



cambio y oportunidad

escuelas de negocio
de la Comunitat Valenciana



Palacio de Congresos de Valencia

cambio y oportunidad

escuelas de negocio





CEU

Escuela de Negocios

Valencia

Perfiles profesionales más humanos

La Escuela de Negocios CEU, cuyo titular es la Fundación Universitaria San Pablo-CEU, fue creada en el curso académico 1982/83, con el fin de dar respuesta a la creciente demanda de formación de postgrado de la sociedad valenciana.

Las actividades de la Escuela de Negocios CEU en Valencia se dirigen fundamentalmente a procurar una formación de alta calidad, tanto a profesionales como a titulados universitarios. La formación de postgrado implica un contacto estrecho con las empresas y sus gestores. Por ello, los programas formativos se complementan metodológicamente con prácticas activas que se desarrollan en colaboración directa con empresas, consultorías y despachos, donde los alumnos tienen ocasión de aplicar los conocimientos adquiridos.

La participación activa de profesionales en ejercicio en el claustro de profesores, así como la presencia continuada de expertos en seminarios, jornadas, conferencias y debates facilita la permanente actualización de los programas y la necesaria reflexión de los aspectos técnicos y éticos dirigidos a formar personas, en todas sus dimensiones y proyectarlas al liderazgo social, en un marco de excelencia académica.

El creciente reconocimiento social del Centro ha permitido en los últimos años un incremento de participación de alumnos de diversos países, completando la internacionalización de los programas.

ESCUELA DE NEGOCIOS CEU SAN PABLO DE VALENCIA

Edificio Seminario Metropolitano
46113 Moncada (Valencia)
Tel. 963 156 306
www.ceusanpablo.es



Alberto Arrufat es Licenciado en Derecho por la Universidad CEU Cardenal Herrera, Diplomado en Derecho Internacional y Master en Dirección y Administración de Empresas.

Su trayectoria profesional se ha desarrollado en el ámbito de la internacionalización desde distintos prismas: en la docencia, como profesor en la Universidad CEU Cardenal Herrera, en el despacho jurídico ILM y como colaborador en numerosos estudios y publicaciones.

alberto arrufat

“INTERNACIONALIZACIÓN. HACIA MERCADOS DE LA RIBERA SUR DEL MEDITERRÁNEO”

Una serie de elementos evidencian la desaceleración de la economía nacional, especialmente en el sector consumo. La clase empresarial se encuentra en la tesitura de seguir invirtiendo en la economía nacional, que no crece al ritmo deseable o diversificar, destinando fondos a países de los llamados “emergentes”.

La PYME valenciana, en cuestiones de comercialización nunca ha tenido reparos para hacer llegar sus productos hasta los lugares más insospechados.

Ahora bien, cosa distinta es la inversión, con una postura muy cautelosa, no llega al 1% del total nacional. Si algo caracteriza al tejido empresarial valenciano es la heterogeneidad. En tal caso se hace necesario huir de la estandarización de soluciones y hablar de mercados geográficos y sectores concretos.

A la hora de plantear salidas a mercados emergentes las primeras alternativas que surgen son las clásicas China, India y Brasil. Las empresas valencianas, con escasa o nula experiencia internacional, parecen tener en los países de la ribera mediterránea una alternativa perfectamente válida e infinitamente más accesible.

La presencia española, por el momento, parece estar focalizada en Marruecos; no obstante la cercanía geográfica, la

complementariedad productiva, la competencia asiática y el crecimiento del poder adquisitivo de la población de estos países hoy son elementos clave que justifican la entrada de los empresarios valencianos en la zona de la ribera del Mediterráneo.

Desde la óptica política, la zona disfruta de un manifiesto apoyo por parte de la Unión Europea. Francia, consciente de su importancia estratégica, se esfuerza en constituir un área de libre comercio antes de 2010. Todo hace pensar en un incremento relativo del valor económico del área en los próximos años. Una serie de aspectos evidencian el potencial de desarrollo económico: la estabilización en términos macroeconómicos, bajas tasas de inflación, la entrada de divisas procedentes del petróleo, creciente aperturismo y dependencia del PIB respecto al comercio exterior.

Por sectores, la construcción y el textil se conforman como dos firmes y seguras apuestas de inversión. Las grandes empresas

de construcción años atrás decidieron abordar nuevos mercados

y llevar a cabo promociones inmobiliarias en determinadas zonas turísticas de estos países; el elevado nivel de desempleo -que solventaría el posible problema de mano de obra- y una laxas normativas urbanísticas han sido y son hoy día elementos facilitadores del éxito.

