

UNIVERSIDAD

**Universitat Oberta
de Catalunya**

15 años de innovación y
servicio a la sociedad **04**

FORMACIÓN

Juan Miguel salas

Presidente de la
Escuela Andaluza
de Economía **06**

TURISMO

Àngel Vidal

Director del Patronat
de Turisme de les
Terres de Lleida **08**

BRICOLAJE Y FERRETERÍA

Eduard Coloma

Director General
y Consejero Delegado
de Fepre **14**

MONOGRÁFICO ESPECIAL

LA VANGUARDIA

Top empresas

JUEVES, 21 DE ENERO DE 2010





Diagonal 477
08036 - Barcelona
Tel. 93 344 30 00
Fax. 93 344 31 95



Metalurgia, 38-42. 1ª Planta. - 08038 Barcelona
Tel. 902 026 121 - Fax 93 390 13 51
info@epiprensa.com

Director General: Eduardo Holgado
Gerente: Juan Carlos Rovira
Coordinador General: David Holgado

Estudios de Prensa Industrial, S.L. no comparte necesariamente las opiniones que puedan expresarse en artículos y entrevistas. Ninguna parte de esta publicación puede ser reproducida, grabada en sistema de almacenamiento o transmitida en forma alguna ni por cualquier procedimiento, ya sea electrónico, mecánico, reprográfico, magnético o cualquier otro, sin autorización previa y por escrito de Estudios de Prensa Industrial, S.L.

Entrevista: Francesc Orriols, Presidente de la Federació Catalana de Tennis (FCT)

“Trabajamos para que en cualquier lugar de Catalunya pueda salir un campeón”

Con más de un siglo de trayectoria, la Federació Catalana de Tennis es la que mayor número de tenistas federados reúne de toda España: más 40.000 licencias. Su compromiso con un futuro de éxito en este deporte es total, lo que se evidencia en sus líneas de trabajo e iniciativas en marcha, que su Presidente nos traslada en la siguiente entrevista.

Recién iniciado el 2010 ¿Qué valoración hace del tenis catalán en el 2009? ¿Diría que, en general, está posicionado como debería?

● Desde la FCT valoramos los resultados obtenidos por nuestros tenistas en 2009 de manera muy positiva, particularmente en las categorías de alevines e infantiles, donde hemos conseguido primeros puestos destacados en diferentes campeonatos: campeona y subcampeona de España de alevines y campeón de España para el equipo infantil masculino. También en la categoría de cadetes, en la que Oriol Roca ha ganado tres torneos internacionales, y en junior, donde los resultados han sido igualmente muy buenos. En general, el balance resulta muy alentador y nos aporta un gran coraje en nuestro objetivo por seguir “produciendo” tenistas de la categoría de Albert Costa, Sergi Bruguera y Alex Corretja, que tantas alegrías nos dieron; o como ahora Tommy Robredo, con su reciente éxito en la Copa Hopman. Todo ello a sabiendas que el tenis catalán ha perdido cierta fuerza en la última década y que debemos esforzarnos para volver a impulsarlo y posicionarlo donde se merece. Estamos en camino.

¿De cara al futuro ¿En qué figuras de nuestro tenis está la FCT más esperanzada?

● Me resulta difícil decantarme por una u otra. Preferiría lanzar la idea de que tenemos tenistas con muy buena proyección, dispuestos a tomar el relevo en el triunfo de sus predecesores. Estoy convencido de que el nuevo enfoque en el que estamos trabajando nos debe reportar cada día mejores resultados, en especial en el campo del tenis femenino donde estamos poniendo muchos esfuerzos y mucha ilusión. En ese objetivo estamos. Pensemos que de los 100 primeros tenistas del ranking mundial, 5 son catalanes... y no queremos quedar-



Propiciamos un mayor acercamiento de la FCT a los clubes. No queremos que nos conciban como un ente lejano sino próximo a ellos

nos sin presencia catalana en la ATP. El tenis catalán está en vías de recuperación. A nivel empresarial se está haciendo bien, gestionando las instalaciones de Barcelona, Cornellá, Sant Joan Despi y L'Hospitalet, pero el reto es recuperar la primacía del tenis catalán a nivel internacional.

¿Cuál es el nuevo enfoque al que se refiere? ¿En qué líneas se orientan los esfuerzos de la FCT actualmente?

● Estamos apostando al máximo por el tenis base, para que cuando los niños empiecen a jugar al tenis puedan tener una base técnica; también por seguir creando afición al tiempo que estimulando el tenis profesional. También, muy importante, por poner los medios para que allí donde haya un tenista con proyección, éste pueda seguir entrenando, compitiendo y, en definitiva, “llegar”. Trabajamos para que en cualquier lugar de Catalunya pueda salir un campeón. En este sentido, propiciamos un mayor acercamiento de la FCT a los clubes. No queremos que nos conciban como un ente lejano, sino próximo a ellos. Debemos ser capaces de hacer que la FCT llegue a todos por igual, por ello hemos más que duplicado las ayudas, pasando de 19 becados a más de 50 en la actualidad. En la cantidad encontramos la calidad.

¿Qué iniciativas se han puesto en marcha? ¿Cómo seguir potenciando la afición al tenis?

● En nuestro intento por conseguir que cada vez más niños jueguen al tenis –sin olvidar la importancia de los veteranos, que la tienen y mucha-, hemos creado diferentes actividades con el fin de estimular la afición y la pasión por este deporte. “Circuits de Minitennis” o “Tennis al carrer” son algunos ejemplos. Nos parecía que el tenis catalán estaba perdiendo fuerza y debemos actuar para impedirlo y/o contrarrestarlo. Por ello queremos implicar cada día a más aficionados, a más tenistas profesionales, a más colectivos y a la sociedad en general de nuestra pasión por el tenis. En base a esta idea, estamos colaborando con diferentes ONG's, como Raquetes sense Fronteres o Càritas; también potenciamos el tenis en silla de ruedas, donde ya contamos con un equipo en competición gra-

El reto es recuperar la primacía del tenis catalán a nivel internacional

cias al soporte de la Fundación Mapfre; y también el tenis en discapacitados intelectuales, donde debo resaltar la labor altruista de Sergi Bruguera. También, incluso, estamos llevando el tenis a las prisiones, como herramienta de reinserción social.

¿Qué imagen cree que proyecta al mundo el tenis catalán? ¿Cómo se trabaja desde la FCT en este sentido?

● Sin duda la imagen es muy buena. Un paso determinante en este sentido ha sido el fichaje de Albert Costa, que nos ayuda enormemente a proyectar nuestro tenis. También juega un papel fundamental nuestra Academia Internacional de Cornellá, homologada a nivel mundial, y en la que estamos haciendo un muy buen trabajo para posicionarla en el lugar que le corresponde. Los resultados de cuanto estamos haciendo nos dirán si el camino que hemos emprendido es el correcto.



Federació Catalana de Tennis
Passeig de la Vall d'Hebrón, 196 -
08035 Barcelona
Tel. 93 428 53 53 - www.fctennis.cat





¿Un lápiz gastado o una varita mágica?

A veces, detrás de algo tan simple como un lápiz hay toda una historia. Una historia de esfuerzo, de voluntad y de ayuda. Una historia de compromiso, de solidaridad. Para todas aquellas entidades que organicen campañas de carácter humanitario, **MRW** pone a su disposición toda su infraestructura y logística para facilitar la recepción de donaciones.

Las cosas más sencillas están llenas de esperanza.

902 300 400 www.mrw.es

MRW
Generando confianza

UNIVERSITAT OBERTA DE CATALUNYA

15 años de innovación y servicio a la sociedad

El 6 de octubre de 1994 se constituyó la Fundació Universitat Oberta de Catalunya (FUOC), la semilla de una universidad que sería pionera en Europa por el modelo pedagógico y la apuesta por las tecnologías. En marzo de 1995, el Parlament de Catalunya daba luz verde al proyecto: nacía la Universitat Oberta de Catalunya, con una clara vocación de servicio público pero de gestión privada, muy arraigada en el territorio pero con intereses más allá de cualquier frontera.

Aquel primer curso se ponían en marcha dos grupos piloto de estudiantes de Ciencias Empresariales y Psicopedagogía, con cien estudiantes cada uno, que empezaban sus estudios en un entorno diferente del habitual, el Campus Virtual. Hoy, quince años después, la UOC es una realidad consolidada: más de 53.000 estudiantes cursan estudios en catalán o castellano y la convierten en la segunda mayor universidad catalana; cerca de 2.500 profesores, el 65% de los cuales son doctores; 700 trabajadores del cuerpo de gestión, y una oferta formativa de 19 titulaciones homologadas y una propia en castellano y catalán, sin olvidar más de 100 posgrados y másteres, cursos de verano y de acceso para mayores de 25 años. Asimismo, y de acuerdo con el momento actual, ya tie-

ne adaptados al espacio europeo de educación superior 14 grados y 6 másteres oficiales. Pero el gran dato son las cerca de 23.000 personas graduadas por la UOC, profesionales que mantienen un vínculo con su universidad gracias a la iniciativa Alumni.

El modelo educativo de la Universitat Oberta de Catalunya, dinámico y flexible, ha contribuido a conseguir este éxito. Este modelo, pensado para adaptarse y evolucionar a la vez que lo hacen las tecnologías e internet, nunca ha perdido de vista su eje: el estudiante y su aprendizaje. Alrededor de este eje giran los diferentes recursos y materiales, el acompañamiento de los docentes y toda una red territorial para garantizar una atención más personal por toda Cataluña, varias comunidades del Estado y algunos puntos estratégicos del extranjero.

Este curso 2009-2010 se ha puesto en marcha la versión 5.0 de aquel primer Campus Virtual, con tecnología propia y con numerosas opciones de personalización y configuración que permitan crear un espacio a medida de las necesidades de cada miembro de la comunidad universitaria. La nueva arquitectura permite integrar módulos de plataformas de aprendizaje como Moodle o SAKAI y aplicaciones como Gmail y Facebook y hacerlos accesibles desde cualquier dispositivo con conexión a internet: teléfonos móviles, PDA, libros electrónicos... De hecho, quinientas asignaturas de la UOC se ofrecen en tres soportes electrónicos diferentes: el mismo libro electrónico, audiolibro y videolibro.

La UOC apuesta por las actividades en la red y en red. Gracias a este espíritu, desde el principio ha establecido

alianzas con otras universidades e instituciones de investigación de todo el mundo, para cooperar y llevar la cultura catalana por el mundo. Además, las aulas virtuales tienen estudiantes de más de cuarenta países y hace unos meses se inauguró el Campus Global, que propone una oferta formativa multilingüe, como por ejemplo estudios de posgrado en francés o inglés. En esta misma línea, la UOC es consciente de que forma parte de un entorno social, político y económico, no sólo académico. Por ello cuenta con una extensa red de alianzas con empresas e instituciones asociadas, a escala local e internacional. Todos estos lazos han dado como fruto más de novecientos proyectos de formación o investigación.

Esto es solo una muestra de su compromiso con la sociedad; el Campus por la Paz, su iniciativa solidaria, es otra. El Campus por la Paz desarrolla programas de formación, investigación y sensibilización con aplicación social y humanitaria, por medio de la metodología virtual y a favor de la mejora de las condiciones de vida de las personas.

