por qué lo compra». En un momento de crisis económica como el actual, se producen cambios económicos y sociales que posiblemente persistan pasada la tormenta. Difícilmente volveremos a tener los mismos hábitos de compra que antes. Una buena base para innovar es anticiparse a esos cambios y dar respuesta a necesidades incipientes tal y como ejemplifica el caso de la Nomad.

Innovación para ahorrar

De entrada, las estrecheces económicas o el miedo a padecerlas nos han vuelto consumidores más responsables y conscientes o, por lo menos, más prudentes. Todo lo que supone un ahorro es bien recibido. Es el momento del triunfo de las marcas blancas y del *low cost*, pues el cliente ya no está dispuesto a pagar más si realmente no hay un valor añadido. En este contexto, algunos se preguntarán si la mejor innovación es virar hacia el *low cost*. «El muy mal llamado *low cost* es, a mi entender, una de las máximas expresiones de la innovación y claramente una tendencia en la salida de la crisis. El *low cost* es sinónimo de eliminar la sobreespecificación de las cosas y centrarse en el valor real que ofrecemos al usuario. La antítesis del *low cost* es la sobreespecificación. Por ejemplo, como la diferenciación entre compañías de vuelo era difícil de realizar por novedad del valor del servicio, se buscó una diversificación en productos añadidos al producto valor central (sobreespecificación), la consecuencia de la sobreespecificación es que a la mínima que el mercado se frena (crisis) el negocio se colapsa», explica Antonio Flores, Presidente y CEO de Loop. «El *low cost* es especialmente válido en aquellos sectores en los que se ha “comoditizado” el producto o en los que abunda la sobreespecificación; a mi entender, el *low cost* también posibilita al cliente el ascenso natural hacia productos más *premium*», añade. El *low cost*, sin embargo, no es en sí mismo una innovación si no va acompañado de una innovación en la gestión de los procesos que permita reducir costes sin reducir calidad.

Cooperación entre empresas

Las pymes son las más afectadas por la situación actual y, por tanto, las más obligadas a hacer cambios e innovaciones en su modelo de negocio, pero al mismo tiempo son las que cuentan con menos recursos para ello. Para llevarlos a cabo, Marc Vidal propugna la cooperación entre pequeños empresarios. «Es el momento de trabajar en red. De aceptar que hay que ceder, con-



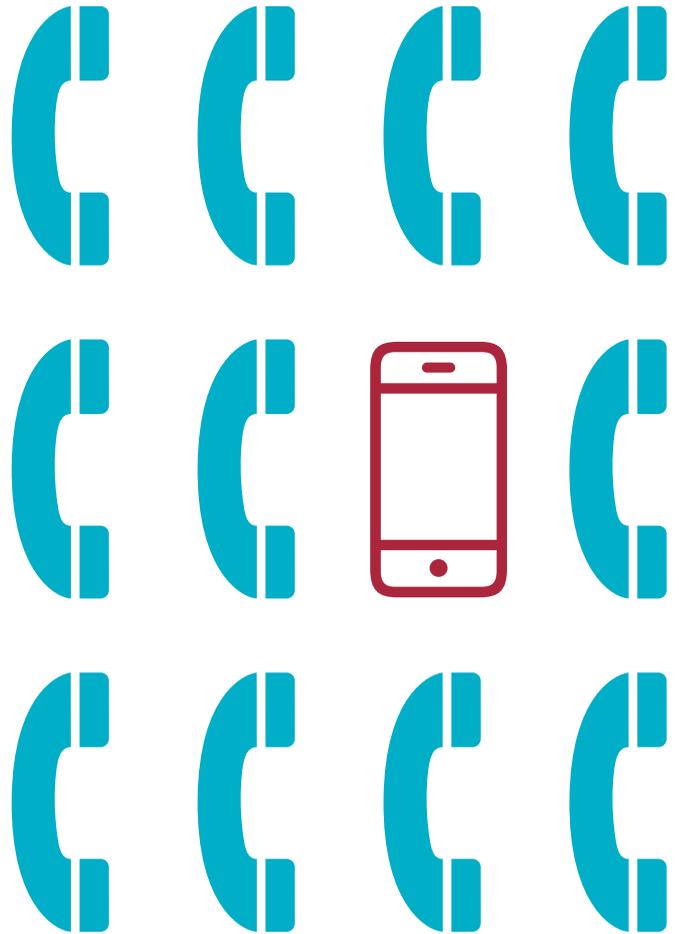
«La innovación es cortoplacista porque se basa en aplicar conocimiento (nuevo y existente), no es intensiva en capital, lo es en conocimiento», Antonio Flores, presidente y CEO de Loop.

versar y establecer nuevos paradigmas de relación empresarial. Entre ellos, el de hablar con la competencia para sumar, no para pactar ni para enfrentarse, sino para sumar y crear nuevos modelos más eficientes», asegura. Joan Vinyets corrobora esta idea: «Los proyectos pueden originarse tanto dentro como fuera de la empresa, combinando el conocimiento interno con el conocimiento externo para desarrollar proyectos que difícilmente podrían ser una realidad con los recursos propios. Hay que romper el modelo tradicional de innovación enfocado exclusivamente al conocimiento y a los medios de la propia compañía».

«Sin espíritu emprendedor, sin flexibilidad, con miedo al riesgo y al cambio difícilmente puede existir una cultura emprendedora, innovadora y competitiva», Joan Vinyets, socio fundador de A piece of pie.

En cualquier caso, la falta de recursos no es excusa. Para Antonio Flores, «no es cierto que la innovación sea una estrategia a largo plazo, intensiva en capital y de resultados inciertos. La innovación es cortoplacista porque se basa en aplicar conocimiento (nuevo y existente), no es intensiva en capital, lo es en conocimiento». «Existen múltiples soluciones al reto de innovar en un entorno limitado. La situación ideal para innovar nunca existirá, tampoco todos los recursos, lo que sí que existe es la capacidad de creer en las ideas», afirma el Socio Fundador de la consultora *A piece of pie*.

Según el *European Innovation Scoreboard* (EIS) de la Comisión Europea, España se encuentra, junto con la República Checa, Grecia, Hungría, Italia, Lituania, Malta, Polonia, Portugal y Eslovaquia, entre los innovadores moderados, por debajo de la media de la UE-27. Pero, además, es uno de los tres países de la UE que aumenta más lentamente en innovación, menos de un 2% anual en los cinco últimos años. Los países punteros en innovación son Dinamarca, Finlandia, Alemania, Suecia y el Reino Unido. El *European Innovation Scoreboard* (EIS) analiza variables como la ratio de doctorados, la participación en cursos formativos, el gasto público en I+D o la ratio de empresas con acceso a banda ancha, iniciativas empresariales como la inversión de las empresas y el gasto privado en I+D, IT o innovación, así como la producción de derechos de propiedad intelectual (patentes, marcas y diseños).



Cambio de mentalidad

Entonces, ¿por qué se innova tan poco? Todo apunta a que el principal escollo no es la crisis ni un tejido empresarial atomizado, sino un sistema educativo que no alienta el espíritu crítico y creativo, y una cultura de miedo al riesgo y al fracaso. «Es un problema de educación. No podemos olvidar que, según varias encuestas, más de la mitad de los parados que hay en España se plantean ser funcionarios, una tendencia que es mayor en el caso de la gente joven; sólo un tercio de ellos piensan seriamente en ser emprendedores, en montar su propio negocio. Sin espíritu emprendedor, sin flexibilidad, con miedo al riesgo y al cambio es muy difícil que exista una cultura emprendedora, innovadora y competitiva», asegura Vinyets. Conozco a muchos empresarios de éxito que fracasaron alguna vez. De hecho, el 75% de los grandes emprendedores que han superado proyectos de éxito fracasaron alguna vez con anterioridad. «Pido que, cuando alguien nos anuncie ilusionado que «va a montar una empresa» no le respondamos «¿estás seguro?, ¿sabes lo complicado que está todo ahora mismo?»», afirma Marc Vidal.

Para Joan Vinyets, la solución pasa por «educar y formar a las personas para que sean libres y emprendedoras, valoren el riesgo y utilicen la creatividad como el mejor recurso para superar cualquier situación, incluida la crisis; una gran oportunidad para crecer, reinventarse y cambiar». Y eso es una tarea que ya estamos llevando a cabo en EADA. ■■■■



EADA presenta su Centro de Innovación en Barcelona

»» Con la vista puesta en el desarrollo de herramientas académicas para gestionar la innovación empresarial, el 11 de mayo se presentó el Centro de Innovación EADA (CIE) en un acto celebrado en Barcelona al que acudieron reputados especialistas en innovación empresarial.

El CIE está dirigido por Franc Ponti, profesor de EADA y uno de los principales especialistas nacionales en gestión de la innovación. Según él, el objetivo del Centro «es generar contenidos pedagógicos para ayudar a las empresas a desarrollar actividades y programas destinados a la innovación (productos, modelos de negocio, etc.)».

Para el profesor de EADA, éste es un primer paso para conseguir que la innovación sea una disciplina en los estudios de gestión empresarial, como lo pueden ser el marketing o la dirección de personas, aunque considera que la innovación no debe



ser un departamento estanco, sino una filosofía que imbuya a toda la empresa. «No debemos pensar que la innovación es sólo la innovación tecnológica; el proceso innovador debe aplicarse también al modelo de negocio, de empresa y de relaciones», señaló Ponti durante su intervención.

Una de las primeras actuaciones del CIE será la construcción de un aula de Innovación en el campus de Collbató de EADA. Dicha aula estará especialmente ideada y equipada para la formación en creatividad e innovación y será la primera de estas características en España. El Centro también prevé la publicación de diversos estudios de investigación sobre la innovación, el primero de ellos versará sobre la innovación en las pymes catalanas.

Además, el CIE está desarrollando una herramienta, en colaboración con el profesor Joan Albert García Moga, para poder medir los resultados de la innovación en la empresa a partir de una metodología académica creada específicamente para este fin.

Uno de los ponentes estrella del acto fue el holandés Theo Jansen, autor de una rompedora obra artística en la que palidecen las fronteras entre el arte y la ciencia. En su intervención, Theo Jansen dio interesantes ideas sobre cómo se pueden aplicar los procesos creativos del arte en entornos empresariales en los que se desee fomentar la innovación. ■■■■



Entrega de premios a los mejores planes de marketing en los MBA Full time

»» El pasado martes 20 de abril, tuvo lugar en EADA la entrega de premios a los dos mejores proyectos de plan de marketing de los MBA Full Time en castellano. Noemí Belenguier, Product Manager de la línea de grabadoras de Olympus, junto con David Román, profesor del Área de Marketing de EADA, entregaron el premio: una cámara compacta de última generación para cada uno de los miembros de los equipos ganadores.

Desde Olympus se ha valorado muy positivamente el trabajo realizado por los participantes de EADA, especialmente por las complicaciones que suponían el acceso a los públicos objetivo a los que se dirige el producto específico sobre el que se ha realizado el plan de marketing, ya que se trataba de personas invidentes o que sufren de dislexia.

Olympus está utilizando actualmente los proyectos para el lanzamiento del producto, que se realiza este verano. La alta satisfacción de las empresas que participan en proyectos con EADA hace que sigamos apostando edición tras edición por este tipo de colaboraciones. ■■■■





EADA inicia el proceso de adscripción a la Universidad de Vic

»» El día 10 de marzo de 2010, la Universidad de Vic y EADA, a través de la que era Rectora en aquel momento, Dra. Assumpta Fargas, y del Presidente del Patronato de la Fundación EADA, David Parcerisas, presentaron en una rueda de prensa el acuerdo entre las dos instituciones para la adscripción de EADA a la Universidad de Vic.

Este proceso, que deberá ser ratificado por el Consejo Interuniversitario de Cataluña, es el primer paso para que EADA sea considerada como centro universitario adscrito a la mencionada Universidad.

