



Revista

EMPRESA

número 8

Dirección Gerencia

Recursos Humanos

Administración Finanzas

Marketing Comercialización

Logística Producción

VII FORO INTERNACIONAL **PILOT** EXPERIENCIAS DE ÉXITO Y FUTURO

Foro **PILOT** 2008

“Compitiendo a nivel mundial”
Zaragoza, 3 y 4 de abril de 2008

formación
consultoría
Enero 08 - Junio 08

Avance de
actividades
(enero 08 - junio 08)



Abierto el plazo
de inscripción
Premio a la Excelencia
Empresarial 2008



Foro **EMPRESA** 2007
“El Poder de la marca”

- Martín Lindstrom
- Coca-Cola



Línea Excelencia



**GOBIERNO
DE ARAGON**

Departamento de Industria,
Comercio y Turismo

El camino hacia la Excelencia Empresarial

línea

E

xcelencia

Apoyos a la implantación del modelo de Excelencia - Reconocimientos Empresariales
Foros de la Excelencia - Benchmarking - Asesoramiento Personalizado
Impulso de candidatos a Premios Nacionales e Internacionales
Jornadas de Puertas Abiertas - Formación Especializada
Evaluaciones y Comparativas - Herramientas de mejora
Semana de la Calidad y la Excelencia
Club EMPRESA 400 . . .

www.programaempresa.com

una iniciativa de
EMPRESA
programa de mejora competitiva



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

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

Edita

Programa **EMPRESA de Mejora Competitiva**
Instituto Aragonés de Fomento
Teniente Coronel Valenzuela, 9
50004 Zaragoza

Teléfono 976 70 21 00
Fax 976 70 21 03

www.programaempresa.com
info@programaempresa.com

Diseño e impresión

San Francisco, Artes Gráficas
Cervantes, 36-38
50006 Zaragoza

Teléfono 976 22 67 44
Fax 976 21 04 70

www.sanfranciscosl.com
info@sanfranciscosl.com

Depósito Legal

Z-2710-04



Sumario

- 04_ Avance de Actividades 2008
- 05_ Actividades realizadas septiembre - diciembre 2007
- 06_ Foro PILOT 2008 "Compitiendo a nivel mundial"
- 07_ Histórico de Foro PILOT 2008
- 08_ Premio Excelencia Empresarial 2008
- 09_ Foro EMPRESA 2007 "El Poder de la marca"
- 10_ Lo mejor del Foro EMPRESA 2007
- 12_ Club Empresa 400
- 13_ Premio Excelencia Empresarial 2007
- 14_ Ponencias Destacadas:
 - Martin Lindstrom
 - Javier Sánchez Lamelas (Coca-Cola)
- 18_ EXPOPYME "Modelos de Innovación en Pymes"
- 19_ Socios Programa EMPRESA
- 20_ Actuaciones en Formación + Consultoría 2008
- 22_ Datos programa EMPRESA

AVANCE DE ACTIVIDADES 2008

ENERO

14 Enero: Presentación Línea Franquicias 2008

31 Enero: Finaliza el plazo de inscripción al Premio a la Excelencia Empresarial 2008

FEBRERO

Lanzamiento Línea Excelencia

ABRIL

Foro PILOT (Zaragoza, 3 y 4 de abril)

Premio PILOT a la Excelencia Logística 2008

Premio EMPRESA Huesca

MAYO

Foro de Marcas Renombradas

ACTIVIDADES REALIZADAS septiembre - diciembre 2007

SEPTIEMBRE

Inicio Programa de Formación + Consultoría (Oct 07 – Jun 08)

Jornada Puertas Abiertas MANN + HUMMEL (Premio PILOT 2007)

Actuaciones de Benchmarking para el Club 400:

- Proceso de quejas y reclamaciones
- Proceso de sugerencias internas



OCTUBRE

Jornada Puertas Abiertas BTV (Premio PILOT 2007)

Inicio Programa Benchmarking para los Call Centers de Aragón

Presentación del Programa EMPRESA en la Comarca del Jiloca

Jornada "Modelos de Desarrollo de la Innovación en Pymes"

Visita Bodegas San Valero (Premio PILOT 2006)

(Comunidad de Teruel) "Mejora Competitiva para empresas turísticas"



NOVIEMBRE

Foro EMPRESA 2007 "El Poder de la Marca"

Premio a la Excelencia Empresarial 2007

(Cinco Villas)

- Curso: "Gestión de costes por actividades ABC"
- Curso: "El nuevo Plan General Contable 2008"

