E50 INSPIREM FUTURS
ESADE 1958-2008

Especial internacionalització

Oberts al món

PUBLICACIÓ TRIMESTRAL
DE L'ASSOCIACIÓ D'ANTICS
ALUMNES D'ESADE
TARDOR 2007
Nº 122 | 10 €

ESADE alumni

Isak Andic
Conversa amb Marcel Planellas sobre l'estratègia de creixement de Mango

Nou portal www.esadealumni.net
Enfortim la connectivitat de la xarxa Alumni

Iniciativa Consultors Solidaris ESADE Alumni
Segona edició del projecte Alumni Solidari

sumari

ESADE ALUMNI

Publicació d'ESADE Alumni
Av. Pedralbes, 60-62.
08034 Barcelona
Tel. +34 934 952 063
www.esadealumni.net

JUNTA DIRECTIVA
Germán Castejón, President
Pedro Navarro, Vicepresident
Patricia Estany, Vicepresidenta
Juan Ramírez,
Vicepresident i Tresorer
Sebastià Sastre, Secretari
Antonio Delgado,
Vicesecretari General

Vocals: Ignacio Arbués, Xavier Argenté, Manuel Brufau, Cristina Domingo, Cecilia Nan Yeh Chang, Marcel Planellas, Carles Torrecilla, Diego Torrres i Xavier Viver

Director ESADE Alumni:
Xavier Sanchez

Director de la revista:
Colin McElwee

Coordinació editorial:
Patricia Sotelo

Disseny i realització
BPMO Edigrup
C/ Caballero, 79, 7ª planta,
08014 Barcelona
Tel. +34 933 637 840
www.grupobpmo.com

Coordinació:
Anna Aumatell
Direcció d'art:
Paula Mastrángelo
Disseny gràfic:
Juan Carlos Moreno
Assessorament lingüístic:
Raúl Pelegrín
Producció:
Cristina Prats
Edició fotogràfica:
Carlota Prats

Publicitat:
Manel Carruesco
Tel. +34 933 637 840

Dipòsit legal: B-6077/ 90
Difusió controlada per ojd
Castellà: 14.938
Català: 15.145
Anglès: 198

Editorial 5

Networking

ESADE ALUMNI INTERNACIONAL 8

CLUBS TERRITORIALS 10

CLUBS FUNCIONALS I SECTORIALS 14
Actualitat Clubs
Nou Club d'Automoció
Activitats

DES D'ESADE ALUMNI 20
Nou portal www.esadealumni.net
Deutsche Bank lliura 7.660 euros al fons de beques ESADE Alumni
Conveni de col·laboració amb els antics alumnes de l'ICI

ALUMNI SOLIDARI 22
2a edició de la iniciativa Consultors Solidaris

SÓN NOTÍCIA 82
Update professional dels antics alumnes
Trobades de promocions
Activitats

NOMÉS SOCIS 96
Avantatges econòmics exclusius per al soci

ALUMNI EMPRENEDOR 42
Goa Internet Services (MIGOA)

Actualització i coneixement

DEBAT 28
L'Índia o la Xina: qui serà el líder asiàtic del futur?

CONVERSEM AMB 24
Isak Andic conversa amb Marcel Planellas sobre l'estratègia de creixement de Mango

CASOS EMPRESARIALS 38
La RSE no només per a les grans

ACTUALITZACIÓ 48
Executive education
MBA
Executive Language Center
Matins ESADE
Programes d'actualització
Fòrums i altres activitats

DESENVOLUPAMENT PROFESSIONAL 58
Workshop "Networking en acció"

ESPAI JURÍDIC 68
Sobre universitats, mecenatge i fiscalitat

ESADE

E50 62
Conèixer el claustre

ENS APROPEM A... 70
Joan Massons i Teresa Duplá

ESADE AVUI 74
Notícies

Firmes

LA MEVA OPINIÓ 46
'Deixin en pau els impostos!', per Luis de Sebastián

EL RELAT 98
'Com el pare', per Fernando Trías de Bes

Dossier

Internacionalització: oberts al món 30

Llistat **Antics Alumnes**

que apareixen a la revista

Xavi Admetlla Edik 92 82
Muhammada Al-Sadek MBA 07 35
Juan Álvarez de Lara PMD 07 86
Jordi Angenté Lic&MBA 83 63
Ignacio Anglada MBA 05 35
Albert Armengol MBA 03 42
Ramon Aspa MBA 97 52
Jens Backlund Máster Chile 03, 86
Ari Baetiong MBA 04 35
Antoni Ballabriga MBA 91 82
Enrique Berenguer Dir. Y Gestión en Mk 86, 10
Joseph M. Buades MBA 00 35
José Alejandro Bermúdez Dcho.Comp, proa.ind. y dcho. Autor 05 9
Oriol Blasco MBA 04 42
Conrad Blanch MBA 82 35
Emilio Calabuig PMD 01 84
José M Cánovas del Castillo MBA 99 83
Manuel del Carpio Tamayo MBA 88 35
Alfonso Carrasco MBA 01 9
Roberto De Stefano PDE 04 35
Luis Miguel Carrasco Dir. Econ-Finan. 06, 86
Ignasi Carreras SEP 06 12, 23
Xavier Castañar Lic&MBA 92 8, 35
Germán Castejón Lic&MBA 81 5, 21, 23
Rafael Castelltort MBA 05 86
Gustavo Chicarino MBA 95 35
Virginia Cirera Lic&MDe 05 23
Miriam Cloquell MBA 99 35
Fiorella Coello Dir. y Gestión Marketing 06 86
Ángel Conde MBA 97 9
Juan Cortina EMBA 04 29
László Csóka CEMS 05 8
Nicole Curti MBA 05 35,50
Vitor Duarte MBA 04 35
Xavier Esquerda MBA 99 84
Iván Fernando Cuellar MBA 05 9
Joseph Fabra MBA 94 8
Fernando Fernández Lic&MDE 99 35
Javier Fernández Núñez Máster Dir. Mark. 02 35
Iván Fernando MBA 04 35
Lluís Flaquer Lic&MBA 90 8, 82
Jorge Flores MBA 06 35
Marta Foros MBA 03 84
Frederic Fournier MBA 01 35
Ignacio Franquesa MBA 95 35
Miguel García Ruiz MBA 01 35
Humberto Garrido MBA 99 35
Carlos Gaviria M.Dir.Mk 03 9
Rohit Ghandi MBA 00 35
Ferran Giones Lic&MBA 02 9
Dídac Giribets Lic&MBS 01 42
Antoni Glases Lic&MBA 86 10
Ricardo Gómez MDM 03 84
Joan Enric González MBA 93 83
José Antonio González MBA 90 8
Alfred Gratzer Global eManagment 02 8
César Groce MBA 03 35
Cecilia Guzmán PDE 35
David Hatch MBA 04 35
Manuel Herrera MBA 03 8, 35
David Hidalgo MBA 2000 35
Stefan Hoerster MBA 03 35
Bertil Huger Lic&MDE 97 35
Sílvia Ibáñez Lic&MBA 91 11
Sofie Janssen Máster Derecho Int. 05 35
Victor L. Jaramillo Gallo Programa en Derecho del Comercio 04 35
Samjah de Jongh MBA 99 8
Natalie Julián Lic&MBA 04 8
Fernando Junio Lic&MDE 03 35
Jorge Kawaguchi PDE 04 35
Tobias Kosten MBA 04 35
Jerome Lacombe MBA 04 35
Manuel Lafora Lic&MBA 93 83
Gadi Lahav MBA 05 35
Antonio Lamora Asesoría Gestión Tributaria 00 11
Óscar Larrain Máster Com. Int. 90 35
Jean Latière MBA 05 8
Olivier Lefevre MBA 03 8, 35
Carlos López Master Direc. Operaciones 05 11
Iñigo López MBA 96 8
Lluís López PMD 03 86
Silvia Luperdi Bustos MBA 02 35
Blair Maclaren MBA 07 50
Nicolas Maigne MBA 05 35
Sonia Manasanch Lic&MBA 95 83
Cristophe Marquet Mást. Com. Int. 91 82
Claudio Martínez MBA 99 35
Frank Martínez EMBA 03 84
Jaume Maspons LIK&MDE 07 8
Joan Massallé MDMC 05 15
Eugenio Mealli MBA 99 84
Juan Francisco Mejía PMD 91 35
Isabel Menéndez EDIEF 07 21
Javier Mérida Lic&MBA 90 8
Isabel Mestres LIK&MDE 04 8
Sergi Monros Lic&MBA 97 9, 35
Jorge Monzani M. Dir. Y Adm. De Emp.-ICDA 01 35
Jordi Mora Lic&MBA 98 10
Jorge Miguel Moreno Revilla MBA 02 84
Ester Mosquatell MBA 92 35
Francisco Javier Muñoz Lic&MDE 86 82
Joaquín Muñoz Lic&MDE 96 8, 35, 83
Pedro Navarro Lic&MBA 67 23
Sonia Navarro MBA 01 11, 12, 23
Tyler Newby MBA 06 35
Enric Noguer Lic&MBA 93 10
Antonio Núñez López Lic&MBA 94 62
Thiago Oliveira MBA 06 35
Antoni Olivella Lic&MBA 75 82
Domingo Olmos EMBA 06 86
Álvaro Ortega Lic&MBA 92 82
Martí Pachamé EMBA 03 84
Sanae Parra MBA 05 50,62
Xavier Picanyol Lic&MDE 05 35
Oriol Pinya Lic&MBA 62
Marina Planas MBA 02 15
Marcel Planelles PMD 87 21,25
Blanca Pons Lic&MDE 00 84
Jordi Porta MBA 99 8
Enric Prat EMBA 04 8
Joan Prat Dir. Servicios Integrales 95 35
Carlos Precali Lic&MBA 93 35
Isabel Rallo Lic&MBA 90 21
Ferran Ramón-Cortés CE&MBA 87 62
Xavier Roca Lic&MBA 98 11
Alberto de Rosa MBA 87 82
Bruno Saguer EMBA 05 86
María Sala Lic&MBA 97 35
Bruno Sampaio MBA 99 35
Damir Sancevic Program of Management Development 94 35
Eduardo Sanchez Lic&MBA 97 12
Xavier Sanchez Lic&MBA 97 12, 21, 35
Carolin Saktreger Lic&MDE 04 35
Josep Santacreu PDM 89 23
Marlene Shara Lic&MDE 04 35
Kristof Schiepers MBA 04 35
Montserrat Serrano Prim Lic&MBA 01
Carlos Sicurello Máster en dirección de empresas-ICDA 01 35
Fernando Sinesio Lic&MBA 93 82
Mahias Slabbinck Máster Com. Int. 92 35
Joaquima Sol Lic&MDE 80 35
Juan M. Soler Pujol Lic&MBA 68 65
Ferran Soriano Lic&MBA 90 50
Sandor Spakovsky MBA 06 9
Melissa Spencer MBA 99 35
José Luís Suárez EMBA 04 8
Santiago Tintoré Lic&MDE 88 35
Fernando Trías de Bes Lic&MBA 90 98
José Mª Tomás Ucedo Lic&MBE 80 35
Carles Torrecilla Lic&MBA 96 11
Sonia Vallet Garriga MBA 03 84
Daniel Vanegas Máster Dir. Ec.-Fin.04 35
Borja Varela Ip&It 05 35
Alfred Vernis Lic&MBA 88 23
Queralt Vila y Canal Lic&MDE 07 35
Juan Vives MBA 00 84
Franziska Von Lippa EMBA 06 50
Mark Wetzels MBA 04 35
Nicolás Williams MBA 00 35
Sonia Yebra Lic&MDE 94 35

ESADE Alumni: una xarxa global

Les coses han canviat molt des que ESADE va començar la seva activitat fa 50 anys. El món era aleshores més local. Avui la globalització és una realitat que ens afecta a tots. A casa i a la feina. Totes les empreses i organitzacions es veuen afectades pel fenomen de la globalització. I han de donar resposta en la definició de la seva estratègia, en la seva organització i en l'assignació de recursos. ESADE i ESADE Alumni també.

En el cas d'ESADE, l'aposta estratègica és competir globalment. Fa anys que estableix aliances amb altres universitats i escoles de negocis, incloses les xarxes del PIM o la CEMS. Ha internacionalitzat els seus programes i el Claustre del Professorat per atendre el fort procés d'internacionalització de la base d'estudiants. Ha incorporat l'anglès com a llengua oficial i única en molts programes. I evoluciona per adaptar-se als reptes i oportunitats que ofereix el mercat únic d'educació europeu (conegut com a pla Bolònia) i la creixent demanda de formació de la màxima qualitat per part d'estudiants i empreses de tot el món.

L'esforç d'internacionalització d'ESADE està donant bons resultats. Ho confirmen anualment els rànquings de més prestigi i sobretot la gran qualitat dels estudiants que cada any s'incorporen a ESADE. Els antics alumnes estem especialment orgullosos d'haver aconseguit per segon any consecutiu la qualificació de millor escola de negocis internacional per *The Wall Street Journal*, en una enquesta a més de 4.000 empreses de tot el món.

La internacionalització d'ESADE canvia el perfil del col·lectiu d'antics alumnes. Avui som gairebé trenta-cinc mil antics alumnes i estem a 95 països.

Per a ESADE Alumni l'estratègia d'internacionalització és essencial. De fet, definim ESADE Alumni com la gran xarxa global dels antics alumnes. La xarxa de Chapters internacionals, l'edició d'aquesta revista en anglès i la nova web són eines que faciliten l'aportació de valor de forma global. ESADE Alumni compta ja amb 20 Chapters internacionals i delegats en 8 països, amb un nivell d'activitat creixent. Tot això és possible gràcies a la implicació de més de 100 antics alumnes en països diferents i a un fort equip que dirigeix i dóna suport al projecte des de Barcelona. Ells són els protagonistes d'aquesta història. Te l'expliquem en el dossier.

Per a ESADE Alumni l'estratègia d'internacionalització és essencial

La nova web, que estarà operativa en breu, aportarà eines relacionals i de comunicació que donaran un nou impuls a la presència global d'ESADE Alumni. I suposarà un nou impuls en la connectivitat i aportació de valor de la xarxa. T'ho avancem en aquest número.

Gaudeix de la revista i fes-nos arribar els teus comentaris i suggerències. Com sempre, em tens a la teva disposició a german.castejon@alumni.esade.edu

GERMÁN CASTEJÓN (LIC&MBA 81)
PRESIDENT D'ESADE ALUMNI
german.castejon@alumni.esade.edu

Trobada del Chapter de França d'ESADE Alumni

París, França

27 de juny de 2007

Drets, i de dreta a esquerra: Jaume Maspons (Lic&MDE 07); Olivier Lefevre (MBA 03), nou Vicesecretari del Chapter; Enric Prat (EMBA 04); Jean Latière (MBA 05); Isabel Mestres (Lic&MDE 04); Lluís Flaquer (Lic&MBA 90); Julia Kayserberg; Joaquín Muñoz (Lic&MBA 96), Tresorer; Xavier Castañer (Lic&MBA 92), President; Samjah de Jongh (MBA 99); Jordi Porta (MBA 99); José Antonio González (MBA 90), Vicepresident; Àlex Ruiz i José Luis Suárez (EMBA 04)

El Chapter de França d'ESADE Alumni va celebrar a París el darrer sopar del curs 2006-2007, que va reunir un total de 16 antics alumnes. Algun d'ells hi assistia per primera vegada. Gràcies al nou Vicepresident del Chapter, **José Antonio González (MBA 90)**, aquest sopar va ser patrocinat per l'empresa Cofer, propietària de la marca Pikolin.