Este paso, sin duda, abre otras posibilidades en EADA en el ámbito genérico de la formación, aunque en estos momentos el tema prioritario es el del reconocimiento de los masteres especializados como masteres oficiales, es decir, masteres reconocidos en el ámbito del proceso de convergencia del Espacio Europeo de Educación Superior (EEES).

Para Assumpta Fargas, la adscripción de EADA «es una gran noticia que nos abre la puerta a colaborar estrechamente con una de las más prestigiosas escuelas de negocios internacionales». Por su parte, David Parcerisas ha querido destacar la importancia del acuerdo dentro del nuevo Espacio Europeo de Educación Superior. En este sentido, Parcerisas ha añadido que «podremos ir a Europa ofreciendo estudios de grado y Masteres universitarios de la mano de una universidad con la que compartimos proyecto docente y una vocación por la calidad académica y el trato personalizado al estudiante, manteniendo nuestra independencia como institución con más de 50 años de historia».

De este modo, cinco masteres especializados de EADA serán reconocidos también como Masteres con título propio de la Universidad de Vic. ■■■■

EADA incluida de nuevo en la guía The Sustainable MBA

»» Otro año más, los programas MBA de EADA figuran en *The Sustainable MBA: The 2010-2011 Guide To Business Schools That Are Making a Difference*, guía reconocida a nivel mundial. *The Aspen Institute Center for Business Education* elabora cada año una guía donde se recogen los 150 programas de MBA más destacados de un total de 20 países.

Esta guía, elaborada con datos procedentes de la prestigiosa encuesta realizada por Grey Pinstripes, se centra en los esfuerzos que realizan las escuelas de negocios para que sus estudiantes desarrollen también una concienciación social, ética y medioambiental en su actividad empresarial. En esta publicación aparecen las escuelas de negocios que, como EADA, consideran de vital importancia que la educación y la formación de nuestros futuros líderes incluyan una visión de responsabilidad social más amplia e integral. ■■■■



Reacreditación EQUIS

»» Después de un proceso muy estricto de auditoría de todos los programas y de la propia institución, se ha otorgado a EADA una nueva acreditación EQUIS por un periodo de tres años.

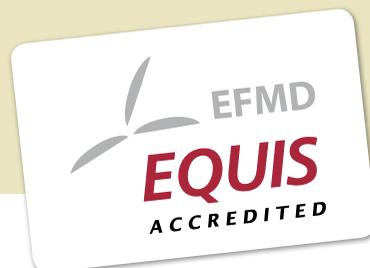
EADA ha obtenido y mantenido de forma ininterrumpida desde 1999 la acreditación EQUIS, otorgada por el EFMD, y se confirma así como una de las escuelas de negocios de calidad internacional a nivel mundial. EADA pertenece a la *European Foundation for Management Development* (EFMD), que es el máximo organismo de ámbito europeo que aglutina las principales escuelas de negocios. El Comité Evaluador estaba formado por estos auditores:

- Prof. Dr. Thomas Dyllick, *University Vice President, University of St. Gallen – Chairman of the Peer Review Team.*
- Prof. Christian Delporte, rector FUCAM, UCL - *Université Catholique de Louvain, Louvain School of Management.*
- Prof. Gonzalo Garland, *Vice President for Development, IE Business School.*
- Mrs. Anne Deville, *Directrice des Ressources Humaines, La Poste, Zone Sud.*

El Comité destacó como fortalezas de EADA su independencia económica y de gestión, la cual proporciona una total autonomía en la toma de decisiones y en la libertad de pensamiento y enseñanza. También resaltó el hecho de que los programas están diseñados para proporcionar al participante no sólo conocimientos

técnicos, sino sobre todo herramientas para desarrollar habilidades directivas como: liderazgo, trabajo en equipo, comunicación eficaz, motivación... Los programas engloban asignaturas de Responsabilidad Social Corporativa que encajan con los valores de sostenibilidad y respeto por el entorno bajo los cuales se gestiona toda la organización.

Finalmente, el Comité subrayó las fuertes y estratégicas conexiones que la institución mantiene con el mundo empresarial a escala nacional e internacional. ■■■■



II Jornada Anual del Centro Retail Management bajo el lema «Estrategias de gestión en tiempos de cambio»



En su intervención, el director del Centro, Xavier Bordanova, aseguró que en el tiempo de existencia del Centro —coincidente con la actual crisis— el sector parece repuntar ligeramente en las ventas, pero aún quedan deberes por hacer.

En cuanto al cliente, Bordanova habló de un nuevo comportamiento más allá de la recesión: «el consumidor busca valores como la honestidad, la simplicidad y la autenticidad no sólo en el producto, sino en el entorno de ventas». Según él, el sector dispondrá de grandes oportunidades, ya que los consumidores no quieren simplemente cosas baratas, sino que haya un equilibrio entre la calidad de las mismas y el precio que pagan por ellas.

En cuanto al tejido comercial, Xavier Bordanova dejó bien claro que las tiendas de proximidad no están condenadas al fracaso: «el cliente postcrisis es un comprador multicanal, tanto en tiendas y centros comerciales como en Internet».

Posteriormente, se abordaron varios casos de empresas de la mano de Joaquim Tossas, Director de Marketing de Bodegas Torres, Daniel Llano, Vicepresidente Face to Face de Channels de ING, y de Alfredo Niubó, Delegado de la Zona Mediterránea de OpenCor. Finalmente, IRI y Alexis Mavrommatis presentaron el Proyecto *Green Retail*. ■■■■

»» El Hotel Majestic de Barcelona fue el escenario elegido para la II Jornada Anual del Centro de *Retail Management* de EADA. Bajo el lema «Estrategias de gestión en tiempos de cambio», el evento del 19 de mayo congregó a más de 200 directivos del sector de la distribución.

El encuentro se enmarcó en el Mes del Comercio, promovido por el Departamento de Innovación, Universidad e Industria de la Generalitat de Cataluña, y fue clausurado por la Directora General de Comercio, Gemma Puig i Panadero.

La Jornada contó con las exposiciones de Xavier Bordanova, Director del Centro de Retail, Daniel Córdoba Mendiola, Director Ejecutivo de «The Hunter Intelligence» y autor de «The CoolHunting», y Félix Krohn, Director General de Simon Kucher & Partners.



Nueva beca Arturo Alsina i Gallart

»» EADA ha relanzado la tradicional beca Arturo Alsina i Gallart dedicándola a empleados de empresas pertenecientes al «tercer sector»: conjunto de organizaciones que tienen finalidades de interés social y sin ánimo de lucro. Esta beca se materializa a través de una bolsa de dinero. Para este próximo curso académico están presupuestados 100.000 €. Los criterios que se aplican a la beca son los siguientes:

- La beca cubrirá el 70% del importe del programa.
- La empresa podrá solicitar todas las becas que considere oportunas.
- EADA se reserva el derecho de admisión.

Más información: info@eada.edu

Si funciona, cámbialo

»» «Si funciona, cámbialo», un título rompedor que parece ir en contra de la mentalidad común que aconseja no arriesgarse y mantener invariables las cosas que dan buenos resultados.

El 21 de junio, en la Llotja de Mar, Franc Pontí, profesor de EADA, y Josep M^º Ferrer Arpí, ex Director de Innovación de la Corporación Catalana de Radio y Televisión, presentaron su último libro sobre innovación a más de 200 personas que acudieron al acto. Nuria Ferré, Directora i Presentadora de «El Suplement» de Catalunya Ràdio, coordinó el acto, que constó de una interesante y dinámica entrevista con los autores.

Eusebi Cima, Director de KIMbcn, clausuró el evento con unas palabras sobre la necesidad de las empresas de encontrar soluciones innovadoras a las dificultades del momento económico actual. ■■■■





Premio al Mejor Proyecto de Marketing del MBA Part Time

»» El 15 de marzo tuvo lugar en EADA la entrega del Premio al Mejor Proyecto de Marketing del MBA Part Time. Los diferentes equipos del MBA han estado haciendo un plan de marketing para *Use Your Time*, empresa dedicada a la creación de *software* para la selección y el reclutamiento en línea. *Use Your Time* posee diferentes portales sectoriales de trabajo como *azafatasypromotoras.com* y *personalparatiendas.com*.

El Director General de la empresa, Benjamín Rodríguez Santmartí, hizo entrega del Premio al grupo Beethoven, el equipo ganador. El premio consta de un viaje a una ciudad europea y la estancia para cada uno de los componentes del grupo.

Tanto la empresa como David Román, profesor de EADA responsable del proyecto, están muy satisfechos con la gran calidad de los proyectos presentados, que van a ser la base de partida para el plan de comercialización de *Use Your Time* para los próximos años.

En palabras de su gerente, «el trabajo de EADA es de gran valor para la empresa, que cuenta con proyectos profesionales para poder desarrollar sus oportunidades de negocio y dirigir tácticamente sus acciones de marketing».

Para EADA la colaboración con empresas de este tipo es vital en el éxito del desarrollo profesional de nuestros participantes. De esta forma, elaboran un plan de marketing real y, a su vez, aportan un alto valor a las organizaciones que colaboran con EADA. ■■■■



Business School Rankings 2010

Executive Education: ranking Financial Times 2010

»» El 10 de mayo de 2010, la prestigiosa revista *Financial Times* publicó el ranking correspondiente a los 65 proveedores TOP de programas de *Executive Education* en el mundo para el año 2010. EADA aparece en la posición nº 60 en lo que se refiere los programas en abierto, y en la posición nº 59 respecto a la formación a medida *In Company*.

Es la primera vez que EADA aparece en el *ranking* de los programas en abierto. El *ranking* se basa en las respuestas a unos cuestionarios que *Financial Times* manda a los clientes corporativos de las escuelas y a los participantes de programas master de *Executive Education*. ■■■■



Jornada RSC: «Modelos de medición de programas RSC»

»» «Lo que no se puede medir no existe.» Con estas palabras abrió Miquel Espinosa, Director General de EADA, la presentación del nuevo estudio «Modelos de medición de programas RSC», de la profesora de EADA Dra. Elisabet Garriga.

EADA está dedicando parte de su investigación académica a crear un nuevo modelo que pueda medir la efectividad y el impacto de los programas de RSC de las empresas. Esta herramienta es fundamental para que las empresas puedan diseñar programas de RSC coherentes con su estrategia que aporten valor a los grupos de interés relacionados con la organización, y creen una ventaja en el entorno competitivo.

El 30 de junio, en el Cosmocaixa, Elisabet Garriga y Flavio Fuertes, Director de *Global Compact* Argentina para Naciones Unidas, presentaron el estudio a más de 70 responsables de RSC de empresas. Kellie McElhane, profesora de Responsabilidad Social de la *University of California at Berkeley, Haas School of Management*, impartió una interesante conferencia sobre RSC y estrategia.

La jornada siguió con una mesa redonda moderada por Luis Torras, director del Departamento de Política de Empresa de



EADA, y en la cual participaron Elisenda Ballester, Directora de Comunicación Corporativa de Henkel Ibérica, Daniela Toro, Directora de RSC de DKV Seguros, y Wenceslao Ríos, Director de RSC de Pepsico. Cerró el acto Ángel Pes, Subdirector General de Responsabilidad Corporativa y Marca de la Caixa. ■■■■



Aumenta más de un 3% el consumo de productos sostenibles

»» Sólo 3 de cada 10 consumidores compra alguna vez productos verdes. A pesar de que un 80% declara tener conciencia medioambiental y de que un 60% estaría dispuesto a consumirlos, las barreras con las que se encuentra el usuario impiden que el consumo de estos productos aumente de forma notable en nuestro país. El precio, la dificultad en la compra y la falta de mayor oferta e información son algunos de los motivos que impiden un mayor crecimiento. A pesar de ello, el volumen de venta de productos sostenibles ha aumentado un 3,3%, hasta alcanzar un volumen aproximado de ventas de 250 millones de euros, frente a los 12.165 millones de los productos convencionales. Éstas serían algunas de las principales conclusiones del estudio «Tendencias en el consumo de productos sostenibles», elaborado conjuntamente por EADA y la consultora IRI.