La apuesta estratégica del sector textil valenciano ha sido la tecnificación, ofreciendo a un mercado específico productos con valor añadido a fin de superar la crisis. Al otro lado del mediterráneo, Marruecos tiene disponible una mano de obra especializada que conoce el producto y el mercado.

Con todo ello, la globalización no es una opción sólo para grandes empresas con proyectos multinacionales sino una forma de “hacer negocios” que combina iniciativa y planificación.

La multilocalización hace posible pensar las estructuras de costes, de tal forma que la inversión en procesos de I+D se contrarreste con los bajos costes de mano de obra en estos países.

Si algo caracteriza al tejido empresarial valenciano es la heterogeneidad

La globalización no es una opción sólo para grandes empresas con proyectos multinacionales sino una forma de “hacer negocios” que combina iniciativa y planificación



Cámara
Valencia

Escuela de Negocios
Lluís Vives

La Escuela de Negocios de la Cámara de Comercio de Valencia se define por su clara vocación de servicio hacia la empresa valenciana.

La Escuela de Negocios es el Área de Formación de la Cámara Oficial de Comercio, Industria y Navegación de Valencia, Corporación de Derecho Público, que tiene como una de sus misiones esenciales la de la formación en el ámbito de la empresa.

La misión de la Escuela de Negocios es poner a disposición del tejido empresarial valenciano con carácter estable y de forma permanente una amplia oferta de formación en Dirección y Gestión de empresas, adaptada a sus requerimientos y necesidades.

Nuestro objetivo es alcanzar la máxima aplicabilidad práctica de toda nuestra formación, acompañada siempre del diferencial de la Calidad (ISO 9001:2000).

Nuestro compromiso es facilitar e impulsar la cultura de la formación en las pyme, como elemento estratégico que les permita hacer más eficiente su gestión.

Nuestro objetivo es por tanto, ir de la mano de las empresas, orientarlas y apoyarlas en la concepción, desarrollo, implantación y gestión de ayudas de su Plan de Formación.

**ESCUELA DE NEGOCIOS
CÁMARA DE COMERCIO DE VALENCIA
(LLUIS VIVES)**

C/ Benjamín Franklin, 8 (Parque Tecnológico)
46980 Paterna (Valencia).
Tel. 961 366 080 - 96 131 80 40
www.formacion.camaravalencia.com



Nicolás Henríquez Sánchez es Director General de la Fundación Instituto Cameral para la Creación y Desarrollo de la Empresa (Fundación INCYDE), constituida por todas las Cámaras de Comercio, Industria y Navegación de España.

Nace en la Isla de Gran Canaria y obtiene la Licenciatura en Derecho en la Universidad Complutense de Madrid.

Su espíritu emprendedor y creativo le llevan a constituir diversas empresas, tanto en el sector de la construcción e inmobiliario, como en el de exportación e importación.

En 1982 se integra en la Escuela de Organización Industrial, desempeñando la Subdirección General. Se especializa en la Pequeña y Mediana Empresa y desarrolla una nueva Metodología para la Creación de Empresas, que ha demostrado sobradamente su eficacia.

En 1999, publica un libro bajo el título "Cómo convertir una idea en empresa".

Es Presidente y Consejero de varias empresas.

nicolás henriquez

“HERRAMIENTAS PARA CONSOLIDAR LAS NUEVAS EMPRESAS”

Hablemos de las herramientas que permiten consolidar a las nuevas empresas.

Planteamos a modo de introducción la incidencia real de la creación de empresas en la economía de los países.

Y nos preguntamos: ¿Qué principios deben desarrollar estos programas para ser eficaces?.

Analizaremos y contrastaremos algunos ejemplos de buenas prácticas en este campo.

Para deducir las consecuencias de una mala ejecución metodológica.

Finalmente: ¿Cómo se puede convertir en negativo, acciones, en principio positivas en el ámbito de la creación de empresas y la formación de nuevos emprendedores?.



Una escuela de negocios que apuesta por el espíritu emprendedor

La Fundación EDEM es una Escuela de Negocios ubicada en Valencia. Su misión es la formación de empresarios y directivos, así como fomentar en la sociedad valenciana el liderazgo y el espíritu emprendedor.