Además, a lo largo de estos quince años, la UOC ha conseguido ser un referente en la sociedad de la información y el aprendizaje virtual, gracias en parte al IN3, un centro de investigación que



estudia los efectos y la influencia de las tecnologías en las personas, las organizaciones y la sociedad en general. Más reciente es el eLearn Center, centro de investigación, innovación y formación en aprendizaje virtual dedicado especialmente a la enseñanza superior y a la formación a lo largo de la vida. Asimismo, la UOC tiene un programa de doctorado y se han defendido veinticuatro tesis doctorales en estos años.

Pero la Universitat Oberta de Catalunya es una institución en evolución y cambio constantes que mira hacia el futuro. La hoja de ruta de sus equipos ya tiene marcados retos para los próximos quince años, como por ejemplo mantenerse líderes en innovación como modelo educativo, potenciar la expansión en otros territorios con la guía de instituciones arraigadas en estos entornos o expandirse internacionalmente mediante la cooperación y la participación en redes internacionales, y hacerlo gracias al respeto por la diversidad lingüística de los pueblos y a la calidad de la enseñanza.

BAU, ESCOLA SUPERIOR DE DISSENY

Centro de referencia del diseño

Bau, Escola Superior de Disseny se consolida como una de las instituciones universitarias de referencia del diseño español en impartir estudios oficiales de Grado en Diseño del nuevo Espacio Europeo de Educación Superior -E.E.E.S. También imparte programas de másteres y postgrados y diplomas de especialización.

Bau, Escola Superior de Disseny es un centro universitario con más de 20 años de experiencia que apuesta por una línea formativa y de investigación social, creativa, innovadora y multidisciplinar, estrechamente vinculada al entorno profesional gracias a la colaboración con empresas, universidades e instituciones tanto nacionales como internacionales.

FORMACIÓN ESPECIALIZADA

Bau, Escola Superior de Disseny es un centro privado de estudios universitarios situado en Barcelona y adscrito a la Universidad de Vic (UVic) que ofrece títulos oficiales de Grado en Diseño en los itinerarios formativos de Diseño Gráfico y Comunicación Visual, Diseño de Interiores, Diseño de Moda y Diseño Audiovisual -estos últimos como centro pionero en España en impartir dicha especialidad-. Asimismo, el centro también imparte programas de másteres y postgrados especial-

Ubicada en el distrito tecnológico 22@ de Barcelona, la sede de BAU es actualmente uno de los centros de diseño más nuevos y modernos de España

izados y profesionalizados especialmente vinculados con el sector profesional y sus empresas de referencia. Por último, la oferta se complementa con un amplio abanico de cursos en diseño para garantizar una óptima inserción laboral.

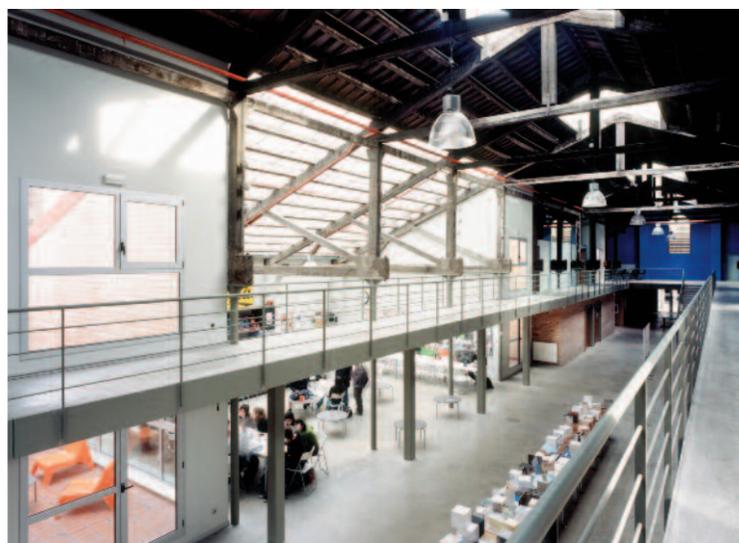
La línea formativa de BAU está centrada en un equipo docente altamente cualificado en constante relación con el ámbito profesional que permite una continua colaboración con empresas e instituciones y que responde a las nuevas profesiones emergentes del sector. Asimismo, el

centro tiene líneas de investigación centradas en equipos de I+D específicos y en el desarrollo de jornadas culturales y de experimentación en torno al diseño y sus especialidades.

La oferta formativa de BAU responde de manera cualitativa tanto a las necesidades de una ya asentada industria del diseño nacional como a las nuevas y futuras líneas de profesionalización que los nuevos medios tecnológicos y de comunicación van generando con el transcurso del tiempo para acreditarlo como uno de los centros de diseño privado más abiertos, creativos y modernos del panorama universitario español.

SITUACIÓN PRIVILEGIADA

Ubicada en el distrito tecnológico 22@ de Barcelona, una de las zonas de mayor concentración profesional del sector del diseño, la sede de BAU es actualmente uno de los centros de diseño más nuevos y modernos del territorio nacional. Dicha ubicación permite un acceso cercano y directo a empresas e instituciones que fomen-



tan la profesionalización de la formación y la posterior inserción de sus estudiantes. En dicha sede convive una comunidad académica de más de 1.000 personas entre estudiantes, profesores y colaboradores externos.

Sus más de 20 convenios internacionales con prestigiosas universidades de todo el mundo (Europa, USA, Canadá, Australia, México, Argentina, Israel...) hacen de BAU un centro multicultural y con gran variedad interdisciplinar. Además, cuenta con un servicio de Orientación Profesional y una Bolsa de Trabajo para garantizar la inserción profesional de los estudiantes.

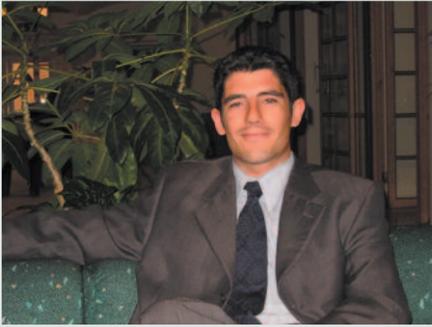
Estudiar, enseñar, colaborar con BAU o incluso visitarla es, sin lugar a dudas, formar parte de un entorno dinámico e innovador y de una gran comunidad creativa de diseñadores del presente y, sobre todo, del futuro inmediato del sector del diseño.



MÁS INFORMACIÓN
www.bau.cat

Entrevista: Eduardo Rubio, Director General de EF Education First en España

“Está demostrado que estudiar en el extranjero un idioma es la mejor manera de aprenderlo”



Según un estudio reciente realizado por la Unión Europea, el 64% de los españoles sólo dominan su lengua materna. Tomando en cuenta que dicha institución reconoce 20 lenguas oficiales y que ciudadanos de algunos de sus países miembros (Luxemburgo, Lituania o Estonia, por ejemplo) declaran hablar hasta tres idiomas, este porcentaje resulta bastante preocupante. La necesidad de diferenciarse en un mercado más competitivo, hace que la formación pase a un plano prioritario. Cada vez son más los jóvenes y profesionales que deciden invertir parte de su tiempo en aprender un idioma en el extranjero.

En la realidad de la empresa española, el inglés no es requisito de las grandes multinacionales y puestos de ejecutivos con exposición internacional, sino que el mundo se ha globalizado; multitud de pymes compran en China para vender en España o Internet, que se ha convertido en un nuevo canal de transacciones e información, una ventana a través de la cual se abren nuevas oportunidades de negocio.

El inglés se ha convertido en una herramienta totalmente imprescindible para que los jóvenes y los profesiona-

les se comuniquen. Las jóvenes generaciones tienen presente que sólo sobrevive aquél que mejor sabe adaptarse y uno de los requisitos para poder sobrevivir en estos tiempos es sin duda alguna el dominio del inglés. Por eso, el conocimiento de un idioma, ya no se considera un valor extra en el currículo de un profesional que solicita un puesto de trabajo, sino que representa más bien un requisito indispensable para cualquier profesional. En estos momentos de incertidumbre económica la inseguridad laboral cobra mayor protagonismo y hace que la necesidad de formación pase a un plano prioritario observándose claramente como la necesidad de aprender idiomas sigue aumentando.

¿Por qué irse fuera?

- Hacer un curso de idiomas en el extranjero es la mejor forma de aprender

o perfeccionar un idioma, puesto que permite practicarlo de forma natural y continuada, al mismo tiempo que conocer y acercarse a otras culturas. El hecho de viajar asegura además la suficiente dedicación, muchas veces en exclusiva, a estudiar la lengua, lo cual es importante para progresar de forma adecuada. No olvidemos que para dominar un idioma hay que dedicarle muchas horas de estudio y práctica, lo que hace muy difícil incorporarlo a nuestra rutina diaria, ya de por sí muy ocupada, y obtener progresos rápidos y duraderos.

¿Hay algún límite de edad para estudiar idiomas?

- Siempre se está a tiempo para ampliar cualquier tipo de conocimiento. En EF tenemos cursos de idiomas en el extranjero para todas las edades, desde los más pequeños de la casa hasta adultos y profesionales.

¿Por qué confiar en EF?

- Porque más de cinco millones de exitosos alumnos nos avalan. Desde su fundación en 1965, EF es la compañía educativa privada más grande del mundo, con 15 organizaciones centradas en el aprendizaje de idiomas, viajes educativos, intercambio cultural y programas académicos. EF tiene más de 27.000 empleados, profesores y voluntarios, con más de 70 oficinas y escuelas en más de 50 países. En España tenemos oficinas en Barcelona, Madrid, Valencia, Sevilla, Bilbao y Málaga, al igual que varios representantes autorizados en otras Comunidades.

EF ofrece una gama de programas y cursos formativos, en materia de educación internacional, creados e impartidos a partir de una metodología propia, para ofrecer a estudiantes y jóvenes profesionales una educación lingüística de alta calidad. También ofrecemos cursos con prácticas laborales y enseñanza reglada secundaria, universitaria y de postgrado.

¿A qué se debe ese crecimiento?

- El éxito de nuestro método consiste en basar el aprendizaje en la comuni-

cación con estudiantes de similar edad y de distintas partes del mundo. Es un enfoque práctico orientado a resultados. En EF además nos encargamos de todos los aspectos del curso, desde la selección de familias anfitrionas, gestión de residencias y escuelas, profesores, material, viajes, monitores, etc. Por lo que el viaje consistirá en compartir una experiencia inolvidable con estudiantes de EF de otras nacionalidades con los que el idioma común será el que se está aprendiendo. Además permite ampliar los horizontes a otras culturas y formas de ver la vida puesto que quienes participan harán amistades que durarán después de haber finalizado el programa.

¿Cuál es el tipo de alojamiento más recomendado?

- Existen distintas formas de integrarse en la vida del país visitado. La más común es con una familia anfitriona, pero también es muy común elegir alojarse en una residencia de estudiantes donde se disfruta de un ambiente más estudiantil e internacional. También existen opciones más independientes pero en general cuanto mayor es la convivencia más rápido y efectivo es el aprendizaje.

¿Cuánto tiempo hace falta para mejorar el nivel?

- Lógicamente cuanto más tiempo se emplea más se progresa, pero en un par de semanas ya se pueden obtener resultados tangibles. Aproximadamente se avanza un nivel en cada tres o cuatro semanas. Eso sí, es fundamental que las clases de idioma enfaticen en el aspecto comunicativo del lenguaje. Hablar, escribir, leer, escuchar y finalmente, pensar, son las disciplinas que se tienen que cubrir para que el estudiante adquiera la confianza suficiente para expresarse en cualquier situación de la vida cotidiana que se le presente.