El informe, presentado el 9 de junio en Barcelona, pone de relieve que fabricantes y distribuidores consideran que no existe suficiente demanda y que, en nuestro país, aún es prematuro que el consumidor renuncie a calidad y precio en favor del medio ambiente. El análisis realizado establece la importancia de las rutinas de compra a la hora de evaluar el comportamiento del usuario e introduce un aspecto esencial: la identificación de los productos respetuosos con el medio ambiente. Más del 70% considera difícil o muy difícil identificarlos y más del 50% no está dispuesto a pagar precios más altos.

La principal conclusión del estudio es que queda camino por recorrer en este campo, si bien aumenta la conciencia y la intención de compra. De hecho, en el último mes, un 72% de los encuestados adquirió un producto de comercio justo. Asimismo, se asumen progresivamente hábitos considerados respetuosos con el medio ambiente. ■■■■

Jornada de Empresas Asociadas: Comunicación y Responsabilidad Social en tiempos de crisis



»» Muchos nos preguntamos por qué hay tantos casos de malas prácticas en el mundo empresarial y cuáles son las características de sus empleados que los hacen tan proclives a una gestión socialmente irresponsable. ¿Es la dirección de empresas una profesión como la medicina o la abogacía? ¿Existe un marco deontológico que defina los límites de la gestión? ¿Cuáles son las claves de la comunicación en tiempos de crisis?

Para responder a estas preguntas y con el fin de preservar el estrecho vínculo que EADA posee con el mundo empresarial, el 15 de abril EADA celebró la Jornada de Empresas Asociadas.

David Parcerisas, Presidente del Patronato de la Fundación EADA, abrió el acto y dio paso a una conferencia de Manuel Campo Vidal que llevaba por título «Comunicación en tiempos de crisis».



Manuel Campo Vidal, periodista y doctor en Sociología, Presidente de la Academia de las Ciencias y las Artes de Televisión y fundador del ICE, Instituto de Comunicación Empresarial, definió los criterios que tiene que cumplir una estrategia de comunicación en una situación de emergencia y de crisis, ya sea puntual o sostenida en el tiempo.

A continuación se programó una mesa redonda moderada por Luis Torras, Director del Departamento de Política de Empresa de EADA, bajo el título «La dirección como profesión: responsabilidad social».

Marta Grau, Directora de RRHH de Random House Mondadori, Ramón Folch Soler, Director de Responsabilidad Social Corporativa de ISS Facility Services, y Joan Antoni Melé, Subdirector general de Triodos Bank, reflexionaron sobre, por un lado, la necesidad de elaborar un código deontológico que guíe la labor de los directivos y, por el otro, sobre la necesidad de gestionar las empresas basándose en valores de sostenibilidad y respeto del medio ambiente para devolver a la sociedad parte de los beneficios ganados.

La jornada concluyó con la presentación por parte de Martín Rahe, Director de Investigación de EADA, de la nueva línea de investigación de la Escuela sobre el impacto de la Responsabilidad Social Corporativa. Esta investigación tiene los objetivos de crear modelos de gestión de RSC, y de medición de impacto en los resultados de las empresas y de compartirlos con otras instituciones académicas y empresariales. ■■■■



Jaume Giró, director ejecutivo de La Caixa, en EADA

»» Jaume Giró, Director Ejecutivo de La Caixa, CaixaForum y Critería CaixaCorp, con responsabilidad sobre las áreas de Comunicación, Relaciones Institucionales y Responsabilidad Corporativa de la entidad, ofreció el pasado 9 de febrero una conferencia a los alumnos del Master en Comunicación Empresarial e Institucional de EADA.

La conferencia, titulada «Un entorno en plena transformación», versó sobre la comunicación, el cambio en la inversión publicitaria, los medios, las audiencias y, muy especialmente, sobre la importancia de la marca para la empresa, así como sobre la figura del director de comunicación y el entorno cambiante en el que nos encontramos actualmente.

Jaume Giró afirmó que, aunque la comunicación no es una ciencia y debe adaptarse a cada empresa, ésta es siempre una herramienta de la estrategia de gestión. Asimismo, destacó algunas de las características básicas de un director de comunicación y su evolución en la historia hasta llegar al rol actual de portavoz de la imagen de la empresa.

Finalmente, cerró la conferencia explicando que la marca de una empresa es generadora de valor y fuente de riqueza. Según los últimos datos en valor de marca, La Caixa ha aumentado a un 79% su valor de marca en el *ranking* de entidades bancarias hasta situarse entre las 50 primeras. ■■■■



EADA, entre los mejores programas Distance MBA del mundo, según The Economist

»» El pasado viernes 25 de febrero, *The Economist* publicó el listado de los mejores programas *Distance MBA* del mundo, en el que incluyó el programa Euro*MBA.

Este listado tiene en cuenta aquellos programas a distancia que ofrecen las mejores 100 escuelas de negocios del mundo según el ranking del mismo *The Economist* (octubre de 2009, en donde EADA figura en la posición número 90 del mundo).

El consorcio que imparte el Euro*MBA, programa acreditado por AMBA (*Association of MBA's*), está formado por un reducido grupo de escuelas de negocios: EADA (España), *Universiteit Maastricht Business School* (Holanda), *Kozminsky Business School* (Polonia), *Audencia Grande École de Management* (Francia), *Institut d'Administration des*

Entreprises IAE Aix-en-Provence (Francia) y *HHL Leipzig Graduate School of Management* (Alemania). El programa Euro*MBA, que se ofrece desde el año 1996, destaca por la excelencia de su contenido y por el perfil de los participantes.

EADA viene apareciendo en los últimos años como una de las mejores 100 escuelas de negocios del mundo y como una de las 40 mejores de Europa. Un condicionante clave en el posicionamiento de estos *rankings* es la evolución profesional que tienen los antiguos alumnos de estos programas. ■■■■



Conferencia de Xavier Borràs sobre neuromarketing y retail

»» Indagar y encontrar explicaciones profundas en el comportamiento del consumidor cuando se encuentra en el punto de venta es un aspecto fundamental a la hora de implantar un plan estratégico de *retail*. Así lo explicó Xavier Borràs, Socio Director de Altavisibilidad y especialista en comportamiento del consumidor, en una interesante ponencia celebrada el pasado 19 de enero en EADA. «No se trata de condicionar la voluntad de compra del consumidor, sino que hay que comprenderlo de forma más profunda, incrementando todo lo posible su satisfacción», afirmó ante un nutrido grupo de profesionales y directivos.

El neuromarketing incorpora conocimientos sobre los procesos cerebrales para mejorar la eficacia y la eficiencia de las diferentes acciones. Analiza el papel de las emociones, un aspecto clave en la toma de decisiones.

La actividad formativa permitió a los asistentes conocer de cerca cómo funciona la intención de compra, el sistema de recompensa y la generación de un estado de ánimo positivo. El seminario siguió una estructura sencilla basada en una analogía de una marca de *retail* que le hablaba al consumidor apelando a emociones más que a razones. El acto realizado se enmarca dentro de las actividades que organiza el Centro de *Retail Management* de EADA para difundir las nuevas tendencias en el sector, y fue presentado por su Directora, Estrella Fernández. ■■■■





EADA

Where business people grow

CONVOCATORIA DE PROGRAMAS

2010-2011 (próximos inicios)

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

MBA's

Programas de orientación generalista de administración de empresas que permiten obtener una visión global de los diferentes sectores y departamentos de la empresa. El participante desarrolla las competencias y los conocimientos necesarios para progresar tanto a nivel personal como profesional gracias al aprendizaje cruzado y a una metodología que denominamos «aprender haciendo».

EXECUTIVE MBA

15-oct-2010 (1a. edición)

lunes de 18.00h a 22.00h y viernes de 16.00h a 22.00h

4-feb-2011 (2a. edición)

lunes de 18.00h a 22.00h y viernes de 16.00h a 22.00h

EURO MBA

3-sep-2010 y 7-ene-2011

INTERNATIONAL MBA

13-sep-2010 lunes a viernes de 9.00h a 13.00h

MBA PART TIME

(ESPAÑOL)

10-feb-2011

lunes de 18.00h a 22.00h y sábados de 9.00h a 13.00h

MBA FULL TIME

(ESPAÑOL)

13-sep-2010 lunes a viernes de 9.00h a 13.00h

Masters Especializados

Los programas Masters Especializados dirigidos a recién licenciados no son un año más de estudios universitarios, sino una formación intensiva para el mundo corporativo.

MASTER EN FINANZAS (INGLÉS O ESPAÑOL)

04-oct-2010 lunes a viernes de 9.30h a 13.30h

MASTER EN MARKETING (INGLÉS O ESPAÑOL)

04-oct-2010 lunes a viernes de 9.30h a 13.30h

MASTER EN RECURSOS HUMANOS

(INGLÉS O ESPAÑOL)

04-oct-2010 lunes a viernes de 9.30h a 13.30h

INTERNATIONAL MASTER IN MANAGEMENT

(INGLÉS)

04-oct-2010 lunes a viernes de 9.30h a 13.30h

MASTER IN HOSPITALITY MANAGEMENT

(INGLÉS)

04-oct-2010 lunes a viernes de 9.30h a 13.30h

Masters Ejecutivos

Masters dirigidos a titulados universitarios, con 5 años de experiencia, que hayan desarrollado una actividad directiva o aspiren a ello y que deseen adaptar su perfil competencial a las nuevas demandas del entorno empresarial.

DIRECCIÓN FINANCIERA

04-nov-2010 martes y jueves de 18.30h a 21.30h

24-feb-2011 sábados de 9.00h a 14.00h

DIRECCIÓN DE MARKETING

11-nov-2010 viernes de 16.00h a 20.00h

24-feb-2011 viernes de 16.00h a 20.00h

DIRECCIÓN DE RECURSOS HUMANOS

04-nov-2010 martes y jueves de 18.30h a 21.30h

DIRECCIÓN DE OPERACIONES Y SUPPLY CHAIN MANAGEMENT

21-oct-2010 martes de 17.00h a 21.00h

Más información en nuestra web:

www.eada.edu

O en el teléfono: 934 520 844

Dirección General

Liderar con éxito las empresas supone integrar y gestionar recursos, capacidades y activos estratégicos de una manera coherente. El objetivo es lograr más competitividad para crear un mayor valor sostenible en el mercado.

PROGRAMA DE DIRECCIÓN GENERAL-PDG 08-nov-2010

viernes de 16.00h a 22.00h y 2 sábados al mes de 9.00h a 13.00h

PROGRAMA DE DIRECCIÓN Y ADMINISTRACIÓN-PDA

29-oct-2010
martes y jueves de 17.00h a 21.00h

Programa de Desarrollo Directivo - PDD

Programa que contribuye al crecimiento individual, del equipo y de la organización, a través de la adquisición y el desarrollo de competencias directivas.

TRABAJO EN EQUIPO	3-sep-2010
NEGOCIACIÓN	15-oct-2010
GESTIÓN Y RESOLUCIÓN DE CONFLICTOS	12-nov-2010
LIDERAZGO HACIA LOS DEMÁS	10-dic-2010
HABILIDADES DE COACHING	14-ene-2011
FUNDAMENTOS DE LIDERAZGO	11-feb-2011
AUTOGESTIÓN Y EFICACIA PERSONAL	11-mar-2011
GESTIÓN DE EQUIPOS	15-abr-2011

1 Módulo residencial al mes de viernes a las 10.00h a sábado a las 14.00h., en el Centro EADA-Collbató.

Operaciones

Mejorar la competitividad de la empresa desde el ámbito de las operaciones. Para conseguirlo el programa desarrolla en los participantes una visión global de la empresa, una profunda capacidad de análisis y de síntesis y una eficaz capacidad de acción.