(Bajo Cinca) Curso: "Liderazgo"

Premio "Impulso Empresarial" de la Asociación Intersectorial Bajo Cinca al Programa EMPRESA

(Bajo Aragón) Curso: "Vender más y mejorar la rentabilidad"





Foro PILOT 2008

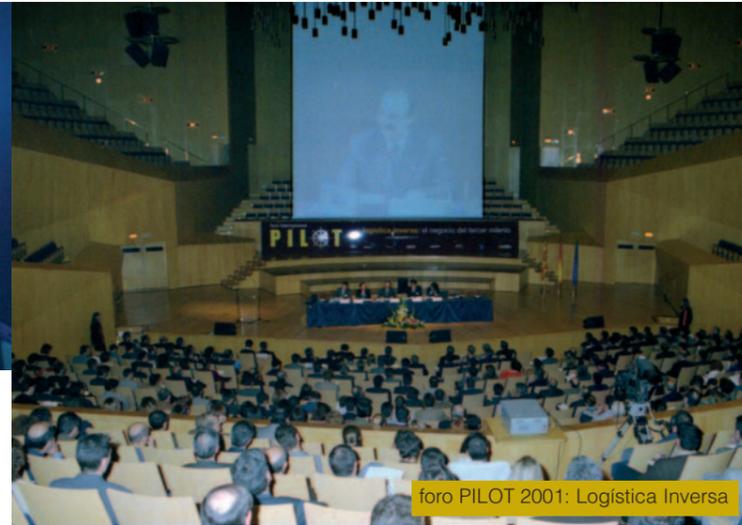
“Compitiendo a nivel mundial”

Los días 3 y 4 de abril se celebrará bajo el lema “Compitiendo a nivel Mundial” y por octavo año consecutivo el Foro PILOT 2008, congreso que está enmarcado dentro de las actuaciones del Programa EMPRESA del Instituto Aragonés de Fomento y que contará con la presencia de numerosos ponentes de talla internacional debatiendo acerca de la competitividad en un mercado globalizado.



Unánimamente reconocido como el mayor foro logístico de España

En el desarrollo del Foro se hará entrega de los Premios PILOT a la Excelencia Logística en Aragón, en las categorías de Grandes y Pymes, así como del Mejor Proyecto Universitario. Con los Premios PILOT a la Excelencia Logística se valora y reconoce a aquellas empresas que han desarrollado un alto nivel en la gestión logística de sus organizaciones, así como el esfuerzo que éstas realizan hacia la mejora del desarrollo de su actividad y competitividad a través de relevantes actuaciones en el perfeccionamiento de la Gestión Logística.



foro PILOT 2001: Logística Inversa



Conferencia Europea de Logística e Internet 2001



foro PILOT 2002: Supply Chain



foro PILOT 2003: Intermodalidad y Globalización



histórico de Foros PILOT



foro PILOT 2004: Innovación y Logística



foro PILOT 2005: Reinventando los mercados



foro PILOT 2006: Apuesta por la competitividad



foro PILOT 2007: Experiencias de éxito y futuro



PREMIO EXCELENCIA EMPRESARIAL 2008

BASES Y PLAZOS EN:
www.programaempresa.com

PLAZO DE INSCRIPCIÓN:
hasta el 31 de enero de 2008

El Gobierno de Aragón, a través del Instituto Aragonés de Fomento y dentro de las actuaciones del Programa EMPRESA, convoca el Premio a la Excelencia Empresarial en Aragón para Pymes y Grandes Empresas en su edición del año 2008.

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



Foro EMPRESA 2007 "El poder de la marca"

Más de 1.600 personas asistieron al Foro EMPRESA 2007

La cuarta edición del Foro EMPRESA se llevó a cabo durante los días 6 y 7 de noviembre en el Auditorio de Zaragoza, reuniendo a 9 ponentes de prestigio internacional, para analizar las claves del éxito de sus empresas así como las últimas tendencias en imagen de marca.

Bajo el lema "El Poder de la Marca" este congreso, que se engloba dentro de las actuaciones

del Programa EMPRESA del IAF, tuvo como objetivo conocer cómo las empresas gestionan sus recursos para mantener el prestigio de gran Marca así como las acciones que desarrollan ya que cada vez es más difícil diferenciarse de los competidores. Actualmente la clave de las empresas radica en el branding (El poder de la Marca).