Per a més informació o per apuntar-te al Chapter contacta amb chapterfrance@alumni.esade.edu

El Chapter de Mèxic d'ESADE Alumni actualitza coneixements amb la sessió 'Les organitzacions amb una llarga vida'

Mèxic DF, Mèxic

18 de juliol de 2007

La junta del Chapter de Mèxic d'ESADE Alumni va convidar els antics alumnes de la zona a una sessió d'actualització de coneixement titulada *Les organitzacions amb una llarga vida*. A la reunió, el ponent de la qual va ser Arturo Gutiérrez, es va parlar dels factors clau perquè una organització tingui llarga vida, tot citant com exemples diferents empreses que tenen més de 100 anys. Es van tractar temes sobre per què una empresa mor aviat, com el factor humà és un factor d'èxit per a les organitzacions i què han de fer les organitzacions perquè la gent tingui èxit dins l'empresa. Van assistir a l'acte, entre d'altres, **Iñigo López (MBA 96)**, **Josep Fabra (MBA 04)**, **Javier Mérida (Lic&MBA 90)** i **Nathalie Julien (Lic&Mba 04)**.

Per a més informació o per apuntar-te al Chapter, contacta amb chaptermexico@alumni.esade.edu

Cita a Viena per augmentar el poder de la xarxa

Viena, Àustria

8 de juliol de 2007

La ciutat de Viena va acollir l'esmorzar i la sessió que va servir com a programa d'actualització a càrrec de Silviya Svejenova, professora adjunta al departament de Política d'Empresa d'ESADE, titulat *Enhancing the power of your networks* i que tracta sobre com augmentar el poder de la xarxa de negocis, adreçat a antics alumnes a Àustria, República Txeca, Hongria i Eslovènia.

Manuel Herrera (MBA 03), Delegat a Àustria d'ESADE Alumni; László Csóka (CEMS 05), Silviya Svejenova i Alfred Gratzer (Global eManagement 02)

Taula rodona del Chapter d'Alemanya d'ESADE Alumni

Colònia, Alemanya

3 d'agost de 2007

El Chapter d'Alemanya d'ESADE Alumni ha organitzat aquest estiu una taula rodona a Colònia per donar a conèixer a tots els assistents la cultura local de la cervesa.

Per a més informació o per apuntar-te al Chapter, contacta amb chaptergermany@alumni.esade.edu

El Chapter de Colòmbia ESADE Alumni elegeix el seu nou President

Bogotà, Colòmbia
26 de juliol de 2007

Assistents al sopar de networking a Bogotà

El Chapter de Colòmbia d'ESADE Alumni es va reunir en un sopar de networking a Harry Sasson, al centre de Bogotà, amb l'objectiu d'elegir el nou President, que finalment va ser **Iván Fernando Cuéllar (MBA 05)**. Entre la llista d'assistents, destaca la presència de **Carlos Gaviria (M. Dir. Mk 03)**, **José Alejandro Bermúdez (Dret Comp, prop. ind. i dret Autor 05)**, **Alfonso Carrasco (MBA 01)**, **Mauricio Fonseca, Ángel Conde (MBA 97)**, **Sandor Spakivsky (MBA 06)** i Ángela Hernández.

Per a més informació o per apuntar-te al Chapter, contacta amb chaptercolombia@alumni.esade.edu

El Chapter de Veneçuela ESADE Alumni analitza les inversions en països emergents

Caracas, Veneçuela
26 de juliol de 2007

El Chapter de Veneçuela d'ESADE Alumni va organitzar una sessió de formació contínua sobre inversions a països emergents, a càrrec de Jaime Sabal, professor del departament de Control i Direcció Financera d'ESADE. La ponència, a més de convocar tots els antics alumnes de la zona, va comptar amb la col·laboració de l'Associació d'Antics Alumnes de la UCAB.

Per a més informació o per apuntar-te al Chapter, contacta amb chaptervenezuela@alumni.esade.edu

Els contactes professionals, a debat al Chapter de la Xina d'ESADE Alumni

Xangai, Xina
4 de setembre de 2007

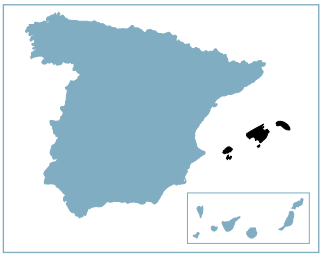
El Chapter de la Xina d'ESADE Alumni es va reunir a Xangai amb motiu de la visita de la professora de l'Institut d'Estudis Laborals Yingying Zhang per participar en una conferència. A l'esmorzar, celebrat al restaurant Bella Napoli, van ser-hi presents, a més de Yingying Zhang, **Ferran Giones (Lic&MBA 02)**, **Sergi Monros (Lic&MBA 97)** i José Martínez. Durant l'àpat, es va parlar de diversos temes, com ara la cultura de fer negocis a la Xina i les experiències d'empreses espanyoles i multinacionals durant la seva introducció al mercat xinès.

Yingying, Ferran Giones (Lic&MBA 02), Sergi Monros (Lic&MBA 97) i José Martínez

Per a més informació o per apuntar-te al Chapter, contacta amb dominik.mertens@esade.edu

CLUB DE BALEARS

‘Els nous reptes de l’hostaleria de vacances’, sopar-col·loqui amb Enric Moguer



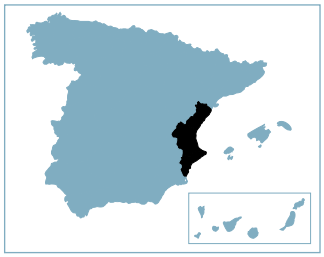
El Club de Balears, amb la col·laboració del Club de Gestió Turística d’ESADE Alumni, va organitzar, el 20 de juny passat, un sopar-col·loqui sota el títol *Els nous reptes de l’hostaleria de vacances*, que va comptar amb la presència del Director General d’Hotetur, **Enric Moguer (Lic&MBA 93)**. Al sopar, que es va celebrar a Palma de Mallorca, van assitir-hi una trentena d’antics alumnes, interessats en la temàtica, i s’hi van poder debatre i intercanviar impressions durant un animat esdeveniment en un restaurant de la ciutat.

D’esquerra a dreta, Enric Noguer (Lic&MBA 93); Jordi Mora (Lic&MBA 98), President del Club ESADE Alumni de Balears, i Antón Grases (Lic&MBA 86)

Contacta amb nosaltres a
clubbaleares@alumni.esade.edu

CLUB DE LA COMUNITAT VALENCIANA

‘Estratègies de posicionament trencadores’



El Club de la Comunitat Valenciana va convidar els antics alumnes a assistir a aquest acte, organitzat amb motiu del programa Executive Education i que va comptar amb el patrocini d’Aidico. **Enric Berenguer (Dir. i Gestió en Màrqueting 86)**, President del Club Comunitat Valenciana, va presentar la conferència *Estratègies de posicionament trencadores: diferenciar-se tot trencant motlles*, a càrrec de la professora del departament de Màrqueting d’ESADE, Beatriz Soler. Després de l’acte, es va oferir un còctel a tots els assistents.

Contacta amb nosaltres a clubvalencia@alumni.esade.edu

CLUB DE GIRONA

‘EL DIRECTIU FAMILIAR I NO FAMILIAR A L’EMPRESA FAMILIAR’

La conferència, organitzada pel Club de Girona, va tenir lloc a les instal·lacions de l’Hotel AC Palau de Bellavista. A la ponència, van assistir-hi al voltant de 35 antics alumnes, i s’hi van tractar temes com la professionalització de l’empresa familiar i el canvi generacional. Els encarregats de la sessió van ser, en aquesta ocasió, Joan Alfons Torrent, Soci Director de Torrentidedeu i David Bohigas, Coacher financer d’aquesta mateixa empresa.

Contacta amb nosaltres a
clubgirona@alumni.esade.edu

CLUB D’ANDALUSIA ORIENTAL

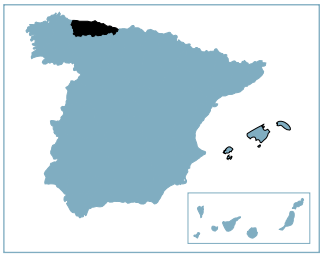
‘ELS SET PECATS CAPITALS DE L’EMPRESA FAMILIAR’

El Club d’Andalusia Oriental va convidar els antics alumnes a assistir a aquesta conferència. En el marc de la presentació del nou Programa per a Directors Propietaris, el 17 de juliol passat. El director del programa de Direcció General d’Executive Education d’ESADE, Ignasi Mur, va oferir a Granada aquesta ponència.

Contacta amb nosaltres a
clubandaluciaoriental@alumni.esade.edu

CLUB D'ASTÚRIES

El valor de la marca en la innovació



El 21 de juny passat, el Club d'Astúries va convidar els seus antics alumnes a la conferència *El valor de la marca en la innovació*, dins la sessió de clausura del màster de Màrqueting.

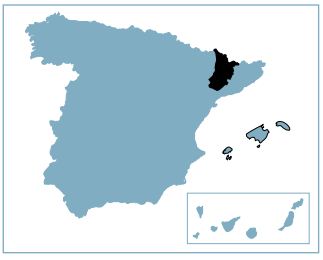
L'acte fou presidit per Eduardo Suárez, Secretari de la Junta de Govern del Col·legi d'Economistes, acompanyat a la mesa per **Carles Torrecilla (Lic&MBA 96)**, professor d'ESADE i membre de la Junta Directiva d'ESADE Alumni, i el ponent, Jorge Areces.

Imatge dels membres de la mesa de presidència de la conferència

Contacta amb nosaltres a
clubasturias@alumni.esade.edu

CLUB DE LLEIDA

Esmorzar-col·loqui amb Àngel Ros i Domingo, alcalde de Lleida



El Club de Lleida va organitzar un esmorzar-col·loqui amb l'alcalde de Lleida, Àngel Ros i Domingo, al club de tennis de la ciutat. L'acte, celebrat l'11 de juliol passat, va tenir una gran acollida, i van assistir-hi uns 80 antics alumnes que van gaudir d'un dinar agradable, mentre debatien sobre temes locals i feien arribar les seves inquietuds i preguntes a l'alcalde de la seva ciutat.

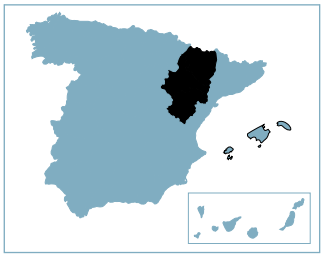
Al centre de la imatge, Àngel Ros i Domingo. A la seva esquerra, Xavier Roca (Lic&MBA 98), President del Club ESADE Alumni de Lleida. I, a la seva dreta, Sílvia Ibáñez (Lic&MBA 91)

Contacta amb nosaltres a
clublleida@alumni.esade.edu

CLUB D'ARAGÓ

II Jornada Anual del Club Aragó

Algunos de los asistentes durante el cóctel de clausura de la jornada que tuvo la colaboración de la Cámara de Comercio de Zaragoza



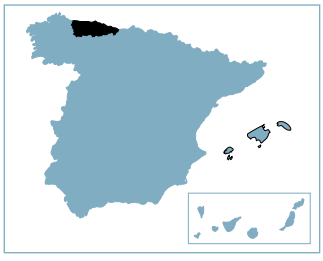
El 13 de juny passat es va celebrar a la Cambra de Comerç de Saragossa la II Jornada Anual del Club d'Aragó. En el marc d'aquesta celebració i dins el programa de continuïtat, el professor del departament de Direcció de Màrqueting d'ESADE, Jaime Castellón, va oferir als assistents la conferència *Estratègies de posicionament trencadores: diferenciar-se tot trencant motlles*.

A l'acte van assistir-hi **Sonia Navarro (MBA 01)**, Alumni Relations Manager, **Antonio Lamora (Asesoría Gestión Tributaria 00)** i **Carlos López (Màster Direc. Operacions 05)**, membres de la Junta Directiva del Club d'Aragó, els quals van ser els encarregats de donar la benvinguda als assistents.

Contacta amb nosaltres a clubaragon@alumni.esade.edu

CLUB D'ASTÚRIES

Tot competint des d'Astúries: estratègies d'internacionalització

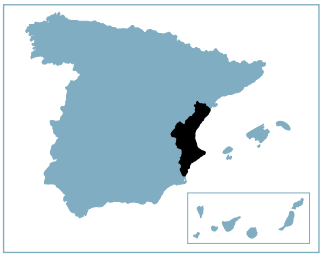


El Club d'Astúries va convidar els antics alumnes a la conferència *Tot competint des d'Astúries: estratègies d'internacionalització*, celebrada el 17 de juliol passat. Xavier Mena, professor del departament d'Economia d'ESADE, va oferir una interessant conferència que tenia l'objectiu d'aportar una visió aplicada dels reptes als quals l'economia asturiana s'enfronta per aconseguir una inserció proactiva en un marc definit per la integració europea i la globalització de les activitats productives, logístiques i comercials. Després de la presentació i la posterior ponència, es va passar a una dinàmica xerrada-col·loqui tot seguida d'un còctel de clausura.

Contacta amb nosaltres a clubasturias@alumni.esade.edu

CLUB COMUNITAT VALENCIANA

‘Les ONG i la lluita contra la pobresa: desafiaments i reptes’



El Club de la Comunitat Valenciana va convidar els antics alumnes d’ESADE a una conferència que va abordar el paper que les ONG poden jugar en la lluita contra la pobresa.
La sessió, organitzada per la Fundació ETNOR, va tenir lloc el 5 de juny. L’encarregat de la ponència fou el professor i ex Director General d’Intermón Oxfam, **Ignasi Carreras (SEP 06)**, una de les persones amb més autoritat i reconeixement a Espanya en el món del tercer sector.

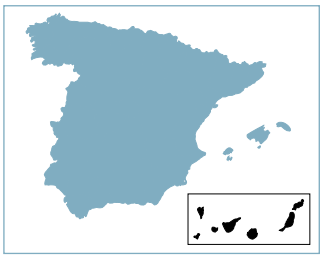
De dreta a esquerra: el professor d’ESADE Ignasi Carreras (SEP 06), Emili Tortosa i Adela Cortina, President i Directora d’ETNOR, respectivament

Ignasi Carreras durant la ponència

Contacta amb nosaltres a
clubvalencia@alumni.esade.edu

CLUB DE CANÀRIES

Inauguració oficial



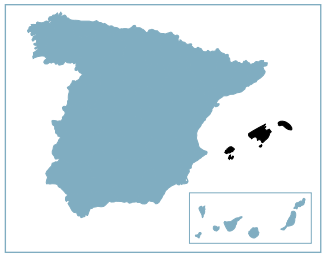
El Club de Canàries va comptar amb la presència de prop de 25 antics alumnes en l’acte inaugural, on es va tractar el desenvolupament econòmic de l’Àfrica i el paper que Canàries pot jugar-hi. En aquesta ponència, patrocinada per Ernst&Young, es va parlar de la situació actual del continent africà i els diversos processos que han portat aquest continent a la seva situació actual. La presentació va anar a càrrec de **Xavier Sánchez (Lic&MBA 97)**, Director General d’ESADE Alumni; **Eduardo Sánchez (Lic&MBA 94)**, President del club recentment inaugurat, i José Miguel Suárez, Vicepresident de la Cambra de les Canàries. Els components de la taula rodona van ser: Luis de Sebastián, professor honorari del departament d’Economia d’ESADE; Juan Verde, President de la Cambra de Comerç Americana a les Canàries, i Joan Arencibia, Soci Director d’E&Y abogados, Canàries.