MASTER EJECUTIVO EN DIRECCIÓN DE OPERACIONES Y SUPPLY CHAIN MANAGEMENT

21-oct-2010 martes de 17.00h a 21.00h

GESTIÓN DE COMPRAS

16-feb-2011 miércoles de 17.30h a 21.30h

DIRECCIÓN DE PROYECTOS

21-abr-2011 módulos martes y miércoles en EADA-CFR

Programas In-Company

Formación a medida de las necesidades de las empresas y acompañamiento en el diseño del programa.

Departamento de Empresas

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

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

Entorno Fiscal

Formación útil para adquirir y profundizar en el conocimiento del actual sistema fiscal y tributario.

PROGRAMA DE ESPECIALIZACIÓN EN ASESORÍA FISCAL Y TRIBUTARIA

- 1. Fiscalidad Empresarial**
19-oct-2010 martes y jueves de 18.30h a 21.30h
- 2. Fiscalidad Personas Físicas**
01-mar-2011 martes y jueves de 18.30h a 21.30h
- 3. Procedimientos Tributarios**
03-may-2011 martes y jueves de 18.30h a 21.30h

Finanzas y Control de Gestión

Programas para desarrollar estrategias que optimicen los resultados. Avanzar implica pasar del estricto registro de hechos contables al diseño de sistemas de gestión económico-financiera cuyo fin es asegurar la viabilidad de la compañía y la creación de valor.

MASTER EJECUTIVO EN DIRECCIÓN FINANCIERA

04-nov-2010 martes y jueves de 18.30h a 21.30h
24-feb-2011 sábados de 9.00h a 14.00h

DIRECCIÓN DE CONTROL DE GESTIÓN

12-nov-2010 miércoles de 18.00h a 22.00h
25-feb-2011 viernes de 17.00h a 21.30h

GESTIÓN FINANCIERA

16-nov-2010 martes y jueves de 18.30h a 21.30h
05-feb-2011 sábado de 9.00h a 14.00h

GESTIÓN CONTABLE Y FISCAL DE LA EMPRESA

05-oct-2010 martes y jueves de 18.30h a 21.30h
23-oct-2010 sábado de 9.00h a 14.00h
07-mar-2011 lunes y miércoles de 18.30h a 21.30h

CONTABILIDAD GENERAL

22-sep-2010 lunes y miércoles de 18.30h a 21.30h
13-nov-2010 sábado de 9.00h a 14.00h
07-mar-2011 lunes de 9.00h a 14.00h
29-mar-2011 martes y jueves de 18.30h a 21.30h

FINANZAS PARA DIRECTIVOS NO FINANCIEROS

20-oct-2010 miércoles de 17.30h a 21.30h
16-feb-2011 miércoles de 17.30h a 21.30h

Dirección de Restauración

«Siendo propietario y gerente de un restaurante de tamaño medio cursé el Programa de Dirección de Restauración. Antes de terminar ya tenía la impresión de haber amortizado la inversión que supuso.»

Carles Brugarolas Conde.

MASTER EN DIRECCIÓN DE EMPRESAS TURÍSTICAS

14-feb-2011 lunes de 9.00h a 17.00h

Más información en nuestra web:

www.eada.edu

O en el teléfono: 934 520 844

Marketing - Comunicación - Ventas

Las organizaciones buscan directivos que aprendan continuamente, tanto de los cambios del entorno como de los inherentes a las empresas, a fin de generar nuevos retos en mercados cada vez más globales y competitivos.

MASTER EJECUTIVO EN DIRECCIÓN DE MARKETING

11-nov-2010 viernes de 16.00h a 21.00h
24-feb-2011 viernes de 16.00h a 21.00h

PRODUCT MANAGER

29-oct-2010 viernes de 16.30h a 20.30h
28-ene-2011 lunes de 17.30h a 21.30h

MARKETING CONCEPTUAL

25-oct-2010 lunes de 18.00h a 22.00h

RETAIL MANAGEMENT

18-mar-2010 viernes de 16.00h a 20.00h

MASTER EN COMUNICACIÓN EMPRESARIAL E INSTITUCIONAL

29-oct-2010
 lunes de 17.30h a 21.30h y sábado de 9.15h a 13.15h

DIRECCIÓN COMERCIAL Y DE VENTAS

01-oct-2010 viernes de 16.00h a 20.00h
19-nov-2010 sábados de 9.30h a 13.30h
21-ene-2011 viernes de 16.00h a 20.00h

TÉCNICAS DE VENTA Y NEGOCIACIÓN

18-oct-2010 viernes de 16.30h a 21.30h
12-feb-2011 sábados de 9.00h a 14.00h

Marketing Farmacéutico

Programa de marketing avanzado y adecuado a las necesidades del sector y de los nuevos retos de los laboratorios farmacéuticos.

MASTER EN MARKETING FARMACÉUTICO

15-oct-10 viernes de 17.30h a 21.30h y sábados de 9.00h a 13.00h

Recursos Humanos

Los programas del área de recursos humanos contribuyen a la consecución de los objetivos empresariales, mediante el conocimiento y la aplicación de las relaciones laborales y la dirección de personas.

MASTER EJECUTIVO EN DIRECCIÓN DE RECURSOS HUMANOS

04-nov-2010 martes y jueves de 18.30h a 21.30h

GESTIÓN DE RR.HH.

26-nov-2010 jueves de 18.00h a 22.00h

RELACIONES LABORALES ESTRATÉGICAS

10-nov-2010 miércoles de 18.30h a 21.30h

ADMINISTRACIÓN DE PERSONAL

23-nov-2010 martes y jueves de 18.30h a 21.30h

COMPENSACIÓN INTEGRAL

17-mar-2011 jueves de 18.30h a 21.30h

In-Company Idiomas

Programas a medida en la empresa. (Grupos y *one to one*)

Departamento de Empresas

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

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

Contacta con nosotros



EADA

Where business people grow

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

ATENCIÓN PERSONAL



9.00h. a 21.00h., lunes a viernes



10.00h. a 13.00h., sábados



934 520 844



info@eada.edu



www.eada.edu

ATENCIÓN A EMPRESAS



934 520 844



empresas@eada.edu

CÓMO LLEGAR A EADA



L5 Diagonal

L3, **L4** y **L2** Pg. de Gràcia

L1 y **L2** Pl. Universitat



20, 43, 44, 63 València - 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



Entrevista a Maria Reig, empresaria y Presidenta de la Comisión de Prospectiva del Plan Estratégico de Barcelona.

«Necesitamos un nuevo modelo de colaboración público-privada»

Licenciada en Derecho y Bellas Artes, Maria Reig es empresaria por tradición. Sin embargo, esta mujer emprendedora e inquieta no se ha limitado a administrar la herencia familiar. En 1998 fundó Reig Capital, la plataforma de inversiones, negocios y gestión a nivel internacional de la familia Reig, con presencia en sectores como el inmobiliario, hotelero, fondos de inversión y moda, entre otros. Reig destaca, además, por su implicación social. Actualmente participa en instituciones como el Gran Teatre del Liceu, el MACBA o la UIC. Es Presidenta de la Comisión de Prospectiva del Plan Estratégico Metropolitano de Barcelona.

¿Qué es el Plan Estratégico Metropolitano de Barcelona?

El PEMB es una entidad que nació con el objetivo de identificar y promover estrategias que potencien el desarrollo económico del Área Metropolitana de la Barcelona preolímpica de 1988. Fue promovida por el Ayuntamiento de Barcelona y la integran los 36 municipios del Área Metropolitana de Barcelona. En ella participan las administraciones y los agentes económicos y sociales más relevantes del territorio. Dentro del PEMB se constituyó la Comisión de Prospectiva, que ha realizado una radiografía de la situación de los sectores más innovadores para el Área Metropolitana y de las acciones que se deberían emprender para fortalecerla y acentuar su vocación global de ciudad.

«La marca Barcelona debe desarrollarse como una marca económica poliédrica, multisectorial y de alcance mundial, más allá del turismo»

Barcelona se ha convertido en un referente mundial para el ocio y el turismo. ¿Hemos apostado por el turismo renunciando a otros sectores económicos? ¿Por qué?

La ciudad se ha consolidado como un destino turístico, pero se han dejado de desarrollar otros sectores muy importantes, como la sanidad, la cultura, la educación, el ocio, el sector audiovisual, el deporte... Ahora lo que debemos hacer es asociar la marca de la ciudad a otros sectores que le aporten más valor añadido, de forma que podamos generar una demanda más diversificada, multimotivacional y desestacionalizada. En este sentido, la marca Barcelona debe desarrollarse como una marca económica poliédrica, multisectorial y de alcance mundial, más allá del turismo.



¿Cómo podemos convertirnos en un referente económico mundial? ¿Cuáles son los puntos fuertes de Barcelona?

Barcelona está muy diversificada y tiene factores de éxito como sus excelentes escuelas de negocios; el 22@, centro de negocios clave para la ciudad; un sistema sanitario de primera calidad; una gran oferta cultural, y una potente industria alimenticia. Todo ello se suma a nuevos segmentos económicos suficientemente diversificados que, sin duda, pueden posicionar su territorio de influencia como uno de los más activos, innovadores y creativos en el ámbito económico.

¿Y las flaquezas? ¿Cómo podemos combatir las?

Barcelona ha cometido dos errores, fundamentalmente. El primero de ellos ha sido no haber sabido proyectar los sectores económicos creando *clusters* especializados. Por otro lado, la sociedad civil ha renunciado al liderazgo de la ciudad y ha dejado el poder político totalmente abandonado. Para hacer frente a estas debilidades, es fundamental una nueva implicación de la sociedad civil. Necesitamos un nuevo modelo de colaboración público-privada. La sociedad civil debe potenciar la creatividad y la innovación, y el poder político facilitar la ejecución. Por este motivo, hay que establecer una relación fluida, dinámica y recíproca entre ambas partes, sin que las administraciones deban esperar para saber qué pide la sociedad civil, pero tampoco a la inversa.

«El tejido empresarial necesita estar conectado a la universidad y a las escuelas de negocios con el objetivo de sumar un nuevo elemento a nuestra productividad: el conocimiento»



«Barcelona ha cometido dos errores: Uno, no haber sabido proyectar los sectores económicos creando clusters. Por otro lado, la renuncia de la sociedad civil al liderazgo de la ciudad»

Se han marcado unos objetivos para el año 2020. ¿Cuáles son? ¿Cómo será la Barcelona del año 2020?

Si apostamos por la formación, la educación de calidad, la eficiencia administrativa y, sobre todo, por la innovación en todas sus manifestaciones, conferiremos valor añadido a todos nuestros productos. Y si ejercemos la acción de gobierno sumando esfuerzos entre el sector público y el privado, sin duda haremos de Barcelona una de las diez ciudades más importantes del mundo.

¿Cómo afectará la crisis económica a Barcelona y a este Plan?

Puesto que Barcelona es una ciudad muy diversificada, puede combatir mejor los efectos de la crisis. En cualquier caso, hemos salido reforzados, al ser más conscientes de nuestras carencias y de nuestros objetivos a corto y largo plazo. Además, este periodo también nos ha servido para analizarnos a nosotros mismos, saber en qué hemos fallado y hacia dónde debemos ir como ciudad. Debemos ser valientes y no tener miedo de emprender reformas en todo lo que nos limita.

«El carácter emprendedor se debería fomentar desde el jardín de infancia. Hoy, más que educar en el talento, se educa para frustrar la creatividad personal»

¿Qué misión desempeña una escuela de negocios como EADA en el desarrollo de este Plan?

La formación de calidad es una parte importantísima en todo este proceso. El tejido empresarial necesita estar conectado a la universidad y a las escuelas de negocios con el objetivo de sumar un nuevo elemento a nuestra productividad, el conocimiento, y ser más competitivos. Un conocimiento que debe traducirse en saber incorporar la tecnología, el diseño y la innovación. Tres elementos que no pueden improvisarse y que son fundamentales para nuestra competitividad.

¿Cree que la alta calidad de la formación de postgrado que ofrecen las escuelas de negocios como EADA contribuye a que Barcelona sea marca económica mundial?