¿Realmente se aprende?

- Está demostrado que estudiar en el extranjero un idioma es la mejor manera de aprenderlo. Ello no quiere decir que no suponga un esfuerzo, al contrario, viajar al extranjero es vivir una experiencia altamente enriquecedora pero como todo crecimiento personal, hay que esforzarse y uno se encuentra fuera de su “área de comodidad”. En EF contamos con garantías de aprendizaje y colaboramos con instituciones del prestigio de la Universidad de Cambridge en el desarrollo de nuestros exámenes.

MÁS DE 40 AÑOS DE EXPERIENCIA

“Nuestros primeros estudiantes hicieron sus maletas y partieron hacia su viaje con EF en el verano de 1965. Ninguna otra organización cuenta con la experiencia de EF, con su internacionalidad o con sus estándares de calidad. Nos enorgullece saber que año tras año nos mantenemos a la vanguardia de las técnicas de aprendizaje de idiomas y poder ofrecer nuevos destinos para viajar”.

Todos sus cursos de idiomas están acreditados por numerosas instituciones educativas, tales como el British Council o el WCLT (World Council of Language Teaching). Todos los años sus miembros visitan cada uno de nuestros destinos para garantizar la calidad de los programas de estudio. En España somos miembros de ASEPROCE, la Asociación Española de Promotores de Cursos en el Extranjero.

En el 2009 EF y la University of Cambridge ESOL, firmaron un acuerdo de colaboración para poner a disposición de los estudiantes de EF una nueva prueba de inglés que les permitirá evaluar con exactitud su nivel de formación en el idioma, tanto hablado como escrito, tras haber finalizado su periodo de estudios de inglés en el extranjero.

La prueba de EF Cambridge, EFCELT, que está disponible en el conjunto de escuelas de EF, permite a los estudiantes conocer sus capacidades lingüísticas de acuerdo a estándares internacionales y supone un avance en la consecución de titulación de Cambridge, internacionalmente reconocida. EFCELT, que es el resultado de 18 meses de pruebas de diseño y desarrollo y de un estudio de mercado realizado entre más de 8.000 estudiantes se ha creado a partir de las normas establecidas por el ‘Common European Framework’.



MÁS INFORMACIÓN
www.ef.com

Entrevista: Juan Miguel Salas, Presidente de la Escuela Andaluza de Economía

“La inversión en una educación de excelencia es la mejor política económica que se puede hacer en este momento”

En la siguiente entrevista, el Presidente de La Escuela Andaluza de Economía nos explica la línea de trabajo en la que están inmersos y cómo creen que puede contribuir a perfilar una nueva actitud que favorezca un futuro más próspero. Desde esta perspectiva, la Escuela –creada en 2006 en colaboración con la Consejería de Economía y Hacienda de la Junta de Andalucía– se convierte en un instrumento para el avance en los temas que más inciden en el desarrollo económico y el progreso social de su región y, por extensión, de España.

¿Qué inquietud mueve a la Escuela Andaluza de Economía?

● La inquietud por dar respuesta a problemas actuales desde la objetividad económica, creando un punto de debate, estudio y reflexión capaz de sentar las bases para una futura toma de decisiones. En general, nuestra intención no es otra que trasladar a la so-

Hace falta espíritu olímpico en la universidad. No podemos darle a todo el mundo la misma medalla. Que gane el mejor

ciudad y sus instituciones, mensajes y propuestas sobre la realidad económica, financiera y empresarial de Andalucía, y por extensión de España, con el fin de impulsar a la economía hacia un mayor desarrollo.

A la práctica, ¿en qué ejes de actuación se plasman estos objetivos?

● Estamos convencidos de que la mejor política económica es la política educativa, y en este terreno creemos que España tiene un déficit importante, debido a las rigideces impuestas por el propio sistema administrativo. Nuestro país no brilla por su excelencia académica, como demuestra el hecho que entre las 150 mejores universidades del mundo no haya ninguna española. Con este escenario, desde la Escuela Andaluza de Economía, nos hemos propuesto fomentar la excelencia de nuestras universidades a través de las experiencias de aquellas que ya son consideradas como tales. Para ello, hemos contactado con los máximos representantes de las 15 mejores universidades del mundo, con la finalidad de que nos expliquen cómo funciona su universidad, cómo se gestiona, cuáles son sus fuentes de financiación, cómo trabajan en investigación, qué sistemas de becas tienen... Con todo ello, tras la constitución de un comité de seguimiento, elaboraremos un Libro Blanco sobre la Educación en Excelencia, en el que trataremos de relacionar una serie de pautas

a nivel de gestión, de docencia e investigación para mejorar y potenciar la universidad andaluza y española, y así contribuir al camino hacia un país moderno y competitivo.

¿A qué reflexión de fondo responde este Libro Blanco?

● A lo largo de la historia, la universidad en España vive diferentes momentos: finales del siglo XIX, donde la universidad es docencia, siglo XX, donde junto a la docencia se potencia la investigación y siglo XXI, donde la universidad además de docencia e investigación, se tiene que convertir en organismos inversor, que apoyado en los resultados investigadores se comporte como el lazo de unión con el mundo empresarial. Como me decía estos días el Presidente del Instituto Tecnológico de California (Caltech), el Profesor Chameau, “especialícense ustedes, no se puede alcanzar la excelencia en todo”. Sin duda es preciso un cambio y, desde la Escuela Andaluza de Economía estamos convencidos de que la lucha por la excelencia universitaria es la mejor política económica que se puede hacer en este momento.

En su opinión, ¿Qué pautas deberían marcar dicho cambio?

● Hay que apostar por un sistema educativo que nos permita competir con los mejores en desarrollo, conocimiento, innovación, economía, y



Juan Miguel Salas Tornero, Presidente de la Escuela Andaluza de Economía y Jean Lou Chameau, Presidente del Instituto Tecnológico de California, durante el ciclo de conferencias sobre la Educación de Excelencia

para ello, sólo hay una receta, docencia+ investigación+ inversión.

Hay que invertir en educación, como en otro tiempo se hizo en deporte. Después llegaron los triunfos. Quizá haya que hacer unas “olimpiadas intelectuales”. Hace falta espíritu olímpico en la universidad. Que gane el mejor. Debemos concebir la universidad no sólo como un sitio en el que se enseñan los distintos saberes, sino como un motor económico del país. Hay que dotar a la universidad de los mejores profesionales y darles los medios para que puedan llevar adelante sus proyectos y, al final, implementar los conocimientos teóricos en realidades prácticas.



MÁS INFORMACIÓN

www.escuelaandaluzaeconomia.es

Tel. 954 387163

Entrevista: Guillem Recasens, Director de Recasens-Ros

“Cuando una persona quiere mejorar profesionalmente, nosotros hacemos posible el cambio”

Recasens-Ros es una empresa especializada en la generación de alternativas profesionales. Para saber más acerca de su labor, hemos hablado con su Director, Guillem Recasens.

Generación de alternativas profesionales...

● Así es. Se trata de ayudar a las personas a gestionar su carrera profesional, a cambiar de trabajo si se sienten estancados o tienen síntomas de frustración en su actividad laboral actual, o incluso han perdido su trabajo. En el fondo, es algo tan sencillo como ayudarles a que encuentren un trabajo en el que se sientan realmente a gusto.

¿Desde cuándo se dedican a este trabajo?

● Desde hace diez años. Tras pasar un tiempo trabajando en Estados Unidos me di cuenta que allí tenían más claras las he-

Recasens-Ros trabaja tanto para clientes particulares como para empresas

rramientas, el conocimiento y la información necesarias para conseguir el objetivo que todo el mundo busca: sentirse satisfecho con su trabajo. Fue entonces cuando decidí importar ese modelo y comenzar a ofrecer los servicios en España.

¿A qué perfil de cliente se dirigen?

● Hay dos grandes tipos: el usuario individual y la empresa. En el primer caso –y aunque hay gente de todas las edades– el perfil responde mayoritariamente a personas de entre 30 y 50 años que quieren dar un impulso a su carrera, ya sea a la actual o a una nueva (en caso de desempleo), por mucho que ésta sea distinta. En cuanto a las empresas, colaboramos con ellas en materias como los estudios de clima laboral, outplacement individual y colectivo, executive search, la reingeniería de procesos o los estudios de rotación, aspectos que no sólo pueden ayudarles a mejorar sus resultados y su productividad, sino también la motivación de su personal. Como ve, todo está relacionado.

¿Existe un secreto para mejorar en la calidad de nuestra carrera profesional?

● Cuando la gente quiere cambiar de trabajo, suele recurrir a una herramienta

fundamental: el currículum. El problema es que un CV no se hace en unos minutos, sino que requiere dedicación, una buena estructura y, sobre todo, saber lo que se quiere transmitir. La persona no debe comunicar solamente lo que ha hecho en su carrera (funciones), sino lo que ha conseguido (logros profesionales). Esa diferencia, que puede resultar sutil para muchos, es importantísima; el problema es que mucha gente no sabe identificar sus logros. Nosotros les ayudamos a identificarlos y, a partir de ahí, ponemos en marcha otros tipos de asesoramiento, como el job hunting (la caza del puesto de trabajo), y salir al mercado a encontrar las oportunidades que hemos trabajado, a través de nuestra red de contactos. Igualmente asesoramos sobre el modo de afrontar una entrevista de trabajo, el dominio de lenguaje no verbal... Acompañamos a la persona ese proceso de mejora profesional y, en definitiva, hacemos posible el cambio.

¿Cuáles son los objetivos de futuro de la firma?

● Seguir ayudando a nuestros clientes a mejorar y a sentirse bien con su trabajo, que en el fondo es lo mismo que mejorar su calidad de vida. Por otra parte,



La gente debe incorporar sus logros al contenido de sus currículos

creo que consultoras como la nuestra –fuimos pioneros en este campo– tiene mucho que ofrecer al mundo de la empresa para implementar sistemas que incrementen su competitividad a partir del mejor clima laboral. Además, personalmente tengo una estrecha relación con el mundo docente (Esade, La Salle, Barcelona Activa, UOC, United International Business School, etc...), un aspecto que no sólo es fundamental para extender este conocimiento entre personas y empresas, sino también para nosotros a la hora de aumentar nuestros estándares de calidad y servicio.

RECASENS-ROS

Gran Vía de les Corts Catalanes, 529 1^ª-2^ª

08011 Barcelona

Tel. 93 452 16 14

www.recasens-ros.com

FOCUS

Una moderna organización empresarial al servicio de la vocación artística

Posicionada como empresa líder en el sector de las artes escénicas y como principal operador en la creación y producción de eventos en Catalunya y España, Grup Focus es hoy un holding empresarial que aglutina a 14 sociedades. Su actividad, diversificada en cinco líneas de negocio, le permite tener presencia en numerosos ámbitos, siendo empresa de referencia en todas sus áreas de especialización.

Surgió de un grupo de teatro y, más de dos décadas después de su creación, sigue fiel a sus orígenes, desarrollando su vocación teatral y haciéndola palpable en todos y cada uno de sus servicios. Desde su creación en 1986, Focus no ha perdido de vista la esencia artística que la ha llevado a convertirse en lo que ahora es, una empresa líder en la creación y producción teatral y eventos singulares, así como en la prestación de servicios infraestructurales y principal operador privado del mundo de las artes escénicas.

