

DIARIO

# EMPRESARIAL

DE L'HOSPITALET Y BAJO LLOBREGAT

NUM. 39- SEPTIEMBRE-OCTUBRE 2002



ASOCIACION EMPRESARIAL  
DE L'HOSPITALET  
Y BAIX LLOBREGAT  
AEBALL



UNIÓN PATRONAL METALÚRGICA  
DE L'HOSPITALET Y BAIX LLOBREGAT  
UPMBALL

*La fidelización de clientes*

*Entrevista con Emilio Gutiérrez, socio director GEIS  
Consultores de Dirección*

*Aprobado el Plan General de Formación Profesional  
de Catalunya*

sumario

Editorial	
<b>Reflexiones después del verano</b>	<b>3</b>
Informe	
<b>La fidelización de clientes</b>	<b>4</b>
En profundidad	
<b>Sant Vicenç dels Horts</b>	<b>8</b>
El socio	
<b>Entrevista con Emilio Gutiérrez, socio director GEIS Consultores de Dirección</b>	<b>12</b>
Actualidad	
<b>Aprobado el Plan General de Formación Profesional de Catalunya</b>	<b>16</b>
Reportaje	
<b>El nuevo distrito económico de l'Hospitalet: Granvia l'H</b>	<b>18</b>
Parlem de...	
<b>Tots els recursos per navegar en català a internet</b>	<b>21</b>
Notícies	
<b>Notícies de Actividades y Servicios de la AEBALL</b>	<b>22</b>
Notícies	
<b>Notícies de empresas asociadas a la AEBALL</b>	<b>25</b>

Nº 39. SEPTIEMBRE-OCTUBRE  
Revista Bimestral. Año VIII

Edita:  
ASOCIACIÓN EMPRESARIAL  
Y UNIÓN PATRONAL  
METALÚRGICA DE  
L'HOSPITALET Y BAIX  
LLOBREGAT



Directora: Rosa Fiol  
Redactor Jefe: D. Bargalló  
Redacción: M<sup>a</sup>. P. Fiol, A. Porqueras,  
M. Castro, M. Calvet, A. García,  
A. Ridruejo.  
Imprime: E. Rondas  
Redacción: Av. Fabregada, 93,  
1º 3ª, Dcha. 08901 L'Hospitalet  
Tel 93 337 04 50 Fax 93 337 50 15  
e-mail: aeball@aeball.net

Tiraje: 6.000 ejemplares  
Depósito Legal: B-44.082-94  
Los artículos publicados en DIARIO  
EMPRESARIAL reflejan sólo la opinión de  
los autores

Portada: Ajuntament de Sant Vicenç  
dels Horts

editorial

# Reflexiones después del verano

El periodo vacacional permite reflexionar sobre la realidad que nos envuelve y lo que es más importante sobre el futuro que nos espera. Lejos de querer hacer previsiones, pues hay datos que desconocemos, hay temas que sabemos que van a incidir de forma directa en la buena marcha de nuestras empresas y que estos días han sido noticia en los medios de comunicación.

Por un lado está el Proyecto de Ley de Presupuestos Generales del Estado para el año 2003 y, por otro, la ampliación de la Unión Europea.

El Gobierno ha presentado unos presupuestos expansivos en cuanto al crecimiento (P.I.B. del 3 %), en un marco mundial de incertidumbre.

Otros datos de interés son el equilibrio presupuestario (déficit = 0), las rebajas fiscales, el mantenimiento del gasto en infraestructuras y mejora de las inversiones en seguridad ciudadana, justicia e innovación. Una previsión de inflación del 2 %.

El crecimiento lo basa en el aumento de la inversión pública (+6 %) y la rebaja del I.R.P.F. que repercutirá de forma positiva en el consumo de los hogares.

Estos Presupuestos suponen para las empresas cierta estabilidad, pero no hay que olvidar que el diferencial de inflación con el resto de países de la UE es una pérdida de competitividad, especialmente para las industrias, que cuentan con mayor proyección internacional.

Para atajar la inflación, es necesario seguir con la liberalización y desregulación de mercados (suelo, telecomunicaciones, energía, otros), reformar el gasto público, haciéndolo más racional y eficiente y, por último, seguir con la moderación salarial en la negociación colectiva.

Todo ello, sin olvidar que a nivel global hay amenazas de conflictos bélicos, de aumento de los precios del petróleo e incertidumbre en la recuperación de las economías más avanzadas.

El otro tema importante es la ampliación de la UE. En principio beneficiosa para los Estados miembros, así como para los que han solicitado su ingreso.

Pero la ampliación va a tener una repercusión distinta en cada Estado y estas repercusiones no son siempre positivas.

Las más importantes, van a ser: Reducción de los costes comerciales para nuestras exportaciones e importaciones y la libre circulación de factores productivos como el capital y el trabajo.

Los fondos estructurales y de cohesión llegarán en menor medida y a menos regiones de nuestro país.

Para nuestro país va a ser clave conseguir una mayor competitividad de nuestras empresas y de esta forma crecer en el nuevo mercado y no sucumbir a la mayor competencia.

El aumento de la competitividad se ha de basar en: Acelerar el cambio estructural de la industria, haciéndola más flexible y capaz de adaptarse a los cambios de la oferta y de la demanda. Basar la competitividad en la calidad, para poder competir con otros productos con costes más reducidos. Eliminar rigideces en determinados mercados pocos flexibles, como el laboral y el de servicios, para poder reducir costes. Fomentar el I+D tecnológicos, para que nuestros productos sean más innovadores. Promover la expansión de las TIC, para reducir los costes de producción e información. Favorecer la internacionalización de nuestras empresas. Y por último, la mejora de la formación y cualificación de los trabajadores. Éstas son algunas de las posibles recetas para ganar la competitividad que nuestras empresas necesitan para afrontar con éxito la ampliación de la UE.

# La fidelización de clientes

**MIGUEL BARRANCO**

*Consultor GEIS*

Es un hecho que los marcos de referencia de las empresas han dado un vuelco considerable desde todos los puntos de vista: ámbito geográfico de usuarios, canales de llegada al cliente, búsqueda de *feedback* que confirme la calidad de producto y servicio (particularmente decisivo a la hora de decidir validez de inversiones), aparición de nuevos competidores, evolución en los estilos de gestión, etc.

Estas evidencias han llevado a desechar como panacea indiscutible el mito del crecimiento continuo a través del permanente incremento del número de clientes. Las empresas han descubierto que ya tienen una cartera de clientes y han vuelto la mirada hacia ellos hasta el punto de que hoy día la tasa de retención de clientes deviene vital en el análisis de la política empresarial.