Sin duda. Barcelona se asocia a prestigiosas escuelas de negocios, lo que atrae a excelentes profesionales que apuestan por el conocimiento y la formación como dos factores de éxito para su desarrollo profesional. Si queremos formar talento y captar a los mejores, hemos de apostar por la calidad de los contenidos, por atraer a los mejores profesores y por apostar por la enseñanza en inglés.



¿Por qué se ha involucrado personalmente en este Plan?

Cuando me propusieron presidir la Comisión de Prospectiva del PEMB, pensé en el trabajo y en las consecuencias que me supondría, pero creo que Barcelona me ha dado mucho y es mi deber devolver a su sociedad mi gratitud y reconocimiento.

¿El emprendedor nace o se hace?

El emprendedor nace y se hace. El trabajo y el esfuerzo eran dos factores necesarios, pero ahora, la información y la creatividad son factores importantes. Además, creo que el carácter emprendedor se debería fomentar desde el jardín de infancia. Nuestra educación está frenando demasiado el talento individual. Hoy, más que educar en el talento, se educa para frustrar la creatividad personal. |||||

EADA VIII Career Fair

»» EADA VIII Career Fair came to a close successfully once again. Last month on 21 of April, EADA Career Services department organized this event at the Gran Hotel Princesa Sofia in Barcelona. The Career Fair is a meeting point in which companies, students and alumni of different programmes have the opportunity to meet, cooperate and networking. More than 40 companies participated in the Career Fair including: Pepsico, Lidl, Leroy Merlin, Vistaprint, The Colomer Group, Almirall, Sanofi Aventis, Seat and many more!

The Career Fair was divided into four areas:

In the stands area all the students and alumni could introduce themselves and interact with the different companies in order to receive information about job opportunities and career development.

The personal counselling area was very crowded as many expert selection consultants were guiding students both in English and Spanish about their professional careers and there was also the opportunity for a graphology analysis.

In the talks area, many subjects were presented, such as: «The companies that will take care of my career»; «Deal Flow: how to make a winning presentation»; «From the Labour market to the Talent market: Maturity as a value» and «Open Chat with a Headhunter». These conferences were

followed by a series of questions about talent management, how to face a change in your career, emerging economies, the profile of the businesswoman and many more.

In the workshops area, the speakers highlighted the evolution of the new job market: Job 2.0 and they also emphasized resources and current tools of the web that will allow our students not only to log in to the best offers, but also position themselves in the job market with added value. Other workshops were «Elevator Pitch», some tips for the candidate to introduce himself in 3 minutes, «Management of the on-line identity» and «how to make my CV more effective». ■■■■



NUEVAS EMPRESAS / START UPS

NOMBRE:

Jorge Chanis Barahona (Panamá)

ESTUDIOS:

International Master in Marketing 2006-2007.

NOMBRE DE LA EMPRESA:

RUMOR Marketing

TELÉFONO:

+ (507) 6670-2891

CORREO ELECTRÓNICO:

jchanis@rumormarketing.net

SITIO WEB:

www.rumormarketing.net

RUMOR Marketing es una empresa que se dedica a conectar marcas, de una manera exitosa y estratégica, con adolescentes y adultos jóvenes a través de estrategias como el v-marketing y el event marketing. ■■■■



EADA collaborates with the European Foundation for Management Development

Las empresas acuden a EADA en busca de talento

»» Durante los meses de abril y mayo, las empresas AMERICAN NIKE, VISTAPRINT, VODAFONE y BOSCH acudieron a EADA para presentar sus programas de selección de capital humano. Su objetivo: reclutar perfiles júnior y sénior a escala nacional e internacional.

Los participantes de los programas MBA de EADA fueron invitados a participar en el primer encuentro anual titulado «Quest for Talent». Un evento que tiene como objetivo reunir y compartir siner-

gias entre, por un lado, los estudiantes de MBA de las escuelas de negocios europeas de mayor prestigio (London Business School, Instituto de Empresa, INSEAD, HEC, SDA Bocconi, Erasmus Rotterdam, ESSEC, ESADE, IESE y EADA), y por el otro, las empresas y compañías en expansión en búsqueda de talento y emprendedores.

Entre las diversas actividades del acto, en el que ESADE actuó como anfitrión, destacaron la «Talent Fair» y la «Venture Pitch Competition», en la que 10 equipos de estudiantes de MBA fueron preseleccionados para presentar sus innovadores proyectos de negocio para después premiar a los tres mejores. ■■■■

»» The European Foundation for Management Development (efmd) has established a new committee dedicated to MSc Programmes. EADA has been asked to participate in setting up the committee and Nigel Hayes, director of the Master in Management and Master in Finance programmes, has been appointed to the steering committee. EADA will organise the inaugural efmd MSc conference which will be held in December 2010 at our residential training centre in Collbató.

The steering committee is made up of programme directors from 5 leading business schools including the London Business School. ■■■■



¿DÓNDE ESTÁN TRABAJANDO? / WHERE ARE THEY WORKING?

Javier Casillas (México)
International MBA 2008-2009

Desde las 8 de la mañana, las oficinas de Synthes GMBH, empresa suiza líder mundial en el área de ortopedia y traumatología, abren sus puertas. La empresa cuenta con sedes en más de 55 países, pero en la ciudad de México el ambiente que viven sus oficinas es diferente. Hubo una reorganización prácticamente de 180 grados y, en octubre, me contrataron como Gerente General en el Área de Traumatología. Me asignaron una oficina, con 70 representantes de ventas, un presupuesto de un 45% por debajo de lo esperado y 3000 problemas más. Me senté en mi lugar y comencé a ver que no había salida: cada vez que solucionaba un problema, me llegaban 2 más. Empecé a meditar el porqué había aceptado dicho puesto, ¡tan cómodo que estaba yo en Barcelona estudiando! Me puse entonces a pensar en todo lo que había hecho en Barcelona: grandes amigos, grandes experiencias, vivencias, anécdotas que contar, pero ¿de qué me servía todo eso hoy? Estaba frente a un sinfín de problemas, ¿cómo podía salir airoso de todo aquello? Entonces, poco a poco, me llegó la inspiración; empecé a relacionar cada problema con experiencias y enseñanzas. Todos los contratiempos que viví en EADA me empezaban a ayudar, a darle forma a un ambiente laboral al que no le veía ni pies ni cabeza. Cuando me di cuenta, ya tenía mis problemas organizados y bajo control: problemas de costes, de ventas, de marketing... En fin, para cada problema tenía una anécdota que me ayudaba a enfrentarlo. Hoy, a 6 meses de estar en la gerencia, las cosas empiezan a tomar forma: ya no me preocupo tanto por solucionar problemas, ahora tengo un plan estratégico para prevenirlos. Tengo un

proyecto con cada región a mi cargo. Imparto cursos de capacitación a varios niveles de la organización y todas mis charlas están basadas en experiencias principalmente vividas durante los módulos de Collbató.

Le doy gracias a EADA y a cada uno de mis compañeros que hicieron de ese año el año más fructífero de mi vida. Porque cada uno de ustedes está en cada logro... Gracias.



Juan Carlos Torres (Colombia)
International MBA 2008-2009

After a great a year in Barcelona doing my international MBA and being the class delegate, I came back to Bogotá. I was invited by Johnson & Johnson Company to take part in the International Recruitment Program for MBA's in New Jersey, USA, where I was hired in the IRDP, International Recruitment & Development Program. The program aims to recruit, develop, train and coach participants during one year, offering them international rotation assignments or managerial positions. Today I'm a sales manager for Colombia in the vascular business in the medical devices division with 5 direct reports and responsibilities including mainly sales and P&L.

EADA gave to me the opportunity to work and develop my leadership style and learn from the diversity of the class and the group work. In my current position, I'm always thinking about Collbató and how by empowering my team we can achieve our goals; strategy is also very important to plan the business growth and more in our economies where multinationals are seeking double digit growth. In conclusion, after my MBA in EADA I can manage the business as a whole using my knowledge and important tools in Finance, Strategy, Marketing and HR. Finally, I want to reinforce the importance of keeping connected after the MBA through EADA's local representatives, not only with our classmates but also with all alumni, a strong worldwide network. You can find me in the EADA Alumni group in LinkedIn.

Greetings for the International MBA 2009 class and all the EADA alumni!

Nombramientos

JAVIER SANTAFÉ

Naturhouse, empresa líder en España en bienestar y reeducación alimentaria, nombró el pasado 23 de noviembre a Javier Santafé como nuevo Director General. Entre sus prioridades destacan la de consolidar y potenciar la red de tiendas, tanto propias como franquiciadas, y la de desarrollar el posicionamiento de la marca.

Licenciado en Derecho y Master Ejecutivo en Dirección de Marketing por EADA, Javier Santafé posee una amplia experiencia

directiva en las áreas de ventas, marketing y comunicación en compañías multinacionales, entre ellas *Checkpoint Systems Inc.*, su última empresa, donde ocupaba la posición de Director Internacional de Marketing y Comunicación para Europa, Oriente Próximo, África y América Latina.

Asimismo, el nuevo director general ocupó anteriormente cargos directivos en Mapfre, Real Automóvil Club de Cataluña (RACC) y Vlex, y fue elegido por su trayectoria profesional y su perfil personal para formar parte de una de las 50 historias de éxito, libro publicado con motivo del cin-

cuenta aniversario de la escuela de negocios EADA.

ÓSCAR MATEU

Oscar Mateu, Executive MBA por EADA, ha sido nombrado Director de Sistemas de Información del Grupo Godó, con lo que pasa a ser el máximo responsable de las Tecnologías de la Información y la Comunicación de todos los negocios y actividades del Grupo: prensa de información general, prensa deportiva, radio, televisión, editoras de revistas, negocios de Internet y negocios industriales.

EADAAlumni renueva el Comité y nombra nuevo presidente: Conoce sus miembros

»» EADAAlumni acaba de renovar los miembros del Comité.

La agrupación de Antiguos Alumnos de EADA (EADAAlumni) está más viva que nunca.

“EADAAlumni tiene la misión de promover el crecimiento de sus asociados contribuyendo a la vez a la representatividad social de EADA”.

El Comité está integrado en EADA y está gestionado por un equipo interno, con Eva García y un Comité al frente, que actúa como Junta Directiva. El Comité está formado íntegramente por antiguos alumnos de EADA.

El nuevo Presidente del Comité, Ignacio Viayna (EMBA 2003), manifiesta a través de esta nota el agradecimiento a todo el Comité y todo el Alumni por su elección, a la vez que, en nombre de todo el Comité, quiere agradecer al Presidente saliente Lluís Rosés todos éstos años de dedicación e ilusión por el Alumni. El nuevo Comité se compromete a representar, servir, y escuchar a todos los Alumni.

Los servicios que EADAAlumni proporciona a sus socios de forma exclusiva son:

- A) Servicios de Carreras Profesionales.
- B) Formación continua: conferencias y seminarios.
- C) *Networking* entre los miembros, por áreas de interés, por sectores empresariales, etc.
- D) Acceso al Centro de Documentación EADA.
- E) Actividades y eventos.
- F) Ventaja exclusiva con empresas colaboradoras.

Por todo ello animamos a los Antiguos Alumnos que os asociéis a EADAAlumni, y a los socios que aprovechéis los servicios ofrecidos. Nuestra fortaleza reside en nosotros mismos: tanto en número como en interacción. ■■■■



PRESIDENTE:
Ignacio Viayna
(EMBA 2003)



VICEPRESIDENTE:
Joan Pérez
(Dirección *Marketing* 2010)



VOCAL:
Caterina Petit
(Dirección General 2003)



VOCAL:
David Soler
(Dirección General 2002 y Dirección *Marketing* 1991)



VOCAL:
Manuel Arrufat
(MBA *Full Time* 2008)



VOCAL:
Idefons Expósito
(EMBA 2009)



VOCAL:
Eva Bruch
(EMBA 2009)



VOCAL:
Marc Ventalló
(EMBA 2009)



VOCAL:
Ramón Ávalos
(EMBA 2007 y Dirección de Operaciones 2002)



SECRETARIA Y RESPONSABLE:
Eva García,
responsable EADAAlumni, EADA.