Focus es el origen y eje vertebrador de Grup Focus, un conjunto de empresas capaz de ofrecer hoy una explotación integral de contenidos artísticos a través de cinco áreas de negocio: producción teatral, eventos, infraestructuras, comunicación y audiovisual.

La complementariedad de sus empresas y el alto nivel de cualificación de una plantilla media de 400 personas le han permitido en 2009 realizar 12 producciones teatrales, más de 300 eventos y más de 8000 servicios técnicos.

PRODUCCIÓN, DISTRIBUCIÓN Y EXHIBICIÓN TEATRAL

Grup Focus produce una docena de espectáculos de media anual, que

Focus es un Grupo dedicado a la explotación integral de contenidos artísticos en toda la cadena de valor de las artes escénicas: teatro, eventos, infraestructuras, comunicación y audiovisual

se representan en Barcelona y hacen giras por Catalunya y España. Además se dedica a la gestión de derechos de autor.

Actualmente Grup Focus gestiona el Teatre Romea, el Teatre Goya, el Teatre Condal y La Villarroel, cuatro teatros con una línea de programación especializada que siguen las pautas marcadas por directores artísticos de reconocida trayectoria.

EVENTOS SINGULARES

Focus Events es la empresa de diseño y producción de eventos singulares del Grup, cuya actividad se ha plasmado en algunos de los eventos más importantes que se han celebrado en España en los últimos años: los espectáculos inagu-

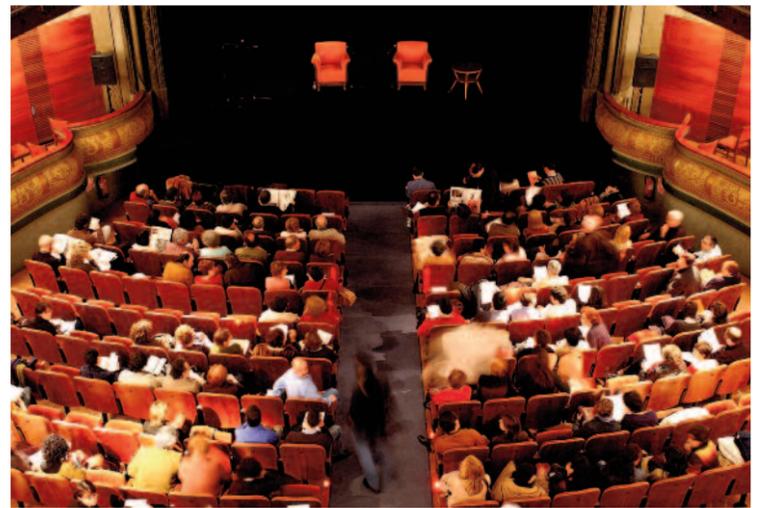
rales del Fòrum de les Cultures de Barcelona 2004 y de la Expo Zaragoza 2008 así como el acto central de las celebraciones del Bicentenario del 2 de Mayo en Madrid.

Focus Events es ahora adjudicatario del proyecto para la promoción y comunicación de la ciudad de Barcelona en Expo Shanghai 2010.

INFRAESTRUCTURAS

La inversión continuada en nuevas tecnologías de Grup Focus y su gran diversidad de equipamientos y profesionales le permite dotar de material técnico todo tipo de producciones y eventos.

Grup Focus se sitúa hoy en cabeza del sector de las infraestructuras para el mundo del espectáculo



y los eventos empresariales.

COMUNICACIÓN, PROMOCIÓN Y PUBLICIDAD

Con la finalidad de reinvertir su amplia experiencia en el uso de estrategias comunicativas en el ámbito de las artes escénicas, Grup Focus ofrece un servicio especializado de prensa, promoción de espectáculos y marketing aplicado a las artes

escénicas.

AUDIOVISUAL

Todo el conocimiento y la vocación artística de Grup Focus se traslada a través de Focus Audiovisual a la creación y producción de contenidos tanto para televisión como

GRUP  FOCUS

MÁS INFORMACIÓN
para cine. www.grupfocus.cat

Entrevista: Daniel Martínez, Presidente de Grup Focus

“Grup Focus mantiene su esencia teatral en todas sus líneas de negocio”

¿Cómo se perfila hoy Grup Focus? ¿Cómo valora su evolución y sus cifras?

● Focus se ha hecho grande y se ha convertido en un grupo que estructura su actividad a través de 14 empresas, 9 de ellas surgidas a partir de la empresa matriz y con participación en las otras 5, trabajando todas ellas con sinergias comunes pero también con líneas independientes de actuación. Con 12 producciones teatrales, más de 300 eventos y más de 8000 servicios técnicos al año, estamos plenamente satisfechos de la evolución que, partiendo de nuestra vocación inicial de producir teatro, hemos hecho como grupo. Desde el teatro hemos sido capaces de hacer mucho más, o quizá al contrario, la diversificación es la que nos permite asumir el riesgo de la producción teatral.

¿Qué filosofía marca el rumbo del Grupo?

● A pesar de nuestra diversificación funcional y operativa, el talento que utilizamos en nuestros proyectos parte siempre del concepto teatral. Por ejemplo, nuestros eventos tienen al frente un director teatral. Las artes escénicas han sido siempre la razón de ser de Grup Focus. Nuestro punto de partida sigue

siendo el teatro, en él tenemos nuestra vocación y nuestra ilusión. Es la esencia de nuestra filosofía, que nos ha llevado a querer tener la empresa más moderna que fuera necesaria para contribuir a poner todos los medios necesarios para la creación. Hoy muchos creadores pueden ver el fruto de su talento gracias a los medios que pone Grup Focus, una organización al servicio de la vocación artística.

¿Cómo ha llevado Grup Focus el difícil 2009?

● Debo decir que en este año de dura crisis, en el que muchas empresas han acabado muy tocadas, Grup Focus ha sido una excepción. Ciertamente el consumo del sector teatral ha crecido, lo que nos ha permitido compensar la bajada en número de eventos e infraestructuras, dos líneas de negocio en las que sí hemos desarrollado menos proyectos en 2009, como consecuencia de la caída de la actividad empresarial en general.

Y de cara al futuro ¿Cuáles son las pautas?

● Desde el convencimiento que el consumo teatral se va a mantener y la confianza en la recuperación de nuestras otras áreas de actividad, hemos elaborado unos presupuestos incluso su-



periores a los del año pasado, en que facturamos como Grupo 40M€. En el área teatral estamos muy animados gracias a los buenos resultados de los cuatro teatros que gestionamos: Romea, Goya, Condal y Villarroel. En base a ello, en 2010 queremos aumentar la producción, pasando de 12 producciones anuales a 14, lo que nos permitirá contrarrestar cualquier decaída en las otras áreas de actividad. Entre nuestros objetivos a corto plazo está también el de afianzar la presencia de Grup Focus en Madrid, donde ya tenemos delegación y trabajamos desde hace tiempo. Esta estrategia prevemos plasmarla en la gestión de un teatro de la capital.



ITOS OUTSOURCING SERVICES, S.L.

ITOS dinamiza los Pagos EMV en Entornos de Movilidad

ITOS Outsourcing Services, S.L. es una empresa de accionariado independiente que está especializada en el desarrollo y distribución de hardware, firmware y software. Su estrategia está orientada a proveer de dispositivos móviles y componentes de software a las empresas de desarrollo e integración de aplicaciones de movilidad a un precio competitivo, sin comprometer la calidad y la escalabilidad de las soluciones.

Desde su creación en el año 2003, ITOS® ha desarrollado una red de Partners formada por las empresas líderes en desarrollo de aplicaciones de movilidad, que integran los dispositivos y componentes de software distribuidos por ITOS® en sus soluciones aportando más valor a sus clientes.

LÍNEAS DE NEGOCIO

Sus líneas principales de negocio son:

- Distribución de terminales multifuncionales para Windows Mobile®, BlackBerry® y Android, con capacidad de impresión, lectura de tarjetas bancarias, certificados digitales, DNI electrónico, códigos de barras, lectura y grabación de tarjetas/tags RFID, biometría, etc.
- Soluciones de pago para PDA y BlackBerry®, que permiten integrar en cualquier aplicación de

movilidad la capacidad de cobro con tarjetas bancarias EMV y de banda magnética.

- Desarrollo de componentes de software para Windows Mobile® y BlackBerry®, como componentes de impresión de páginas web, lectura de códigos de barra y de banda magnética desde cualquier aplicación sin necesidad de integración, de tarjetas chip, etc.
- Diseño a medida y fabricación de dispositivos de hardware, firmware y software bajo especificaciones del cliente.

INTEGRACIÓN DE COBROS EMV EN APLICACIONES DE MOVILIDAD

Durante los últimos años, las empresas están introduciendo de forma masiva el uso de terminales y aplicaciones informáticas móviles como respuesta a sus necesidades de dotar con herramientas de tra-

bajo a sus redes de operarios, cuyo trabajo se desarrolla fuera de las oficinas en un entorno típico de movilidad. Los productos suministrados por ITOS® permiten dotar a estas soluciones de capacidades de impresión, lectura de códigos de barras, RFID, identificación y firma con el DNI electrónico, etc.

No obstante, también se palpaba últimamente una necesidad creciente de integrar en la soluciones de movilidad la facilidad de cobro con las nuevas tarjetas bancarias EMV. Para dar respuesta a esta demanda, ITOS ha desarrollado el Pinpad inalámbrico EMV MPED-400®, que junto con la pasarela Pago Móvil® EMV permiten integrar los cobros con tarjeta bancaria en cual-

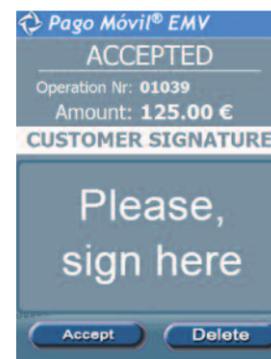
ITOS® ha desarrollado una red de Partners formada por las empresas líderes en desarrollo de aplicaciones de movilidad

quier terminal de datos y Aplicación de Gestión Móvil.

De esta forma los datos de facturación generados en la aplicación de gestión se transmiten directamente al Pinpad, sin volver a teclearlos, aportando ahorro de tiempo y evitando errores mecanográficos. El lector único de lectura de tarjetas de banda y chip simplifica la operativa y facilita el uso del dispositivo.

ITOS® ha suministrado productos y soluciones para multitud de clientes, como FCC,

Empark, Indra, UTE Setex - Sufi Aparcamientos, UTE Sufi-Hixienes, Informática El Corte Inglés, LG Electronics y diversas Administraciones Públicas, entre muchos otros.



El Pinpad inalámbrico EMV MPED-400®, junto con la pasarela Pago Móvil® EMV, permite integrar los cobros con tarjeta bancaria en cualquier terminal de datos y Aplicación de Gestión Móvil



ITOS Outsourcing Services, S.L.
www.itos.es

Entrevista: Ángel Vidal, Director del Patronat de Turisme de les Terres Lleida

“Hoy en día, el turismo en Lleida es algo más que esquí”

El Patronat de Turisme de les Terres Lleida es un organismo impulsado por la Diputación de Lleida fundado hace 21 años con la intención de promover los atractivos turísticos de la demarcación. Hablamos con su Director, Ángel Vidal, para que nos cuente qué actuaciones están llevando a cabo y cuál es la situación del sector en la única provincia catalana sin litoral.

¿Con qué objetivo se creó el Patronat?