Francisco García Sanz

Miembro del Consejo de Administración de Volkswagen AG

“En una estrategia de multi-marca como la nuestra las Marcas deben diferenciarse claramente la una de la otra y deben tener muy bien definidas sus Sinergias. El Grupo Volkswagen tiene una dirección centralizada, el desarrollo del producto, la producción, la distribución, los procesos y estándares están unificados para la totalidad del grupo”



Juan Manuel Cendoya

Director General de Comunicación, Marketing Corporativo y Estudios del Banco Santander

“Para llegar a ser una marca líder a nivel mundial, el Grupo Santander comenzó un proceso de converger hacia una marca única y reconocida internacionalmente, diseñó un código de comunicación único e implantó una imagen única y consistente de tal forma que la identidad visual de las oficinas ejerciera un impacto decisivo en el cliente”



Juan Pedro Abeniacar

Consejero Delegado de LVMH

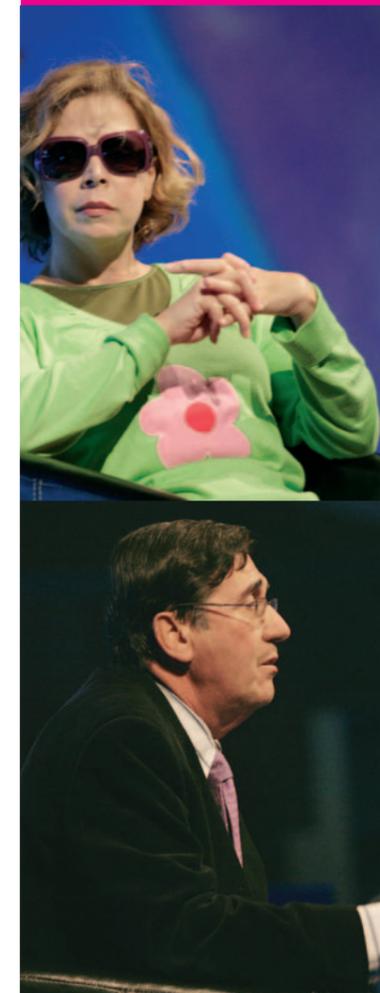
“Cuando la marca llama a la puerta del cerebro, esta puerta se abrirá si se pasan los filtros que el cerebro coloca. La manera más fácil de abrir esta puerta es sorprender, interesar, provocar, y esto se logra si la empresa es imaginativa y creativa. Con el tiempo este proceso se vuelve más complejo”



Juanjo Rodríguez

Director de DUPLEX Marketing y autor del Blog “Bajo la Línea”

“Hoy en día hay un cambio de paradigma en cuanto a Marketing se refiere, pasar del “Alcance” de llegar a un gran número de personas a la “Relevancia” de llegar a las personas correctas en el momento correcto y no llegar indistintamente a muchas personas”



Agatha Ruiz de la Prada

Diseñadora internacional y Fundadora

Fernando Aguirre

Director General de Agatha Ruiz de la Prada

“Para triunfar en el mundo empresarial hay que dar algo distinto y para poder darlo, lógicamente hay que tenerlo; el producto que ofrezcamos a nuestros clientes debe tener un soporte, una imagen, un Background”



Alfonso Solans

Presidente de PIKOLIN

“Un amplio esfuerzo en I+D+I y el acceso a las tecnologías líderes mundiales han aportado el elemento competitivo diferenciador. Nuevos desarrollos y patentes hacen que Pikolin tenga un reconocimiento de marca internacional”

CLUB EMPRESA 400



RELACIÓN DE EMPRESAS MIEMBROS DEL CLUB EMPRESA 400

ALCOA TRANSFORMACIÓN

A & S FERSA

ACE - AUXILIAR DE COMPONENTES ELÉCTRICOS

AYANET

BECTON

DICKINSON

BODEGA PIRINEOS

BSH ELECTRODOMÉSTICOS

ESPAÑA

– Servicio Técnico

BSH ELECTRODOMÉSTICOS

ESPAÑA

– Planta la Cartuja

BSH ELECTRODOMESTICOS

ESPAÑA

– Area Económica y de Servicios

CEFA - CELULOSA FABRIL

COLEGIO JUAN DE LANUZA

COLEGIO LA SALLE

FRANCISCANAS GRAN VÍA

CONTADORES DE AGUA

DE ZARAGOZA

CORREOS Y TELÉGRAFOS, Zona IV

ESPECIALIDADES

LUMINOTÉCNICAS

FORMIGAL

HARINERAS VILLAMAYOR

IBERCAJA

IDECON

IDOM ZARAGOZA

INDUSTRIAS QUÍMICAS DEL EBRO

INDUSTRIAS SERVA

INSTRUMENTACIÓN

Y COMPONENTES

MOD-LANG

PIRENALIA NET CENTER

SAINT-GOBAIN VICASA

SELCOM ARAGÓN

SIRASA

TELERGÓN

TELTRONIC

TRANSFORMACIONES DEL CINCA

TNT EXPRESS WORLDWIDE SPAIN

TROX ESPAÑA



Empresas ganadoras y Finalistas y autoridades en la Ceremonia de entrega del Premio Excelencia 2007