José Antonio Marina y Kevin Eyres, conferenciantes en el EADAAlumni Executive Meeting 2010

»» El viernes 19 de febrero, tuvo lugar en el Hotel Arts de Barcelona un encuentro entre 570 alumnos y ex alumnos de EADA. José Antonio Marina, filósofo, ensayista y pedagogo toledano, dio la primera conferencia, que trató sobre la inteligencia de los grupos y de las organizaciones.

José Antonio Marina se ha centrado primordialmente en estudiar la capacidad creadora de la inteligencia humana y en sus mecanismos. Defiende la inteligencia no como un elemento teórico, sino como algo práctico que no culmina en el conocimiento sino en la acción. La inteligencia práctica, para José Antonio, incide en aspectos tan vitales como la convivencia, la educación, la economía, el derecho, la política o la religión. Su principal conclusión es que el logro máximo de la inteligencia es la ética y su realización práctica: la bondad.

La conferencia de Kevin Eyres, Director General de LinkedIn en Europa, versó acerca de la importancia de las redes sociales en las relaciones laborales como fuente de contacto entre profesionales y espacio para compartir conocimiento y experiencias. Kevin Eyres ha sido el primer Director General de LinkedIn en Europa. Él fue el encargado de potenciar esta red social profesional en el viejo continente. LinkedIn suma un nuevo miembro cada segundo. La compañía cuenta con 60 millones de usuarios en todo el mundo, 700.000 de los cuales en España.

Tras estas dos ponencias, tuvo lugar un turno de preguntas en el que los oyentes pudieron exponer sus dudas e impresiones. ■■■■



MEMORIA DE ACTIVIDAD

DEPARTAMENTO ALUMNI & EMPRESAS 2009-2010

APORTAMOS VALOR A TU DESARROLLO PROFESIONAL

El Departamento de Alumni & Empresas tiene el objetivo de fomentar, fortalecer y estrechar el vínculo entre nuestros estudiantes con la institución y con el mundo empresarial. Trabajamos para garantizar un acompañamiento profesional al alumno y ex alumno a lo largo de su carrera, promoviendo el desarrollo integral a través de la formación continua y el *net-working*. Cada año ponemos a disposición de participantes,

alumni y empresas un amplio abanico de servicios y recursos de calidad que aportan valor.

CONTÁCTANOS:

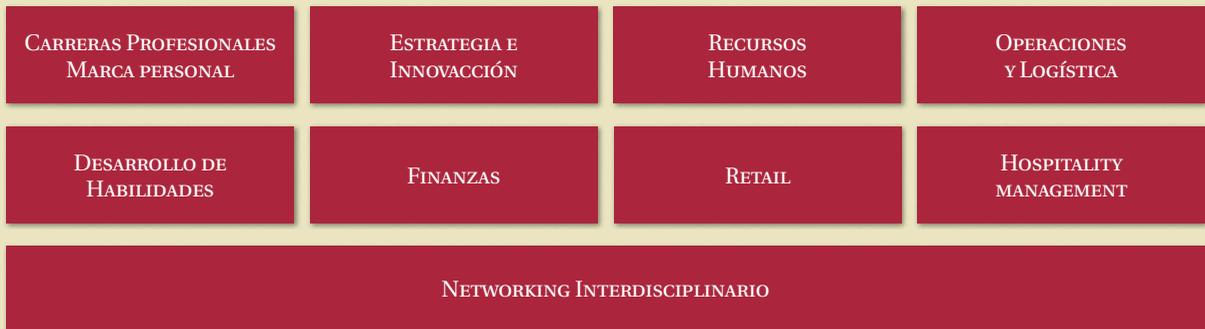
Eva García, responsable EADAAlumni.

Luisa Bonilla, responsable Carreras Profesionales.

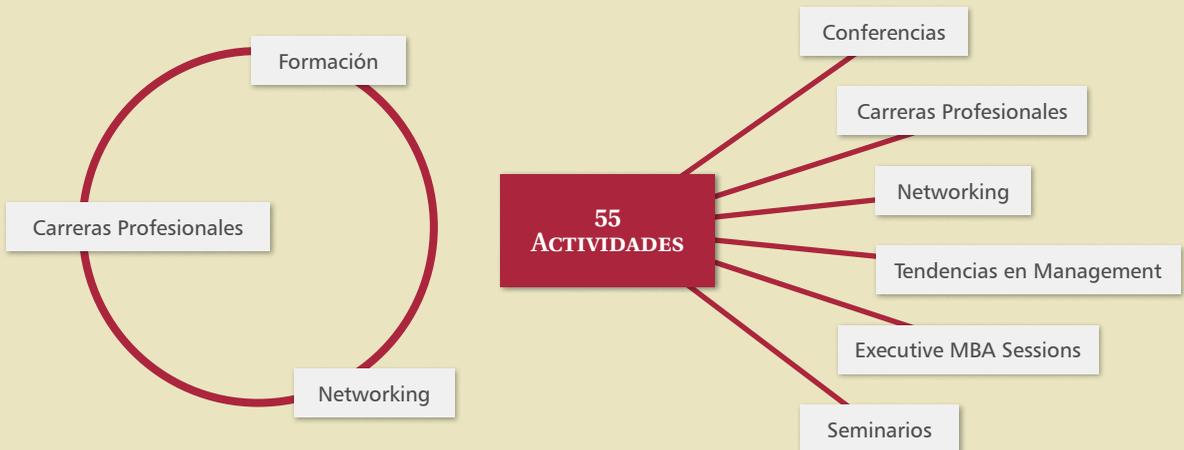
Olga Milián, Directora Departamento Alumni & Empresas.

EADAALUMNI

ÁREAS TEMÁTICAS DE LAS ACTIVIDADES 2009-2010



EJES DE ACCIÓN EADAALUMNI

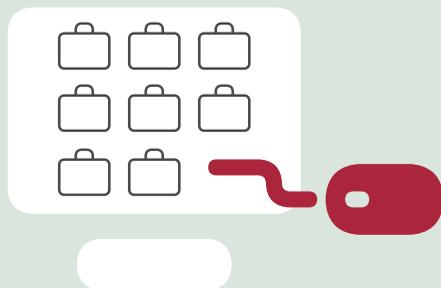


EMPRESAS COLABORADORAS CON EADAALUMNI



CARRERAS PROFESIONALES

BOLSA DE EMPLEO ON-LINE



1325 ofertas recibidas (Al 15/06/2010)
Recibimos diariamente demandas de empleo para cubrir ofertas laborales y posiciones de prácticas.

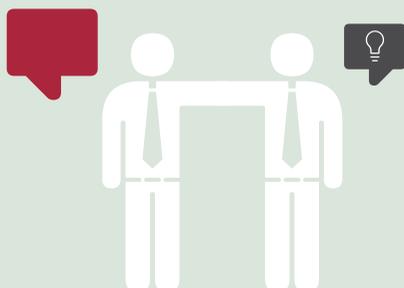
TALLERES PARA PERFIL SENIOR



6 talleres ofrecidos

Temas abordados: El diseño de la Carrera Profesional, el mercado de trabajo y canales de búsqueda. El currículum, el proceso de selección: la entrevista. El proceso de negociación salarial y de contratación.

ASESORAMIENTOS



537 alumnos asesorados

Contamos con un equipo de expertos que realizan asesoramientos de orientación profesional.

CONVENIOS DE COLABORACIÓN EDUCATIVA

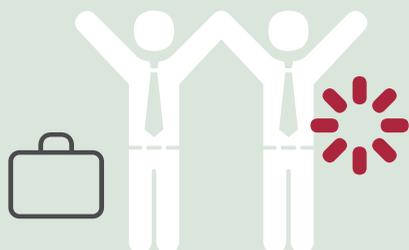


105 convenios realizados

 (Al 15/06/2010)

Para alumnos de los programas de Master Especializados en Finanzas, Marketing, RRHH, *Management*, *Hospitality Management* y MBA.

TALLERES PARA PERFIL JUNIOR



25 talleres ofrecidos

Temas abordados por los talleres: Marca Personal, CV y optimización de canales de búsqueda de empleo, proceso de selección y la entrevista.

VISITAS INTERNACIONALES

»» El 5 de febrero, Giulio Toscani se reunió con el equipo de *Executive Education* de la *Columbia Business School*, formado por Clayton Shedd, Barbara Gydé y Matt Harty, para definir futuras colaboraciones entre EADA y esta institución americana. En julio de 2011, los alumnos de los MBAs *Full Time*, *International* y *Part Time* participarán en una semana de estudio en esta escuela en Nueva York.

Jordi Díaz, director de programas de EADA, asistió en Lima a la 4ª graduación de los alumnos de los Masters Especializados EADA-Centrum que tuvo lugar el 27 de abril. Esta graduación contó con la presencia de un total de 104 graduados que recibieron su diploma Master.

A principios de mayo, Marjolein Overmars y Jordi Díaz representaron a EADA en la reunión anual europea del *Executive MBA Council en la Copenhagen Business School*. En el transcurso de la misma, tuvieron la oportunidad de debatir los diferentes retos a los cuales los programas *Executive MBA* tendrán que hacer frente en el futuro. Jordi Díaz, además de representar al Consejo de Administración de EMBAC, impartió una conferencia sobre «*Global EMBAs: la experiencia de EADA*», en la que compartió nuestra experiencia tanto a nivel europeo (Euro*MBA) como global (Global MBA América Latina). ■■■■



EADA opened a new Office in Brazil

»» The Associate Dean Jordi Díaz and MBA Programmes Director Giulio Toscani, as well as EADA's representatives in Brazil, Paula Gomes and Alessandra Faria, were at the inauguration of EADA's office in Brazil and the Regional Chapter.

The event took place at Hotel Fasano and after the informative session and the official visit to the new office, EADA held a dinner for the alumni after the informative session and the official visit to the new office. Around 25 alumni from almost all years attended the event. Prof. Dirk Schwenkow gave an interesting presentation. Mr. Pedro Benítez Pérez, Director of Instituto Cervantes in Sao Paulo, attended the event. ■■■■

NEXT REGIONAL CHAPTERS

- México DF — 30 ago.
- Caracas — 1 set.
- Bogotá — 3 set.
- Lima — 6 set.
- Santiago — 8 set.
- Buenos Aires — 10 set.
- Sao Paulo — 13 set.
- Rio de Janeiro — 15 set.
- Shangai — 2 set.
- Beijing — 4 set.
- Moscú — 12 oct.
- Frankfurt — 16 oct.
- Munich — 18 oct.
- Milán — 21 oct.
- Estambul — 30 oct.



Regional Chapters

- Santo Domingo
- 20 DE ENERO DE 2010
- México DF (México)
- 27 DE ENERO DE 2010
- Guatemala (Guatemala)
- 9 DE FEBRERO DE 2010
- San Salvador (El Salvador)
- 16 DE FEBRERO DE 2010
- Ciudad de Panamá (Panamá)
- 8 DE MARZO DE 2010
- Bogotá (Colombia)
- 12 DE MARZO DE 2010
- Lima (Perú)
- 27 DE ABRIL DE 2010
- Sao Paulo (Brasil)
- 29 DE ABRIL DE 2010

EADA firma un convenio con UCLA

»» EADA ha firmado un importante acuerdo de colaboración con UCLA *Anderson School of Management* (University of California Los Angeles) que persigue la cooperación entre ambas instituciones a través del intercambio de estudiantes del *Fully Employed MBA Program* de UCLA y del programa *International MBA* de EADA. El convenio, con una vigencia inicial de 2 años, permitirá un intercambio mutuo entre un grupo de alumnos de ambas instituciones en las llamadas asignaturas optativas (*electives*).