● Con la intención de dar a conocer a la población la realidad de Lleida a nivel turístico, tanto mediante la asistencia a ferias nacionales e internacionales como ayudando a las empresas del sector a promocionar sus servicios de distintas maneras, como las misiones comerciales, la

edición de material impreso o el diseño y puesta en marcha de nuevos productos turísticos.

¿Existe un perfil del turista que visita las comarcas de Lleida?

● Las estadísticas que manejamos hablan de un 65% de turistas catalanes, un 15% del resto del estado y un 15% de extranjeros.

Y ese turista busca...

● Hasta ahora, el principal atractivo turístico de nuestra provincia ha sido el esquí y todo lo relacionado con la nieve. Este segmento sigue siendo muy fuerte, ya que contamos con una tradición muy potente en el Pirineo que se ha convertido en el principal polo de nuestro turismo. Sin embargo, en los últimos tiempos hemos notado cómo otras comarcas -las de la Plana- ganan terreno a partir de un fenómeno relativa-

mente creciente, como es el turismo rural. En Lleida se encuentra casi la mitad de las 1.200 casas de turismo rural de Catalunya, lo que da idea de la pujanza de este tipo de productos. Hoy en día, el turismo en Lleida es algo más que esquí.

¿Qué atractivos ofrece ese tipo de turismo al margen del esquí?

● Hoy en día, el turismo representa el 13% del PIB de la provincia de Lleida. Y eso ha sido posible gracias al esfuerzo conjunto de todos los agentes del sector y de las administraciones. En nuestro caso, tratamos de definir nuevos productos y rutas que resulten atractivas para quienes nos visitan. En este sentido, estamos trabajando en áreas concretas como el bioturismo, el senderismo y cicloturismo, la ruta de los castillos (la del río Sió es el último ejemplo), el atractivo de una ciudad como Lleida y otras áreas como la recuperación del lago de Ivars Vilasana (la mayor superficie de lámina agua de Catalunya), el Centro de Observación del Universo de Montsec, el tren histórico Lleida-La Poble de Segur (tren de los lagos)... Como ve, los atractivos son muchos y variados, pero todos tienen el denominador común de la tranquilidad y de la belleza y diversidad de nuestros parajes.

¿Qué representan para el turismo de la provincia infraestructuras como el AVE y el nuevo aeropuerto?

● En el caso del tren, nos ha permitido incrementar el nivel de visitantes procedentes del área metropolitana de Barcelona, pero también -



yo no hay que olvidarlo - ha supuesto una mejora a nivel económico y de negocios, ya que tenemos la capital catalana a apenas una hora de viaje. En cuanto al aeropuerto, que comenzará a operar el próximo mes, es un salto cualitativo importantísimo para nosotros. Actualmente, los turistas que llegan por vía aérea al pirineo ilerdense lo hacen a través de aeropuertos como Barcelona, Girona o Toulouse; el de Lleida-Alguaire ofrece grandes ventajas, como la proximidad y la mejor accesibilidad al Pirineo, que nos permitirá incrementar el número de turistas extranjeros gracias a los vuelos a Milán, Frankfurt, París y Palma de Mallorca, que a medio plazo se complementarán con algún vuelo al Reino Unido. Además, el Gobierno de Andorra ya ha dicho que su aeropuerto será el de Lleida, lo que repercutirá en un incremento de tráfico y del sector turístico. Pero al margen de tren y avión, se está trabajando en la mejora de algunas carreteras, como la N230, la autovía Lleida-Montblanc o el Eje Pirenaico. Esperamos que poco a poco se vayan completando.



PATRONAT DE TURISME DE LLEIDA
Rambla Ferran, 18 3º
25007 LLEIDA
www.lleidatur.com

NACE LA RED DE PUEBLOS CON ENCANTO

Una de las últimas iniciativas del Patronat de Turisme DE LES TERRES de Lleida es la “Xarxa de pobles amb encant”, un proyecto que agrupará a pueblos de menos de 1.000 habitantes que tengan patrimonio (cultural, arquitectónico, natural...) atractivo para el visitante. La intención es crear una calificación que permita a los municipios integrarse en la red y pasar periódicamente una auditoría al estilo de las Guía Michelin, de modo que los habitantes y empresas del sector se impliquen en la creación de una estructura de calidad que sea capaz de captar la atención de los turistas. “Es un producto pionero en Catalunya y en España y los ayuntamientos están muy implicados para conseguir consolidar una iniciativa en la que hemos depositado grandes confianzas”, nos cuenta Ángel Vidal.

MAS GOURMETS

Pasión por el embutido delicatesen

Si te encuentras entre quienes saben apreciar en toda su esencia un producto selecto, entre quienes buscan lo mejor y más exclusivo para su paladar o entre quienes pueden asociar el placer a la degustación de una delicatesen, tienes en las tiendas Mas Gourmets una cita imprescindible. Cruzar su puerta es adentrarse en un apasionante mundo: un universo gastronómico de aromas y sabores, de productos de la más alta calidad entre los que elegir... y acertar.

Mas Gourmets propone una experiencia gastronómica que te envuelve. Un nuevo enfoque de la gastronomía del embutido que busca ilusionar y emocionar al cliente desde la innovación y la excelencia. Y es que Mas Gourmets selecciona únicamente embutidos, quesos y jamones de la más alta calidad, a los que une los de elaboración propia, elevando su oferta a la categoría de la más alta gastronomía. Pero eso sí, cerca de casa, a tu alcance, pensada para ti. No en vano Mas Gourmets suma ya 15 tiendas en Barcelona y una de reciente apertura en Madrid, todas ellas con gran aceptación y muy bien valoradas por el cliente gracias a su calidad de producto y servicio. En este punto cabe resaltar la labor de su equipo humano, integrado por profesionales expertos en el arte del buen comer, capaces de sugerir e informar al cliente en un auténtico asesoramiento gourmet.

Mas Gourmets selecciona sólo la excelencia y sorprende con innovaciones selectas, elevando el embutido a la categoría de la más alta gastronomía



EXCELENCIA E INNOVACIÓN

“Entusiasmamos al cliente en el punto de venta y contagiarle nuestra pasión por la gastronomía del embutido. Éste es el objetivo que nos mueve, junto con el de ofrecer excelencia en el producto”, explican Jordi y Juan Mas, tercera generación al frente de Mas Gourmets. Su familia lo lleva consiguiendo desde 1945, cuando en plena posguerra abría la primera tienda Mas, especializada ya en embutidos y jamones. De ahí hemos llegado hasta hoy, en el que el sello Mas Gourmets se ha convertido en todo un referente en charcutería gourmet, ofreciendo además una exclusiva selección de productos de despensa.

Desde sus inicios, el jamón ha sido en Mas Gourmets un producto estrella, mimado desde el proceso de selección –únicamente D.O. Guijuelo (Salamanca), Dehesa de Extremadura y Jabugo (Huelva)-, hasta servirlo al cliente, cortado a mano, para



que no pierda ninguno de sus matices. Más allá del buen jamón, en Más Gourmets el cliente encuentra un sinfín de delicatesen capaz de conquistar su paladar. Hasta más de 3500 referencias manejan, siempre sobre la base de la calidad de producto, contrastada por el propio comité de cata de esta empresa. No es de extrañar, por tanto, que el futuro de Mas Gourmets pase –según nos explican sus responsables- por convertir la enseña en auténticas tiendas especializadas en degustación.

La innovación es otros de los principales valores diferenciales de Mas Gourmets. Si buscas un embutido sorprendente o una combinación que despierte tus sentidos, allí la encontrarás. Butifarra blanca con foie, butifarra negra con violetas, butifarra cruda de rosas... son sólo algunas

de sus sugerencias. Pero Mas Gourmets también innova en las presentaciones, en el packaging y, sobre todo, en las ideas. La última, un pack de “Pa amb tomàquet” que incluye todo lo necesario para degustar este sencillo manjar, y no por ello menos delicatesen: el mejor jamón unido al mejor pan, el mejor aceite y el mejor tomate. Todo un éxito. Probar para comprobar.



MÁS INFORMACIÓN
www.masgourmets.com
Tel. 93 494 83 56

Entrevista: Dra. Ros, Directora del Centre Dental Les Escoles

“El bienestar y la salud del paciente están por encima de los resultados económicos”

Centre Dental Les Escoles es una empresa joven, dinámica e innovadora. Es una clínica moderna, que cuenta con unos profesionales motivados e implicados en el proyecto, donde se utilizan tecnologías avanzadas y materiales de última generación, en un contexto donde impera la calidad en el servicio, ya que es el primer centro dental de Cataluña en obtener las dos certificaciones de calidad del sector dental: la Norma UNE 179001-2007, de calidad en los centros y servicios dentales y la Norma de gestión de calidad para clínicas de odontología y estomatología, de la Fundación AD Qualitatem.

Dra. Ros, ¿cuál es la filosofía del Centre Dental Les Escoles?

● Nuestro eslogan refleja nuestra filosofía: Las personas, por encima de todo. Somos una empresa del sector sanitario y nuestro servicio tiene efectos sobre la salud de las personas. Es por ello que somos especialmente cuidadosos en la prestación del servicio. Entendemos que el bienestar y la salud del paciente están por encima de los resultados económicos, ya que en este sector es inusual reducir costos bajando la calidad de productos y servicios. Aunque algunos lo hagan, nosotros nos oponemos a esta práctica. Por eso disponemos de profesionales motivados y bien formados, implicados con



la filosofía de la empresa. Utilizamos materiales de calidad y disponemos de las tecnologías más avanzadas.

Pero estas tecnologías avanzadas son muy costosas. ¿Esto lo paga el paciente con los precios de los tratamientos?

● En absoluto. Para ofrecer un servicio esmerado a los pacientes, los dentistas nos hemos de esforzar en incorporar las herramientas que la tecnología pone a nuestra disposición: cámaras intraorales, ortopantomografía, telerradiografía, escáner de la cavidad bucal que ofrece la imagen en tres dimensiones, radiología digitalizada... No po-

demo permanecer inmóviles a los cambios tecnológicos. Es un coste que hemos de asumir como organización y que se amortiza con el paso de los años. En ningún caso se puede repercutir en el paciente, porque esto iría en contra de nuestros valores corporativos. Con una buena gestión, se pueden ofrecer unos precios razonables y mantener la máxima calidad en servicios y materiales.

¿Qué especialidades ofrece su centro?

● Ofrecemos todas las especialidades: Implantología, Cirugía Oral, Odontología estética, Periodoncia, Ortodoncia... Disponemos de profesionales muy bien selecciona-

dos y especializados en las diferentes áreas de la odontología. Un sector fundamental para nosotros es el mundo de los más pequeños. Tenemos un compromiso con la difusión de la prevención de la salud dental y por ello damos una especial atención a la odontopediatría. Los niños tienen una amplia sala de espera, con pista americana, videojuegos, libros... Todo lo que pueden necesitar para vivir la visita al dentista como un hecho natural y exento de miedo. Es fundamental concienciar a los niños y niñas de la importancia de la salud dental, que cuiden su boca y que interioricen que hay que ir al dentista anualmente, no solo cuando los dientes duelen. También hacemos muchas acciones de prevención con las escuelas de nuestro entorno, en colaboración con el Patronato de Educación del Ayuntamiento de Terrassa.

También son una empresa pionera en temas de calidad en el servicio...