EDEM fue constituida en 2002 como una Fundación sin ánimo de lucro, de carácter privado y fue creada en el entorno de la Asociación Valenciana de Empresarios (AVE). Los patronos de la Fundación EDEM son empresas líderes, con reconocido prestigio en la Comunidad Valenciana.

EDEM

Calle Colón, 82, 5 planta
46004 Valencia
Tel. 963 531 065 - 963 526 274
www.edem.es



***Hortensia Roig** es Licenciada en Derecho, especialidad en Empresa con Premio Extraordinario, por la Universitat de València.*

Actualmente es Secretaria General de EDEM (Escuela de Empresarios) y miembro del Consejo de Administración de MERCADONA, S.A.

Es codirectora del MBA Junior EDEM, profesora en el curso "Qui pot ser empresari" organizado por la Cátedra de Cultura Empresarial y vocal de la Comisión Mixta de Seguimiento de la Cátedra de Empresa Familiar, de la Universitat de València.

hortensia roig

“ORGANIZACIONES INNOVADORAS: MERCADONA

¿Qué es Mercadona?

Mercadona es una compañía de distribución, integrada dentro del segmento de supermercados, de capital 100% español. Está presente en 46 provincias con una red de más de 1.000 supermercados que responden a un modelo de comercio urbano de proximidad. En el ejercicio 2007, alcanzó una facturación de 13.986 millones de euros, cifra que la convierte en una cadena de supermercados de referencia. Sus instalaciones y clientes son atendidos por más de 60.000 trabajadores fijos.

“Todo lo que es grande, en su nacimiento fue pequeño”

Quizá las cifras puedan parecer abrumadoras, Mercadona se ha convertido en una empresa de referencia en el panorama nacional, pero “todo lo que es grande, en su nacimiento fue pequeño”: cuando mi padre se hizo cargo en 1981 de los ocho ultramarinos de 300 m², éramos pequeños, pero tenía claro que quería desarrollar una cadena

de supermercados en toda la geografía española que pudiera satisfacer las necesidades de alimentación, limpieza del hogar e higiene de sus clientes.

Para ello, trabajó duro, Juan Roig se rodeó de un equipo humano muy profesional e instauró un modelo innovador de Calidad Total.

Todo lo que es grande, en su nacimiento fue pequeño

Con ello lo único que me gustaría transmitir en el III Foro de Emprendedores, tanto en mi calidad de miembro del Consejo de Administración de Mercadona como de Secretaria General de EDEM, es que vosotros también podéis ser grandes, crecer y hacer de vuestra empresa una entidad de referencia. No hay recetas o varitas mágicas, pero si tenéis una idea que pueda satisfacer un hueco del mercado, ganas de trabajar, mucha ilusión y gusto por hacer las cosas bien, tenéis algunos de los “povos mágicos” necesarios. Mucho ánimo y cómo decía Picasso: “la inspiración existe, pero tiene que encontrarse trabajando”.



Una Escuela de negocios orientada a la empresa y al marketing

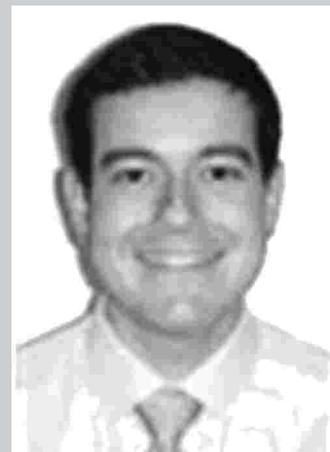
ESIC, Business & Marketing School, centro privado fundado en 1965 es el primer centro de Estudios Superiores de Marketing en España, y responde, con el conjunto de sus diferentes áreas de actividad, a las necesidades actuales de la empresa y de su entorno competitivo, mediante la formación de profesionales capaces de analizar, reflexionar, decidir y actuar responsablemente en todos los niveles de la empresa.

Con sede en Valencia desde 1987, ESIC imparte en la actualidad, como Centro Universitario adscrito a la Universidad "Miguel Hernández", Licenciaturas oficiales –en Administración de Empresas, Publicidad y Relaciones Públicas e Investigación y Técnicas de Mercado- y un Máster asimismo oficial en los términos previstos por la reciente normativa universitaria.