UCLA ya tiene este tipo de acuerdo con otras dos instituciones europeas de gran prestigio: *London Business School* (Reino Unido) y *HEC* (Francia). La presencia de UCLA en todos los *rankings* internacionales la ubica entre las mejores escuelas de negocios del mundo: 33 en *MBA Full-time*, 28 en *Executive MBA* y 18 en *Executive Education*, según el prestigioso *ranking* elaborado por *Financial Times*.

Para Miquel Espinosa, Director General de EADA, «el acuerdo con UCLA es un paso más en la fuerte apuesta por la internacionalización que está llevando a cabo EADA, que se ve reflejada en la procedencia de los participantes de nuestros programas, en los acuerdos de intercambio, en las estancias de otras escuelas de negocios y en el diseño de los programas educativos de EADA». ■■■■

EADA refuerza sus lazos con Iberoamérica

»» Ante la presencia de más de 40 representantes provinciales, el pasado 18 de diciembre EADA firmó un acuerdo de colaboración con FEDAJE (Federación Argentina de Jóvenes Empresarios). Mediante este acuerdo, ambas instituciones se comprometieron a realizar actividades de colaboración y de formación al colectivo de jóvenes empresarios argentinos.

Por otra parte, el pasado 9 de febrero tuvo lugar la firma del convenio entre EADA y la Universidad Interamericana de Puerto Rico, con el fin de fomentar el intercambio de profesores, así como la concesión de becas para estudiantes puertorriqueños que deseen estudiar en EADA.



De izquierda a derecha: Dr. Eduardo Serenellini, presidente de FOEMA; Mauro González, presidente de FEDAJE; Silvana Doti, representante de EADA; Nicolás Morelli, secretario general de FEDAJE; Leo Bilanski, secretario de Hacienda de FEDAJE.

Los firmantes de este convenio fueron Giulio Toscani, Director de *International MBA* de EADA; Manuel J. Fernós, Presidente de la Universidad Interamericana; Marilina Lucca Wayland, Rectora, y Juan Aníbal Giraldo, representante de EADA en Colombia y Puerto Rico. ■■■■

The story of Route 66 for Abruzzo

»» After the earthquake of April 6th 2009, a group of young professionals and entrepreneurs decided to set up a committee to raise money for the reconstruction of Abruzzo, and more specifically, the town of Barisciano. In order to raise money they came up with an original idea: a 'charity ride', 4,000 kilometres on a Harley Davidson along Route 66 with the aim of raising 10,000 euros and contributing to the reconstruction of the church of Barisciano, destroyed by the quake.

The inhabitants of this small town in Aquila province were *very upset* because they no longer had a place to pray and that's why the committee decided to allocate the funds to this particular purpose. Thanks to the website, the blog, Facebook and a daily newsletter, the large community that supported the initiative was able to follow every part of the charity ride online, with daily photos, footage and articles.

This direct interaction between the committee and its supporters yielded the expected results: by May 2010, ten months after the end of the ride (during which the fund raising did not cease) they had reached their target of 10,000 euros, and the sum was allocated to the Barisciano Alpine Club, which supervises the reconstruction of the town.

The money was raised in two phases:

Phase 1: In July 2009 Alessandro Quintavalle (MBA, EADA (Barcelona) and the entrepreneur Xavier Sales (Professor at EADA), both motorcyclists on the committee, started out on their ride across the USA from East to West (paid for out of their own pockets).

During their ride they met with motorcyclist groups, associations and individual citizens who agreed to support the solidarity project by donating money or objects.

Phase 2: After Alessandro and Xavier's ride had ended, the fundraising continued through the personal networks of the committee members and via the community that was created on the website, until the target sum was raised.

A dance performance was organised to mark the end of the committee's activities. The choreography was by the New York dancer Roland Culler who directed student dancers from his school in Milan. Culler finished Fiorello LaGuardia High School, which since 1936 has trained its students to become professionals in dance, acting and music. Robert De Niro, Al Pacino and Liza Minnelli are just some of the school's most illustrious students. ■■■■





PORTAVENTURA SE CONSOLIDA EN EL SECTOR DE TURISMO DE NEGOCIOS COMO UN REFERENTE CON SU NUEVO CENTRO DE CONVENCIONES



»»» PortAventura *Convention Centre* nace con la voluntad de convertirse en la solución idónea para la celebración de todo tipo de eventos empresariales y sociales.

El Centro de Convenciones de PortAventura, además de modernas infraestructuras y soporte tecnológico de última generación, tiene dos características que lo hacen único en Europa.

En primer lugar, su capacidad, ya que puede albergar de 10 a 4.000 personas. Así, en sus 13.000 metros cuadrados de superficie se pueden realizar todo tipo de eventos: desde ferias, congresos, convenciones, a seminarios o banquetes.



La otra característica que lo distingue de otros centros europeos de convenciones es la versatilidad y polivalencia de las diferentes salas que lo conforman.

El Centro de Convenciones dispone de 18 salas multifuncionales, modulares y versátiles, distribuidas en dos niveles.

En el nivel 0, destacamos su gran sala Exhibit, dotada con una gradería retráctil móvil con capacidad para 1.242 butacas y techos de hasta 7 metros de altura donde poder realizar cualquier tipo de montaje y realización.

El nivel 1 se caracteriza por salas totalmente equipadas con alta tecnología en proyección, audio y videoconferencia. Cabe destacar también una sala anfiteatro (sala Harvard) para 150 personas y otra sala





(sala Tarraco) con servicios exclusivos para 14 personas, perfecta para la realización de comités de dirección y/o sala VIP.

PortAventura *Convention Centre* tiene una localización privilegiada con vistas al mar, luz natural y un clima suave durante todo el año. A nivel de ubicación, tiene acceso directo al Hotel PortAventura y fácil comunicación con el resto de hoteles del *resort*.

Por su situación privilegiada dentro del destino de ocio PortAventura, los clientes podrán disfrutar también de las instalaciones del parque temático, su *Beach Club* y el restaurante de alta cocina Lumine.

El nuevo PortAventura *Convention Centre* tiene a su disposición las infraestructuras ya existentes a nivel de servicios, alojamiento, restauración, deporte y ocio del complejo, 2.000 habitaciones en 4 hoteles de 4 estrellas, 3 campos de golf, más de 45 restaurantes, 2 parques temáticos y un coordinador de eventos que le ayudará a organizarlo todo. ■■■■

PORTAVENTURA BUSINESS & EVENTS

- Su evento en un único espacio.
- Un coordinador de eventos que le ayudará a organizarlo todo.
- Un espacio para sorprender, donde el éxito de la imaginación funciona.
- Un lugar excepcional en el Mediterráneo, donde cualquier evento es posible.
- A 20 minutos de la estación del AVE Camp de Tarragona, a 1 hora del aeropuerto de Barcelona-El Prat y a 10 minutos del aeropuerto de Reus.

EQUIPO PORTAVENTURA BUSINESS & EVENTS

Av. Alcalde Pere Molas, km 2
43480 Vila-seca (Tarragona)
T. (+34) 977 77 92 06
F. (+34) 977 77 91 11
E. be@portaventura.es
W. www.portaventura-be.com

VIII JORNADAS INTERNACIONALES DE BENCHMARKING EN RESPONSABILIDAD CORPORATIVA DEDICADAS A LA EFICIENCIA ENERGÉTICA

El Club de Excelencia en Sostenibilidad celebra sus VIII Jornadas Internacionales de Benchmarking en Responsabilidad Corporativa el 16 y 17 de septiembre de 2010 en el centro de convenciones de PortAventura en Tarragona.

Durante las sesiones se compartirán experiencias y proyectos en materia de responsabilidad corporativa, con el objeto de contribuir a la excelencia de las propias empresas y al progreso de la sociedad.

Este año el Club de Excelencia en Sostenibilidad concederá el III Premio a la Mejor Práctica Responsable; el objetivo del mismo es reconocer y premiar la mejor práctica en materia de eficiencia energética.

Información e inscripciones:
[Cinta Capdevila: cinta@cconveccions.com](mailto:Cinta.Capdevila@cconveccions.com)



Firma de un nuevo convenio entre EADA y el Centre Metal·lúrgic de Sabadell

»» El pasado 24 de febrero, EADA y el Centre Metal·lúrgic de Sabadell firmaron un acuerdo de colaboración.

Miquel Espinosa, Director General de EADA, y Xavier Prat, *Key Account Manager*, firmaron con el Director General del Centre Metal·lúrgic de Sabadell, Gabriel Torras, un nuevo convenio de empresa asociada con EADA.

Durante el encuentro se habló sobre la situación político-financiera, así como de aspectos más educativos y de formación. Con la firma de las dos partes, se pusieron los cimientos para realizar varias colaboraciones entre ambos centros. ■■■■



Aliança llega a un acuerdo con EADA para la formación de sus directivos

»» Aliança, mutua de salud, y EADA firmaron un acuerdo de colaboración para la formación de los directivos de la mutualidad. De esta manera, Aliança destaca su apuesta por el talento interno y la promoción de sus empleados.

Joaquín Gómez, Director Comercial y de Marketing de Aliança, y Miquel Espinosa, Director General de EADA, han sido los responsables de la firma del convenio, que se ha realizado en la sede de la escuela de negocios. Gómez ha destacado la buena sintonía de Aliança con EADA y ha elogiado la gran orientación al cliente que tiene la escuela, ya que «ha demostrado una gran capacidad para adaptar los cursos a las necesidades de Aliança».

Por su parte, Miquel Espinosa ha recordado que EADA ha sido una escuela de negocios pionera en el *management* orientado a la gestión sanitaria, sector en el que siguen siendo líderes. En este sentido, ambos directivos han establecido muchos paralelismos entre las dos entidades y la facilidad de alinear las compañías entorno a la salud.

El acuerdo prevé diversos programas formativos que incluyen cursos bienales dirigidos a los directores de oficina y el Proyecto Futura, también bienal, que busca fomentar el talento interno y formar a futuros directivos entre el personal actual. La mutua catalana, fiel a su compromiso con las personas de la organización, es consciente de que la profesionalización de sus colaboradores es uno de los pilares para garantizar la máxima calidad de sus servicios y la mejor orientación en la relación con sus mutualistas.

Aliança, primera mutualidad de Cataluña, cuenta con más de 100 años de experiencia y se caracteriza por ser una mutua de personas que, como entidad sin ánimo de lucro, no debe remunerar el capital. Actualmente está presente en Cataluña y Baleares, con 22 oficinas, y cuenta con la confianza de 120.000 socios. Su cartera de servicios incluye una amplia gama de seguros de salud y personales. ■■■■



Xavier Llopis, ex alumno de EADA, galardonado con el premio IF

»» Xavier Llopis ha recibido el galardón que premia el mejor proyecto de diseño a nivel europeo. El producto premiado, diseñado por Rainbow Computer World, S.L., es el ratón FIT-U. Este periférico cumple con el requisito imprescindible para ser uno de los galardonados: presenta una gran calidad de diseño.

Los premios IF son una de las competiciones más prestigiosas del mundo, reconocidos dentro y fuera del mundo del diseño.

Estos premios se otorgan a través de la votación de más de veinte jueces, entre los que se encuentran desde diseñadores hasta empresarios de gran fama internacional. De entre los más de 2.000 productos que se presentan, de más de 38 países, tan sólo 778 han conseguido este galardón.

Xavier Llopis cursó en EADA el Programa en Dirección General y, actualmente, ocupa el cargo de director general de la compañía Rainbow Computer World, S.L.,

empresa de capital íntegramente español, especializada en diseñar, fabricar y comercializar periféricos informáticos y electrónica de consumo. Los factores de éxito de la compañía, dentro de su amplia gama de productos, son su diseño, colorido e innovación en funcionalidades y ergonomía.

Rainbow tiene presencia en toda España y en varios países de la Unión Europea a través de alianzas estratégicas y acuerdos de distribución con otras compañías. ■■■■

PepsiCo, comprometida con el talento

»»» PepsiCo, la segunda empresa de alimentación más grande del mundo, apuesta firmemente por potenciar y gestionar el talento de sus empleados. Esto lo consigue a través del desarrollo de talento multicultural y multigeneracional y de la apuesta por ampliar el baremo de oportunidades para sus empleados mediante la diversidad y la inclusión.