● Efectivamente, somos los primeros en obtener las certificaciones específicas del sector. Hasta ahora teníamos la norma ISO, pero ya hemos incorporado las normas del sector. Así, el paciente tiene la garantía de que trabajamos con rigor y organización y que haremos siempre lo que sea mejor para su salud. Es una manera de devolver la confianza que depositan en nosotros.



MÁS INFORMACIÓN
www.lesescoles.com

LIPOCERO

La primera red de franquicias especializada en remodelado corporal de bajo coste

Lipocero, firma especializada en belleza y estética, continua su expansión con nuevas aperturas de franquicias tanto en España como en Portugal. Lipocero es un centro de remodelado corporal que ofrece una tarifa plana unisex de 35 euros por sesión y bonos de 10 sesiones por 320 euros, para la eliminación de grasas localizadas sin cirugía que permite adelgazar sin esfuerzo y de forma natural.

La red Lipocero tiene su sede en Las Rozas, cuenta ya con tres franquicias abiertas, en marzo inaugurará en Cornellá (Barcelona) y La Tablas (Madrid) y tiene su origen en 2009, cuando surgen como pioneros al dedicarse en exclusiva, mediante un sistema de franquicias, al remodelado corporal accesible a todos los públicos y bolsillos.

Lipocero utiliza las más avanzadas tecnologías, lo que garantiza la obtención inmediata y duradera de los mejores resultados en el tratamiento de la celulitis, la eliminación de grasas localizadas y el remodelado corporal.

SISTEMA LIPOCERO: LOCALIZAR, TRATAR Y ELIMINAR DE FORMA PERSONALIZADA

Lipocero es el nuevo centro de belleza y estética especializado en remodelado corporal. Sus tratamientos combinan dieta, cavitación, terapia subdérmica,

radiofrecuencia, presoterapia y plataformas vibratorias para conseguir los mejores resultados en el tratamiento de la celulitis, la eliminación de grasas localizadas y el remodelado corporal.

Desde su creación, el objetivo de la firma ha sido acercar la lipoeliminación a todos los públicos, además de conseguir resultados eficaces y duraderos. Al tratarse de tratamientos personalizados, el primer paso es analizar la composición corporal para evaluar la con-

dición inicial del cliente. Para ello se utiliza Inbody, que proporciona una tabla de resultados con el peso, índice de grasa y masa muscular, entre otros parámetros, que permiten a los nutricionistas expertos diseñar una dieta personalizada con la que completar los tratamientos.

A partir de ahí, el sistema Lipocero combina cuatro tratamientos que junto con la dieta ayudan a obtener resultados en tiempo record:

- El uso de la cavitación. Genera un resultado similar a la liposucción, sin que el paciente se haya sometido a una intervención quirúrgica. Su técnica consiste en la ruptura de las células grasas aprovechando la presión creada por los ultrasonidos y las transforma en un líquido que se elimina a través del sistema linfático.
- La terapia subdérmica. Vasculariza las zonas afectadas por la celulitis gracias a la acción de sus rodillos, lo que permite acelerar el intercambio metabólico intercelular, disminu-



yendo de manera importante el tamaño y la cantidad de nódulos de grasa, y ejerciendo una acción de drenaje linfático acelerado.

- La presoterapia Ballencer. Sistema de masaje unidireccional que activa las funciones celulares regenerando así los daños dermales y subdermales luchando contra la celulitis. Junto a la reducción de los signos visibles de la celulitis, produce una reducción de perímetro corporal.
- Todas las sesiones finalizan con las plataformas vibratorias que gracias a su superficie basculante el cuerpo es obligado a mantenerse en equilibrio mediante una acción muscular continua y ejercitante. De esta

manera ayudan a modelar y tonificar el cuerpo, mejoran la flexibilidad y reducen la celulitis.

Actualmente, Lipocero tiene un centro propio en Madrid y tres franquicias. La firma tiene previsto abrir nuevos establecimientos en los próximos meses.

UNA INVERSIÓN MUY RENTABLE

La inversión necesaria para poner en marcha un centro Lipocero es de 40.000 euros, en localidades de más de 30.000 habitantes y con un local desde 50 m², ubicado en zonas de paso y comerciales.



MÁS INFORMACIÓN

www.lipocero.com
info@lipocero.com
Tel. 91 636 42 46

Entrevista: Lluís Pons e Ingrid Díaz, idea managers de Depiline

“Depiline ha puesto la belleza al alcance de todo el mundo”

Hace ahora diez años nació Depiline, un nuevo concepto en el sector de la estética y la imagen personal que se ha consolidado en el mercado español. Hablamos con Lluís Pons e Ingrid Díaz, fundador y coordinadora de la empresa, para que nos expliquen la realidad actual de Depiline.

Lo primero es lo primero: ¿qué es Depiline?

● Depiline es una cadena de establecimientos dedicados a ofrecer un servicio personalizado y de calidad a aquellas personas que se preocupan y cuidan su imagen y su estética. Comenzamos con una fuerte especialización en el campo de la depilación y hoy por hoy podemos ofrecer una gama integral de servicios que abarca, además, la belleza corporal y facial, las uñas, el solárium y la peluquería.



Color Factory es un nuevo servicio de tinte de cabello que cuesta sólo 5'90 euros

¿Por qué nace Depiline?

● Porque nos dimos cuenta, a partir de nuestra experiencia anterior, que no existía una opción real en el mercado que fuera capaz de popularizar el mundo de la belleza. Lo que había hasta entonces estaba, si me permite la expresión, pseudomedicalizado y además tenía un coste elevado. Depiline fue pionera en poner a disposición de todo el mundo no sólo un servicio de calidad, sino también una imagen joven colorista y dinámica y a un precio competitivo.

¿Qué es lo que diferencia a la empresa de otros centros?

● En realidad, no existe una competencia que trabaje con el mismo espíritu que Depiline. Y es que, además de los servicios que ofrecemos al público, contamos con una

línea propia de productos cosméticos y de belleza que no se puede improvisar de un día para otro. Depiline es fruto de un estudio profundo del sector y de las demandas del público. Y entre esas demandas está uno de los hechos que nos distinguen: la posibilidad de atender a nuestros clientes sin necesidad de pedir cita previa. Eso es especialmente importante en una sociedad en la que el tiempo no le sobra a nadie.

Después de diez años, ¿en qué situación se encuentra Depiline?

● Hoy en día, contamos con 60 franquicias repartidas por Catalunya, Levante, Andalucía y Portugal, pero la intención es seguir creciendo para llevar la marca y el concepto Depiline a toda la península ibérica, Europa y sudamérica. Eso será posible trabajando como hasta ahora e innovando con productos y servicios que respondan a las necesidades del cliente.

Y el más reciente es Color Factory. ¿En qué consiste?

● Es un servicio que pusimos en marcha en septiembre y que está pensado para aque-



llas personas que compran tintes para el cabello y se lo aplican en casa. Nosotros les ofrecemos un servicio que por sólo 5'90 euros incluye el tinte, la aplicación, el lavado del cabello y mascarilla capilar, como siempre, sin necesidad de reservar hora. Además, nuestro sistema nos permite mezclar tintes para encontrar el tono exacto que desea el cliente, lo que se convierte en un verdadero traje a medida de cada persona. Desde que funciona Color Factory hemos multiplicado por cinco el volumen de tintes Depiline vendidos. Es un ejemplo más de cómo podemos seguir evolucionando y creciendo a través de un servicio de calidad a un precio muy atractivo.



DEPILINE

josep comas i solà 15/17 08243
Manresa(Barcelona) - Tel. 902 406 500
www.depiline.com

Entrevista: Marta Ledesma, responsable de Línia Estètica

“Trabajamos para poner la estética y el bienestar al alcance de todos nuestros clientes”

Marta Ledesma lleva veinticinco años dedicada al mundo de los servicios de estética personal, dieciocho de los cuales al frente de Línia Estètica. Hemos hablado con ella para que nos explique cuál es la filosofía de sus establecimientos y qué servicios ofrece a sus clientes.

¿Cómo definiría Línia Estètica?

● Somos un centro dedicado a la estética personal desde un punto de vista integral y, sobre todo, con una vocación de servicio personalizada.

¿Cuál es la estructura actual de la empresa?

● Hoy en día contamos con tres centros abiertos, dos en la ciudad de Lleida y un tercero en La Pobla de Segur. En conjunto, en Línia Estètica trabajamos una docena de profesionales jóvenes y dinámicas pero, al mismo tiempo, con una alta preparación y formación en todos los tratamientos y servicios que ofrecemos al cliente.

¿Qué diferencia a Línia Estètica de otros centros similares?

● Hay varios aspectos que definen nuestra forma de trabajar. Uno de ellos es, como le comentaba al principio, el trato personalizado al cliente. Los nuestros son centros hechos a medida, y lo son a propósito para poder atender a cada persona que acude a nosotros con la dedicación que merece. En segundo lugar, Línia Estètica ha hecho desde siempre un gran esfuerzo para in-



vertir e incorporar a cada establecimiento aquellos avances tecnológicos que aportaran valor añadido al servicio. Esa apuesta por la tecnología es la que nos ha llevado a contar con tratamientos basados en avances como la radiofrecuencia, la endermología o las plataformas vibratorias, por poner algunos ejemplos.

¿A qué perfil responden sus clientes?

● Mayoritariamente son mujeres que tienen un nivel de exigencia muy alto y que hacen que Línia Estètica mejore día a día para aproximarse cada vez más a un centro de lujo. No obstante, en los últimos tiempos también hemos notado un mayor interés de los hombres por cuidar su imagen, tanto que hoy representan alrededor del 20% de nuestra clientela.

¿Cuáles son los planes de futuro de Línia Estètica?

● La intención es doble: por un lado, expandirnos por las comarcas de Lleida; por otro, seguir apostando por la innovación y la tecnología como principales cartas de presentación. No obstante, hay un campo en el que nos estamos introduciendo y que creemos que tiene gran potencial, y es el de to-

Todos los centros disponen de un servicio de asesoría de imagen personal, tanto para empresas como para particulares

do aquello que tiene que ver con el cuidado de la mente y el wellness y con aquellos tratamientos en los que el aspecto sensitivo cobra importancia. En definitiva, la idea es seguir logrando que la estética y el bienestar estén al alcance de todos nuestros clientes.



MÁS INFORMACIÓN
C/ Rovira roure 3, Lleida
telf. 973224457
www.liniaestetica.com

PRINCIPALES SERVICIOS

- Fotodepilación: En este campo, Línia Estètica ofrece técnicas eficaces como IPL o la depilación láser diodo.
- Tratamientos anticelulitis: ozonoterapia, LPG endermologie, vela smooth, dermajet, presoterapia, mesoterapia, algas y barros.
- Reafirmación corporal: ultratone, crosystem, radiofrecuencia, reafirmación de brazos, proellixe.
- Tratamientos faciales: oxigenoterapia, limpieza de cutis, peeling ultrasónico, tratamientos de caviar, tratamientos de colágeno, microdermoabrasión, radiofrecuencia, tratamiento manchas y arrugas, fotorrejuvenecimiento, tratamiento de acné.
- Masajes: quiromasaje, drenaje linfático, masaje ayurvédico, masaje 4 manos, reflexología podal, peeling corporal, masaje coreano, craneal y cervical.
- Tratamientos Spa: hot chocolat, peeling corporal sal marina, cerezaterapia, piedras calientes, piedras aromáticas, envolturas, sudación.
- Otros servicios: asesoramiento dietético, manicura y pedicura, permanente de pestañas, micropigmentación de cejas y labios, maquillajes, packs de novia, asesoramiento de imagen y peluquería.