El Club EMPRESA 400 tiene como misión reconocer a las empresas y organizaciones aragonesas que demuestren un elevado nivel en su gestión empresarial de acuerdo al modelo EFQM, superando los 400 puntos a través de una evaluación externa, además de fomentar el saber hacer de estas empresas y sus mejores prácticas al resto de empresas.

- Pascual Montañés: "Un Modelo de Dirección General que se ocupa del negocio y del poder"
- Cenas Club Empresa 400 con la asistencia de ponentes participantes en los Foros EMPRESA
- Presentaciones y exposiciones en diversas jornadas y foros
- Celebrado el Encuentro Nacional de Centros de Excelencia

Actuaciones realizadas

- Reconocimiento y entrega del Trofeo E de Excelencia en la Ceremonia de entrega de los Premios a la Excelencia Empresarial
- Talleres de Benchmarking: "Gestión de quejas y reclamaciones de Clientes" y "Gestión de la Comunicación Interna"
- Charlas-Debates con expertos:
 - Juan Carlos Cubeiro: "La implantación de la Estrategia"

Próximamente

- Evaluación EFQM
- Estudio y comparativa de los criterios de excelencia
- Apoyo a la Presentación de Candidaturas al Premio a la Excelencia
- Formación
- Foro de la Excelencia con participación de las empresas miembros
- Jornadas de Puertas Abiertas



PREMIO EXCELENCIA EMPRESARIAL 2007

TROX ESPAÑA y PASTORES Grupo Cooperativo de Productores de Carne, Premio a la Excelencia Empresarial en Aragón 2007.

El premio pretende distinguir a las empresas aragonesas que han emprendido acciones destacables para mejorar su gestión e impulsar su competitividad.

Los ganadores de la undécima edición del Premio a la Excelencia Empresarial en Aragón, una iniciativa del Programa EMPRESA que promueve el Instituto Aragonés de Fomento han sido: Pastores Grupo Cooperativo de Productores de Carne en la categoría de PYMES, y TROX ESPAÑA en la categoría de Grandes Empresas.



Ignacio Visiers, Director General de TROX ESPAÑA S.A. con el premio entregado por José Angel Biel, Vicepresidente del Gobierno de Aragón y Máximo Valenciano, Director General de Instrumentación y Componentes, Empresa ganadora de la edición anterior.



Antonio Oliván, Director Gerente de Pastores recibe el premio de manos de Arturo Aliaga López, Consejero de Industria, Comercio y Turismo, y de D.ª Laura Hernández, del Colegio La Salle Franciscanas Gran Vía, ganadora del Premio en la edición anterior.



Martin Lindstrom, uno de los mayores expertos en marcas a nivel mundial, nos presenta su visión acerca del Marketing en las empresas.

De acuerdo a estudios realizados, se ha podido determinar que cada consumidor se enfrenta, a lo largo de su vida, a 8 horas al día, 7 días a la semana y 6 años de publicidad, lógicamente si se recibe tal cantidad de publicidad, los clientes no podrán recordar todos los anuncios que ven.

De acuerdo a las estadísticas, en el año 1965 los consumidores recordaban el 34% de los anuncios que veían en los diferentes medios de comunicación. En 1990 este porcentaje había descendido al 8% y en 2007 este indicador nos dice que los consumidores sólo recuerdan el 1.7% de los anun-

cios que ven en los diferentes medios de comunicación.

Las percepciones acerca de un producto o de una marca cambian de acuerdo a la historia que se cuente de ellos, eso es hacer marca. En el año 1980, 7 de cada 10 lanzamientos de productos fracasaron, para el 2004 esta cifra subió a 8, con lo cual se puede ver claramente que el desafío es enorme para los departamentos de Marketing en las empresas.

Para definir marca, hoy en día todo es más difícil, lo esencial es tratar de no depender del logotipo, sino de todos los demás aspectos que están detrás de él, la imagen, el estilo, los colores, etc., de tal forma que conociendo estos aspectos, ya sepamos de qué producto se está hablando.