Continuando su tradición de más de 40 años en España (20 en Valencia), imparte además su carrera privada (en Marketing y Gestión Comercial) y un amplio conjunto de cursos de Postgrado (MBA, Másteres especializados y Cursos Superiores), así como Programas de Executive Education, abiertos o a medida, que completan un amplio panorama de servicio a las empresas y a la sociedad valencianas.

ESIC

Avd. Blasco Ibañez, 55 bajo
46021 Valencia
Tel. 963 390 233
www.esic.es



Hilario Carrasco es Director de la Unidad de Negocio Aguas y Refrescos de Grupo Leche Pascual, empresa en la que trabaja desde el año 2004.

Gran parte de su carrera profesional la ha realizado en el mundo del Trade Marketing, formándose en compañías como Casbega y Kraft hasta llegar a Leche Pascual.

Dentro de su responsabilidad se encuentran las marcas de agua Bezoya y Nature.

Desde su dirección de unidad de negocio considera que sus marcas han de presentar un valor diferencial para sus consumidores con una fuerte vocación de liderazgo en el mercado.

hilario carrasco

“REPOSICIONAMIENTO ESTRATÉGICO DE MARCA. CASO PASCUAL NATURE. GRUPO LECHE PASCUAL”

En el mercado de aguas en España conviven muchas marcas regionales, locales y nacionales y cada vez hay hueco para menos de ellas en la mente del consumidor

Nature es una marca que se lanzó por parte del Grupo Leche Pascual al mercado en el año 2005 y que, como cualquier producto del grupo, se lanzó con vocación de liderar el mercado y de aportar valor a consumidor y cliente.

El origen de esta marca fue aprovechar las sinergias entre tener diferentes manantiales en varias regiones (condicionante local) y una marca nacional que los englobara y permitiese aunar esfuerzos de comunicación y promoción (condicionante nacional).

La expansión de la marca fue rápida, consiguiendo penetración en los canales tradicionales y hostelería, aunque sin embargo no consiguió igual posicionamiento en alimentación moderna.

Para entrar en los mercados que crecen tienes que aportar rentabilidad y ser diferente al resto de producto que compiten en los lineales.

Ese es el paso en el que estamos ahora, una vez que hemos conseguido una marca con buena implantación en la distribución capilar tenemos que ofrecer un valor diferencial al cliente que nos permita entrar en sus lineales y ganarnos al consumidor para que elija a nuestra marca en lugar de a nuestros competidores.

Este proceso es el que voy a tratar de transmitir en la presentación, todo lo que GLP ha hecho, está haciendo y va a hacer para posicionar una marca con valores claramente diferenciados para cliente y consumidor en el mercado.

El proceso es complejo y en él influyen muchos factores y personas, pero es necesario para lograr entrar en la mente del consumidor y ser su marca preferida.

En la evolución de una marca intervienen muchos factores que han de identificar los responsables de la misma para garantizar su futuro.

Nosotros consideramos que uno de los factores diferenciales de Pascual Nature para el futuro es la contribución a la conservación y sostenibilidad del medio ambiente.

Este factor no sólo es intrínseco de Pascual Nature, sino del Grupo Leche Pascual en su conjunto, por ello consideramos que es una característica de nuestra marca que tenemos que saber comunicar a nuestros consumidores.

Ahora nuestro trabajo es hacerlo de forma atractiva y, precisamente ésto es lo que voy a tratar de contarles durante esta presentación.





La Escuela de Negocios Estema forma profesional y personalmente a sus participantes, dotando, ampliando y ordenando sus conocimientos, capacidades y habilidades profesionales. Genera auténtico valor en su desarrollo laboral, garantizando las relaciones profesionales en su nivel de experiencia.

La metodología de enseñanza seguida por la Escuela de Negocios Estema se basa fundamentalmente, en el método del caso y el trabajo en equipo. Esta metodología consigue compaginar conocimiento y habilidad con capacidad de dirección.

Recientemente, la EN ha pasado a formar parte de la red internacional de Laureate International Universities, con más de 350.000 alumnos matriculados en las más de 30 Universidades y escuelas de negocios en todo el mundo, como consecuencia de la integración de Estema en la Universidad Europea.