Taula de presidència, d’esquerra a dreta: Eduardo Sánchez (Lic&MBA 94), President del Club de Canàries, J. M. Suárez, Vicepresident de la Cambra de Canàries, i Xavier Sanchez (Lic&Mba 97), Director d’ESADE Alumni

Contacta amb nosaltres a clubcanarias@alumni.esade.edu

CLUB DE BALEARS

‘Les actituds de l’emprenedor’



Antics alumnes assistents a l’esdeveniment

El Club de Balears va convidar els seus antics alumnes a una conferència del professor del departament de Direcció de Màrqueting d’ESADE Álex Rovira, que va donar amb motiu de la presentació del nou PMD d’ESADE a Mallorca, i a la qual hi van estar presents una trentena d’antics alumnes. Després de l’acte, el Club de Balears va organitzar un sopar. **Sonia Navarro (MBA 01)**, responsable de Clubs Territorials, va assistir a aquest acte per tenir l’ocasió de saludar tots aquells antics alumnes que van poder ser-hi.

Contacta amb nosaltres a
clubbaleares@alumni.esade.edu

Més clubs i més dinàmics

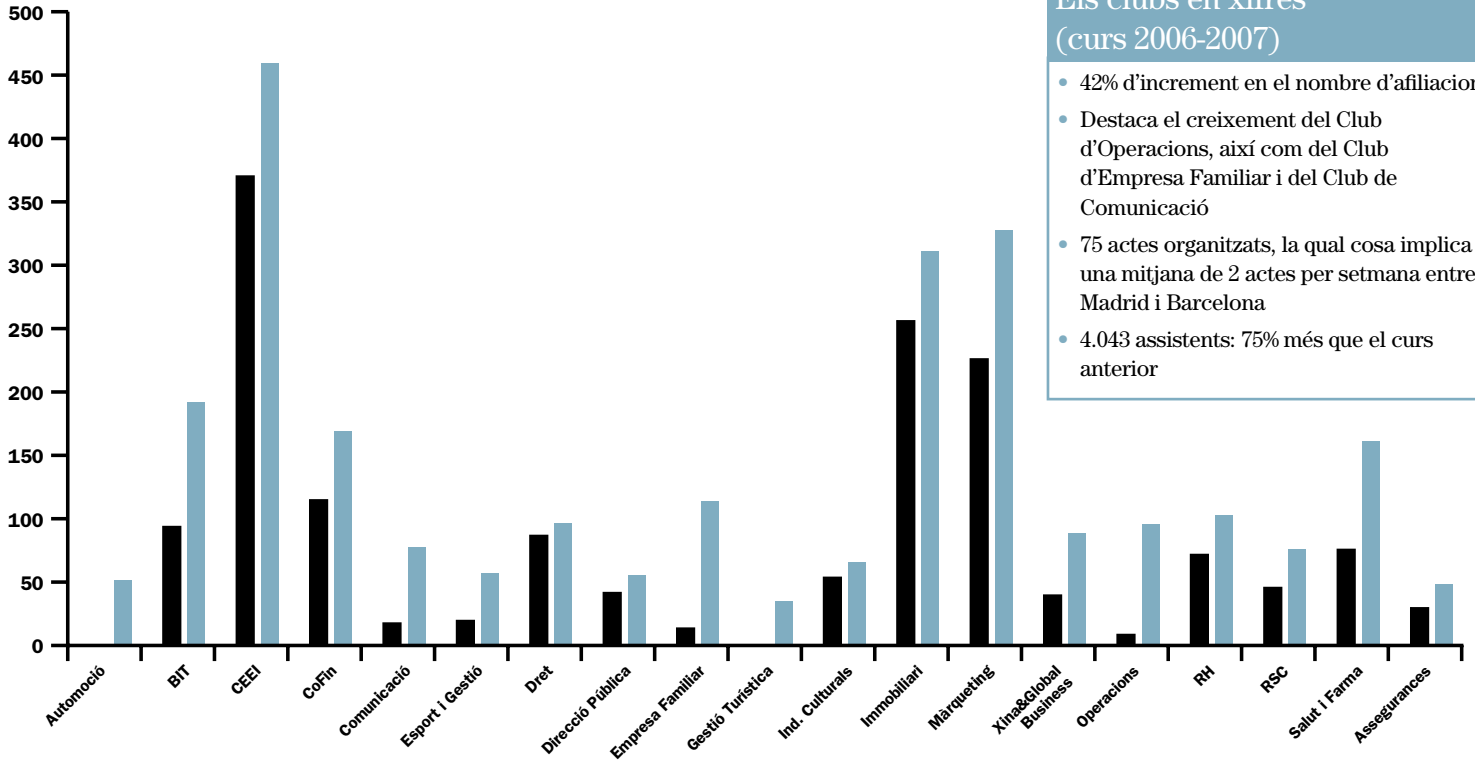
La consolidació dels Clubs Funcionals i Sectorials d'ESADE Alumni la demostra la dada que en el darrer curs es van organitzar més del doble d'actes que l'any anterior, així com l'increment del nombre de clubs, que van arribar fins a 20. Tot això suposa un pas més per crear una comunitat de professionals de diferents àmbits, amb la finalitat de generar i actualitzar coneixements al voltant de temes d'interès i fomentar el networking.

Els Clubs Funcionals i Sectorials ESADE Alumni es presenten com una interessant via de comunicació gràcies a la qual els antics alumnes poden compartir experiències professionals. Tot partint d'aquesta base, l'augment progressiu del nombre de clubs coincideix amb un 42% d'increment en el nombre d'afiliacions durant el curs passat.

75 ACTES EN UN CURS

Tot fomentant en el networking un altre dels seus principals objectius, els Clubs Funcionals i Sectorials d'ESADE Alumni es caracteritzen pel seu dinamisme. Una bona prova d'això rau en el fet que cada any s'organitzin més actes i esdeveniments amb la finalitat de potenciar aquesta comunitat de grans empresaris, tot arribant als 75 actes durant el curs 2006/2007. Aquesta xifra implica una mitjana de 2 actes per setmana entre Madrid i Barcelona, de manera que els antics alumnes tenen la possibilitat de triar entre una àmplia oferta en funció dels seus interessos professionals. Dins d'aquests 75 actes, el Club de Màrqueting va ser el més actiu, amb un total de 13 actes, seguit del Club de Dret, amb 9, i el Club Salut i Farma, amb 7. Paral·lelament a l'increment de les activitats, també creix la xifra d'assistents, amb un total de 4.043, la qual cosa implica un important augment del 75% respecte dels 2.312 participants registrats el curs 2005/2006. En concret, els actes que van reunir una mitjana més alta d'assistents van ser els organitzats pel Club Immobiliari, seguit del Club d'Operacions (71 assistents) i el Club de Màrqueting (67 assistents). Precisament el Club de Màrqueting fou el que va concentrar un nombre més gran d'assistents al llarg del curs passat, amb un total de 872, seguit del Club Immobiliari (amb 498) i del Club de Dret (393).

EVOLUCIÓ NOMBRE DE MEMBRES DESEMBRE 06 – AGOST 07



Els clubs en xifres (curs 2006-2007)

- 42% d'increment en el nombre d'afiliacions
- Destaca el creixement del Club d'Operacions, així com del Club d'Empresa Familiar i del Club de Comunicació
- 75 actes organitzats, la qual cosa implica una mitjana de 2 actes per setmana entre Madrid i Barcelona
- 4.043 assistents: 75% més que el curs anterior

Inscriu-te als Clubs que t'interessin, tot enviant la petició d'alta al mail de contacte (GRATUÏT PER A SOCIS!)

- **AUTOMOCIÓ:** clubautomocion@alumni.esade.edu
- **BUSINESS & INFORMATION TECHNOLOGY:** clubbit@alumni.esade.edu
- **COMUNICACIÓ:** clubcomunicacion@alumni.esade.edu
- **ESPORT I GESTIÓ:** clubdeporte_gestion@alumni.esade.edu
- **DRET:** clubderecho@alumni.esade.edu
- **DIRECCIÓ PÚBLICA:** clubdireccionpublica@alumni.esade.edu
- **EMPRENEDORS, INVERSORS I EMPRESARIS:** clubceie@alumni.esade.edu
- **EMPRESA FAMILIAR:** clubempresafamiliar@alumni.esade.edu
- **ESPAI VICENS VIVES:** espaivicensvives@alumni.esade.edu
- **FINANCES I CONTROL DE GESTIÓ:** clubfinanzas_controlgestion@alumni.esade.edu
- **GESTIÓ TURÍSTICA:** clubgestionturistica@alumni.esade.edu
- **IMMOBILIARI:** clubinmobiliario@alumni.esade.edu
- **INDÚSTRIES CULTURALS:** clubindustriasculturales@alumni.esade.edu
- **MÀRQUETING:** clubmarketing@alumni.esade.edu
- **XINA & GOLBAL BUSINESS:** clubchina@alumni.esade.edu
- **NEGOCIS I RESPONSABILITAT SOCIAL** clubnegocios_responsabilidadsocial@alumni.esade.edu
- **OPERACIONS:** cluboperaciones@alumni.esade.edu
- **RECURSOS HUMANS:** clubrrhh@alumni.esade.edu
- **SALUT I FARMA:** clubsalud_farma@alumni.esade.edu
- **ASSEGURANCES:** clubseguros@alumni.esade.edu

Un més a la família

Nou Club d'Automoció

Recentment s'ha creat un nou club a ESADE Alumni. Es tracta del Club d'Automoció, un punt de trobada per a tots aquells antics alumnes amb interès en aquest sector. Hem parlat amb el seu president, Joan Massallé (MDMC 05), i la seva vicepresidenta, Maria Planas (MBA 02).

Quin és l'objectiu de la creació del Club d'Automoció?
L'objectiu de fundar el Club d'Automoció d'ESADE Alumni ha estat crear un fòrum de discussió on poder fomentar el networking i compartir els coneixements del sector de l'automoció, en tots els àmbits que aquest pot incloure. Així, podríem resumir els objectius principals en:

- Crear un espai de trobada i d'intercanvi d'idees, experiències i opinions entre els antics alumnes d'ESADE, tant per als professionals del sector com per a tots aquells que tinguin un interès personal en aquest sector.
- Difondre, entre els membres d'ESADE Alumni, coneixements sobre les millores pràctiques en el camp d'automoció en tot tipus d'organitzacions i en tots els àmbits.
- Apropar i aprofundir els àmbits empresarial i públic.
- Fomentar el desenvolupament professional, la formació i la participació dels antics alumnes d'ESADE en l'àmbit del sector de l'automoció, en les seves diferents àrees funcionals.
- Col·laborar amb ESADE i ESADE Alumni en els seus respectius àmbits d'actuació.

A qui va dirigit?
A qualsevol membre d'ESADE Alumni que tingui relació professional, o bé interès personal, amb el sector de l'automoció, en els seus diferents àmbits i desitgi formar part del Club. Estem buscant persones dinàmiques, amb inquietuds dins del sector i amb interès a compartir coneixements. Cal recordar que inscriure's a un club és totalment gratuït, no implica cap quota addicional a la d'ESADE Alumni.

Quines activitats, beneficis, etc. ofereix el fet de ser soci d'aquest nou club?
Els membres del Club d'Automoció podran participar en les diferents activitats que estan previstes al llarg del curs. La possibilitat de participar en debats, taules rodones, així com activitats com ara cursos de conducció, són també algunes de les opcions previstes per als membres del club. Cal no oblidar que la relació amb d'altres antics alumnes relacionats amb el sector constitueix també un important benefici per als associats.

Si vols saber més informació o estàs interessat a unir-te al Club, contacta amb ells a **clubautomocion@alumni.esade.edu**

Club d'Automoció

26/06/2007
La fórmula 1, un esport o un negoci, amb la participació de Vicenç Aguilera, Director Corporatiu de Recerca i Desenvolupament de Ficosa Internacional.

Club BIT

04/10/2007
L'Estratègia a Internet dels Operadors de Telecomunicacions, per Adrián García Nevado, Director Comercial de Telefónica.

Club CoFin

29/05/2007
Les claus per optimitzar la gestió del patrimoni immobiliari. 4a sessió del cicle Jornades sobre Gestió Patrimonial a càrrec de Sigfrido Herraez, Vicepresident del Grupo Rayet i Mikel Echavarren, Conseller Delegat d'IREA.

Club de Comunicació

21/06/2007
Els enigmes del grup de comunicació MediaPro segons Jaume Roures, empresari de la comunicació i actual propietari del grup MediaPro.

Club de Dret

11/07/07
Lliurament dels premis ESADE Alumni Dret dels negocis, amb la presència d'Esther Giménez Salinas, rectora de la Universitat Ramon Llull.

17/09/2007
Incentius fiscals per a la internacionalització de l'empresa espanyola va ser la primera sessió del curs sobre incentius fiscals.

Club de Gestió Turística

18/06/2007
Aeroport de Barcelona: clau per al futur de Catalunya, amb Joan Gaspart Solves, membre del Comitè Executiu de la Cambra de Comerç de Barcelona; Carlos Medrano, expert en Gestió Aeroportuària, i José Mª Llodrà, Director General d'Air Comet.

Més informació a www.esadealumni.net
→ Aprenentatge Continu
→ Jornades Clubs → Arxiu

Espai Vicens Vives

24/05/2007

Sortim al món: reptes econòmics de Catalunya i la seva projecció internacional, a càrrec de Joaquim Boixareu, President de FemCat i Conseller Delegat de l'Irestal Group.

Club Assegurances

09/10/2007

L'Estratègia espanyola de seguretat i salut a la feina (2007-2012), una sessió on es van debatre les línies d'activitat proposades en aquesta estratègia.

Club d'Empresa Familiar

04/10/2007

Luis Rojas Marcos, guru mundial de la psiquiatria va parlar sobre la incertesa, la felicitat, la superació de pors, l'optimisme, les relacions de grup i la comunicació.

Club de Negocis Xina

13/06/2007

Presentació del llibre d'Eugeni Bregolat: ***La 2a revolució xinesa,*** a càrrec de l'autor Eugeni Bregolat.

Club d'Emprenedors, Inversors i Empresaris

13/06/2007

III Fòrum d'Emprenedors i Inversors.

Club Immobiliari

19/06/2007

VII sopar anual del sector immobiliari, amb la presència de Salvador Alemany, Conseller Delegat d'Abertis.