Abordaremos aquí la problemática sobre la base de la calidad del servicio, y sobre el conocimiento, la comunicación y la cooperación con el cliente.

## LA FIDELIDAD

Para entender la fidelización hay que distinguir entre fidelidad en sí y resistencia al cam-

bio, a pesar de que el tratamiento de ambas situaciones ofrece puntos de análisis válidos, y a veces coincidentes, para la adopción de la política adecuada en cada caso.

Cuando las tiendas de alimentación de los barrios se vieron superadas por los hipermercados, que competían con mayor surtido y mejor precio en los productos, se constató que la fidelidad no debe confundirse con la costumbre, y que cuando el consumidor encontró alicientes para prescindir del monopolio del barrio, no sintió que era infiel, porque la fidelidad no era tal.

Tampoco cabe hablar de fidelidad cuando la relación está basada en un monopolio: cuando en España había una sola operadora de telefonía, el mantenimiento de unos lazos contractuales no eran precisamente fidelidad a la marca o a los servicios que representaban, toda vez que no existía posibilidad de cambio.

Diferente es el caso de las relaciones, por ejemplo, con los bancos: seguramente, cuando el cliente descubrió que en otras entidades se le retribuían con un interés más alto sus cuentas, tuvo que comparar este beneficio esperado con el inconveniente que le representaba cambiar las domiciliaciones de sus cuentas: al final tomó la decisión que considerara conveniente en base a los

parámetros que correspondieran a su caso particular. Esto se parece más a fidelidad en términos de confianza, ya que la fidelidad es una consecuencia consciente de una decisión libremente asumida.

## LA CALIDAD EN EL SERVICIO

¿Qué es calidad? La calidad pasa indiscutiblemente por la satisfacción de las expectativas creadas en un cliente por el ofrecimiento de una determinada atención o servicio. El concepto de calidad es uno de los fundamentales a la hora de elaborar una estrategia de medida de fidelidad de los clientes, y esto nos conduce a dos factores esenciales en su percepción: la propia organización de la empresa y la medición de la percepción de los clientes.

Se cita siempre la satisfacción del cliente como objetivo, porque, en las ocasiones en que se consigue, permitirá rentabilizar la relación. Y a veces tiende a olvidarse que en ese objetivo participan todos los integrantes de la organización, desde la persona que atiende por teléfono una simple pregunta, quizá incluso mal planteada, hasta el gerente que diseña los trajes a medida especiales para clientes también especiales. En la percepción de calidad, si un cliente ha de hacer una segun-

da llamada porque no se ha atendido la primera, su impresión es claramente desfavorable; si se ha de dar una negativa, se ha de hacer con la misma celeridad en la comunicación como si la respuesta fuera positiva.

Si particularmente se presenta una situación delicada, todo el personal involucrado debe de ser consciente de que su contribución a la resolución del conflicto puede ser la piedra de toque en la satisfacción del cliente y que, con ello, el prestigio de la empresa ha mejorado. (Es evidente que el equipo nunca debe recibir mensajes negativos por parte de la organización y que, en caso extremo de una operación adversa, nunca debe permitirse que perciba que su esfuerzo no ha servido para nada; al contrario, su esfuerzo puede ser positivo en ocasiones futuras).

A lo largo de una relación que se espera larga, son muchos los momentos en que se contacta con el cliente, con diferentes motivos. Esos son los momentos en que puede evaluarse el cumplimiento de las expectativas, ya que no puede olvidarse que no siempre coincide el beneficio expuesto al cliente del servicio ofrecido con lo que éste ha entendido y espera de lo que se le ha expuesto.

Naturalmente, sin desechar la realización de encuestas formales de calidad (pero siempre a posteriori) mediante las que la opinión directa del cliente servirá para medir la importancia y frecuencia de las desviaciones para aplicar las correcciones necesarias en los procesos.

#### EL CONOCIMIENTO DEL CLIENTE

En el mundo de las ventas es suficientemente conocida la frase de David Ogilvy, uno de los "grandes" del marketing: "Nunca vendas a desconocidos".

Trasladado a todo el ámbito de los servicios, se puede afirmar que de ninguna manera puede iniciarse un análisis de las acciones a adoptar para fidelizar a los clientes si previamente no se les conoce.

Pero parece de Perogrullo afirmar que el conocimiento de un cliente no es simplemente la lectura de un listado con una serie de datos personales y profesionales de alcance público. Conocer a un cliente pasa por dos fases: en la primera fase se ordenarán adecuadamente los datos de que se dispone para proporcionar un perfil de ubicación, estado, profesión, volumen de negocio u operaciones, antigüedad, preferencias si se conocen, historial de cumplimiento, etc.

En la segunda, consecuencia de la primera, podrá confeccionarse una oferta que, sobre el papel, sea suficientemente atractiva.

Hay que tener en cuenta que una eficaz segmentación de clientes busca en último extremo rentabilizar las inversiones en itinerarios que deben de plantearse como de largo recorrido pese a que, ocasionalmente, prime el corto plazo. Es en la carrera de fondo donde se muestra la validez del cumplimiento de los pequeños retos parciales que van configurando,

al final, el traje a medida con el que el cliente se siente identificado y que produce la satisfacción total.

La relación con un cliente no es un vínculo matrimonial. Un cliente que dice sí hoy en base a unas expectativas de cualquier índole no tiene por qué mantener su palabra (salvo

condiciones contractuales) si se siente defraudado. Es por eso que pueden producirse bajas o abandonos que sirven para evaluar la progresión de la estrategia y la adaptación, no sólo al perfil del cliente, sino a su evolución, que, no debe olvidarse, es continua.

## David Ogilvy: "Nunca ventas a desconocidos"

#### LA COMUNICACIÓN CON EL CLIENTE

¿Es un buen cliente aquél que nunca se queja de nada? Los expertos en comunicación saben de sobras que este tipo de cliente es uno de los más difíciles de fidelizar. No hay peor enemigo en el seguimiento de un programa de fidelización que el silencio. Si se analiza la razón de fondo por la que se ha producido porcentualmente el mayor número de bajas, abandonos o deserciones en la mayoría de empresas de servicios, ésta no es otra que la falta de comunicación.