Martin Lindstrom nombró una serie de factores claves a tener en cuenta, para la creación de una marca:

- Colors (Colores)
- Pictures (Imágenes)
- Name (El nombre)
- Navigation (Navegación)
- Rituals (Rituales)
- Tradition (Tradición)
- Service (Servicio)
- Shapes (La forma)
- Language (El lenguaje)
- Smell (El olor, el olfato)
- Sound (Los sonidos)
- Touch (El tacto)

Según las estadísticas, el 83% de todos los anuncios que se ven en los medios publicitarios, apelan al sentido de la vista, el 17% restante se distribuye entre los demás sentidos, con lo cual se está desperdiciando un gran potencial en cuanto a marketing se refiere.

De acuerdo a diferentes estudios que se han realizado sobre la influencia de los sentidos en el marketing, se ha podido determinar que el sentido del olfato afecta emocionalmente a los seres humanos, el 75% de las sensaciones que afectan al ser humano están dadas por el sentido del olfato. Muchos productos convencer a los posibles clientes por el sentido del

olfato, un claro ejemplo de esto es "Crayola" y "Playdo".

Los consumidores generalmente opinaban que la vista era un sentido mucho más importante que el olfato, pero los estudios e investigaciones que se han realizado han demostrado que casi todos los sentidos son importantes por igual.

Uno de los sentidos sobre el cual los estudios ponen una especial atención es el olfato, ya que a través de los olores podemos "transportarnos en el tiempo". El 80% de todos los hombres y el 90% de todas las mujeres vuelven "atrás en el

tiempo" a través de un olor, "no se puede escapar del olfato". Diferentes cadenas y empresas utilizan los olores para atraer a sus posibles compradores, como ejemplo una de las compañías aéreas más importantes a nivel mundial, Singapur Airlines.

Martin Lindstrom finalizó su presentación con una interesante conclusión: cuantos más sentidos utilice la empresa para crear su marca, ésta será más poderosa y habrá mayor lealtad. Cuando se crean marcas con métodos inusuales y diferentes, se obtienen diferencias y estas diferencias son las que originan la fidelidad de marca.



Javier Sánchez Lamelas



“La imaginación es más importante que el conocimiento”



Vicepresidente de Marketing para Latinoamérica y máximo responsable de marketing de todas las marcas de la Compañía en Latinoamérica. Vicepresidente Global de Coca-Cola Tm durante 4 años (Hasta septiembre de 2007).

Coca-Cola es una compañía de carácter mundial que realiza sus actividades cumpliendo estrictamente su misión, visión y respetando en todo momento los valores que la identifican. La compañía resume su misión en tres apartados: Refrescar al mundo en cuerpo, mente y espíritu, inspirar momentos de optimismo, a través de sus marcas y sus acciones, y crear valor y hacer la diferencia, involucrándose en todo el mundo.

Para mantener un crecimiento sostenible, Coca-Cola tiene en su visión unos objetivos muy claros, en 5 áreas fundamentales: los beneficios, las personas, el portafolio de productos, los socios y el planeta.

El cumplimiento de la misión y visión de Coca-Cola está guiado por una serie de valores o principios que son respetados de forma individual y empresarial, éstos son: Liderazgo,

Pasión, Integridad, Accountability (Rendición de Cuentas, Responsabilidad social), Colaboración, Innovación, Calidad

El Vicepresidente de Marketing para Latinoamérica y máximo Responsable de Marketing de todas las marcas de la Compañía en Latinoamérica, Javier Sánchez Lamelas, presentó su visión acerca de lo que es el Marketing y los 7 principios con los cuales Coca-Cola seduce a sus consumidores.

¿Qué entendemos por Marketing?

Los seres humanos tenemos 3 cerebros, el cerebro reflejo, el cerebro emocional y el cerebro racional; generalmente las grandes decisiones en la vida son tomadas por el cerebro emocional. La diferencia esencial entre la razón y la emoción es que las emociones nos conducen a la acción, mientras que la razón genera conclusiones. Nuestras acciones están guiadas por las emociones.

¿Cuál es entonces la fórmula secreta en Coca-Cola?

- La fórmula del producto
- La fórmula de la comunicación: Crear empatía con el consumidor

Hay que mistificar la experiencia del producto para poder llegarle a la gente, hay que mostrar el papel que la marca juega en la vida de las personas, no el producto como tal, sino lo



que éste significa, el optimismo, la felicidad, etc. Es necesario celebrar los valores de la marca, hay que estar orgullosos de ellos, de no ser así, tales valores tendrán que ser replanteados.