Més informació a www.esadealumni.net
→ Aprenentatge Continu → Jornades Clubs → Arxiu

D'altres actes realitzats

CLUB DE DRET

- **19.06.07.** ***Els impostos sobre el patrimoni i sobre successions*** en un esmorzar-col·loqui amb membres de la Comissió d'Economia, Finances i Pressupost del Parlament de Catalunya.
- **04.07.07.** ***Alternext: mercat borsari alternatiu per al finançament de la petita i mitjana empresa***, amb la participació de Nathanaël Mauclair, International Listing, Euronext; Peter Houdelet, soci BDO Audiberia; Julio Veloso, soci de Rodés & Sala Abogados; Antoine Rimpot, Managing Director Avening Finance Corporate, i Joshua Novick, President d'Antevenio.

CLUB DE MÀRQUETING

- **13.06.07.** ***Patrocini i esport***. Col·loqui i sopar amb Alfa Romeo.
- **20.06.07.** ***La relació fabricant-distribuidor.***
- **21.06.07.** ***Aviació privada: noves estratègies en el sector aeronàutic,*** a càrrec de Jacint Puigmartí, Director Comercial de Corporatejets XXI.
- **27.06.07.** ***El repte de la captació i fidelització de clients en el transport públic de viatgers: el cas TMB***, segons Constantí Serrallonga Tintoré, Conseller Delegat de Transports Metropolitans de Barcelona (TMB).

CLUB D'OPERACIONS

- **13.06.07.** ***De compres per la Xina***.

CLUB D'ASSEGURANCES

- **29.05.07.** ***Mutualització versus desmutualització: el futur de les mútues.***

CLUB DE NEGOCIS XINA

- **12.07.07.** ***Fusions i adquisicions a la Xina: finançament i execució***, segons Allan Liu, President d'YPO Xangai.

Club de Màrqueting

04/10/2007
Jornada acadèmica dels **premis Líders de Màrqueting**, on l'Associació de Professionals de Màrqueting va presentar, en col·laboració amb el Club de Màrqueting, les empreses guanyadores de la XXXIV edició dels premis Líders de Màrqueting.

26/09/2007
De l'estratègia a l'acció en la gestió comercial i màrqueting: casos d'èxit a la pime, conferència on es van tractar casos d'èxit a la pime.

Club d'Operacions

09/10/2007
II LeaNNetwork, un fòrum de debat sobre Lean Sigma© i altres metodologies de millora de productivitat, que té lloc a Espanya.

Club de Recursos Humans i Club Salut i Farma

03/07/2007
El perfil actual i futur del directiu en la indústria farmacèutica, per Natàlia Arizcuren, Directora de Recursos Humans d'AMGEN S.A.U. i Rafael Martí, Director Corporatiu de Recursos Humans de Laboratoris Almirall, S.A.

Contacta amb el mail dels clubs a www.esadealumni.net → Xarxa d'antics alumnes

Patrocinadors

Les activitats dels Clubs Funcionals i Sectorials són possibles gràcies a la col·laboració de les següents empreses:

Club Salut i Farma
AGFA HealthCare

Club Empresa Familiar
KONSAC

Club d'Empresaris, Emprenedors i Inversors
CIDEM innovar per progressar
IP XARXA D'INVERSORS PRIVATS CIDEM

Club de Màrqueting

Club de RH
epise

Club d'Operacions
GRUPO GALGANO consultores de dirección
Liderazgo a través de la excelencia

Club BIT
T · · Systems · · ·

Més informació a www.esadealumni.net
→ Aprenentatge Continu → Jornades Clubs → Arxiu

Més protagonisme dels socis

Nou portal ESADE Alumni: www.esadealumni.net

CONSCIENT DE L'ACTUAL CANVI DE TENDÈNCIA EN EL MÓN D'INTERNET, ESADE ALUMNI LLANÇA EL SEU NOU PORTAL I DÓNA UN PROTAGONISME MÉS GRAN ALS ANTICS ALUMNES I PERMET LA SEVA PARTICIPACIÓ PER ENFORTIR I ENRIQUIR ELS VINCLES DE LA NOSTRA XARXA.

Fins ara, els continguts de la majoria de webs es generaven des de les mateixes organitzacions, però el pas del web 1.0 al 2.0 permet que els usuaris creïn comentaris, que una altra persona els comenti i que la informació s'allotgi en un o més servidors. Tanmateix, i en augmentar el nombre d'emissors de la xarxa, els continguts es renoven amb molta més agilitat i es facilita el networking.

El nou portal d'ESADE Alumni neix amb la idea que tots els seus socis puguin compartir una informació que no només es generi de manera unidireccional des d'ESADE Alumni cap els antics alumnes (com passava fins ara).

D'aquesta manera, el nou web es defineix com un espai on line participatiu en el qual és possible concretar continguts i establir relacions socials entre tota la xarxa d'antics alumnes. Tot això, amb una imatge renovada, molt més ordenada, moderna, dinàmica i fresca.

NOVETATS

Comentaris d'antics alumnes:
Text: Amb el nou web, els antics alumnes podran aportar els seus comentaris referents als actes i notícies que es publiquin. D'aquesta manera, es farà un pas endavant quant a la potenciació de la participació del col·lectiu en el portal.

Pàgines de clubs i Chapters:
Cada club o Chapter disposarà de la seva pròpia pàgina, on els seus membres podran trobar tota la informació. En aquesta pàgina els respectius presidents podran introduir notícies que els antics alumnes tindran l'ocasió de comentar.

Calendari d'activitats:
Per conèixer l'agenda d'activitats de manera ràpida.
La nova estructura del web d'ESADE Alumni té com a objectiu proporcionar als socis les eines necessàries per poder relacionar-se i treballar conjuntament, tot posant èmfasi en l'usuari.

> El nou web es defineix com un espai on line participatiu en el qual és possible concretar continguts i establir relacions socials entre tota la xarxa d'antics alumnes

A la segona fase del projecte, prevista per a començaments del proper any, s'incrementarà encara més la participació dels antics alumnes amb eines d'expressió d'últimes tecnologies.

"Uneix-te a la xarxa"

Els objectius del nou web, punt a punt

- **Participació dels antics alumnes al web: comunicació bidireccional que enriqueix la xarxa.**
- **Portal relacional on poder buscar i trobar antics alumnes o continguts mitjançant un directori i un cercador més complets.**
- **Networking ara també a través de la xarxa.**

Deutsche Bank lliura 7.660 euros al fons de beques ESADE Alumni

L'entitat financera Deutsche Bank va lliurar el passat 22 de juny un xec per valor de 7.660 euros destinat al fons de beques ESADE Alumni.
L'acte de lliurament es va realitzar durant una trobada que va comptar amb l'assistència per part de Deutsche Bank de Jordi Zaragoza, Director Comercial de Banca Associada Àrea Est, i Alfonso Fuertes, Director de Màrqueting i Clients Privats. Per part d'ESADE Alumni, van participar en l'acte Xavier Sanchez (Lic&MBA 97), Director d'ESADE Alumni, Isabel Menéndez (EDIEF 07), Responsable de Finances, i Isabel Rallo (Lic&MBA 99), Responsable de Relació amb Empreses.

ESADE Alumni i l'Associació d'Antics Alumnes de l'ICI formalitzen la seva unió

ESADE Alumni i l'Associació d'Antics Alumnes de l'Institut Comercial de la Immaculada (ICI), van signar, el 10 d'octubre de 2007, l'acord que estableix la unió entre les dues associacions. L'acte va tenir lloc a ESADE Alumni, a Barcelona, i va comptar amb la presència de Germán Castejón (Lic&MBA 81), President d'ESADE Alumni; Joan Ros Petit, President de l'Associació d'Antics Alumnes de l'ICI, i Marcel Planellas (PMB 87), Secretari General d'ESADE i membre de la Junta directiva d'ESADE Alumni. Després d'unes breus paraules, Castejón i Ros van formalitzar l'acord davant dels assistents.

L'ICI forma part de la Federació Espanyola d'Associacions d'Antics Alumnes de Jesuïtes i compta amb 1.090 associats nominals. Des dels seus inicis, l'associació ha volgut estimular i promoure les relacions de comunicació i col·laboració entre les diferents associacions d'antics alumnes d'Espanya. Tot això, a més de fomentar i complementar la formació acadèmica i professional dels antics alumnes.
D'aquesta manera, es formalitza la unió de dues associacions que comparteixen els objectius de millorar la competència professional dels antics alumnes, afavorir les relacions socials i la cooperació entre associats i orientar-los en el desenvolupament de les seves carreres professionals. Amb aquest acord, ESADE Alumni ratifica la seva importància com a col·lectiu professional d'associació voluntària a l'Estat espanyol, i se situa com un referent d'escola de negoci en l'àmbit europeu.

2a edició de la iniciativa **Consultors Solidaris**

DESPRÉS DE LA GRAN ACOLLIDA OBTINGUDA EL CURS PASSAT, TANT PER PART DELS ANTICS ALUMNES COM DE LES ENTITATS DEL TERCER SECTOR, S'HA INICIAT LA 2A EDICIÓ DE LA INICIATIVA CONSULTORS SOLIDARIS.

Aquest any es duran a terme sis nous projectes a Barcelona i dos més a Madrid. En total es tracta de 8 nous projectes, que es faran al llarg d'aquest curs 07-08. Aquests són possibles gràcies a la col·laboració de patrocinadors que confien en les nostres capacitats humanes i de gestió, i que donen suport a la missió d'Alumni Solidari de col·laborar amb organitzacions no lucratives per aconseguir un món més just i sostenible. Les ONG que participen en aquesta 2a edició, són:

A Barcelona

FUNDACIÓN ARED
Treballa per aconseguir la integració social i laboral de persones amb alt risc d'exclusió social.

FUNDACIÓN ADSIS
Està compromesa en la pobresa i l'exclusió social al món.

FUNDACIÓ COMTAL
Porta més de 125 anys treballant per a l'educació de nens i joves de Catalunya.

CASAL DELS INFANTS DEL RAVAL
Treballen per realitzar millores concretes i duradores en la qualitat de vida dels nens, joves i famílies en situació de risc, i en les comunitats on viuen.

ASOCIACIÓN EDUCACIÓN SIN FRONTERAS
Solidària amb les poblacions humanes i les cultures més desafavorides i marginades, impulsa l'educació als països del Tercer Món.

FUNDACIÓN OJOS DEL MUNDO
Contribueix al fet que les persones amb deficiències visuals i sense recursos econòmics dels països pobres puguin rebre atenció oftalmològica de qualitat per part dels seus serveis locals de salut.

A Madrid

GREENPEACE
Coneguda per tothom, lluita principalment per la defensa del planeta Terra.

INTERED
Duu a terme projectes socials i educatius a 16 països per impulsar canvis socials basats en valors com la solidaritat, la justícia, la igualtat o el respecte als drets humans i a la interculturalitat.

Novetat curs 2007-2008

Cine Fòrum, una eina de reflexió

Aquest any s'ha iniciat, dins del projecte Alumni Solidari, un **Cine Fòrum**, amb l'objectiu de poder convertir aquestes projeccions en una eina de reflexió i debat per als antics alumnes i el professorat d'ESADE assistents a les diferents sessions, en les quals es tractaran temes de solidaritat, educació, empresa i societat i interculturalitat.
La primera sessió va tenir lloc el 30 d'octubre amb la projecció, de forma parcial, del documental *Invisibles*, de Metges sense Fronteres, produït per Javier Bardem.

SI JA ESTEU TREBALLANT O COL·LABORANT EN PROJECTES SOLIDARIS, ENS INTERESSARIA SABER-HO:
Poseu-vos en contacte amb nosaltres a: alumni.solidario@esade.edu

Consultors Solidaris

Clausura de la 1a edició

a Barcelona i Madrid

AMB MOTIU DE LA FINALITZACIÓ DELS DIFERENTS PROJECTES DE LA INICIATIVA CONSULTORS SOLIDARIS, EL MES DE JUNY PASSAT ES VAN CELEBRAR A BARCELONA I A MADRID ELS ACTES DE CLAUSURA DE LA SEVA PRIMERA EDICIÓ.

L'esdeveniment va tenir a les dues ciutats una gran acollida, tant per part dels participants a la iniciativa, com per les persones interessades en futures edicions.

Després de la intervenció informativa dels responsables directes de la iniciativa Consultors Solidaris, va participar en la xerrada un testimoni de cadascun dels projectes. L'objectiu era conèixer de primera mà l'experiència, tant dels consultors solidaris, com de les ONG participants.

Després d'aquests testimonis, i gràcies al patrocini de DKV, es van entregar els diplomes i els obsequis a tots els participants i es va acabar l'esdeveniment amb un aperitiu durant el qual els convidats van intercanviar les seves experiències.

LA I EDICIÓ DE LA INICIATIVA Consultors Solidaris d'ESADE ha estat possible gràcies al patrocini de Farmington i DKV i l'assessoria legal de Virginia Cirera (Lic&MDE 05), Cristina González i Juan Cuerva.

D'esquerra a dreta, la taula de presidència: van intervenir-hi Alfred Vernis (Lic&MBA 88), com a Responsable de formació de l'Institut d'Innovació Social d'ESADE; Ignasi Carreras (SEP 06), com a Director de l'Institut d'Innovació Social d'ESADE; Germán Castejón (Lic&MBA 81), President de la Junta Directiva d'ESADE Alumni i Sonia Navarro (MBA 01), Directora del projecte Alumni Solidari

Alfred Vernis (Lic&MBA 88), Responsable de formació de l'Institut d'Innovació Social (IIS) d'ESADE, durant la seva intervenció a la Clausura de Barcelona

Els encarregats de realitzar la clausura a Madrid van ser Josep Santacreu (PMD 89), membre de la Junta Directiva d'ESADE Alumni; Alfred Vernis (Lic&MBA 88), Responsable de formació de l'Institut d'Innovació Social d'ESADE; Pedro Navarro (Lic&MBA 67), com a Vicepresident de la Junta Directiva d'ESADE Alumni, i Sonia Navarro (MBA 01), Directora del projecte Alumni Solidari

Lliurament de diplomes i obsequis als participants

Isak Andic

CONVERSA AMB MARCEL PLANELLAS SOBRE L'ESTRATÈGIA DE CREIXEMENT DE MANGO

TEMPS DE LECTURA:
6'

La trobada amb Isak Andic té lloc al nou Hangar del Disseny de Mango, un espai modern i diàfan, on es troben els dissenyadors que preparen les properes col·leccions, envoltats d'obres d'art modern. Tot i que Andic no concedeix entrevistes, ha accedit a mantenir aquesta conversa sobre l'estratègia de Mango, però sense fotografies. L'ambient és informal i s'imposa el tuteig.

El fet que Mango sempre s'hagi mantingut fidel al seu concepte inicial de vestir la dona "urbana i moderna" sense diversificar-se, resulta ser un bon punt de partida per iniciar la conversa. Sobre això, Isak Andic comenta que "no haver diversificat no vol dir que siguem rígids. A la vida cal tenir molt clar el concepte i que les fórmules que inventes no necessàriament aguantaran tota la vida, sinó que hi ha una evolució constant". És per aquest motiu que Mango ha apostat per la dona jove i atrevida, i sempre s'ha mantingut sota aquest paraigua, "tot i que ens hem anat adaptant", matisa. Per exemple, moltes de les seves clientes actuals tenen 35 anys i no 18, com en un principi. Però no és només el target que evoluciona, sinó que també han canviat d'altres aspectes del concepte, com ara la moda, la distribució, l'interiorisme o la manera de transmetre la seva imatge de marca.