Entrevista: Martí Ayats, responsable de Laboratorios Entema

“No tener productos de marca propia hace que nuestra filosofía se oriente a satisfacer a nuestros clientes”

Laboratorios Entema es una empresa especializada en la fabricación, envasado y acabado de productos cosmético-farmacéuticos. Para conocer con mayor detalle qué servicios ofrecen a sus clientes, hablamos con Martí Ayats, responsable de esta firma catalana.

¿Cuáles son los orígenes de Entema?

● Entema inició su andadura en 1995 en un pequeño local de Barcelona que ocupaba 200 metros cuadrados. El crecimiento de la empresa hizo que en el año 2001 nos trasladáramos a

Entema ofrece un servicio integral al sector cosmético-farmacéutico

Palau-Solità i Plegamans, donde contamos con una superficie de 4.000 m2 equipada con los últimos avances tecnológicos para la fabricación, envasado y acondicionado de productos cosméticos y farmacéuticos.

¿Qué tipo de productos fabrican?

● Básicamente, fabricamos tres grandes familias de productos: cosméticos, productos para la higiene dental y desinfectantes.

¿Cómo definirían la filosofía de trabajo de Entema?

● Nuestra empresa no tiene un producto con marca propia, de forma que toda nuestra actividad se orienta a satisfacer las necesidades de nuestros clientes. Esa es nuestra razón de ser y así llevamos haciéndolo durante quince años. Partiendo de este punto, creo que lo que nos distin-

güe de nuestros competidores es que disponemos de los medios técnicos y humanos adecuados para fabricar, envasar y acondicionar los productos en muy distintas presentaciones... Esto hace que el cliente tenga en nosotros un único interlocutor que se encargue de todo el proceso, con la calidad, servicio y comodidad para nuestros clientes.

Y con la calidad que precisa...

● Así es. Nuestras instalaciones están distribuidas en diferentes áreas productivas, lo que nos permite realizar simultáneamente diversidad de trabajos sin riesgo de contaminación cruzada para los productos. Además, siempre hemos apostado por la innovación y por la calidad de nuestros procesos, de manera que trabajamos según un manual de calidad que garantiza que nuestra producción se realice bajo las Normas de Correcta Fabricación (NCF) que rigen un sector tan exigente como el farmacéutico. De hecho, dentro de dos años la ley cambiará y obligará a los fabricantes de cosméticos a respetar los protocolos de la industria farmacéutica; nosotros ya lo hacemos y ello nos permite ofrecer a nuestros clientes un servicio integral con unos estándares de calidad superiores a los exigidos en la actual legislación. Mirando hacia el futuro esta adecuación técnica es nuestra arma competitiva para diversificar nuestros mercados y empezar a comercia-



UNA OFERTA INTEGRAL

- Fabricación
- Envasado
- Acondicionado final

lizar nuestros productos y servicios fuera de nuestras fronteras del mismo modo que lo hacemos en nuestro país.



Laboratorios

LABORATORIOS ENTEMA, S.L.
Passatge Llobregat, Nau 8 - 08184
PALAU-SOLITÀ I PLEGAMANS (Barcelona)
Tel. 93 864 46 96
www.entemasl.org
entema@entemasl.org



ALTERVAC

Tecnología propia en equipos de electrónica de potencia

ALTERVAC nació de la iniciativa de un grupo de profesionales, quienes se unieron para crear una ingeniería de desarrollo y fabricación de productos electrónicos de control y potencia, siempre según las necesidades específicas de cada cliente. Hoy, son un referente en sistemas de alimentación ininterrumpida (UPS), estabilizadores de tensión, sistemas de energía para telecomunicaciones, estabilizadores/reductores de alumbrado público, etc.

Los dos parámetros fundamentales sobre los que se asienta su estrategia corporativa son la responsabilidad, por cuanto sus artículos se ajustan a las normas de calidad más exigentes, además de incorporar la identifica-

ción CE como garantía de conformidad respecto a las Normas de Seguridad de la Comunidad Europea y a las Normas de Compatibilidad Electromagnética (EMC); y el servicio, porque ALTERVAC, S.A. tan solo depende de su propia capacidad de investiga-

ción y desarrollo, al contrario de lo que ocurre en España, donde la mayor parte de las compañías suelen estar subordinadas tecnológicamente a terceros.

CALIDAD, EQUIPO HUMANO Y SERVICIO, CLAVES

Desde el diseño de cada uno de los prototipos, los equipos se crean para resistir condiciones límite. En el posterior proceso de fabricación, se someten de nuevo a diversas verificaciones y a un chequeo final en el que se reproducen situaciones de máximo esfuerzo. Además, ALTERVAC, S.A. dispone de un exhaustivo manual de control de calidad a lo largo de todo el proceso de fabricación: proyectos, pedidos, compras, almacenes, fabri-



cación, control final, etc.

Asimismo, ALTERVAC, S.A. goza de un reconocido prestigio que le permite afrontar nuevas experiencias y proyectos con razonado optimismo, una posición que se debe en gran parte a la ilusión y entusiasmo de quienes trabajan para ella en forma de equipo cohesionado y eficaz.

A todo ello se une un ágil servicio de asistencia técnica a nivel nacional, con puntos de atención situados en las principales capitales, para el mantenimiento y la rápida asistencia a los equipos, logrando de esta mane-



GARANTÍA DE SEGURIDAD

ALTERVAC, S.A. garantiza la seguridad en el suministro de línea, adaptándose a los nuevos usos y necesidades del mercado, mediante:

- Sistemas de alimentación ininterrumpida "SAI's": equipos destinados a la alimentación estabilizada, limpia, segura y sin interrupciones de cargas críticas como sistemas informáticos, equipos de proceso, equipos de medicina y electroterapia, entre otros. Gama de potencias de 800VA hasta 4.800kVA, con tecnología LINE interactive y ON-LINE.

- Sistemas de alimentación DC: sistemas de alimentación y back-up para cargas de corriente continua modular y ampliables. Potencias desde 50W hasta 5kW, aquí ALTERVAC dispone de una gama estándar, y de equipos construidos según especificaciones técnicas y necesidades del cliente, con posibilidades de alimentación autónoma mediante placas fotovoltaicas para instalaciones re-



ra el nivel de atención de-

ALTERVAC

www.altervac.com
Tel./Fax: 93 848 6716

GRAN COBERTURA DE SERVICIOS

ALTERVAC puede controlar, gestionar y dar servicio 24 horas al día, 7 días a la semana, para cualquier equipo de la gama de sus fabricados; este control se realiza mediante la comunicación vía SNMP y/o GPRS, la información se recoge en su CALL CENTER, se procesa y se procede según las indicaciones pactadas con el cliente, estas actuaciones pueden ser vía soft o IN-SITU a cualquier hora, según las necesidades y características de la incidencia. El sistema asegura al cliente un control exhaustivo del funcionamiento de sus equipos y de las eventualidades que puedan suceder, dando aviso vía e.mail y SMS al servicio técnico de ALTERVAC y al responsable del cliente.

SABACAUCHO

Treinta años de vocación investigadora

Sabacauchó es una empresa especializada en el diseño y fabricación de todo tipo de productos a base de elastómeros, actividad que desarrolla desde su fundación, en 1979.

En sus inicios, Sabacauchó se centra casi exclusivamente en la fabricación de productos de caucho, pero la lógica evolución del sector hizo que la compañía se adaptara a los cambios y ampliara su actividad a todo tipo de elastómeros. Hoy, esta empresa catalana es

una referencia en su campo de actuación y trabaja para multitud de sectores, desde las energías renovables a la industria ferroviaria, pasando por la construcción de maquinaria, la industria aeroespacial, la química o el sector geotécnico, por citar sólo algunos ejemplos.

UNA FIRMA INNOVADORA

Desde que iniciara su andadura, la filosofía de trabajo de Sabacauchó se ha basado en ofrecer a sus clientes algo más que productos que respondieran a sus necesidades. José Luis Chica, Director del departamento de Ingeniería de la empresa, nos cuenta que "el principal valor

añadido de Sabacauchó radica en su capacidad para innovar y para aportar verdaderas soluciones al mercado. Invertimos fuertemente en I+D+i con el fin de crear nuestra propia tecnología y, si bien es cierto que contamos con productos estándar, aportar al cliente proyectos a medida que mejoren las prestaciones de sus equipos es nuestra actividad principal. Somos capaces de afrontar cualquier reto y, al menos a priori, eliminamos la palabra 'no' de nuestro vocabulario". En efecto, Sabacauchó se ha dotado de los medios humanos y técnicos necesarios para, como añade Jordi López, Director General de la compañía, "estudiar el problema del cliente, hacerlo nuestro y ofrecerle una respuesta eficaz y rápida. En este sentido, disponer de esos medios nos permite no depender de terceros y contar con un know-how propio que nos aporta flexibilidad y valor añadido". Entre esos medios se cuentan 9 prensas de vulcanización para la fabricación de caucho, siete máquinas de colada y doce hor-



X-LAST: UN PRODUCTO INNOVADOR

Tras varios años de investigación, Sabacauchó ha presentado un nuevo concepto de bolarde: X-Last®. Fabricado con un nuevo material con propiedades exclusivas, el bolarde X-Last® ofrece la máxima resistencia y flexibilidad, convirtiéndole en más seguro y duradero del sector.

El producto ofrece una enorme rigidez para evitar el paso de los vehículos, pero al mismo tiempo está dotado de una flexibilidad que lo hace prácticamente irrompible y que le permite recuperar su forma original a los pocos minutos de recibir un impacto, lo que elimina su mantenimiento y supone una atractiva alternativa para los ayuntamientos frente a los clásicos bolardeos metálicos. Sin embargo, si hay un aspecto adicional que sobresale por encima del resto es la seguridad que ofrece para las personas. Según los estudios realizados en IDIADA, la flexibilidad de X-Last® reduce en un altísimo porcentaje el daño que puedan sufrir las personas (peatones, ciclistas, motoristas...) que puedan impactar con él, eliminando prácticamente el riesgo de daños irreversibles que pueden causar los bolardeos de hierro que hoy hay repartidos por las calles.

"X-Last® puede realizarse con un diseño personalizado, tanto en formas como en colores, lo que supone un valor añadido más para hacer las calles no sólo más seguras y prácticas, sino también más modernas y atractivas. De ahí que algunas importantes ciudades hayan mostrado su interés por instalarlos a corto plazo, tanto en España como en Francia, un mercado al que dedicamos la mayor parte de nuestras ventas de exportación", concluye Jordi López.

nos de colado para el poliuretano y distintos equipamientos para los mecanizados, como tornos, electroerosionadoras o fresadoras.

Esa política de acción se ha visto reforzada con la implantación de sistemas de calidad y medio ambiente basados en las normas ISO 9001 e ISO 14001, lo que ha convertido en Sabacauchó en una de las empresas pioneras del sector en obtener la certificación medioambiental.

sabacauchó

POLYURETHANE. HIGH TECHNOLOGY IN ELASTOMERS

SABACAUCHO

Maresme, 1 Pol. Ind. Pla de la Bruguera - 08211 Castell del Vallès (Barcelona)
Tel. 937 143 900
www.sabacauchó.com
www.x-last.com



 **randstad**

Trabajo Temporal | Professionals & Outsourcing | Search & Selection | HR Solutions | Inhouse Services

JUAN JUAN MASSAGUER, S.L.