Todo se Comunica, sé Consistente

No se pueden tener comportamientos erráticos, la empresa debe ser consistente y coherente, si no lo es, se rompe la fidelidad de marca. Es importante añadir qué consistencia no significa monotonía.

Utiliza el medio correcto

Hay que entender con quién se habla, es decir, determinar cuál es el mercado objetivo para saber qué canal de comunicación vamos a utilizar. Hoy en día en los países desarrollados, entre el 50% y el 60% de la información se encuentra en medios

digitales, lo cual no significa que no se deban utilizar otros medios o canales para llevar el mensaje de Coca-Cola a las personas. Es muy importante segmentar correctamente los medios a utilizar, dependiendo del consumidor al que se quiera llegar.

La innovación no es un departamento más dentro de la empresa: La innovación debe estar presente en cada una de las cosas que se hagan en la empresa, no simplemente en el producto, debe estar presente en la forma en que se trabaja, en la forma en que nos relacionamos con nuestros clientes y socios, con los empleados, etc.

El objetivo del Marketing es generar valor

Cuando alguien está seducido por una marca, tiende a gastar más dinero en esa marca. El Marketing que funciona tiene que incrementar el valor de la marca.

EXPOPYME

"Modelos de Innovación en Pymes"

Organizado conjuntamente por el Programa EMPRESA del IAF y el Diario "Expansión", se celebró en Feria de Zaragoza la jornada "Modelos para el Desarrollo de la Innovación en Pymes", con 2 mesas redondas y la asistencia de 250 profesionales de empresas, con el objetivo de acercar las líneas estratégicas de 3 Gobiernos autonómicos y de 4 experiencias de éxito empresariales.



250 profesionales de empresas asistieron a la jornada



◀ MESA REDONDA DE CONSEJEROS DE COMUNIDADES AUTÓNOMAS: José María Roig, Consejero de Innovación, Empresa y Empleo del Gobierno de Navarra • Jesús Martínez de Rioja, Director de Expansión • Arturo Aliaga, Consejero de Industria, Comercio y Turismo del Gobierno de Aragón • Javier Erro, Consejero de Industria, Innovación y Empleo del Gobierno de La Rioja

MESA REDONDA DE EXPERIENCIAS DE ÉXITO EN LA COMPETITIVIDAD DE LAS PYMES: Javier Martínez, Director General de Tom Sagan • José Villamayor, Director General de Harineras Villamayor (Premio Excelencia 2002 y RSC 2004) • Antonio Gasión, Director Gerente del Instituto Aragonés de Fomento • Máximo Valenciano, Director General de Instrumentación y Componentes (Premio a la Excelencia Empresarial 2006) • Jesús Villaverde, Presidente de BTV (Premio Pilot a la Excelencia Logística 2007) ▼



Socios Programa

EMPRESA

- AENOR
- ASAEL
- Asoc. Empr. de Artes Gráficas, Papel y Manipulados de Aragón
- Asociación Agroalimentaria del Bajo Martín-Sierra de Arcos
- Asociación de Empresarios Comercio de Huesca
- Asociación de Empresarios de Barbastro
- Asociación de Empresarios de la Comarca de Calatayud
- Asociación de Empresarios de la Informática de Aragón
- Asociación de Empresas Consultoras, de Formación y de Servicios Empresariales y Electrónicos de Aragón (AECOFOR)
- Asociación de Franquiciadores de Aragón
- Asociación de Productores Agroalimentarios de La Litera
- Asociación de Profesionales de Telecomunicación en Aragón (APTA)
- Asociación Empresarial Turística Sobrarbe
- Asociación Empresarial Cinco Villas
- Asociación Empresarial Intersectorial Bajo Cinca
- Asociación Española de Dirección de Personal (AEDIPE)
- Asociación Española de Financieros y Tesoreros de Empresa (ASSET)
- Asociación Española de Responsables de Compras y Existencias (AERCE)
- Asociación Española para la Calidad (AEC)
- Asociación Independiente de Jóvenes Empresarios de Zaragoza (AIJEZ)
- Asociación Nacional de Auditores y Verificadores Ambientales (ANAVAM)
- Asociación para el Progreso de la Dirección (APD)
- Asociación Profesional de Empresarios y Comerciantes de Caspe y Comarca (APEC)
- Asociación TRADIME Aragón
- Asociación Turística Valle de Benasque
- AVALOR
- Cámara de Comercio e Industria de Huesca
- Cámara de Comercio e Industria de Zaragoza
- Cámara Oficial de Comercio e Industria de Teruel
- CEEI Aragón
- Centro de Desarrollo del Somontano
- Centro Español de Logística (CEL)
- CEPYME Teruel
- Club de Marketing
- Club Gestión de Calidad
- Cluster Aragonés del Calzado
- Colegio Oficial de Economistas de Aragón
- Comarca del Cinca Medio
- Confederación de Empresarios de Zaragoza (CEZ)
- Confederación Empresarial de la Provincia de Huesca (CEOS)
- Confederación Empresarial Turolese
- Confederación Regional de Empresarios de Aragón (CREA)
- Federación Aragonesa de Cooperativas de Trabajo Asociado (FACTA)
- Federación de Empresas de Transporte de Mercancías de Zaragoza (FETRAZ)
- Fundación de Desarrollo de la Comarca de Campo de Daroca
- Fundación San Valero
- FUNDESA
- Fundetec
- Instituto Municipal de Fomento
- Parque Tecnológico Walqa
- Universidad San Jorge
- Universidad de Zaragoza