ESTEMA

General Elio, 8 y 10
46010 Valencia
961 318 500
www.estema.es



Guillermo Velasco es Socio Director y Fundador de People Excellence, consultora de Recursos Humanos formada por profesionales con una dilatada trayectoria de más de 15 años en desarrollo de directivos de empresas españolas y multinacionales. Ante todo, People Excellence se define como especialista en evaluación y desarrollo de las personas. Teniendo la excelencia de los profesionales como máxima premisa, buscando la mejora del rendimiento profesional tanto de equipos como de directivos para optimizar los resultados dentro de la organización.

Colaborador habitual de la Fundación Estema, Guillermo Velasco está especializado en el Área de Desarrollo de Personas, donde tanto la capacidad de análisis, como la utilización de diferentes metodologías de Desarrollo le permite adaptarse a la realidad de cada compañía y la orientación a resultados concretos.

Ha dirigido y participado en diferentes Procesos de Coaching para Directivos de Multinacionales, Grandes Nacionales y Gerentes de empresas. Asimismo, ha implantado Modelos de Gestión de la Actividad en diferentes sectores.

Actualmente diseña e imparte diferentes Programas de Desarrollo Directivo, dirigidos a mejorar los resultados de los equipos a través de la eficacia directiva

guillermo velasco

“DESARROLLO DIRECTIVO”

“Desarrollo Directivo”: ¿Cómo consiguen las organizaciones de éxito que sus equipos directivos desarrollen el máximo talento?

El liderazgo, la base de la satisfacción y el compromiso en la empresa

España es el país número 26 de la OCDE (Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico) en calidad directiva. Además, la satisfacción laboral en España ha descendido desde 1999 del 61 al 56 por ciento. Este es precisamente el dato que más preocupa a People Excellence, que nace para dar un impulso al compromiso y la satisfacción de los profesionales de las empresas.

Todos sabemos que el motor que mueve a las empresas es siempre su capital humano.

Pero desarrollarlo para rendir con la máxima eficiencia, y guiarlo para que pueda aprender a tomar las mejores decisiones en cualquier situación es aún una asignatura pendiente y una inversión cuyo retorno impacta

directamente en los resultados y en la coherencia interna de cada compañía. Sabiendo esto, cada vez son más empresas las que implantan programas de desarrollo directivos.

El valor añadido de People Excellence reside en cómo entiende el desarrollo de las personas. El denominado ‘Real Business Understanding’ da respuesta a esta realidad contrastada se basa en que el profesional sienta la necesidad de mejorar y, además, sea consciente del impacto que pueden tener sus decisiones en el negocio.

El modelo además, analiza y “desmenuza”: el Liderazgo es la variable que más influye en el grado de satisfacción y compromiso de un equipo de trabajo.

El punto de partida es el autoconocimiento, primer eje motivador interno de cada directivo. Es fundamental que cada persona conozca sus cualidades y competencias para así poder hacerse una idea lo más real posible de su desempeño

como líder. Además, el conocimiento del impacto de sus comportamientos y decisiones en el negocio es esencial para que se produzca una movilización interna en el individuo, y que esté motivado y comprometido para que su desarrollo se traduzca en mejora de la productividad en su puesto de trabajo.

People Excellence define su misión como: “Ayudar a las empresas en la implantación de sus estrategias y en la consecución de sus objetivos de negocio, a través del desarrollo de las personas y la optimización de los sistemas de gestión de la organización”.

Por tanto, y lejos de quedarse en un mero plano de supuestos teóricos, los diferentes consultores de People Excellence tienen claro que su trabajo es conseguir un impacto positivo en los resultados de todas las empresas con las que trabajan.

El motor que mueve a las empresas es siempre su capital humano



eoí | escuela
de negocios

innovación, emprendedores y sostenibilidad

EOI Escuela de Negocios, fundada en 1955, es la primera escuela de dirección de empresas de España. A lo largo de estas más de cinco décadas EOI ha sido pionera en la transmisión a los cuadros directivos de las nuevas técnicas de gestión y organización empresarial, que han contribuido de manera decisiva a la industrialización y modernización de la economía española.

La Escuela ofrece programas master para jóvenes profesionales, master executive, programas directivos y cursos de especialización en las áreas de dirección de empresas, tecnología, medio ambiente, innovación y sostenibilidad. Todo ello, junto con la intensa labor de cooperación con el entorno empresarial, la amplia y variada actividad extra-académica y el claro compromiso con la generación de conocimientos e iniciativas útiles para la sociedad hace de EOI Escuela de Negocios una institución única para el fomento y el desarrollo del espíritu emprendedor y la innovación.