Juan Juan Massaguer, S.L. incrementa su oferta de prendas técnicas de altas prestaciones para la Salud y el Bienestar

Juan Juan Massaguer, S.L. es una empresa dedicada a la fabricación de Tejidos Técnicos y Prendas Confeccionadas para los mercados del textil-hogar y la sanidad.

Con más de 49 años de presencia en el mercado y una larga trayectoria industrial, la compañía fue fundada en 1964 en la ciudad de Mataró por D. Juan Juan Massaguer, y actualmente está dirigida por la segunda generación de la familia, representada en las hermanas Anna Maria -Directora General- y Marta de Juan Llinás -Directora Comercial y de producto

I+D+I- UNA FIRMA RECONOCIDA

A lo largo de su trayectoria, Juan Juan Massaguer, S.L. ha sido galardonada en varias ocasiones con menciones que reconocen su esfuerzo en la búsqueda de la excelencia. Su filosofía de empresa aúna la fuerza de la experiencia y la constante especialización I+D+I que los sitúa en los niveles más avanzados del sector. Siendo requerida su participación en foros técnicos como la reciente edición de Innova 360º-Diciembre 2009-, organizada por el Ayuntamiento y el TecnoCampus Mataró-Maresme, donde la compañía expuso su experiencia como fabricantes de tejidos microencapsulados de última generación con prestaciones pensadas en beneficio de la salud y el bienestar de las personas.

Juan Juan Massaguer, S.L. ha apostado por la innovación como principal carta de presentación, proyecto que ha llevado a la empresa no sólo a mejorar los beneficios de sus productos, sino también a recurrir a procesos encuadrados en el marco de la eco-eficiencia. "Con frecuencia nos cuenta Marta de Juan- recurrimos

a materiales que han finalizado su vida útil y que una vez Recicladados, se reincorporan al ciclo industrial en forma de materias primas de alta calidad para nuestros tejidos. Es uno de los modos que nuestra empresa tiene de colaborar en la preservación del medio ambiente".

UNA OFERTA NOVEDOSA

La oferta de Juan Juan Massaguer se centra, según explica Anna Maria de Juan, "en la fabricación de Tejidos Técnicos microencapsulados con extractos naturales y de Prendas elaboradas a partir de ellos. Se trata de Tejidos de última generación que fabricamos en su integridad en España y que nos permiten confeccionar una gama de prendas de higiene personal, bienestar y protección sanitaria".

Actualmente, Juan Juan Massaguer, S.L. comercializa sus productos a través de diferen-



tes canales, desde grandes superficies a distribuidores sanitarios, pasando por tiendas de perfumería y cosmética, para farmacias, farmacias, ortopedias, centros geriátricos, hospitales o empresas suministradoras de artículos de gran consumo. La empresa tiene la intención de potenciar su actividad exportadora, por lo que está estableciendo contactos con otras empresas que compartan su filosofía de I+D+I para trabajar de forma conjunta en el comercio exterior.

JUAN JUAN MASSAGUER, S.L.
Can Negoci, 14-16 Pol. Ind. Can Negoci - 08310 Argentona (Barcelona) - Tel. 93 798 25 66
www.juanjuanmassaguer.com

PRODUCTOS

- Textiles cosméticos: Bajo la marca SponJet, la empresa fabrica esponjas y manoplas jabonosas para la higiene personal, un innovador producto para la higiene de toda la familia que es de un solo uso y totalmente reciclable.
- Textiles con aromaterapia: AromaticDreams es una línea de ajuar de cama con efectos de aromaterapia elaborados a partir de principios activos de esencias naturales beneficiosas para la salud. Es el máximo ejemplo de los tejidos técnicos microencapsulados desarrollados por Juan Juan Massaguer, S.L.
- Psicoterapia aplicada a prendas: Gama de baberos y fundas para asientos y sillas de ruedas que se comercializan con la marca Línea Dignity.
- Ajuar de protección sanitaria: Empapadores reutilizables, impermeables para uso sanitario. Resisten 200 lavados y están disponibles (marca Ferma) en distintos grados de absorción. La serie incluye un amplio surtido de prendas impermeables para colchones y almohadas.

Entrevista: Eduard Coloma, Director General y Consejero Delegado de Fepre

“En tiempos de crisis económica debemos reinventar nuestros productos y orientarlos hacia tal situación”

Con una trayectoria en el mercado de más de 40 años, Fepre, S.A. es un punto de referencia en el mercado de bricolaje y ferretería. La compañía ha experimentado numerosos escenarios económicos a lo largo del tiempo y siempre ha sabido adaptarse y readecuar su estrategia en cada uno de ellos. Fundada en 1969 por D. Josep M^a Coloma Pascual, la firma está actualmente gestionada por los hermanos Eduard y Francesc Coloma, quienes han desarrollado una labor en la empresa basada en el constante crecimiento de la misma. Con unas modernas instalaciones de 4.000 m² y un portafolio de producto superior a las 2.000 referencias, Fepre, S.A. es fabricante nacional, siendo también fabricante en Asia y distribuidor exclusivo de conocidas multinacionales europeas. Eduard Coloma, Director general y Consejero Delegado de la empresa, se lamenta de los escenarios económicos actuales pero nos argumenta que en una crisis como la actual se puede crecer industrialmente.



Ejemplo de un lineal de Fepre en los centros de bricolaje

¿Qué estrategia adopta su empresa para poder acreditar un incremento en cifra en este difícil año?

● En tiempos de crisis económica debemos reinventar nuestros productos y orientarlos hacia tal situación. En una coyuntura como la actual baja el presupuesto de las familias, pero no la demanda de productos. El presupuesto de una familia, que en tiempos de bonanza era de 10, ha bajado a 6, pero ello no indica que sus necesidades sigan siendo las mismas. Pongamos pues a su disposición productos de mejor precio, potenciemos las gamas first price. Cada escenario económico indica por sí sólo las gamas a potenciar.

Así pues el futuro de su empresa...

● Es inmejorable. Tenemos una tasa media de crecimiento anual superior al 15% acumulado en los últimos 10 años y con unas muy buenas expectativas de crecimiento para el 2.010. Hemos accionado los mecanismos oportunos para readecuar los productos al nuevo presupuesto de las familias y nos hemos integrado a la nueva situación. Esta integración da frutos. No podemos ponernos la venda en los ojos y esperar a salir de la crisis. Industrialmente hablando, debemos ser fríos y definir objetivamente que tipo de demanda vamos a tener y actuar en consecuencia.

¿Qué opina del sector industrial español?

● En nuestras reuniones familiares hablamos periódicamente de este tema y vemos lamentable el cómo y a qué velocidad nuestro país se ve

obligado a importar y dejar de fabricar. Una gran mayoría de fábricas españolas están dejando de funcionar porque no son rentables. Todos nos hemos visto obligados a apuntarnos al carro asiático. Creo que no debería ser así. Nunca he comprendido el por qué Europa no pone una barrera arancelaria ante países que explotan a sus trabajadores y que no exigen prácticamente tributación a las empresas. El estado del bienestar en el que vivimos es fantástico, pero no olvidemos que tiene un elevado coste. Ese coste lo mantenemos empresas y trabajadores y, por tanto, debemos repercutirlo a nuestros productos. Es obvio, ¿no?. Bien, la conclusión es que las fábricas españolas y europeas estamos ante una situación de injusta competencia por parte de países en vías de desarrollo. El coste de un empleado en España es muy alto y dista mucho del de "un plato de arroz". ¿Cómo se puede pretender una competencia leal ante tal escenario?

¿Cómo se ha adaptado su empresa a este cambio?

● Hace diez años, Fepre fabricaba el 100% de sus productos. Ante tal situación y después de varias reuniones internas determinamos que si Europa no vela por sus empresas, deben ser las mismas las que tomen sus propias decisiones para seguir en el mercado y finalmente decidimos -muy a pesar nuestro- trasladar parte de la producción a Asia. A pesar de esto, seguimos fabricando parte de nuestro portafolio de productos, pero para ello hemos tenido que invertir fuertes sumas de dinero para preparar líneas de producción que no necesiten prácticamente mano de obra. Es la única for-



ma de poder competir con el tigre asiático. Es en este punto donde el área de dirección de la empresa debe tener una mentalidad abierta, práctica y objetiva sabiendo dar un nuevo rumbo a la compañía. En Fepre combinamos perfectamente la fabricación propia nacional, la fabricación en Asia y la distribución, pero siempre teniendo muy claros los parámetros de coste de cada producto y evaluando el coste de oportunidad.

¿Cómo vislumbra el futuro?

● Sólo podemos afrontar el futuro con optimismo. En los peores momentos se han efectuado los mejores inventos, y con esta mentalidad podremos dar al mercado lo que realmente necesita en cada momento del ciclo económico y, en consecuencia, crecer empresarialmente.



DURAline®

FEPRE, S.A.
Schubert, Naves 9-11 Pol. Ind. Can Jardí
08191 RUBÍ
Tel. 93 697 01 03
www.fepre.com

valor real

En Randstad sabemos que el valor real de las empresas lo forman las personas que trabajan en ella.

Nuestras soluciones en recursos humanos nos permiten ofrecerle el talento necesario con la máxima calidad para la consecución de sus proyectos.

Ayudar al crecimiento de su empresa es parte de nuestro trabajo. Es nuestro compromiso con el mundo del empleo.

Encuentre el valor real en www.randstad.es o llame al 902 14 00 00

good to know you



 **randstad**

Trabajo Temporal | Professionals & Outsourcing | Search & Selection | HR Solutions | Inhouse Services



Holland America Line

A Signature of Excellence

¿Cómo es un crucero con la Marca de la Excelencia?



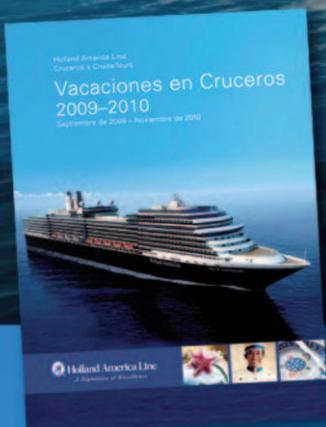
- Flota de 14 modernos buques, 5 de ellos realizando cruceros en 2010 por el Mediterráneo y Norte de Europa.
- Camarotes más espaciosos y amplios espacios públicos.
- Barcos de tamaño medio, 90.000 toneladas, sin colas ni aglomeraciones.
- Varios restaurantes a bordo, sin horarios ni mesas asignadas en la cena.
- Amplio programa de servicios en español.
- Más tiempo en cada puerto de escala para disfrutar al máximo de cada destino.
- Personal formado exclusivamente por y para Holland America Line.
- Líder en el segmento de los cruceros Premium con más de 135 años de experiencia.
- Cruceros de 5 estrellas, los más galardonados en su categoría.

**CRUCERO DESDE BARCELONA
EN CAMAROTE CON BALCÓN**

7 noches en pensión completa desde:

1.159€ INCLUYE TASAS

*Precio por persona en cat. VD basado en la salida del Noordam - 26 Julio 2010



**SOLICITE EL CATÁLOGO VACACIONES EN CRUCERO HOLLAND AMERICA 2010
EN AGENCIAS DE VIAJES O EN EL 902 365 454**

Más información en www.unmundodecruceros.com
Reservas en las Agencias de Viajes