Aquesta política, malgrat tot, difereix respecte de la que han mantingut els competidors de Mango, que sí que han entrat en el segment de roba per a home o nen. "Ara per ara no ho hem fet, però el que sí que és cert és que el concepte que teníem el 1985 s'ha anat afinant i adaptant a les circumstàncies de cada moment. En aquest sentit, el meu missatge seria: l'important és

L'important és tenir clar el concepte, però les fórmules han d'evolucionar"

EL FUNDADOR I PRESIDENT EXECUTIU DE MANGO, ISAK ANDIC, REFLEXIONA AMB EL SECRETARI GENERAL D'ESADE, MARCEL PLANELLAS (PMD 87), SOBRE LES CLAUS DE L'EXPANSIÓ D'UNA DE LES FIRMES ESPANYOLES DE REFERÈNCIA AL MÓN DE LA MODA INTERNACIONAL.

tenir el concepte molt clar sense que això signifiqui morir del propi èxit que vas tenir en el passat". Aquesta és una idea clau a partir de la qual el president executiu de Mango matisa que en cap cas fer home o nen voldria dir "que estiguessis fallant a la teva idea inicial, sinó que sota un mateix paraigua totes les idees són vàlides". Una afirmació que podria dur novetats de cara als propers mesos perquè, com apunta Andic, "fins ara crèiem que obrint 250 botigues l'any no ens feia falta abraçar aquests àmbits, però aviat tindrem una sorpresa". De fet, posteriorment a la nostra conversa, Andic va fer públic que Mango posarà al mercat la propera primavera la seva primera col·lecció de roba masculina.

MÉS BOTIGUES I MÉS RENDIBLES

Precisament, aquest avanç del que seran els propers mesos dins de Mango ens porta a tractar l'impressionant ritme de creixement de l'empresa, que l'ha dut a tenir actualment més de 1.015 botigues, a 90 països del món. Malgrat que un dels reptes principals és arribar a tenir 3.000 botigues, Andic apunta també que "el nostre objectiu seria, per als propers quatre anys, duplicar el nostre *turnover*". Però, com aconseguir-ho? No tan sols a partir del creixement dels punts de venda sinó també "incrementant les vendes en els mateixos metres quadrats, cosa que ja vam aconseguir al voltant d'un 10% la passada tardor-hivern". Una estratègia acompanyada també d'un increment, d'entre un 30% i un 40%, del nombre d'obertures que actualment se situen al voltant de les 150 a l'any amb l'objectiu d'arribar a les 200 per aconseguir aquest augment de vendes. "Volem que les nostres botigues siguin molt més rendibles perquè els franquiciats que estan invertint en nosaltres vulguin obrir-ne moltes més", conclou Andic.

FRANQUÍCIES AMB EL DIPÒSIT PLE

En la nostra conversa sobre l'estratègia de Mango no es podia obviar un factor clau a l'empresa com és el seu sistema de dipòsit per gestionar els estocs dels franquiciats, del qual aquesta empresa va ser l'impulsora i que posteriorment ha estat adoptat per altres franquícies. "Crèiem que el franquiciat, quan obria una botiga, si no era molt professional, podia tenir problemes de gestió, o que quan arribaven les rebaixes a final de temporada no

> "El nostre objectiu seria duplicar el 'turnover' de Mango en els propers quatre anys"

sabessin aprofitar-les per buidar els seus magatzems per poder rebre adequadament la nova mercaderia i, fins i tot en alguns casos, hi havia poca valentia a l'hora de comprar més gènere". A partir d'aquest diagnòstic de la situació, comencem a desgranar les claus d'aquest sistema de dipòsit, mitjançant el qual Mango envia la mercaderia i el franquiciat paga per peça venuda, amb la qual cosa s'aconsegueix que des del principi fins al final de temporada no els falti de res, i permet també a l'empresa poder controlar el gènere alhora que els franquiciats obtenen més vendes i un benefici més gran. Un canvi de mentalitat amb el qual, comenta Andic, "gairebé dupliquem les vendes de les franquícies". Juntament amb la

gestió dels estocs dels franquiciats, Mango es distingeix també per la seva inversió en logística, tot comptant amb centres de distribució automatitzats, no tan sols a l'àmbit nacional a Palau de Plegamans, sinó també a New Jersey, Hong Kong i Singapur. Una infraestructura que, com explica Andic, s'ampliarà amb l'obertura d'un nou centre de distribució a Parets del Vallès, dissenyat per Siemens amb l'última tecnologia i que actualment està considerat com un dels millors del món. Allò que més va sorprendre Isak Andic la darrera vegada que el va visitar va ser que "no se sent ni un soroll quan es troba en ple funcionament". Disposar d'aquests centres de distribució a diverses parts del món resulta bàsic per poder alimentar el creixement i per poder triplicar el nombre de punts de venda de Mango, que suposa un dels principals objectius de cara als propers anys.

EL TALENT ÉS CLAU

Més enllà de la gestió d'estocs, una altra de les claus és la utilització de sistemes d'informació propis de traçabilitat per saber en cada moment on és el producte. Uns sistemes fruit d'un equip de 250 informàtics que, com si d'una petita empresa es tractés, es dedica a fer els propis programes de Mango: un punt a partir del qual centrem la nostra conversa en l'equip humà de la companyia. I és que segons el seu fundador i president executiu, "sembla que nosaltres només ens dediquem a vendre draps, però no és així, perquè darrere hi ha molta altra gent". Per exemple: una agència de viatges, un bufet d'advocats, un equip de 70 arquitectes per als nous projectes de botigues que tenim cada any, més les 60 o 70 que s'han de renovar anualment. Fins i tot la publicitat la dissenyen i la produeixen internament. En total, aproximadament 7.000 treballadors directes de Mango que, units a les franquícies i a la resta de personal, arriben a 22.000. Aquestes dades reflecteixen també que els recursos humans són un factor clau per a Mango. Això ho explica Isak Andic, tot assenyalant que "si aquesta empresa és al lloc que és, és per la seva gent. Per aquest motiu estem en contacte amb les millors escoles del món com ESADE, i també –per poder trobar i fitxar els millors talents– hem creat un premi per a joves dissenyadors que és el més important del món". Una afirmació que el porta a concloure que: "Tinc clar que el problema avui dia són els recursos humans perquè, tot i que el nivell actual és bastant millor que fa uns anys, encara és lluny d'allò que ens agradaria".

NO SORTIREM A BORSA

En l'àmbit de model de negoci, el creixement de Mango ha estat constant al llarg d'aquests més de 20 anys i amb una estratègia molt diferenciada respecte de la dels seus competidors. La clau d'aquest creixement, explica Andic, radica a "trobar un model de negoci que funcioni". Recorda que quan començava va visitar la fàbrica d'un dels empresaris tèxtils més importants de l'època, i la seva il·lusió era ensenyar-li els tallers i les màquines. En canvi, gairebé no donava importància als venedors, que els tenia en uns petits despatxos. "Avui en dia allò important no és la fabricació, sinó la capacitat de desenvolupar un concepte i saber-lo comercialitzar".

A partir d'aquesta reflexió, Andic conclou: "Jo tinc una obsessió que és Mango i, si veig alguna idea que pot ser bona per a nosaltres, l'aplico. Als inicis, vaig pensar a comptar amb una persona a cada país per obrir noves franquícies, a partir d'incentius molt alts per a cada nou franquiciat que aconseguís, i aquests franquiciats són les persones, que treballen amb nosaltres per aconseguir més clients".

Dediquem la recta final de la conversa a parlar sobre la possible sortida a borsa de Mango, un tema sobre el qual s'ha escrit molt en els darrers anys. Malgrat tot, Andic ho descarta de moment, tot argumentant que "per sortir a borsa cal un motiu. Hi ha empreses que surten a borsa per buscar finançament, o per buscar socis per al seu creixement, però com que nosaltres creixem a través de franquícies i ja disposem de fons propis suficients per finançar el creixement, sincerament no trobo motius perquè Mango surti a borsa. Per tant, mentre segueixi aquesta situació i em deixin seguir manant aquí, no sortirem a borsa".

PER SABER-NE MÉS:

FLASH TÈXTIL ESADE GUIA'M!
http://www.esade.es/quiame/flashes/sectoriales/textil

CASOS

Franch, J. (2006). *Mango: The US market*.
ESADE Business School

Hugas, J,; Giménez, G. (2007). *Mango: una logística sostenible*.
ESADE Business School

Isak Andic

Isak Andic, nascut a Istanbul, als setze anys es va traslladar amb la seva família a Barcelona i, mentre cursava els seus estudis, va començar a vendre samarretes als seus amics i, posteriorment, en llocs de venda a galeries comercials. El 1984, juntament amb la seva germana Nahman, funda Mango i obre la primera botiga al Passeig de Gràcia de Barcelona. Vint-i-tants anys després, Mango és una empresa multinacional present a 90 països, amb una facturació de 1.300 milions d'euros. Andic és un dels principals accionistes i membre del consell d'administració del Banc Sabadell i de la constructora Habitat.

Marcel Planellas (PMD 87)
marcel.planellas@esade.edu
Secretari General d'ESADE, ha estat president del Claustre del professorat i professor del departament de Política d'Empresa al llarg de vint anys, del qual ha estat Director en dues ocasions. És Doctor en Ciències Econòmiques i Empresarials (UAB) i llicenciat en Història Moderna (UB). És l'investigador principal del grup d'investigació a Iniciativa Emprenedora a ESADE-Universitat Ramon Llull. També és conseller independent a diversos consells d'administració.

“L’Índia o la Xina: qui serà el líder asiàtic del futur?”

NO DIEM RES DE NOU EN AFIRMAR QUE LA XINA I L’ÍNDIA ES DISPUTARAN EL DOMINI ECONÒMIC EN UN MERCAT GLOBALITZAT COM EL QUE S’HA CONFIGURAT. PERÒ, QUIN DELS DOS TÉ MÉS POSSIBILITATS D’ERIGIR-SE COM A PRIMERA POTÈNCIA ECONÒMICA?

“Els seus punts de partida i recorreguts són diferents, però complementaris”.

Ivana Casaburi
ivana.casaburi@esade.edu

Ivana Casaburi

Professora titular del departament de Direcció de Màrqueting

“L’ÍNDIA TÉ UNA DEMOCRÀCIA ASSENTADA I UNS MERCATS DE CAPITALS TRANSPARENTS”

Tan sols fa unes setmanes un informe de Goldman Sacks afirmava que ja no és tan certa la dita segons la qual “quan els Estats Units estornuden, Europa està constipada”. Fa un temps, el mapa de creixement mundial s’ha trastocat. Han aparegut nous actors com la Xina i l’Índia, als quals se’ls hi suma Brasil, Rússia i Turquia. S’estima que, si la Xina i l’Índia segueixen creixent al ritme actual, el 2050 ambdues potències produiran la meitat de la riquesa econòmica del planeta. La Xina ha experimentat un creixement més ràpid i directe, tot i que els principals analistes coincideixen a considerar que l’Índia, a llarg termini, serà una aposta empresarial més segura.

Per una empresa estrangera no és fàcil entrar al mercat indi, però a diferència de la Xina té una democràcia assentada, mercats de capitals transparents i una legislació que protegeix els drets de propietat intel·lectual, una assignatura encara pendent per a la Xina.

De totes maneres, el seu principal actiu és la seva població: 570 milions de persones menors de 25 anys a l’Índia, mentre que la Xina, amb la seva política d’un únic fill, ja no és una nació jove. Compta també amb una força laboral altament qualificada i amb domini de l’anglès, una classe mitjana emergent i un gran desenvolupament tecnològic.

En contra: la burocràcia i les seves infraestructures. La Xina aspira a tenir un paper predominant a Àsia, on no vol cap competidor. Per això l’Índia ha assumit el vell lema de “si no pots amb el teu enemic, uneix-t’hi”. Els seus punts de partida i recorreguts són diferents, però complementaris. La Xina, la fàbrica del món, ha trobat en l’Índia l’oficina global que necessita.

A més, l’Índia encara té una porta entreoberta per als negocis amb Europa. Els sectors amb més oportunitats per a les empreses espanyoles en matèria d’exportacions són: alimentació i processats d’aliments, química i farmàcia, maquinària elèctrica i en els processos de privatització de sectors com l’electricitat, l’aviació civil, els ferrocarrils i les carreteres. La qüestió és, podran la Xina i l’Índia seguir el seu ritme de desenvolupament econòmic en un context d’estabilitat social? El risc a què s’enfronten els dos països és la inestabilitat social i política i això afectarà, sens dubte, les orientacions de l’economia.

Juan M. Cortina

President del Club China &
Global Business ESADE Alumni

"EL PIB PER CAPITA A LA XINA EL 2006 ERA JA 2,2 VEGADES SUPERIOR A L'INDI"

Segons els nivells d'inversió estrangera directa (IED) que la Xina rep, acompanyats d'uns creixements mitjans del PIB del 9% durant la darrera dècada, no sembla probable que l'Índia, si més no els propers anys, arribi a créixer tant com la Xina.

La inversió estrangera (60.000 M$ d'IED el 2006, deu vegades superior a la que va rebre l'Índia) troba en aquests moments més oportunitats i menys obstacles al país del drac. A més, si bé l'Índia està experimentant uns creixements espectaculars, l'economia xinesa es troba més integrada a l'economia mundial a través del comerç internacional i de la inversió. Davant l'estratègia de creixement i desenvolupament industrial adoptada pel govern xinès, l'Índia ha centrat el seu desenvolupament en els serveis i en la iniciativa privada. Això, unit a l'enfocament comercial de les seves empreses i a uns millors estàndards de corporate governance, ha permès a l'Índia tenir uns creixements més eficients (7% sobre una inversió del 25%/PIB, enfront del 9% de la Xina sobre una inversió del 40%/PIB).

Però la realitat és que, mentre el PIB per caàpita dels dos països era comparable el 1990, el 2006 el xinès era ja 2,2 vegades superior a l'indi.

És important assenyalar que la Xina va començar la seva transformació una dècada abans que l'Índia. Una transformació profunda centrada en la inversió en infraestructures i la modernització del país que ja ha donat els seus fruits. En clau negativa, es podria parlar dels riscos que poden derivar de les creixents diferències entre el món rural i les ciutats. Però els indicadors socials reflecteixen clarament una millora de les condicions de vida del ciutadà xinès mitjà. A més, aquesta, la social, és una qüestió a la qual l'Índia tampoc n'és aliena.

La Xina es planteja ara nous horitzons en la seva transformació i aposta per noves iniciatives, com la inversió en capital humà i en innovació, per a la qual destina un pressupost en R+D superior al de la UE. Però, curiosament, entre d'altres iniciatives que ja estan en marxa, es troba el desenvolupament d'estrets llaços comercials i industrials amb l'Índia. Deixant de banda les comparacions, el que és cert és que els dos països són dos players globals de primer nivell. Per això la pregunta que Occident hauria de formular-se no és tant quin d'aquests dos països liderarà Àsia, sinó quins països seran els líders globals del futur. Que serveixi d'avís per a navegants.