Incluso en las empresas de servicios con clientes "cautivos" saben que para que éstos mantengan su fidelidad, el *feedback* es básico. Uno puede ser cliente de Microsoft porque percibe que la alternativa de servicio con otro sistema tiene

hoy un grado de riesgo considerable. Sin embargo, si Microsoft no atendiera las quejas de sus clientes adaptando sus programas, cuando los de sus competidores mejoraran la calidad y disminuyeran la percepción de riesgo en relación con el coste, la retención de clientes se haría más difícil para Microsoft.

Sólo la comunicación franca con el cliente nos proporcionará información sobre sus móviles y sus medidas de calidad. Y si se habla de móviles, están conceptuados como más habituales: unificar en un servicio la atención a diferentes necesidades. No tener alternativas (cliente cautivo). No notar diferencias entre las alternativas que conoce. El coste del cambio. Evitar riesgos en / con el cambio y porque la entidad premie la fidelidad.

#### LA COOPERACIÓN CON EL CLIENTE

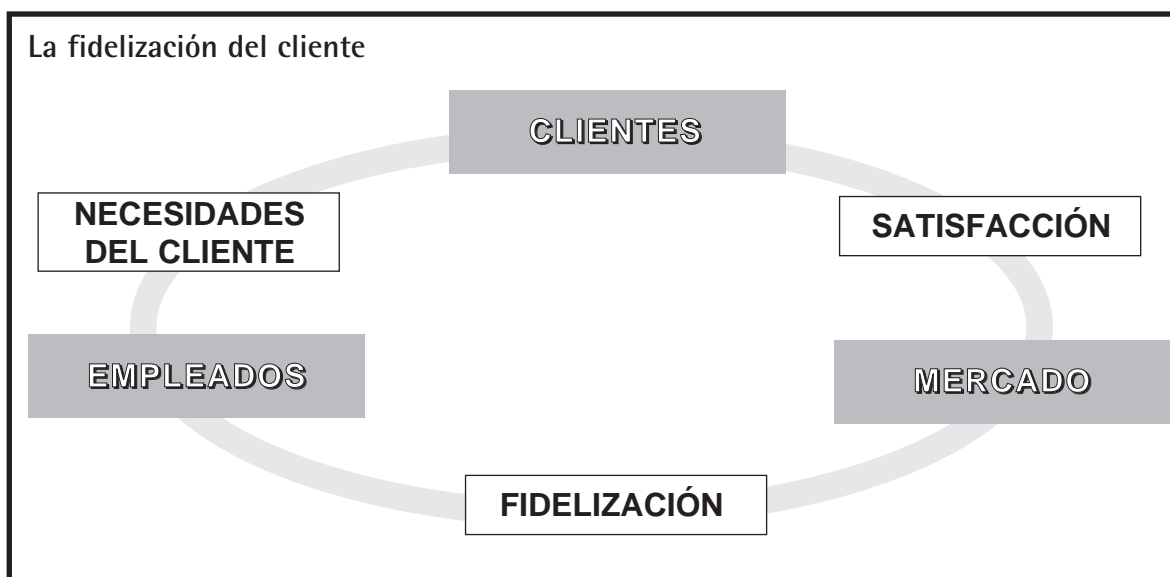
La empatía en la relación con los clientes es un aspecto pri-

mordial para conseguir la máxima eficacia en los programas de rentabilización de cartera o fidelización. Sólo si se entiende adecuadamente la posición del cliente pueden tenderse los lazos para que la decisión se perciba como compartida. En este punto hay que recordar que la empresa de servicios no está sola en el mundo y que la competencia tiene una estrategia similar, porque la fidelización es un punto de mejora en todas las organizaciones. Por todo ello, si hubiera que diseñar una secuencia de cooperación, posiblemente seguiría un camino similar al que se describe a continuación:

- a) Entender al cliente (y entenderlo a la primera).
- b) Conocer las propias posibilidades.
- c) Plantear adecuadamente las posibles soluciones.
- d) Definir entre los dos la elección de la acción de mejora.
- e) Ponderar la actuación de la competencia.
- f) Primar los términos de bene-

ficios en el acuerdo.

Cabe recordar, para finalizar, que la fidelidad se basa en conceptos difusos, ambiguos a veces y cambiantes siempre según la persona, el entorno y la propia organización. Generalmente la medición de la fidelidad se basa en el análisis de los comportamientos que, evidentemente, están relacionados con la fidelidad pero no sólo con ella, por lo que las decisiones basadas en esos comportamientos pueden estar viciadas de origen si previamente al diseño del proyecto de la empresa no se ha definido la relación causa-efecto en la fidelidad. La eficiencia de una empresa que busca fidelizar a sus clientes de cartera al tiempo que trabaja en la captación de nuevos no debe basarse en conceptos confusos y, generalmente coyunturales, de ventajas competitivas circunstanciales para elaborar planes a largo plazo que le aseguren una cómoda permanencia en el mercado.



en profundidad

## "Queremos desarrollar un nuevo proyecto urbanístico para recuperar toda la fachada del Llobregat"



Alcalde de Sant Vicenç dels Horts, Ricard Pérez i Miró

Sant Vicenç dels Horts vive con intensidad los últimos días para disfrutar del desdoblamiento de la Nacional 340. Esta infraestructura se sumará a un ambicioso proyecto de urbanización de la fachada del Llobregat que permitirá dotar a esta población de nuevas viviendas de protección oficial. Su alcalde, Ricard Pérez i Miró concentra sus esfuerzos en esta dirección antes de las próximas elecciones.

La alcaldía de Sant Vicenç dels Horts vive con intensidad los últimos meses antes de las próximas elecciones municipales. Su alcalde, Ricard Pérez i Miró, quien ya ha confirmado que se presentará a la reelección, asegura que uno de los proyectos más importantes en los que centra sus esfuerzos es impulsar "el proyecto urbanístico de la *Façana del Llobregat* que permitirá la construcción de nuevas viviendas de protección oficial".

*¿En qué consiste este proyecto?*

Este proyecto está situado en la zona de la Comarcal entre Quatre Camins y la localidad de Sant Boi del Llobregat. Actualmente es una zona de suelo agrícola que hemos solicitado que sea declarado suelo urbanizable para poder dar salida al crecimiento de la ciudad. En esta área se construirán viviendas, todas ellas de protección oficial, para dar respuesta a las necesidades de nuestros ciudadanos. Asimismo, se construirán toda una serie de equipamientos, colegios, la biblioteca municipal, etc. que consolidarán este proyecto como el nuevo *Eixample* de Sant Vicenç.