En este contexto cabe destacar el desarrollo del Programa CRECE (creación y consolidación de empresas), programa operativo concedido por el Fondo Social Europeo, gracias al cual desde 1994 se ha ayudado a crear y consolidar más de 15 mil PYMES en toda la geografía española, destacando de forma especial las empresas industriales y de base tecnológica.

EOI ESCUELA DE NEGOCIOS

Avda. Gregorio del Amo, 6 (Ciudad Universitaria)
28040 Madrid
Tel. 913 495 600 - 915 542 394
www.camaravalencia.com



Miguel Sánchez-Galindo es Director de Iniciativa Emprendedora e Innovación de EOI Escuela de Negocios, donde también ha desarrollado funciones de director del Área MBA y de la División de Postgrado.

Inició su carrera profesional como investigador en la Fundación FUNCAS de las Cajas de Ahorros Confederadas.

Posteriormente, se incorporó como jefe de proyectos al Centro de Estudio Económicos Tomillo. Tras esta etapa ha dirigido proyectos de consultoría y asesoramiento empresarial, para el sector público y el privado, en PriceWaterhouseCoopers y en Deloitte.

Cabe destacar su participación en el diseño y fundación del Instituto de Análisis de Intangibles

miguel sánchez

“INNOVACIÓN AL SERVICIO DEL EMPRENDEDOR”

La innovación debe estar al servicio del emprendedor, pero es el emprendedor en sentido amplio, el empresario, el vehículo que hace posible que florezca la innovación. Es el empresario emprendedor el que propicia la discontinuidad de los productos, los servicios y las nuevas formas de hacer las cosas que generan el crecimiento de una economía, como estableció Shumpeter en 1942 cuando hablaba de la destrucción creativa. Pero entonces: ¿qué tenemos antes la innovación o el emprendedor? -el huevo o la gallina- y quizá, y lo que es más importante, qué debemos hacer las instituciones públicas y privadas para conseguir un mayor crecimiento económico que genere mayor empleo y sobre todo mayor prosperidad. Dar solución a estas preguntas es uno de los objetivos de los Centros de Innovación e Iniciativa Emprendedora de EOI Escuela de Negocios, centros que pretenden promover el espíritu emprendedor, mostrando cómo convertir conceptos relacionados con la innovación en negocios rentables y sostenibles, y desarrollando para ello todo un conjunto de actuaciones de apoyo, asesoramiento y productos al servicio del emprendedor.

Pero teniendo claro que la inno-

vación es uno de los elementos prioritarios para hacer de una economía como la española una economía competitiva, hasta la fecha la inversión en investigación y en innovación no se ha plasmado en prioridad en la realidad de nuestras empresas y

Innovación y emprendedores constituyen un binomio imprescindible a la hora de garantizar la competitividad de una economía.

de nuestra sociedad, siendo España uno de los países europeos más rezagados en innovación.

A nuestro parecer, este hecho es debido a un déficit metodo-

lógico consistente en la falta de indicadores que asocien la investigación y la innovación, de forma directa o indirecta, con los resultados para las empresas.

En definitiva, un déficit en las posibilidades de análisis, gestión y valoración de los resultados directos de la innovación.

Para resolver este déficit es necesario avanzar en una triple vertiente, la primera, y ya iniciada, es la sensibilización del tejido empresarial sobre la importancia de la innovación, tanto en procesos productivos y tecnológicos como en servicios, como elemento clave para los resultados económicos de las empresas. En esta línea están

trabajando y deben incrementar su actividad las diferentes administraciones clarificando los mensajes: innovación para vender más, para ahorrar más, para ser más eficiente y para seguir compitiendo mañana.

La segunda vertiente, y quizá la menos apropiada para esbozar en el contexto del día del emprendedor, la constituirían el desarrollo de metodologías con la intención de estandarizar la medición y valoración de la innovación y de aquellos elementos que configuran la sociedad del conocimiento en sentido amplio.

Finalmente, la tercera vía es impulsar la innovación de nuestras empresas y emprendedores a través de formación en gestión

y en procesos de innovación y poniendo a su servicios herramientas tecnológicas y modelos colaborativos que optimicen y desar-

rollen las nuevas formas de innovación (casos prácticos: “ecosistemas emprendedores”, “open innovation”).