"L'economia xinesa es troba més integrada a l'economia mundial a través del comerç internacional i de la inversió"

Juan Cortina (EMBA 04)
juan.cortina@alumni.esade.edu

Oberts al món

Ser un referent mundial en formació actualment requereix tenir un àmbit internacional. Per això, ESADE ha portat a terme de forma reeixida, com ho demostren els principals rànquings, un procés d'internacionalització destacat. D'una banda, s'ha treballat intensament per establir acords amb altres universitats i escoles de negocis de tots els continents, com es pot veure en la informació exposada en aquesta primera doble pàgina del Dossier. L'objectiu: ajudar els estudiants a viure una experiència internacional, a més de rebre estudiants de tot els racons del planeta. Una mostra podem veure-la en la següent doble pàgina, on hem agafat com un clar exemple les 19 nacionalitats que es troben només en una classe d'MBA. I finalment, però no menys important, tota la tasca portada a terme per ESADE Alumni per potenciar la xarxa d'antics alumnes a tot el món i potenciar-ne la relació a través dels Chapters i Delegacions.

ESADE té acords de col·laboració amb 92 universitats i escoles de negocis dels cinc continents.

- Partnership in International Management (PIM) / Community of European Management Schools (CEMS)
- Bilateral Agreement

AMÈRICA DEL NORD

École des Hautes Études Commerciales de Montreal
Montreal, Québec, Canada
McGill University, Desautels Faculty of Manageement
Montréal, Québec, Canada
Queen's University, Queen's School of Business
Kingston, Ontario, Canada
University of British Columbia, Sauder School of Business
Vancouver, British Columbia, Canada
University of Western Ontario, Richard Ivey School of Business
London, Ontario, Canada
York University, Schulich School of Business
Toronto, Ontario, Canada
Babson College, Babson Park
Wellesley-Massachusetts, United States,
Brandeis University, Graduate School of International
Economics and Finance
Boston, United States
Case Western Reserve University, Weatherhead School of Management
Cleveland, Ohio, United States
Cornell University, Johnson Graduate School of Management
Ithaca, New York, United States
Duke University, The Fuqua School of Business
Durham, North Carolina, United States
Emory University, Roberto C. Goizueta Business School
Atlanta, Georgia, United States
Fordham University, Graduate School of Business
New York, United States
The Garvin School of International Management, Thunderbird
Glendale, Arizona, United States
Georgetown University, The McDonough School of Business
Washington DC, United States
Indiana University, Kelley School of Business
Bloomington, Indiana, United States
Loyola University, Joseph A. Butt, S. J. College of Business Administration
Louisiana, New Orleáns, United States
New York University, Leonard N. Stern School of Business
New York, United States
New York University, Robert F. Wagner Graduate School of Public Service
New York United States
Rensselaer Polytechnic Institute, Lally School of Management and Technology Troy,
New York, United States
Southern Methodist University, Edwin L. Cox School of Business
Dallas, Texas United States
University of California Los Angeles, (UCLA), The John E. Anderson Graduate School of Management
Los Angeles, California, United States
University of Chicago, Graduate School of Business
Chicago, Illinois, United States
University of Florida, Warrington College of Business Administration
Gainesville, Florida, United States
University of Illinois at Urbana-Champaign, College of Commerce and Business Administration
Urbana-Champaign, Illinois, United States
University of Maryland, Robert H. Smith School of Business
Maryland, United States
University of Michigan, Ross School of Business
Ann Arbor, Michigan, United States
University of North Carolina at Chapel Hill, Kenan-Flagler Business School
Chapel Hill, North Carolina, United States
University of Minnesota, Carlson School of Management
Minneapolis, Minnesota, United States
University of Southern California, Marshall School of Business
Los Angeles, California, United States
University of Texas at Austin, McCombs School of Business
Austin, Texas, United States
Vanderbilt University, Owen Graduate School of Management
Nashville, Tennessee, United States
Washington University in St. Louis, John M. Olin School of Business
St. Louis, Missouri, United States

AMÈRICA LLATINA

Universidad Torcuatto Di Tella, School of Busines
Buenos Aires, Argentina
Fundação Getulio Vargas, Escola de Administração de Empresas de São Paulo
São Paulo, Brazil
Pontificia Universidad Católica de Chile, Escuela de Administración
Santiago de Chile, Chile
Universidad Adolfo Ibáñez, Escuela de Negocios
Valparaíso, Chile
Universidad de Chile, Departamento de Ingeniería Industrial
Santiago de Chile, Chile
INCAE
Costa Rica, Costa Rica
Instituto Tecnológico de Estudios Superiores de Monterrey (ITESM), Graduate School of Business Administration and Leadership (EGADE)
Monterrey, México
Instituto Tecnológico Autónomo de México (ITAM)
México D.F., México
ESAN
Lima, Perú
Instituto de Estudios Superiores de Administración (IESA)
Caracas, Venezuela

EUROPA

Wirtschaftsuniversität Wien
Vienna, Austria
Université Catholique de Louvain, Institut d'Administration et de Gestion
Louvain-la-Neuve, Belgium
Prague University of Economics
Prague, Czech Republic
Copenhagen Business School
Copenhaguen, Denmark
Helsinki School of Economics
Helsinki Finland
EM Lyon, Groupe ESC Lyon
Lyon, France
HEC School of Management
Paris, France
Universität zu Köln, WisoFakultät
Cologne, Germany
WHU–Koblenz,
Otto-Beisheim Graduate School
Vallendar, Germany
Corvinus University of Budapest
Budapest, Hungary
Reykjavik University
Reykiavik, Iceland
University College Dublin, Michael Smurfit Graduate School of Business
Dublín, Ireland
Università Commerciale Luigi Bocconi, SDA Bocconi
Milano, Italy
Norwegian School of Economics and Business Administration
Bergen, Norway
Warsaw School of Economics (SGH)
Warsaw, Poland
Stockholm School of Economics
Stockholm, Sweden
Universität St. Gallen, Graduate School for Business Administration, Economics, Law and Social Sciences
St. Gallen, Switzerland
Erasmus Universiteit – Rotterdam School of Management
Rótterdam, The Netherlands
Cranfield School of Management
Bedford, United Kingdom
London School of Economics and Political Science
London, United Kingdom
The University of Manchester, Manchester Business School
Manchester, United Kingdom
University of Edinburgh, Management School and Economics
Edingurgh, United Kingdom
The University of Warwick, Warwick Business School
Coventry, United Kingdom

ÀSIA

Beijing Center for Language & Culture, China
Beijing, China
BiMBA Program at Peking University
Beijing, China
China Europe International Business School (CEIBS)
Shanghai, China
Chinese University of Hong-Kong, Faculty of Business Administration
Hong Kong, China
Fudan University, Fudan School of Management
Shanghai, China
Hong Kong University of Science and Technology, The School of Business and Management
Kowloon, Hong Kong, China
Tsinghua University, School of Economics & Management
Beijing, China
Indian Institute of Management at Ahmedabad (IIMA)
Ahmedabad, India
Indian Institute of Management at Bagalore (IIMB)
Bangalore, India
Indian Institute of Management at Lucknow (IIML)
Lucknow, India
Indian School of Business (ISB)
Hyderabad, India
International University of Japan, Graduate School of International Management
Niigata, Japan
Kyung Hee University, The Graduate School of Pan-Pacific International Studies
Seoul, Korea
Yonsei University, Graduate School of International Studies
Seoul, Korea
Universiti Sains Malaysia
Pulau Pinang, Malaysia
Asian Institute of Management
Philippines, Philippines
Nanyang Technological University, Nanyang Business School
Singapore, Singapore
National University of Singapore, NUS Business School
Singapore, Singapore
Singapore Management University (SMU)
Singapore, Singapore
Thammasat University, Thammasat Business School
Bangkok, Thailand

ÀFRICA

University of Cape Town, The Graduate School of Business
Cape Town, South Africa
University of Witwatersrand, Wits Business School
Johannesburg, South Africa

ORIENT MITJÀ

Tel-Aviv University, Leon Recanati Graduate School of Business Administration
Tel-Aviv, Israel
Kuwait University, College of Business Administration
Kuwait, Kuwait

OCEANIA

University of Melbourne, Melbourne Business School
Melbourne, Australia
University of New South Wales and University of Sydney, Australian Graduate School of Management (AGSM)
Sydney, Australia
University of Otago, School of Business, Dunedin
Dunedin, New Zealand

El món a ESADE

1. Carlo > ITÀLIA
2. Angela > EUA
3. Edgardo > XILE
4. Alexandra > BÈLGICA
5. William > LA GRAN BRETANYA
6. Patricia > ITÀLIA
7. Cristian > ESPANYA
8. Jose Maria > PORTUGAL
9. Alex > ESPANYA
10. Matthew > EUA
11. Omar > EGIPTE
12. Felipe > COLÒMBIA
13. DeepaK > ÍNDIA
14. Tomas > SUÈCIA
15. Jaume > ESPANYA
16. Cormarc > LA GRAN BRETANYA
17. Marc > FRANÇA
18. Jeffrey > ITÀLIA
19. Luis Alfonso > ESPANYA
20. Said > LA UNIÓ DELS EMIRATS ÀRABS
21. Andrea > EL BRASIL
22. Jarrod > EL CANADÀ
23. Ketill > ISLÀNDIA
24. David > LA GRAN BRETANYA
25. Maria > PORTUGAL
26. Aldan > SUD-ÀFRICA
27. Daniela > L'ARGENTINA
28. Elena > ESPANYA

Aquesta és la imatge del “món a ESADE”, és a dir, la multitud de nacionalitats que conviuen a les aules de l’escola i que són un reflex clar de la potent internacionalitat com a valor que distingeix ESADE i els seus alumnes. Una bona mostra és aquesta imatge dels alumnes del One Year MBA on podem trobar fins a 19 nacionalitats diferents.

ESADE ALUMNI en el món

CHAPTERS ESADE ALUMNI

MÈXIC
chaptermexico@alumni.esade.edu
President: Javier Mérida (Lic&MDE 90)
Junta directiva: Fernando Cortina (Lic&MDE 80), Emilio Vera (MBA 01), Walid Aridi (MBA 01), Rafael Castelltort (MBA 05), Javier Esplá López del Rincon (MBA 03), Josep Manuel Fabra (MBA 94)

EL REGNE UNIT
chapteruk@alumni.esade.edu
President: Jaime Enrique Hugas (Lic&MBA 94)
Junta directiva: Jorge Alcover (Lic&MDE 98), Lucy Hutchins (MBA 01), Graciela Fernández Pinto (Dir. Est. en Márketing 05)

JA SÓN 95 ELS PAÏSOS AMB PRESÈNCIA D'ANTICS ALUMNES D'ESADE, I ESADE ALUMNI DISPOSA DE 20 CHAPTERS REPARTITS PER TOT EL MÓN QUE S'AFEGEIXEN A 8 DELEGACIONS MÉS.

L'ARGENTINA
chapterargentina@alumni.esade.edu
President: Carlos Precali (Lic&MBA 93)
Junta directiva: Carlos Sicurello (Máster en Dirección de Empresas-ICDA 01), Fernando Fernández (Lic&MDE 99), Jorge Monzani (M. Dir. y Adm. de Emp.-ICDA 01), Roberto DeStefano (PDE 04), Jorge Kawaguchi (PDE 04), Cecilia Guzmán (PDE)

LA XINA
chapterchina@alumni.esade.edu
President: Sergi Monros (Lic&MBA 97)
Junta directiva: María Sala (Lic&MBA 97)

ALEMANYA
chaptergermany@alumni.esade.edu
President: Stefan Hoerster (MBA 03)
Junta directiva: Tobias Kosten (MBA 04)

ANDORRA
chapterandorra@alumni.esade.edu
President: Conrad Blanch (MBA 82)
Junta directiva: Joaquima Sol (Lic&MDE 80), David Hidalgo (MBA 2000), Joan Prat (Dir. Servicios Integrales, 95), Sonia Yebra (Lic&MDE 94)

VENEÇUELA
chaptervenezuela@alumni.esade.edu
President: Juan Francisco Mejía (PMD 91)
Junta directiva: César Groce (MBA 03), Víctor L. Jaramillo Gallo (Programa en Derecho del Comercio 04), Daniel Vanegas (Mást. Dir. Ec.-Fin 04), Damir Sancevic (Program of Management Development 94), Óscar Larrain (Mást. Com. Int. 90)

FRANÇA
chapterfrance@alumni.esade.edu
President: Xavier Castañer (Lic&MBA 92)
Junta directiva: Olivier Lefevre (Programa intercambio MBA 03), Xavier Sanchez (Lic&MDE 97), Jerome Lacombe (MBA 04), Xavier Picanyol (Lic&MDE 05), Nicolas Maigne (MBA 05), Joaquin Muñoz (Lic&MDE 96), Miguel García Ruiz (MBA 01), Santiago Tintoré (Lic&MDE 88)

XILE
chapterchile@alumni.esade.edu
President: Nicolás Williams (MBA 00)
Junta directiva: Humberto Garrido (MBA 99), Claudio Martínez (MBA 99)

EL PERÚ
chapterperu@alumni.esade.edu
President: Jorge Flores (MBA 06)
Junta directiva: Manuel del Carpio Tamayo (MBA 88), Silvia Luperdi Bustos (MBA 02), Javier Fernández Núñez (Mást. Dir. Márk. 02)

EL BRASIL
chapterbrazil@alumni.esade.edu
President: Gustavo Chicarino (MBA 95)
Junta directiva: Josep M. Buades (MBA 00), Thiago Oliveira (MBA 06), Miriam Cloquell (MBA 99)

COLOMBIA
chaptercolombia@alumni.esade.edu
President: Iván Fernando (MBA 04)