*Entendemos que la vivienda*

*como en muchos otros municipios sigue siendo uno de los principales problemas con los que se encuentra la población, pero ¿qué otras problemáticas tiene que hacer frente desde la alcaldía?*

Efectivamente el problema de la vivienda afecta a otros muchos aspectos de la vida social en Sant Vicenç. La población más joven se ve obligada a dirigirse hacia el norte de la comarca para buscar vivienda más económica.

El paro, también es un problema grave en nuestro municipio, ya que históricamente nuestra tasa está por encima de la media de la comarca del Baix Llobregat. Esto es debido, en parte, a que tenemos mucha mano de obra poco cualificada aunque esta tendencia se está invirtiendo en los últimos años y tenemos muchos jóvenes que acceden a la Universidad, etc. Y finalmente un problema que afecta por igual a otros municipios es el vandalismo y la falta de respeto de algunos pocos por el lugar en el que viven.

*A nivel empresarial ¿cuál es la situación del municipio?*

También en la *Façana del Llobregat*, en la zona del viejo Molí dels Frares, queremos potenciar una nueva zona industrial ya que actualmen-



*Copy-Right: Giorgina Sala*

te el municipio tiene agotado todo el suelo industrial. A pesar de que disponemos de ocho polígonos industriales no disponemos de más suelo y por ello trabajamos en esta nueva ubicación conscientes de que las industrias aportan trabajo y estabilidad al municipio. En estos momentos, en Sant

## "No tenemos suelo industrial"

Vicenç de Llobregat existen grandes industrias como la cementera Molins, la empresa de artes gráficas Printer o la metalúrgica Ampex con más de 500 trabajadores. También existen pequeñas y medianas empresas de sectores muy diversos. En este sentido, uno de nuestros objetivos es conseguir más empresas y por ello necesitamos impulsar nuevo suelo industrial.

*Ya que trabajan en esta dirección, ¿cuáles son las ventajas de su municipio*

*para estas futuras empresas?*

Sin lugar a dudas una de las principales ventajas es la faci-

lidad de las comunicaciones por carretera. La N-340, la autopista A-2 y la Autovía de la N-II nos acercan a Barcelona, puerto y aeropuerto en menos de 15 minutos con tráfico fluido. Además, los Ferrocarriles de la Generalitat disponen de dos estaciones en el Municipio y está proyectada la realización de un gran intercambiador en la zona de Quatre Camins para que los automovilistas dejen sus coches y utilicen los FF.GG.

Al margen de estas ventajas, los atractivos de la población y la actividad de la ciudad también son motivo de valo-

ración positiva de este territorio para las empresas.

*Y, ¿qué atractivos ofrece Sant Vicenç a los ciudadanos que deseen trasladarse a vivir a esta ciudad?*

## "Volveré a ser Candidato"

Sant Vicenç ha vivido una importante transformación que le ha permitido mejorar su calidad de vida con nuevos servicios y equipamientos para los ciudadanos. Al margen de su situación estratégica, la población ofrece plazas de escolaridad públicas y concertadas a todas las familias que deseen instalarse en el municipio. Asimismo disfrutarán de servicios inno-

vadores como el Bus urbano que entró en funcionamiento hace más de 10 años y que une todos los núcleos de la población con el centro de la ciudad. Ofrece también una gran oferta comercial y de ocio que incluye el nuevo mercado municipal, una moderna bolera, 7 salas de cine, y una interesantísima oferta de restauración. Y proyectos de gran envergadura como recuperación de la *Façana del Llobregat*, que al margen del proyecto urbanístico, se convertirá también en un gran paseo para la localidad. En definitiva, Sant Vicenç tiene todo lo necesario para ser una población muy atractiva. En estos momentos viven 25.000 personas en el municipio.





*A nivel de comarca, ¿qué opinión le merece la situación del Baix Llobregat?*

La comarca del Baix Llobregat había sido la más industrializada de Cataluña, especialmente la parte sur de la comarca. Pero con el paso de los años, las empresas han ido desplazándose hacia el norte en busca de suelo más asequible con el objetivo claro de rentabilizar sus nuevas inversiones. A esta tendencia ha contribuido también la nueva red viaria que ha puesto al alcance de estas empresas zonas industriales que ahora están muy cerca de Bar-

celona y su área de influencia. A pesar de esta transformación en una zona más residencial, existe la voluntad de los máximos responsables de los diferentes municipios de la comarca para que el Baix Llobregat siga siendo la comarca dinámica que siempre ha sido.

*¿Mantiene el Ayuntamiento relaciones con las asociaciones de empresarios de la comarca?*

Desde el Ayuntamiento mantenemos relaciones empresa por empresa y he de confirmar que con todas ellas son

excelentes. Con las asociaciones empresariales, al no estar implantadas en el municipio no existe una relación directa y fluida pero sí que estamos abiertos a propuestas de colaboración con todas ellas.

*Quedan pocos meses para las elecciones del 2003. ¿Tiene intención de presentarse?*

Sí, dentro de IC-Verds hemos decidido que me vuelva a presentar a las elecciones municipales y estoy convencido de que nuestro proyecto volverá a ser ganador.

## "Nuestros clientes entienden la consultoría como una inversión necesaria"



EMILIO GUTIÉRREZ

*Socio Director de Geis Consultores de Dirección*

*Geis Consultores de Dirección fue creada en 1991 por un grupo de profesionales que proceden del mundo de la empresa y la consultoría.*

*Su primer objetivo como compañía fue el de canalizar sus experiencias hacia nuevos métodos personalizados de análisis de la organización y al servicio de la dirección de empresas.*

Después de más de 10 años en el sector de la consultoría de dirección, Geis Consultores de Dirección ha consolidado plenamente su posición en el mercado nacional. Dispone de un despacho central situado en la Diagonal de Barcelona y una oficina en Madrid. Con estos dos puntos, ofrecen servicios de consultoría a clientes en toda España, principalmente del sector bancario, telecomunicaciones, distribución e industrial.

En todo este tiempo, "en Geis hemos demostrado nuestro compromiso, implicación y evolución, adaptándonos a las nuevas necesidades empresariales, fortaleciendo el equipo humano y aplicando las ventajas de las nuevas tecnologías", afirma Emilio Gutiérrez, socio director de Geis Consultores de Dirección.

El equipo de 30 consultores dirigidos por Emilio Gutiérrez sigue siendo fiel a su objetivo inicial: diseñar y ejecutar procesos de mejora para las empresas, planes de formación y procesos de reclutamiento y selección de mandos intermedios y directivos. Bajo estos tres parámetros se construye el día a día de Geis Consultores de Dirección, "en Geis Consultores de Dirección, ofrecemos

servicios especializados en *Consultoría, Formación y Selección*, adaptándonos a las necesidades de nuestros clientes y garantizando el éxito de los proyectos", asegura Emilio Gutiérrez.