Innovación para vender más, para ahorrar más, para ser más eficiente y para seguir compitiendo mañana



Una escuela nacida desde y para las empresas

Un grupo de empresarios se unieron hace más de 40 años para crear Fundesem y hoy son ya más de 250 las empresas que forman parte de la fundación. Entre ellas se encuentran PYMEs y también grandes organizaciones como Bancaja, BBVA, CAM, Carrefour, Coca-Cola, El Pozo, Famosa, Pikolinos, Seur, Telefónica y Valor.

Esta cercanía al tejido empresarial ha marcado el enfoque de nuestros cursos: programas con contenidos adaptados a las necesidades reales de las empresas y con una metodología que fomenta la participación e interacción de los asistentes.

Un enfoque práctico que se ve reforzado por la composición del equipo docente: más de 250 profesionales de reconocido prestigio en el mundo de la empresa.

Un programa para cada necesidad

Hoy FUNDESEM desarrolla más de 300 programas formativos, entre ellos Programas Master-, Programas de Dirección, Seminarios y Cursos In Company, diseñados a medida de los requerimientos de la empresa. Y son programas que abarcan todas las áreas de gestión: Dirección General, RR.HH., Finanzas, Marketing, etc.

Su proximidad al mundo de la empresa, así como la vinculación a la Universidad a través de los Masters Oficiales, permite a FUNDESEM ofrecer una formación práctica e innovadora, que contribuye a que sus alumnos lleguen a lo más alto en su carrera profesional.

FUNDESEM

Calle Deportistas, 4
03016 Alicante
Tel. 965 266 800
Fax 965 165 411
www.fundesem.es



Luis Galindo es Titulado Superior y Master de Recursos Humanos por AEDE. Socio-Director de Luis Galindo & Asociados, consultores de Recursos Humanos

Después de ocupar diferentes puestos directivos en organizaciones y empresas de diversos sectores, siempre con responsabilidad directa sobre equipos numerosos, encaminó su actividad hacia la consultoría y la formación.

Como Consultor, ha desarrollado diferentes proyectos con Equipos Directivos y Comités de Dirección de empresas como Siemens, Indra, La Caixa, Deutsche Bank, Banif, Banesto, Bancaja, Cam, Seur, DHL, Telefónica Móviles, Telefónica de España, RENFE, Grupo Pascual, Grupo SOS, ..y un largo etcétera.

Como profesor, desarrolla cursos de Habilidades Directivas y RRHH en diferentes Escuelas de Negocios, Centros Formativos, Asociaciones y Universidades de nuestro país.

Dirige en la actualidad el Master de Recursos Humanos de FUNDESEM Business School, de la cual es profesor en el Área de Recursos Humanos en diferentes programas abiertos e in company

Luis Galindo

“LIDERANDO EL ESPÍRITU EMPRENDEDOR”

El Espíritu Emprendedor

No cabe duda de que el espíritu emprendedor es uno de los principales motores de la innovación, la competitividad, y el crecimiento social de un país.

Tanto es así, que está totalmente demostrada una estrecha correlación positiva entre el espíritu emprendedor y los resultados económicos en términos de crecimiento, supervivencia de empresas, creación de empleo, cambio tecnológico, incremento de la productividad y exportaciones.

Las empresas deben lograr que el espíritu emprendedor, típico de las empresas en sus momentos iniciales de nacimiento y desarrollo temprano, perdure en el tiempo, incluso cuando el tamaño, la dimensión, y el ciclo de vida de los productos o la madurez de los mercados lo hacen más difícil.

La implicación de las personas

No es posible mantener ese espíritu sin una determinada actitud en las personas, y, sobre todo, sin un estilo de liderazgo que cree y confía en sus capacidades.

La experiencia demuestra que las personas llegan a desarrollar toda su capacidad cuando creen de verdad en lo que hacen, porque sirve simultáneamente a su realización personal y a los objetivos de la empresa.

Los cambios en las empresas solo son posibles si van acompañados por cambios en las personas. Las organizaciones de alto rendimiento necesitan líderes convencidos de su nuevo papel de movilizador de personas para que estas den lo mejor de sí mismas.