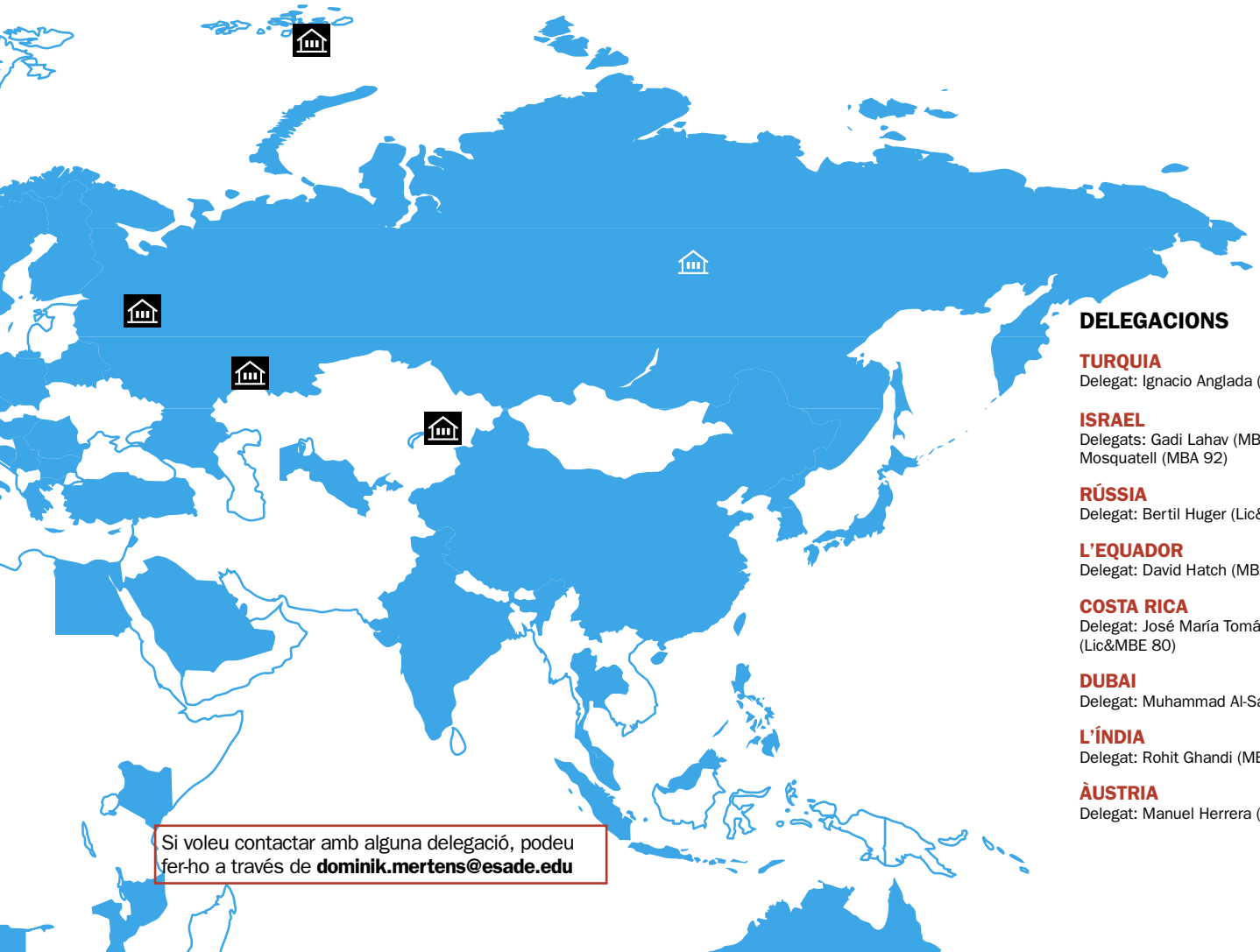
BENELUX
chapterbenelux@alumni.esade.edu
President: Kristof Schiepers (MBA 04)
Junta directiva: Mark Wetzels (MBA 04), Sofie Janssen (Mást. Derecho Int. 05), Mahias Slabbinck (Mást. Com. Int 92), Borja Varela (Ip&lt 05)

PORTUGAL
chapterportugal@alumni.esade.edu
President: Vitor Duarte (MBA 04)
Junta directiva: Bruno Sampaio (MBA 99)

ELS ESTATS UNITS
(delegaciones en Nueva York, Los Ángeles, Miami y Chicago)
chapterusa@alumni.esade.edu
Presidents: Frederic Fournier (MBA 01) de Nova York, Tyler Newby (MBA 06) de Los Angeles, Ari Baetiong (MBA 04) de Miami y Melissa Spencer (MBA 99) de Chicago

ITÀLIA
chapteritaly@alumni.esade.edu
President: TBC

SUÏSSA
chapterswitzerland@alumni.esade.edu
President: Marlene Schara (Lic&MDE 04)
Junta directiva: Nicole Curti (MBA 05), Ignacio Franquesa (MBA 95), Queralt Vila y Canal Lic&MDE 07), Fernando Junoy (Lic&MDE 03) y Carolin Saktreger (Lic&MDE 04)



Si voleu contactar amb alguna delegació, podeu fer-ho a través de **dominik.mertens@esade.edu**

DELEGACIONS

TURQUIA
Delegat: Ignacio Anglada (MBA 05)

ISRAEL
Delegats: Gadi Lahav (MBA 05)/Ester Mosquatell (MBA 92)

RÚSSIA
Delegat: Bertil Huger (Lic&MDE 97)

L'EQUADOR
Delegat: David Hatch (MBA 04)

COSTA RICA
Delegat: José María Tomás Ucedo (Lic&MBE 80)

DUBAI
Delegat: Muhammad Al-Sadek (MBA 07)

L'ÍNDIA
Delegat: Rohit Ghandi (MBA 00)

ÀUSTRIA
Delegat: Manuel Herrera (MBA 03)

Celebrem els 50 anys d'ESADE

XIII Jornada Anual ESADE Alumni Barcelona

22 de gener de 2008
Gran Teatre del Liceu

ESADE ALUMNI

La RSE no només per a les grans

JOSEP M. LOZANO

josepm.lozano@esade.edu
Professor del departament de Ciències Socials d'ESADE, és Doctor en Filosofia i Ciències de l'Educació per la UB, llicenciat en Teologia per la Facultat de Teologia de Catalunya i llicenciat en Filosofia i Lletres per la UB. El seu treball investigador i docent sempre ha tractat de la contribució de l'empresa a la societat i de la qualitat humana de les organitzacions. Ha publicat cinc quaderns i set llibres, d'entre els quals, el llibre *Danone a Ultzama* fou premiat amb el Premi MSD a la investigació ètica empresarial (2005).

TEMPS DE LECTURA:
3'

ELS DARRERS ANYS, LA RESPONSABILITAT SOCIAL DE L'EMPRESA (RSE) HA PASSAT A OCUPAR UN LLOC PREEMINENT A LES AGENDES ECONÒMIQUES, POLÍTIQUES I SOCIALS. EL SEU RÀPID DESENVOLUPAMENT HA DUT IMPLÍCITA TAMBÉ L'AMPLIACIÓ DEL SEU ÀMBIT AMB LA INCORPORACIÓ D'UNES PIMES QUE SUPOSEN UN IMPORTANT SEGMENT DINS DEL MÓN EMPRESARIAL.

L'existència d'aquest context positiu per fer progressar la pràctica de la RSE entre les pimes la reafirma també la mateixa Comissió Europea i el nombre creixent d'iniciatives protagonitzades per les administracions autonòmiques o els ens locals.
Aquest interès es materialitza en forma de nous premis de RSE; en la redacció d'indicadors de medició de la RSE, adaptats a la realitat específica de les pimes; en l'estudi de percepcions entre els directius d'empresa o la revisió dels contractes públics a partir de criteris socials i mediambientals, entre d'altres iniciatives, tal i com he pogut analitzar, juntament amb David Murillo, a l'estudi *RSE y Pymes, una apuesta por la excelencia empresarial*.

LA RSE ENTRE LES PIMES

Amb aquest context de canvi com a base, l'anàlisi vol esdevenir un punt de partida per a futurs estudis sobre la RSE, en aquest segment empresarial.
En aquest sentit, s'adreça a empreses que ja han destacat per les seves bones pràctiques i han estat reconegudes per les seves iniciatives socials i mediambientals.

L'estudi permet aprofundir en el coneixement de la cultura organitzativa

Tot això, amb l'objectiu de conèixer la seva experiència, identificar les barreres i limitacions que dificulten la implementació d'aquestes pràctiques i aprofundir en el coneixement de la cultura organitzativa que les fa possibles.

QUATRE REALITATS

A partir d'aquí, l'estudi de les quatre empreses seleccionades ha girat al voltant de cinc grans eixos: l'origen de les seves pràctiques socials o mediambientals, el contingut de les pràctiques concretes que s'han dut a terme, la comunicació d'aquestes pràctiques, tant a escala interna com externa, així com els resultats i la seva avaluació i percepció del terme RSE.
Per què aquestes àrees? Perquè resulten fonamentals per a qui pretengui estudiar quali-

QUATRE EMPRESES

Per a l'estudi s'han seleccionat quatre empreses de dimensió mitjana i amb una presència en el mercat que oscil·la entre els 9 i els més de 50 anys d'existència en el mercat.

T.Q. TECNOL, S.A. (TECNOL)

Tecnol s'inclou dins del sector de proveïdors químics de les empreses constructores. En aquest cas, la responsabilitat social de l'empresa situada a Reus (Tarragona) es basa a promoure el respecte cap a la societat, la satisfacció del personal i la confiança amb els clients.

Aquestes pràctiques socials s'apliquen tant de manera interna com externa. Per exemple, una de les accions en l'àmbit intern s'ha dirigit a la conciliació de la feina amb la vida familiar dels empleats de l'organització.

PAVER, S.L.

En el cas d'aquesta pime catalana del sector metal·lúrgic, les bones pràctiques han de dividir-se entre la dimensió mediambiental i la de qualitat, que es caracteritza per la gestió de recursos humans i pel grau de satisfacció laboral dels empleats.

L'estudi conclou que, per a Paver, la RSE és la seva manera de treballar correctament i que l'empresa és plenament conscient que els èxits són efímers, que encara queda un llarg camí per recórrer i que cercar l'excel·lència l'obligarà a aprofundir en totes les dimensions de la RSE.

ASCENSORS JORDÀ

Aquesta pime barcelonina, que ofereix serveis d'instal·lació, reparació, reforma i conservació d'aparells elevadors i escales mecàniques, ha aplicat la pràctica social des de la seva creació el 1953. De les sis àrees en les quals desenvolupa les seves pràctiques socials, centra el seu esforç en els treballadors i la responsabilitat en el producte. Per exemple, s'ha proposat canviar la mala imatge pública causada pels accidents que es produeixen en el sector dels ascensors, especialment a les pimes.

EUROQUÍMICA de BUFÍ i PLANAS, S.A.

Els fundadors d'Euroquímica, dedicada a la producció de revestiments i pintures per al sector industrial i de la construcció, van deixar com a llegat els estatuts socials de l'empresa. Per aquest motiu, i segons l'estudi, els treballadors conceben les mesures socials que estan implementant a la seva empresa com una cosa que no té res a veure amb la responsabilitat social, sinó que "s'ha fet tota la vida". D'entre aquestes mesures, hi figura la de buscar vies de participació del conjunt de la plantilla en les decisions importants de la companyia.

tativament la visió i la cultura empresarials de les organitzacions que ja han desenvolupat iniciatives de RSE. De totes maneres, sí que cal destacar que en aquest primer estudi no s'ha triat cap empresa de les denominades d'economia social, com cooperatives, societats laborals o empreses d'inserció, i s'han descartat també les iniciatives empresarials promogudes per ONG o fundacions.

RESULTATS

A l'estudi s'evidencia la importància del rol i dels valors de l'empresari-fundador a l'hora de dur a terme una determinada pràctica de RSE a l'empresa. Tanmateix, permet aventurar que, mentre el discurs de la RSE a les grans empreses es projecta prioritàriament cap enfora, en el cas de les pimes mira fonamentalment cap endins. D'altra banda, la direcció de l'empresa enllaça directament els seus resultats econòmics amb l'aplicació de pràctiques de RSE, si bé, aquesta es presenta com una evidència percebuda, tot i que no objectivada. Així mateix, i segons l'estudi, l'aplicació de la RSE en el cas de les pimes pot entendre's com un procés per avançar cap a la professionalització de la gestió, cap a una gestió integral de l'empresa que inclogui els elements intangibles de la marxa del negoci.

Per a més informació, pots consultar l'estudi a:

www.esade.edu/biblio/catalogo

Goa Internet Services (MIGOA)

Internet i les seves oportunitats de negoci

ELS PREMIS RED HERRING 100 EUROPE 2007 A LES CENT EMPRESES MÉS INNOVADORES DEL VELL CONTINENT GUARDONAVEN GOA INTERNET SERVICES (MIGOA) EL PASSAT MES DE MARÇ. AQUESTA EMPRESA, QUE HA CREAT UN CERCADOR VERTICAL A INTERNET, HA ESTAT FUNDADA PER ORIOL BLASCO (MBA 04), JUNTAMENT AMB EL NORD-AMERICÀ GARY STEWART. TAMBÉ PARTICIPEN EN EL PROJECTE DÍDAC GIRIBETS (LIC&MBA 01), DE L'EMPRESA IMMOBLES I INVERSIONS MONGIR, I ALBERT ARMENGOL (MBA 03), QUE ACTUEN COM A BUSINESS ANGELS.

TEMPS DE LECTURA:
4'

MIGOA va sorgir com una iniciativa per crear cercadors verticals temàtics sobre feina, habitatge i cotxes. El projecte va començar l'abril de 2005, quan l'emprenedor nord-americà, que ja ha dirigit una empresa immobiliària, i llicenciat per Yale Gary Stewart i l'enginyer català Oriol Blasco, es van conèixer en una trobada d'emprenedors. Després de realitzar marketing research (sobretot al mercat dels Estats Units), el desembre de 2005 van identificar com a objectiu el mercat dels cercadors verticals. L'empresa es va constituir el 2006, i aquest mes d'octubre passat han llançat el seu primer producte: www.nuroa.es, un cercador immobiliari d'última generació,

Per què us decidiu per les tecnologies de la informació?

Oriol: Des de l'inici, el nostre objectiu no era buscar qualsevol tipus d'oportunitat, sinó que ens enfocàvem en tot moment al mercat. Per això vam donar valor a les oportunitats de mercat i que tenien potencial real de creixement.

Dídac: Precisament aquest va ser un dels detalls que més em va interessar del projecte, el fet que es tractés d'un producte totalment orientat al mercat.

Oriol Blasco (MBA 04) i Gary Stewart, creadors del cercador MIGOA

Quan algú et diu que ha vist una demanda i que té el producte per cobrir-la és quan t'hi llances. És molt més interessant que si una empresa té un súper producte però no té a qui vendre'l.

En quin moment entra dins el projecte com a business angel Dídac Giribets?

Oriol: El vam conèixer el novembre de 2006 gràcies a un altre antic alumne d'ESADE que ens el va presentar en un acte de networking. De fet, nosaltres ja portàvem molt de temps contactant amb diversos business angels locals, però la majoria d'ells quan sentien parlar d'Internet deien que segurament no seria rendible. També vam començar contactes amb inversors internacionals, però en aquell moment el projecte encara no era suficientment madur.

Gary: En un principi el Dídac ens va comentar que no tenia diners per invertir, però vam anar a dinar amb ell igualment i vam explicar-li el projecte. Al cap de dos mesos es va posar en contacte amb nosaltres per dir-nos que sí que volia invertir-hi.

En aquell moment, quina era la quantitat de diners que buscàveu d'inversors externs?

Oriol: Entre 200.000 i 300.000 euros, sobretot per destinar-los a finançar la primera fase de desenvolupament i començar després amb el màrqueting i l'acció comercial.

Cap a quins mercats us adreceu?

Gary: En aquests moments estem enfocats cap a Espanya i Alemanya, on realment no tenim competència. A principis del 2008 entrarem a França i a Anglaterra, que també són mercats interessants. Contràriament, als Estats Units sí que existeixen altres productes que estan competint entre si perquè ja és un mercat madur. No obstant això, tots aquests productes encara no surten d'allà i, si ho fessin, segurament es dirigirien a Anglaterra.

De cara, els business angels Dídac Giribets (Lic&MBA 01) i Albert Armengol (MBA 03) conversen amb els creadors de MIGOA

Quin és el valor afegit d'un cercador vertical respecte d'un d'horitzontal?

Gary: A diferència dels buscadors horitzontals, nuroa.es limita les seves recerques a pàgines web de les principals agències immobiliàries, portals de classificats i immobiliaris. Així, proveeix l'usuari de l'oferta de resultats més completa, tots rellevants i precisos, tot fent, d'aquesta manera, que estalviï temps i energia.

portals, que són els que ja estan agregant informació mitjançant el mètode tradicional i, després, hi ha les immobiliàries. El secret del cercador vertical és acabar adreçant-se a les immobiliàries, traient-ne la informació i que nosaltres, quan l'usuari entri a buscar, li enviem el client. A partir d'aquí, la nostra estratègia de futur consisteix a agregar tots els *players*, des dels més grans fins a la immobiliària més petita, per exemple.