#### ESPECIALISTAS EN FORMACIÓN

Geis ha centrado parte de sus esfuerzos en los últimos años en mejorar su oferta de planes de formación para lo que no ha dudado en "diseñar una plataforma propia de e-learning que aprovecha las ventajas de la tecnología online aplicada al mundo de la formación". Esta plataforma de e-

learning denominada Aula Virtual GEIS "es un espacio de comunicación virtual diseñado para el desarrollo de actividades de formación. Nuestra metodología se orienta hacia un aprendizaje autónomo y flexible. Conseguimos una alta efectividad en la formación, a tra-

vés de la combinación de las distintas herramientas interactivas de comunicación."

Esta herramienta permite a las empresas ofrecer a su equipo huma-

no cursos de formación aplicables directamente desde su ordenador. De esta manera, el ahorro en desplazamientos y tiempo es considerable.

## "La formación online madurará en tres años"



VISTA DE LAS OFICINAS DE GEIS EN LA AV. DIAGONAL DE BARCELONA.

Sin embargo, el e-learning, que en el último año ha sido la palabra más veces utilizada por la prensa española al abordar temas sobre internet, "está a tres años de su mejor momento", explica Gutiérrez. "En 1998-2000 vivimos la curiosidad del mercado por tener oferta de e-learning; entre el 2001 y el 2003 las empresas han empezado a encontrar inconvenientes, incompatibilidad de sistemas, costes, etc. y la toma de decisiones para aplicar esta tecnología se está alargando". Por todo ello, la formación presencial sigue siendo la propuesta más utilizada en los planes de formación diseñados por los consultores de Geis.

"Hay resistencia por parte de las organizaciones en todos los temas relacionados con las aplicaciones online. Además, todavía no se han adaptado las herramientas y cursos al formato online, y los que lo han hecho no se ajustan a las necesidades de las empresas". En este sentido, dentro de la estrategia de Geis está el diseñar materiales más amables en formato online como complemento a la formación presencial. "Aquí tienen cabida los chats, foros de debate, etc. que permiten a los compañeros de una empresa sumergidos en un proceso de formación compartir y debatir entre ellos lo que han

aprendido en el curso de formación".

A estas técnicas tenemos que añadir los simuladores que permiten valorar las habilidades personales y formativas para analizar la capacidad de liderazgo de una persona, etc. Paralelamente a esta faceta centrada en los planes de formación, Geis Consultores de Dirección diseña también procesos de mejora y cambio en las organizaciones. "En Geis Consultores de Dirección, ayudamos a las organizaciones a realizar análisis

## "Geis ofrece condiciones preferentes a los socios de Aeball"

de los equipos de trabajo para identificar sus niveles de eficacia y eficiencia. Nuestra metodología de análisis e implementación de procesos de mejora, abarca

un amplio espectro: Management audit (Análisis y evaluación del potencial directivo); Feed Back 360; Programas de mentoring y coaching; Reactivación y motivación de equipos comerciales; Programas de fidelización de personal clave, etc."

A pesar de la delicada situación que atraviesa la economía española en estos momentos, la cartera de clientes de Geis no se ha resentido.

"Generalmente nuestros clientes entienden la consultoría como una inversión que en momentos delicados se puede reducir pero nun-

ca eliminar. Siempre existe la necesidad de valorar procesos, definir equipos o encontrar directivos".

Geis ha sabido encontrar su posición en un mercado difícil dominado por las grandes consultoras de origen anglosajón gracias a su dinamismo y capacidad de adaptación. La fórmula del éxito de esta compañía es "tener un trato mucho más directo y personalizado con nuestros clientes que nos permite ofrecer un equipo de trabajo mucho más cercano". De esta manera, Geis se diferencia de sus grandes competidores con una fórmula cada vez más valorada por todos los clientes que necesitan una atención personalizada difícil de encontrar en grandes estructuras: la ética.

"La ética como código de nuestra conducta profesional, caracterizada por la implicación y experiencia de un equipo competente, es la base de nuestro sistema de actuación", explica Emilio Gutiérrez, y añade "el capital humano es nuestra ventaja diferencial. Las personas que componen nuestro equipo de Consultores y Formadores, han alcanzado altas cotas de éxitos profesionales gracias a sus dilatadas experiencias laborales en diversas disciplinas y sectores, lo que ha permitido una complementariedad que ha redundado, inevitablemente, en el desarrollo de proyectos más eficaces."

Un principio básico en Geis Consultores de Dirección es

defender los intereses del cliente prestando un servicio de calidad, que le asegure la rentabilidad y la eficacia de los proyectos, favoreciendo así su desarrollo empresarial y profesional.

La aplicación práctica y constante de esta filosofía se ha convertido en la mejor estrategia de Geis Consultores de Dirección, "más allá de cualquier reclamo publicitario, otorgándonos un prestigio paulatino en estos más de diez años de experiencias acumuladas".

En esta misma línea de trabajo, Geis Consultores de Dirección ha firmado un acuerdo de

colaboración con la Asociación Empresarial de l'Hospitalet i Baix Llobregat con el objetivo de ofrecer sus servicios de consultoría a todos sus asociados. "GEIS desarrolla su línea de productos y servicios en unas condiciones preferentes para todos los asociados a la AEBALL. Conferencias, seminarios, selección de personal, entre otros servicios".

En cuanto al sector de la consultoría especialmente en recursos humanos y formación, Emilio Gutiérrez se muestra muy sincero: "De alguna manera existe una opinión negativa sobre los profesionales de la consul-

toría que ha provocado cierto resentimiento en el mercado".

Por ello, es necesario confiar en compañías solventes que ofrecen largos años de experiencia y un equipo humano muy cercano al cliente.

Tal vez sea este perfil de empresas las que consigan, no sin esfuerzo, cambiar esta visión sobre los profesionales de la consultoría.

Es por ello, que las empresas de cualquier magnitud deben recurrir a este tipo de profesionales cuando se enfrenten a procesos de cambio o de mejora de alguno de los departamentos de sus organizaciones.