ACTUACIONES EN FORMACIÓN + CONSULTORÍA enero - junio 2008

Administración Finanzas

- 08/01/08** Planificación Financiera y Control de Gestión ligada a la Estrategia
- 05/02/08** Tributación práctica para Pymes y Autónomos, IVA, IRPF y Sociedades
- 25/03/08** Trading Profit: Herramienta de control de márgenes para Micro Pymes
- 15/04/08** Gestión de Tesorería

Marketing Comercialización

- 11/01/08** Técnicas de Negociación Eficientes
- 01/02/08** Técnicas de Venta
- 22/02/08** Creación y oferta de Valor para liderar el mercado
- 11/04/08** Proactividad Comercial. Una apuesta de éxito
- 09/05/08** Técnicas de Ventas efectivas en entornos turbulentos



Dirección Gerencia

- 09/01/08** Innovación: Generación de ideas y Gestión de Proyectos
- 06/02/08** Liderazgo
- 09/04/08** Garantiza la continuidad de tu Empresa Familiar. Profesionalización y protocolo familiar
- 13/05/08** Liderazgo Lateral: Cómo dirigir cuando usted no es el jefe
- 14/05/08** Innovación y creatividad de la empresa
- 19/05/08** Gestión Estratégica en las PYMES
- 03/06/08** Claves para el crecimiento empresarial: aprendiendo de los mejores
- 04/06/08** El Plan Estratégico de una pyme: 7 pasos, 3 meses
- 05/06/08** La importancia de los indicadores de control



Logística Producción I+D+I

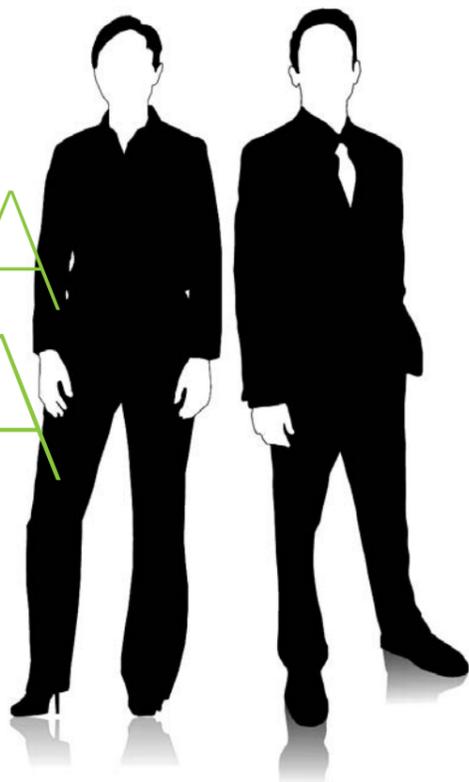
- 31/01/08** Los cuatro vértices de la fabricación
- 28/02/08** Flujo continuo
- 10/04/08** Rediseño de Procesos
- 08/05/08** Sistema de gestión autocontrol de la producción