"El nostre objectiu no era buscar qualsevol tipus d'oportunitat, sinó que ens enfocàvem sempre al mercat", Oriol Blasco (MBA 04)

Oriol: Google està intentant comprar un cercador vertical als Estats Units per valor de més de 40 milions d'euros i això demostra que entén la diferència.

Dídac: D'alguna manera podríem dir que Google busca a tota la biblioteca i nosaltres al prestatge correcte.

En què es basa el vostre model de negoci?

Oriol: Bàsicament en la publicitat. Al sector hi ha dos tipus de *players*: d'una banda, els grans

MIGOA

Activitat:
cercador vertical d'immobiliària, feina i automòbil
Equip fundador:
Oriol Blasco (MBA 04) i Gary Stewart
Any de creació de l'empresa: 2006

A més, el vostre és un projecte que compta amb un equip internacional...

Oriol: Sí, en el nostre equip hi ha fins a set nacionalitats: nord-americana, alemanya, francesa, noruega, brasilera, russa i espanyola. L'avantatge d'Internet és aquest, que no és un mercat amb fronteres definides, sinó realment global.

Dídac: Això és veritat perquè, en tractar-se d'una empresa d'Internet, el xoc cultural no és tan gran com en d'altres productes. He viscut xocs culturals molt més forts, per exemple, entre una persona de Barcelona i una altra de Madrid.

L'última incorporació a l'empresa, el maig passat, ha estat Albert Armengol. Com es produeix?

Dídac: Vaig conèixer l'Albert a ESADE Alumni i, com que també ha estat emprenedor en el món d'Internet, vaig pensar que si ell validava el projecte, és que realment era interessant. A partir d'aquí va passar a formar part del consell d'assessors juntament amb Joaquín Calaf, Director General d'Orbital BBDO i Juan Luis Hortelano, del blog Tecnorantes, i des de finals de maig també té una part de l'empresa.

Albert: Em va interessar el projecte perquè està en un mercat realment en expansió. A mi també m'hagués agradat rebre aquest suport quan vaig començar el 2003, una època més complicada per a tot allò relacionat amb Internet.

Quan estimeu que es produiran els primers beneficis i on buscareu els inversors?

Oriol: Segons les nostres previsions, els primers ingressos arribaran el proper mes de febrer, sempre en funció de l'acció comercial. Sobre els inversors, estem buscant-ne tant de nacionals com d'internacionals. Fins ara ja hem parlat amb fons de risc i després també hi ha els grups de comunicació, amb els quals estem treballant per intentar tancar alguna operació abans de finals del 2008. Amb tot això, calculem tenir uns 100 empleats d'aquí a tres anys.

Per a emprenedors i empreses

CLUB D'EMPRESARIS, EMPRENEDORS I INVERSORS (CEEI) ESADE ALUMNI

Té la missió d'impulsar la creació i desenvolupament d'empreses. Els seus objectius principals són: identificar, reconèixer i donar suport a l'empresari, a l'emprenedor i a l'inversor, difondre coneixement i realitzar networking tot canalitzant l'oferta i la demanda d'aquest col·lectiu. Per a més informació o per inscriure's en aquest club, contacta amb: clubemprendedores_inversones@alumni.esade.edu

CENTRE D'INICIATIVA EMPRESARIAL (CINEM)

Aglutina les diferents activitats que ESADE desenvolupa dins de les àrees de creació d'empreses i empresa familiar amb l'objectiu de fomentar i difondre la cultura emprenedora entre els alumnes i antics alumnes d'ESADE i els participants en els diversos programes de formació. El centre aporta els coneixements i les habilitats necessàries per què creïn la seva pròpia empresa.

Per a més informació, contacta amb María José Parada, mariajose.parada@esade.edu.

Si ets un antic alumne emprenedor i tens la teva pròpia empresa, volem conèixer-te. Contacta amb mariajose.parada@esade.edu

Deixin en pau els impostos!

Amb la proximitat de la campanya electoral s'intensificarà la discussió sobre els impostos, és a dir, sobre rebaixar impostos, que és allò que més agrada a la gent. Però el tema dels impostos considerat en si mateix acaba en conclusions falses, perquè el sistema fiscal complet consta de dos vessants: la recaptació i la despesa. Sense recaptació no pot haver-hi despesa, de la mateixa manera que sense despesa la recaptació no té sentit social i resulta un simple espoli als ciutadans. La fiscalitat en els seus dos vessants complementaris és un instrument de progrés econòmic i desenvolupament social. Les dues coses han d'anar juntes i la seva combinació determina el model de societat que es vol aconseguir.

Els països que tenen menys càrregues fiscals no són precisament els que tenen més activitat empresarial

D'altra banda, està suficientment demostrat que la reducció de tipus impositius no fomenta l'activitat empresarial. Els països que tenen menys càrregues fiscals (menys del 10% del PIB, com molts d'Amèrica Llatina i Àfrica) no són precisament els que tenen més activitat empresarial. Allò que garanteix l'èxit de l'activitat empresarial és l'augment dels béns públics: la llei i l'ordre, l'educació en tots els seus àmbits, les comunicacions, l'eficiència de l'administració, etcètera. Totes aquestes coses proporcionen valuoses "externalitats" a les empreses i als individus que volen començar una aventura empresarial.

La qüestió (dins d'un marc de justícia, que se suposa en una democràcia madura) no és el nivell dels impostos, sinó de quina manera es gasten. És millor que l'Estat creï "externalitats" que no pas que rebaixi impostos, els beneficis dels quals es perden després per la mala administració i les dificultats que troba la nova inversió.

D'altra banda, la llista dels països més eficients i competitius a escala mundial (com la que ens proporciona cada any el World Economic Forum a Davos) no inclou els països amb menor càrrega fiscal. Al contrari, inclou als primers llocs països que, amb una elevada càrrega fiscal (excepte els Estats Units), produeixen uns béns i serveis públics que contribueixen a elevar la productivitat de les empreses i el benestar dels ciutadans. Mentre que la càrrega fiscal no sigui enorme o creixi ràpidament, allò que importa és com es gasten els impostos. Sense anar més lluny, a Espanya l'augment de la càrrega fiscal els darrers trenta anys ha anat en paral·lel amb l'augment de l'activitat empresarial i el benestar de la població. Deixem en pau els impostos. Cada vegada que es canvien les lleis s'obren nous forats (*loopholes*) que afavoreixen els litigis i l'evasió fiscal. Abans que canviar-los cal cobrar-los tal com mana la llei vigent. I en tot cas, la preocupació dels ciutadans i dels governants hauria de ser com es gasten en la producció i distribució de béns i serveis públics que facin el país més eficient i més just. D'això s'hauria de parlar a les campanyes electorals.

LUIS DE SEBASTIÁN
luis.desebastian@esade.edu
Professor honorari del departament d'Economia, Màster Sc. en Economia a la London School of Economics i doctor en ciències polítiques per la UHE, Ginebra. Va ser economista del Banc Interamericà de Desenvolupament a Washington. Ha publicat diversos llibres, articles en revistes de divulgació econòmica i a la premsa.

ESADE i Stanford dissenyen un programa conjunt sobre RSC

ESADE i la Stanford Graduate School of Business han dissenyat conjuntament un programa d'Executive Education perquè les organitzacions integrin la responsabilitat social corporativa (RSC) a l'estratègia empresarial.

El nou programa *Corporate Social Responsibility: Strategic Integration and Competitiveness,* dissenyat per ESADE i la Stanford Graduate School of Business s'impartirà a ESADE els dies 26, 27 i 28 de març de 2008. Hi participaran diferents experts en la matèria d'ESADE i la Stanford School of Business. Aquest nou curs oferirà als assistents l'oportunitat d'aprendre nous conceptes clau i adquirir els coneixements necessaris que els permetran ocupar càrrecs de gestió a les empreses, ja que els coneixements sobre temes socials i mediambientals són un valor afegit per al executiu. És més, l'anàlisi de casos i èxits empresarials presentats al curs ensenyarà als assistents els principis que podran aplicar immediatament a les seves empreses. Atesa la importància que estan guanyant els temes relacionats amb la RSC, el programa que han dissenyat conjuntament ESADE i Stanford beneficiarà no tan sols els que assisteixin al curs, sinó també les empreses per a les quals treballen, ja que tindran l'oportunitat de compartir experiències i confirmar l'eficàcia de les idees proposades amb professionals del mateix mitjà. El programa pretén transmetre un enfocament proactiu que doni suport al desenvolupament d'avantatges competitius basats en la innovació i el lideratge.

Programes internacionals

ESADE ofereix als seus estudiants una completa llista de programes internacionals de gran ajut per a la seva carrera professional:

- **Social and Political Competencies for Managers**
- **Leadership of Change**
- **Mergers & Acquisitions and Corporate Restructuring**
- **Managing Change via Culture Reengineering: Managing by Values**
- **Doing Business Globally**
- **Advanced Management Control**
- **Strategic Innovation: Reinventing Corporate Value Creation**
- **Corporate Social Responsibility: Strategic Integration and Competitiveness (ESADE - Stanford Graduate School of Business)**
- **International Operations Program (ESADE - Universitat de Georgetown)**
- **Global Supply Chains (ESADE - Universitat de Georgetown)**
- **Marketing in You (ESADE - SDA Bocconni - Universitat d'Emory)**

Program for Management Development al campus d'ESADE a Argentina

El campus d'ESADE a Argentina ofereix diversos programes de formació per a directius, que els ajuden a progressar en les diferents fases de la seva carrera professional.

ESADE a Argentina ofereix diversos programes de formació, entre els quals destaquen el Senior Executive Program (SEP) i el Program for Management Development (PMD).
El SEP és un programa dissenyat específicament per a executius sènior i/o per a aquells que recentment han adquirit o estan a punt d'adquirir una significativa expansió de les seves responsabilitats directives. L'objectiu principal del programa és formar líders apassionats, amb coneixements i qualitat humana, capaços d'abordar els reptes de la direcció general i de definir, construir i potenciar el futur de l'organització.
D'altra banda, el PMD permet als participants adquirir una visió global de l'empresa, així com les competències necessàries per dirigir equips i prendre decisions eficients. Està adreçat a professionals amb alt potencial, d'uns 9 anys d'experiència en el món laboral, que duguin a terme funcions directives de nivell mitjà en àrees funcionals de l'organització.
El PMD és un espai ideal per a l'anàlisi i la reflexió sobre les pròpies competències directives i la capacitat de lideratge, que subministra als participants un profund coneixement sobre els criteris i metodologies de treball per a la gestió de l'organització.
El PMD té com objectiu principal d'aprenentatge que el directiu aprengui a fer créixer la seva organització mitjançant el desenvolupament personal dels seus col·laboradors i equips de treball i que comprengui les necessitats de l'organització per triomfar en el competitiu entorn internacional.

Els programes d'ESADE Argentina busquen formar líders apassionats, amb coneixements i qualitat humana

El PMD s'imparteix també a Montevideo (Uruguai), en col·laboració amb la Universitat ORT, i a Córdoba (Argentina), amb la col·laboració de la Universidad Católica de Córdoba.

Executive Education en el 50è aniversari d'ESADE

El 1961 van néixer els primers programes d'alta direcció, que actualment es desenvolupen a l'àrea d'Executive Education. En el 50è aniversari és un bon moment per recordar-los i per explicar l'evolució que han experimentat.

El primer programa que es va realitzar amb l'objectiu de facilitar la formació continuada dels directius va ser el programa d'Alta Direcció d'Empreses –ADE– pel qual, durant aquests 50 anys, han passat més de 1.500 directius, tant a Madrid com a Barcelona.

En aquest sentit, els diversos directors acadèmics d'aquest programa, professors experts en la formació per a l'alta direcció, van dissenyar fa tres anys una renovació de la formació per a la direcció general, per respondre millor davant les necessitats de la comunitat empresarial i van crear dos nous programes:

- El Senior Executive Program –SEP– el programa de direcció general d'ESADE i que es realitza a Madrid, Barcelona i Buenos Aires.
- El Program for Management Development –PMD– el programa per a la transició a la direcció general, que a més de realitzar-se en els tres campus, també es realitza a diverses ciutats, tant espanyoles com de l'Amèrica Llatina.

Per a aquest curs 2007-2008, any de celebracions, Executive Education aposta per una major internacionalització de la seva activitat, tot incrementant de forma considerable l'oferta de programes internacionals en anglès, tant amb d'altres business schools, com de manera independent. Així, es passa de la realització de 5 programes oberts internacionals a més de 10, tot destacant notablement el programa que es realitzarà amb la prestigiosa escola de negocis nord-americana Stanford Graduate School of Business, sobre un dels temes més candents del moment: Corporate Social Responsibility.

Tanmateix, es mantenen en cartera els programes realitzats amb la Georgetown University i amb Bocconni, i s'hi sumen programes tan actuals com el Management by Values, International Operations Management, o Mergers & Adquisitions.

Altres programes nous en el dossier, i que contribueixen a oferir als antics alumnes una àmplia oferta per facilitar la seva actualització i aprofundiment en matèries que en el seu dia no es tenien en compte, són, entre d'altres, un programa sobre private equity o un altre sobre business angels, un seminari sobre Intercultural Management, o bé un altre programa realitzat conjuntament amb la Càtedra de LideratgeS i Governança d'ESADE, *Pensar el Lideratge*, una visió del lideratge des de diferents òptiques empresarials.

Evidentment, no per això deixen de tenir vigència els programes regulars, com el de Direcció i Gestió en Màrqueting, el Programa de Direcció Avançada en Recursos Humans, el programa de Gestió d'Equips i Direcció de Persones, el programa de Direcció Estratègica de la Comunicació o els que es van engegar el curs passat sobre Corporate Finance o Innovació & "Entrepreneurship".

ESADE i IBM engeguen la II Trobada de Lideratge Corporatiu

El proper 28 de novembre se celebrarà a Madrid la II Trobada de Lideratge Corporatiu, presentat per IBM i ESADE, després de l'èxit que va tenir la primera marxa d'aquestes sessions l'any 2005.

Un any més, i amb l'objectiu de conèixer i analitzar les estratègies en matèria de transformació interna i lideratge de les organitzacions, ESADE i IBM engeguen la II Trobada de Lideratge Corporatiu, adreçat a un reduït grup de líders empresarials.

A través del tema de debat triat en aquesta ocasió, *Claus de transformació empresarial en una economia oberta*, s'analitzarà amb especial atenció la importància dels processos de col·laboració interna i externa, com una peça estratègica en els nous models d'innovació empresarial. A més, fruit del debat generat en aquesta reunió, s'elaborarà un informe de conclusions que serveixi de referència per a la comunitat empresarial espanyola, la difusió de la qual serà tractada durant la sessió.

Aquest projecte s'emmarca en el compromís d'ESADE per aportar anàlisis i punts de vista que impulsin el desenvolupament d'idees empresarials innovadores, mentre que, en el cas d'IBM, respon a una estratègia global corporativa que es materialitza en l'IBM Institute for Business Value.

Consulta l'oferta formativa d'ESADE Executive Education a www.exed.esade.edu