# Asepeyo

## Un bon número de Serveis



### CONTINGÈNCIES LABORALS

- Assistència Sanitària
- Rehabilitació i Readaptació
- Prestacions Econòmiques
- Assistència Social
- Medicina Preventiva
- Seguretat i Higiene



### I.T. EN CONTINGÈNCIES COMUNES

- Servei Integral
- Seguiment dels processos Mèdics
- Prestacions Econòmiques
- Informació i Assessorament



### SERVEI DE PREVENCIÓ

- Seguretat en el Treball
- Higiene Industrial
- Ergonomia i Psicosociologia Aplicada
- Medicina del Treball

Assistència 24 Hores

900 151 000

<http://www.asepeyo.es>  
e-mail: [asepeyo@asepeyo.es](mailto:asepeyo@asepeyo.es)



## Aprobado el Plan General de Formación Profesional de Catalunya

El pasado 26 de septiembre se aprobó el Plan General de Formación Profesional de Catalunya, una de las prioridades del Consell Català de Formació Professional. Después de más de dos años de trabajo, durante los que se creó el reglamento, los criterios y finalmente se diseñó el plan general, todos los representantes que forman parte del Consell Català de Formació Professional (Govern de la

Generalitat, Foment del Treball y Pimec-Sefes, CCOO y UGT, y entidades públicas con atribuciones legales sobre formación profesional –Consell de Cambres de Comerç, Indústria i Navegació de Catalunya, Federació de Municipis de Catalunya y Associació Catalana de Municipis i Comarques) se han mostrado satisfechos con la aprobación de este Plan.

“Cabe resaltar en la elaboración del Plan el absoluto consenso

por parte de todos los implicados: Administraciones, agentes sociales, Cámara de Comercio y Municipios. Fruto de ese consenso y un trabajo tenaz se ha conseguido este Plan para el cuatrienio 2003-2006, en un tiempo récord y con un nivel de concreción que facilitará el posterior desarrollo”, explica Manuel Rosillo, presidente de la AEBALL. Esta Asociación, a través de Foment del Treball, y especialmente de su presidente Manuel Rosillo, ha tenido un papel destacado en la elaboración de este Plan que se ha hecho realidad. “Para la AEBALL ha sido muy importante participar de manera activa en la elaboración de este Plan”, asegura Rosillo, quien ha formado parte de las comisiones de trabajo desde el inicio del plan en el año 2000.

Ahora ha llegado el momento de la implantación de este plan, una de las prioridades fundamentales del Consell Català de Formació Professional para el ejercicio 2003-2006.

Los objetivos de este Plan son convertirse en una herramienta útil para la planificación a medio plazo del sistema de formación y cualificaciones profesionales en Catalunya. Asimismo, dotar al sistema de formación de los recursos necesarios para la aplicación de las medidas descritas en el plan de una for-



ma eficaz y eficiente. Disponer de herramientas para el seguimiento y evaluación del sistema de formación y cualificaciones profesionales. Disponer de mecanismos para la mejora del sistema de formación y cualificaciones profesionales. Promover la participación y coordinación de todos los organismos e instituciones implicadas en el desarrollo del sistema de formación y mejorar la percepción social de la formación profesional extendiendo el conocimiento de este sistema.

El Plan General ha quedado agrupado en cuatro ámbitos de actuación, que son el marco de referencia donde tienen que quedar recogidas las acciones que se desarrollen en el campo de la formación profesional: La formación y la cualificación profesional; la ocupación y la competitividad; la información y la orientación profesional y la calidad de la formación profesional.

Estos cuatro ámbitos se han articulado en 13 programas, que están integrados por un conjunto de 48 acciones que dan respuesta a los objetivos de cada ámbito.

Las acciones que definen los programas se concretan en un conjunto de 36 medidas. Este conjunto de medidas está caracterizado en el ámbito de los objetivos específicos, planificación de la ejecución, temporización y órgano competente.

#### REPERCUSIÓN EN EL MUNDO DE LA EMPRESA

Desde el inicio del Consell, la patronal ha participado activa-

mente en este órgano consultivo, primero en la elaboración del reglamento de funcionamiento interno, posteriormente en la elaboración de los criterios directores del plan y, finalmente, en el Plan General de Formación Profesional de Catalunya.

En cuanto a su repercusión en el mundo laboral, el Plan permitirá incidir sobre la falta de profesionales, donde en algunos sectores como el metalúrgico es acuciante. Será también, una herramienta esencial para sensibilizar a la sociedad de la importancia de la FP, una opción tan válida como la universitaria. En Europa el 65% es FP y el 35% Universidad. En nuestro país es totalmente al contrario.

El Plan implica más decididamente al mundo empresarial y ello conllevará una mayor aproximación escuela-empresa, lo que favorecerá al desarrollo de la FP.

La integración de los subsistemas, incluida la experiencia profesional, a partir del catálogo de las cualificaciones profesionales, se dispondrá de un referente que dé unidad y transparencia al sistema.

"Es un hecho que tenemos el plan, en sí un elemento esencial, pero queda la fase que se me antoja vital: el desarrollo del mismo", afirma Rosillo. Y añade: "Es necesario dotar al Consell del instrumento y los medios para desarrollar dicho Plan. Por tanto, la creación del Institut Català de les Qualifica-

cions (IC de Q) y la asignación presupuestaria suficiente, -actualmente hay una previsión de recursos de 10 millones de euros-, deben constituir los próximos objetivos".

La diferencia de este Plan con otros parecidos y aplicados en otras comunidades es que "este plan concreta las medidas que se deben abordar y las cuantifica".

#### FORMACIÓN CONTINUA

En cuanto a la formación continua de los trabajadores existen novedades por destacar como el traspaso de la Forcem y lo que debería suponer de mejora en la gestión o los retos marcados en el plan: establecer un sistema de certificación de acuerdo con el sistema integrado de formación y cualificaciones profesionales. Incrementar los recursos y los participantes en formación continua.

Aumentar el nivel de participación de los trabajadores y trabajadoras en la planificación de la formación continua de las empresas y favorecer la ejecución plurianual de la programación.

"Es difícil elegir entre alguno de los retos ya que todos son muy importantes, pero en todo caso, el último relacionado con favorecer la ejecución plurianual de la programación me parece que tendríamos que abordarlo de manera inmediata en Catalunya", concluye el presidente de la AEBALL Manuel Rosillo.

## "La Aeball ha participado activamente en el Plan"

## El nuevo distrito económico de L'Hospitalet: Granvia L'H



*El Conseller Felip Puig y el Alcalde de L'Hospitalet, Celestino Corbacho.*

L'Hospitalet ha tenido tradicionalmente una actividad industrial significativa. Sin embargo hoy la ciudad se está posicionando como un centro de actividades económicas relacionadas con las nuevas tecnologías y los servicios avanzados en el marco de la sociedad del conocimiento.