Recursos Humanos

- 14/01/08** La gestión del Talento. Estrategias efectivas para seleccionar, retener y desarrollar personas
- 11/02/08** 2+2=5 Técnicas para crear y entrenar equipos
- 25/02/08** ¿Qué es el Coaching?
- 31/03/08** Lo fundamental para dirigir personas: 4 claves: Liderar, trabajo equipo motivar y gestionar conflictos
- 28/04/08** Selección de personal para no expertos



datos PROGRAMA EMPRESA



- **800** empresas adheridas de todo **Aragón**, que supone un impacto directo en más de **100.000** empleos
- **670** diagnósticos empresariales realizados
- **52** Instituciones socios del programa
- **140** colaboradores expertos en gestión empresarial
- **201** cursos de formación y consultoría
- **3.000** profesionales de empresa formados
- **9** estudios y documentos de gestión empresarial realizados
- **5** líneas de actuación estratégicas en marcha
- **35** seminarios y conferencias realizadas
- **5** jornadas de puertas abiertas
- **8** números de la revista **EMPRESA** editados (**8.000** ejemplares de tirada por número)
- Actuaciones en **15** comarcas de todo **Aragón**



- **2.000.000** visitas / año a la web **programaempresa.com**
- **210** empresas que han implantado o están en proceso de implantar el modelo **EFQM**
- **33** empresas miembros del **Club EMPRESA 400**
- **90** empresas con apoyo para la mejora de sus procesos logísticos
- **24** expertos trabajando en mejora de Logística o de la gestión global de la **EMPRESA**
- **35** titulados contratados laboralmente en empresas a raíz de las becas
- **12** congresos realizados
- **230** ponentes de **16** países
- **9.500** asistentes a foros de **12** países
- El **Foro PILOT** está unánimemente reconocido como el mayor congreso logístico de **España**
- **4** empresas aragonesas ganadoras de premios nacionales
- **1** empresa aragonesa ganadora de premio europeo
- **11** ediciones del Premio a la **Excelencia**, **7** del Premio **Pilot**, **3** del Premio **EMPRESA** Teruel y **2** del Premio **EMPRESA** Huesca.
- **104** empresas participando en la **Línea Medioambiente**
- **1** franquicia creada

Programa EMPRESA - Programa EMPRESA

http://www.programaempresa.com

EMPRESA
programa de mejora competitiva

Programa EMPRESA

PRESENTACION DE LA LINEA FRANQUICIAS 2008

Línea Franquicias
Acto de Presentación
LUNES 14 DE ENERO 2008

- Inscripción al acto de Presentación
- Información de la Línea Franquicias

Novedades y Próximas actuaciones

PRÓXIMAS ACTUACIONES EN FORMACIÓN + CONSULTORÍA

- 10 Ene - Lean Manufacturing: Logística Lean (Logística - Producción)
- 9 Ene - Innovación: Generación de ideas y Gestión de proyectos (Dirección - Gerencia)
- 8 Ene - Planificación Financiera y Control de Gestión (Admon-Finanzas)
- 11 Ene - Técnicas de negociación eficientes (Mk- Comercial)
- 14 Ene - Gestión de Talento. Estrategias para Seleccionar, Retener y Desarrollar Personas (RRHH)

EJEA DE LOS CABALLEROS
El nuevo Plan General Contable 2008 - 2 ediciones - (Completas)

FRAGA
5 Feb - Cómo estirar la agenda del Directivo (Dirección - Gerencia)

TERUEL
22 Ene - El nuevo Plan General Contable 2008 (Admon - Finanzas)

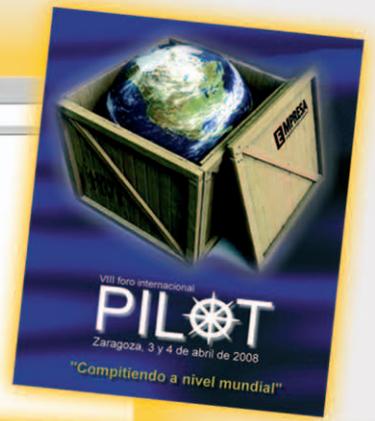
ALCAÑIZ
11 Mar - Liderazgo (Dirección - Gerencia)

CALAMOCHA
4 Mar - Técnicas de negociación para vender más (Mk - Comercial)

Premio Excelencia Empresarial 2008

Abierta la convocatoria
PREMIO EXCELENCIA EMPRESARIAL 2008

Foro EMPRESA 2007 "El poder de la marca"



formación + consultoría
Enero 08 - Junio 08

- administración finanzas
- recursos humanos
- marketing comercialización
- calidad m. ambiente y riesgos
- logística producción
- dirección gerencia



El acceso más directo a la mejora competitiva de la EMPRESA

www.programaempresa.com