De este modo, PepsiCo reconoce las aportaciones y contribuciones individuales y favorece la conciliación entre la vida personal y profesional de sus colaboradores, al tiempo que valora sus particularidades únicas.

Este hecho comporta que el equipo humano de la compañía desarrolle mayores habilidades que conducen al crecimiento de ésta. Es por ello que PepsiCo siempre ha manifestado que su éxito radica en «su gente». Para llevar a cabo todas estas oportunidades, la multinacional ha gene-

rado una «cultura de lugar de trabajo» a fin de proporcionar buenos empleos que consoliden un entorno de trabajo seguro y saludable donde los trabajadores se beneficien de los programas de bienestar, cubran sus intereses y estén en unas condiciones laborales que potencien su talento y se adapten a él.

De este modo, PepsiCo ha querido contribuir a mejorar el nivel de vida en las comunidades donde está presente para intentar crear un futuro mejor para las personas y sus familias. En este sentido, PepsiCo apuesta por ampliar sus operaciones a países en vías de desarrollo, creando nuevas oportunidades y puestos de trabajo. Asimismo, proporciona subvenciones para apoyar cursos de formación y realiza contribuciones a iniciativas de ámbito solidario y de voluntariado.

Esta filosofía, transversal en toda la compañía, está también presente en PepsiCo Iberia, la unidad de negocio en España y Portugal, donde se trabaja para que sus 5.000 empleados puedan desarrollarse profesionalmente dentro de la compañía.

Estos esfuerzos se han reconocido con premios como el *Top Employers 2009*, recibido por su apoyo a la carrera profesional del equipo humano y por la correcta gestión de su plantilla, o el de Empresa Socialmente Responsable.

Esta línea de acción que vela por el talento forma parte de la filosofía de Responsabilidad Social Corporativa que PepsiCo aplica de forma transversal en todos los mercados en los que está presente, ya que la compañía cree genuinamente que su positiva evolución en resultados debe ir de la mano de una línea de acción responsable. Por eso, bajo la filosofía de «resultados con responsabilidad», PepsiCo integra su compromiso humano, medioambiental y de talento en cada una de sus acciones.

EADA colaborará con PepsiCo en sus proyectos de formación. ■■■■



PEPSICO

Dave Ulrich, con EADA y con los directores de RRHH de las empresas más importantes de España

»»» El 16 de junio, EADA ha organizado un encuentro que ha reunido a los responsables de RRHH de más de 40 empresas de entre las más representativas del panorama económico español. El evento

tuvo lugar en el Hotel *The Westin Palace* de Madrid.

Dave Ulrich, profesor de Administración de Empresas en la Universidad de Michigan y máximo experto a nivel mundial en RRHH, impartió una clase a medida para estos profesionales, que pudieron compartir con él sus experiencias, preguntas y buenas prácticas.

Dave Ulrich es autor de 15 *bestsellers*, entre los que destacan títulos como «Marca de Liderazgo», «Liderazgo basado en resultados», «La propuesta de Valor de RRHH» o «El Cuadro de Mando de RRHH».

De hecho, la revista *HR MAGAZINE* lo ha elegido como la persona más influyente en el campo de RRHH, y la revista *Fast Company*, uno de los 10 pensadores más relevantes en *management*. La revista *BusinessWeek*, por su parte, lo definió como «el educador y especialista en *management* más importante». ■■■■

EADA en el Día del Emprendedor

»»» Los pasados 16 y 17 de junio, en la Fira de Barcelona, se celebró el Día del Emprendedor con gran afluencia de público: acudieron más de 12.000 participantes. EADA participó con una ponencia del profesor Manuel Marín, y con un *stand* situado en una ubicación estratégica con el fin de informar a los asistentes. De los temas que se trataron, destacaron el *e-business*, el *networking* y la financiación empresarial. ■■■■



Nuevos encuentros: Co&Co («Coffee & Conocimiento»)

»»» En febrero de 2010, EADA inició un ciclo de «reuniones de trabajo» centradas en el área de los recursos humanos y denominadas Co&Co («Coffee & Conocimiento»). Son encuentros en las instalaciones de EADA en Barcelona que reúnen a 10-12 participantes como máximo, quienes durante una mañana de trabajo exponen una breve presentación de 10 minutos sobre la temática a tratar para, posteriormente, generar un debate.

La necesidad de compartir las mejores prácticas entre representantes de empresas de sectores diferentes enriquece a los participantes y les proporciona nuevos enfoques e ideas. Además, es una oportunidad para generar *networking* entre los responsables de RRHH de distintas empresas. El factor diferencial es la multisectorialidad, una novedad en este tipo de foros que normalmente aglutinan a profesionales del mismo sector.

En febrero, se realizó el primer encuentro, que trató la «Compensación y los Beneficios en las Organizaciones». Los asistentes comentaron diferentes tipos de programas retributivos cuyo objetivo se centra en retener y atraer el mejor talento. Los sistemas de retribución flexible permiten que los empleados perciban la retribución fija actual en la forma que más satisfaga sus necesidades. Es un sistema personalizado, voluntario, fiscalmente ventajoso y económicamente eficiente.

Algunos de los beneficios sociales que estas empresas presentan a sus empleados son: el seguro de vida, el seguro de salud, tiques restaurante, gimnasio, horario flexible, días de permiso superiores a los legales, tiques guardería, ayudas a estudios, premio de vinculación, vacaciones de libre elección, tarjeta *Happy Free Day*, formación, jornadas de voluntariado, ordenadores, alquiler de vivienda, ayudas al pago de hipotecas, ayudas al pago de Internet, automóvil, fondo de pensiones... Este desayuno contó con la participación de:

- Josep M^a Domenech, *HR Compensation and Administration Manager* de Almirall.
- Víctor Pérez, responsable de Personal Estructura de Manpower.

- Cecilia Topas, responsable de RRHH de Mercer.
- Victoria Carrasco, Directora de RRHH de Mitsubishi Electric.
- Montse Lucas, Departamento de Relaciones Corporativas de MRW.
- Roser Salas, Directora de RRHH de Nexus Energía.
- Eduard Moreno, *Reward Manager Iberian Zone* de Schneider.
- Moderador: Jordi Costa, Director del Programa de Compensación y Beneficios de EADA.

En marzo, realizamos la primera edición sobre «Indicadores en la Función de los RRHH», con el objetivo de evaluar la importancia y repercusión de los mismos sobre los objetivos estratégicos de las empresas.

Para muchos de los asistentes, el objetivo de tener indicadores en el área de RRHH es totalmente estratégico: alinear las áreas de RRHH con los objetivos de la organización y contribuir a su éxito financiero.

Los asistentes coincidieron en la necesidad de no medir por medir, sino en seleccionar en cada caso las mediciones más adecuadas para cada empresa, dependiendo del sector, el tamaño y los objetivos fijados.

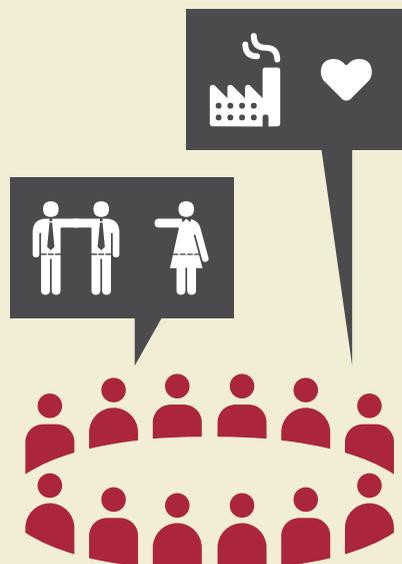
Algunos de los ejemplos de indicadores que se expusieron son: indicadores de retribución de desempeño, de retorno de la inversión, de clima, de formación, de selección, de diversidad, KPI (*Key Performance Indicators*), EDAP (Evaluación del desempeño y análisis del potencial)... En esta primera edición, contamos con la presencia de:

- Esther Vera, responsable de Formación y Desarrollo de *Johnson Diversey*.
- Miguel Charneco, Director de RRHH de Piaggio Group.
- Anna Turon, *Executive Assistant* RRHH de Roland DG Iberia.
- Joaquim Campa, *Organization & Development HR Responsible* de Sharp Electronics.
- Javier Garrido, *Compensation & Benefits* de Sodexo.
- Sandra Ramos, técnica PMC de Synton.
- Emma de Llanos, Directora de los Programas del Área de RRHH de EADA.

En el mes de abril, debido al interés generado y a las demandas de nuestras empresas cliente sobre esta temática, realizamos una segunda edición sobre los «Indicadores en la Función de los RRHH». En esta ocasión, los participantes fueron:

- Esther Bosoms, Departamento de RRHH de AUSA.
- Xavier Guillamón, Director de Planificación y Control de Gestión de la Dirección de RRHH de Banc Sabadell.
- Antonia Cerruda, Directora de RRHH de Fira de Barcelona.
- Tania de la Paz, *HR specialist* de Intercom.
- Joan Pau Fisas, Director de RRHH de Infojobs.
- Ana Sopena, Directora de RRHH de *Roche Diagnostics*.
- Anna Pons, responsable de Formación de *Open Trends*.
- Carme Gil, profesora del Área de RRHH de EADA.

A partir de septiembre, EADA reemprenderá los Co&Co. Si perteneces al Departamento de RRHH de tu organización y tienes alguna temática específica que te interese tratar o que quieras compartir, contacta con nosotros: empresas@eada.edu ■■■■



Desarrolla tu talento



EADA

Where business people grow

Adquiere conocimientos y potencia tus habilidades

2ª escuela del mundo en "Desarrollo profesional"

Financial Times 2009 (MBA Full Time)

Gestión de Equipos

Liderazgo

Eficacia personal

Negociación

Marketing

Ventas

Comunicación

INICIO PROGRAMAS

- | | | |
|--|------------|--|
| • Master Ejecutivo en Dirección de Marketing | 11-11-2010 | viernes de 16.00 a 20.00h |
| • Master en Comunicación Empresarial e Institucional | 29-10-2010 | lunes de 17.30 a 21.30 y
sábados de 9.15 a 13.15h |
| • Master en Marketing Farmacéutico | 15-10-2010 | lunes de 17.30 a 21.30 y
sábados de 9.15 a 13.15h |
| • Produc Manager | 29-10-2010 | viernes de 16.30 a 20.30h |
| • Dirección de Ventas | 01-10-2010 | viernes de 16.00 a 20.00h |
| • Técnicas de Venta y Negociación | 18-10-2010 | lunes de 16.30 a 21.30h |
| • Retail Management | 18-03-2011 | viernes de 16.00 a 20.00h |

PARA MÁS INFORMACIÓN Y ASESORAMIENTO PERSONAL:

EADA - Departamento Executive Education:

Anna Martín · amartin@eada.edu · Tel.: 934 520 844 · Fax.: 933 237 317

c/Aragó, 204 · 08011 · Barcelona · www.eada.edu

* Parking gratuito Ara-Munt (c/Aragón, 208 junto a EADA)

Acreditaciones de calidad

Ranked by



Business School
Rankings 2009

(Sólo 130 Escuelas en todo el mundo poseen estas acreditaciones)

The
Economist

**EN ESTOS TIEMPOS
EL QUE NO CORRE,
VUELA. POR ESO
AHORA, Y POR
EL MISMO PRECIO,
NACEX LLEGA UNA
HORA ANTES.**



Hoy en día, nada es tan importante como innovar y ser eficaz. Por eso, NACEX renueva su compromiso con sus clientes y pone en marcha EXPRES 12H. Un nuevo servicio que mejora su antecesor, EXPRES 13H, adelantando en una hora la entrega de sus envíos y manteniendo el precio de siempre. Porque en NACEX creemos que la eficacia se demuestra innovando.



NACEX
Servicio Expres

www.nacex.com

 **900 100 000**