En este contexto el Conseller de Política Territorial i Obres Públiques de la Generalitat de Catalunya, Felip Puig y el Alcalde de L'Hospitalet Celestino Corbacho presentaron el pasado mes de octubre el distrito económico Granvia L'Hospitalet, una excelente apuesta de futuro para aquellos sectores de los nuevos sistemas productivos que necesitan un emplazamiento

de gran centralidad y potencialidad para su óptimo desarrollo. Granvia L'H está llamado a ser, por su estratégica ubicación –a medio camino entre el aeropuerto y el centro de Barcelona, adyacente con la Granvia– y su nivel de desarrollo socioeconómico, la principal área de crecimiento de Catalunya y una de las más relevantes de España.

Este nuevo distrito económico articula, a lo largo de la Granvia, un eje de centralidad para actividades emergentes donde convivirán los servicios, el ocio, el comercio, la residencia, el alojamiento hotelero, los equipamientos locales y supralocales, las actividades terciarias y de gestión, las muestras feriales,

las actividades tecnológicas y de creación de conocimiento, los centros de convenciones, etc. Una proyección que hoy ya se puede constatar, dadas las empresas y los equipamientos metropolitanos que se han ubicado –la Fira, la Ciutat Sanitària i Universitària de Bellvitge, el Hotel Capital, el Banco Vitalicio, Filmax, etc.– o las que próximamente abrirán sus puertas –el Centro Comercial Granvia 2, IKEA, la Ciudad de la Justicia, la City Metropolitana de L'Hospitalet, el Hotel Hesperia, etc.–

Granvia L'H verá como en los próximos meses cambia su fisonomía, gracias al acuerdo al que han llegado la Generalitat y el Ayuntamiento de L'Hospitalet. Un acuerdo que ha cristalizado en la creación del Consorcio en el que están representadas ambas administraciones, que permitirá sumar esfuerzos con el objetivo común de transformar esta vía a su paso por L'Hospitalet en una gran avenida urbana, y articular a su alrededor un eje de servicios y de actividades económicas y residenciales de centralidad metropolitana.

Sin duda, nos encontramos ante el proyecto de un área comercial y de negocios de gran calidad, con una arquitectura innovadora y equipamientos de ámbito metropolitano.



Una zona que equilibrará estos sectores en el conjunto de la ciudad y que se convertirá en una importante fuente de riqueza y de nuevos puestos de trabajo.

Granvia L'H vivirá en los próximos años un desarrollo que situará a L'Hospitalet al frente de las áreas de más influencia económica del país.

"No ha sido fácil. Han hecho falta años para poder analizar la situación histórica, planificar su futuro y concretar la necesaria colaboración entre el sector público y el privado, ya que precisamente el diálogo ha sido la herramienta fundamental que ha hecho posible el nacimiento de Granvia L'H", afirma Celestino Corbacho en el libro de presentación que se ha editado con motivo de la presentación de este proyecto.

Por su parte, el Conseller de Política Territorial i Obres Públiques de la Generalitat de Catalunya, Felip Puig asegura que "el proyecto de reforma urbanística de la avenida de la Granvia en L'Hospitalet es, hoy, el gran revulsivo que necesitaba este municipio, así como la comarca del Baix Llobregat, la ciudad de Barcelona y una parte muy importante del área metropolitana."

El papel dinamizador e integrador de este gran proyecto supondrá, a corto plazo, la apertura de una nueva puerta de entrada en la ciudad de Barcelona y la eliminación de la barrera urbanística que esta vía ha supuesto, desde hace muchos años, para la ciudad de L'Hospitalet.

#### LAS INFRAESTRUCTURAS Y LAS COMUNICACIONES

El distrito económico Granvia L'H está situado en un lugar estratégico. Adyacente con la avenida de la Granvia, puerta de entrada tradicional por el sur a Barcelona a través de la plaza de Cerdà, está a pocos minutos de los centros neurálgicos de las comunicaciones internacionales como son el aeropuerto de El Prat y el puerto de Barcelona.

Granvia L'H cuenta también con un acceso directo a grandes arterias de comunicación como son las rondas del Litoral y de Dalt, que conectan el municipio en pocos minutos con la red viaria general.

Pero el volumen de ciudadanos que se desplazarán en los próximos años hasta el distrito económico Granvia L'H, por cuestiones laborales, de negocios o para realizar compras o gestiones, obliga a reforzar la red de transporte público de la ciudad en general, y del distrito económico en particular. Así, el Plan director de infraestructuras 2001-2010 establece que la futura construcción de la línea L9 del metro, que atravesará Barcelona conectando las diferentes líneas de transporte suburbano hasta el aeropuerto de El Prat, tenga siete paradas en L'Hospitalet, tres de ellas en el distrito económico Granvia L'H: Ildefons Cerdà, delante de la futura ciudad de la Justicia; Amadeu Torner, cerca de los nuevos equipamientos comerciales y la Fira L'H, en el mismo recinto ferial. También está previsto abrir una nueva estación de los Ferroca-

rriles de la Generalitat a la altura de la calle Amadeu Torner. Por otro lado, L'Hospitalet aprovechará la oportunidad histórica que representa la llegada del tren de alta velocidad (TAV) a Barcelona para soterrar cerca de 4 Km. de las vías del tren y construir la futura estación central de L'Hospitalet-La Torrassa, en la cual coincidirán, a diferentes niveles, las líneas de Vilanova y Vilafranca de Renfe con las líneas del metro L9 y L1 estación de La Torrassa. También acogerá una estación de taxi y autobuses. El soterramiento de las vías del tren y la transformación de la Granvia en una avenida integrada en el tejido

urbano son dos objetivos irrenunciables para la ciudad que hace tan solo unos años eran impensables y que, en la actualidad, ya actúan como ejes del progreso y desarrollo económico.

#### LOS GRANDES PROYECTOS

Al margen de la Ciudad de la Justicia y de los nuevos equipamientos comerciales y hoteleros, destaca el proyecto de la City Metropolitana y la ampliación de la Fira.

El distrito económico Granvia L'H contará con un excepcional centro de negocios: La City Metropolitana de L'Hospitalet, cuyo diseño es obra del prestigioso arquitecto Jean Nouvel

y del estudio de José Ribas González y José Ribas Folguera arquitectos Asociados.