Demos una contundente respuesta a la necesidad de desarrollo de Líderes que consigan crear espacios abiertos a la innovación, a la creatividad y al compromiso



El Instituto de Estudios de la Empresa (INEDE) es la Escuela de Negocios de la Universidad Católica de Valencia San Vicente Mártir. Ubicado en el emblemático edificio del Asilo de San Juan Bautista, en la Calle Guillem de Castro. En este curso académico, el INEDE estrena instalaciones, adaptadas a las necesidades de la formación de directivos y profesionales de empresa. El INEDE organiza diferentes actividades orientadas al desarrollo del capital humano de nuestro tejido económico y de sus profesionales, destacando su compromiso en sectores como el turismo o el negocio inmobiliario, la dirección de personas o la innovación.



Alfonso Zamorano Aguado es Presidente de Transportes Zamorano-DHL Valencia.

INEDE
INSTITUTO DE ESTUDIOS DE LA EMPRESA (UCV)

Universidad Católica de Valencia
Guillén de Castro, 94
46003 Valencia
Tel. 963 637 412 - 963153 655
www.ucv.es/inede

alfonso zamorano

“LOGÍSTICA: CASO DHL”

Cuando cerca de 100 años atrás Vicente Zamorano inició la actividad del transporte en Valencia, sembró el primer germen de la actual Transportes Alfonso Zamorano, S.L.U. (DHL en Valencia).

La larga historia de esta empresa es la consecuencia de distintos momentos de reinención de la misma, por las distintas generaciones que han pasado por ella, para adecuarla a las demandas cambiantes del mercado. Así, del transporte mediante carretas de tracción animal desde la ciudad de Valencia a su puerto, se introducen a mediados del siglo XX, por Alfonso Zamorano Sanchis, los primeros camiones que permiten establecer rutas más largas, como Valencia - Gandía, al tiempo que el mercado, hasta entonces local, comienza a dimensionarse regionalmente.

En los años 60, las empresas valencianas necesitan un mercado mayor que dé salida a su mayor capacidad productiva y por esta razón la familia Zamorano alcanza alianzas estratégicas con otras empresas regionales de transporte de otros puntos de España para empezar a diseñar una completa red de transporte nacional por carretera que permite abastecer cualquier punto de España desde cualquier origen. Nace así “La Guipuzcoana”.

Sin embargo, en los años 80, los clientes de Transportes Zamorano comienzan a acercarse a Europa como mercado potencial para sus productos y demandan nuevas redes de distribución, esta vez con cobertura internacional. Aparece entonces la red “Eurodis”, en la que se integrará “Guipuzcoana” y que posteriormente se convertirá en “Euro Express”. Durante este período se invierten grandes esfuerzos de normalización y estandarización de las distintas características de servicio y de la calidad, como sello diferencial en los países integrantes de la red.

*Un proceso
acumulativo y
no finalizado de
incorporación de
servicios nuevos
año tras año*

Finalmente, con el cambio de siglo y la definitiva globalización del mercado, Transportes Zamorano se integra en “D.H.L.”, consiguiendo así disponer de una oferta global e integral para sus clientes ante cualquier necesidad de transporte o logística, mediante la combinación de distintos servicios: terrestres, aéreos, marítimos, de almacenaje,... en los cinco continentes y bajo una única marca.

En la actualidad, “Transportes Alfonso Zamorano, S.L.U.” es la consecuencia de muchas sumas a lo largo de casi un siglo, y de un proceso acumulativo y no finalizado de incorporación de servicios nuevos año tras año, conservando con esmero aquel servicio originario Valencia -

Valencia del que nació, y su cuidada característica de empresa familiar.

Forma parte del Grupo AZA que integra además de Transportes Zamorano otras empresas como Náutica AZA, Parking AZA, AZA Inmuebles, etc. con participaciones en Zamorano Ros Casares Logística, Galería Don Juan de Austria, Tandem Capital Gestión, etc.

Alfonso Zamorano Aguado, su actual presidente nació en 1948 y es la tercera generación de la empresa, la cuarta ya está en el Consejo de Administración. Estudió en Agustinos, en la Facultad de Económicas de la Universidad de Valencia y Postgrado en IESE de la Universidad de Navarra. Es máster en Logística por la Universidad Politécnica y en Desarrollos Inmobiliarios por INEDE (Univ. Católica Valencia).

Desde 2006 y con la incorporación de la cuarta generación se trabaja en un plan estratégico para doblar el tamaño de la empresa en los próximos seis años.





Infórmate y ven
Palacio de Congresos de Valencia
www.emprenemjunts.es

ESCUELAS DE NEGOCIO DE LA COMUNITAT VALENCIANA



COLABORA



AJUNTAMENT DE VALENCIA