El nuevo parque empresarial incluye la construcción de un Palacio de Congresos de 12.000 m<sup>2</sup> coro-

nado por una esfera de cristal de 75 metros de altura, un hotel de cinco estrellas, un conjunto de locales comerciales y de restauración –que ocuparán más de 120.000 m<sup>2</sup>– oficinas, una zona adyacente de naves industriales –donde se reubicarán las empresas afectadas por la ampliación de la Fira– y una importante zona verde. Un conjunto de servicios de alto nivel para empresas, que ocupará una parcela de 100.000 metros cuadrados de superficie, sobre los que se edi-

ficarán casi 220.000 m<sup>2</sup>.

La construcción de la City Metropolitana es una pieza más de la política del Consorcio de la Zona Franca, promotor del proyecto, para la creación de nuevos espacios destinados a albergar actividades económicas en el área de Barcelona. La City Metropolitana permitirá recuperar para el tejido de la ciudad y para su progreso económico unos terrenos muy próximos al actual recinto de la Fira en L'Hospitalet.

Precisamente otro de los grandes proyectos es la ampliación de la Fira. Esta entidad ha actuado desde su implantación en L'Hospitalet en 1995, como uno de los principales motores

de esta zona y un auténtico revulsivo para la promoción económica, comercial e industrial de L'Hospitalet. Desde que el recinto abrió sus puertas se ha venido confirmando la idoneidad de unas instalaciones modernas y competitivas, que se adecuan perfectamente a los nuevos retos que se plantea año tras año.

La dirección de la Fira proyecta una ampliación de su recinto hasta llegar a multiplicar por más de tres los actuales 40.000 metros cuadrados. Así, en el año 2010 los pabellones de la Fira en L'Hospitalet tendrán una capacidad neta de exposición de 130.000 m<sup>2</sup>, gracias a una inversión total de 437,7 millones de euros.

Actualmente la Fira, repartida en sus dos emplazamientos es el quinto mayor recinto ferial de Europa, con una superficie conjunta cubierta que supera los 103.000 m<sup>2</sup>. Una vez finalizadas las obras de ampliación, la capacidad de exposición alcanzará los 167.000 m<sup>2</sup>.

#### CONSTRUCCIÓN DE 1.000 VIVIENDAS

Otro de los aspectos fundamentales de este plan estratégico es la creación de 1.000 nuevas viviendas, principalmente ubicadas en los terrenos de antiguas fábricas situadas en la Granvia.

En este sentido, el planteamiento del nuevo distrito económico de la ciudad se acompaña también con la consolidación de la trama residencial de Santa Eulàlia hasta la Granvia, consiguiendo así una adecuada diversidad de usos, de acuerdo con la nueva ciudad del futuro.

Así la recuperación de los terrenos donde antes había fábricas ha permitido dedicarlos a la construcción de nuevas viviendas y oficinas. Así, donde antiguamente se ubicaba la fábrica de envases FEMBA, ahora se desarrolla un Plan especial de reforma interior que prevé la construcción de 261 viviendas nuevas, la potenciación del sector servicios y la creación de más zonas verdes.

También se construirán nuevas viviendas en la futura plaza de Europa y en la zona norte de la Granvia hasta enlazar con el Gornal.

**“La Fira  
pasará a  
tener  
130.000 m<sup>2</sup>  
en el 2010”**

# Tots els recursos per a navegar en català a internet

## EL CATALÀ A LA RED

En aquesta nova societat de la informació que impera pertot, a les llengües minoritàries com el català els costa tenir presència. Per això, qualsevol impuls a favor de l'ús del català en l'àmbit d'Internet és benvingut.

En aquest sentit treballa Softcatalà, una associació sense afany de lucre que té com a objectiu normalitzar la llengua catalana en el sector de les noves tecnologies i Internet. Softcatalà acaba de treure la versió 7.0 del Navegador en català per a Windows, GNU/Linux i altres versions de Unix. Aprofitant l'avinentsa, us presentem els navegadors, els cercadors i les eines disponibles perquè navegueu en català.

## NAVEGADORS

El Navegador 7.0 és la darrera versió que ha sortit en català d'aquest clàssic de Netscape. Softcatalà és al darrere d'aquest projecte, així com de les versions en català del Navegador 4.76 i 4.6 (aquesta darrera és de les poques disponibles per a Mac). Aquestes versions integren les mateixes funcions que les originals en anglès i, per tant, permeten explorar els continguts de la xarxa, gestionar el correu electrònic, participar en fòrums de debat i crear pàgines web. A més, compten amb un gestor de contrasenyes i un gestor de galetes (cookies) que milloren

la seguretat del sistema. Les versions en català han estat homologades per Netscape i es poden descarregar gratuïtament des del web de Softcatalà ([www.softcatala.org](http://www.softcatala.org)).

En aquest mateix web hi trobareu, també de franc, l'última versió disponible en català de l'altre gran gegant de la xarxa: la 3.1 de Microsoft Internet també es pot descarregar des de [www.microsoft.com/downloads/search.asp](http://www.microsoft.com/downloads/search.asp)

Finalment, el Tot 1.1 (disponible al web de Softcatalà i a [www.ctv.es/USERS/tramuntana/tot.htm](http://www.ctv.es/USERS/tramuntana/tot.htm)) és un paquet d'eines que inclou: un navegador, un client d'FTP i un d'IRC, accés a motors de cerca, traducció de pàgines web a través d'Altavista i la possibilitat de parlar amb les eines d'IBM Voice.

## CERCADORS

Una vegada connectats a la xarxa, teniu l'opció de connectar-vos a un cercador en català. Una bona opció és el motor de cerca Google ([www.google.com/intl/ca/](http://www.google.com/intl/ca/)), un dels més populars i potents, la versió catalana del qual també es deu a Softcatalà. Yahoo i Altavista, dos altres clàssics d'Internet, també tenen pàgina en català ([ct.yahoo.com](http://ct.yahoo.com) i [esca.altavista.com](http://esca.altavista.com)). A banda d'aquests cercadors amb traducció a la nostra llengua, hi ha tot un seguit de portals catalans que us poden ser útils: Cercat ([www.cercat.com](http://www.cercat.com)); Ca-

talunya on-line ([www.catalunyaonline.com](http://www.catalunyaonline.com)); La Teranyina Gironina ([www.teranyina.net](http://www.teranyina.net)), entre d'altres.

## EINES

Hi ha moltes eines per a Internet en català. Les trobareu totes al web de Softcatalà. Aquí, però, en destaquem unes quantes. D'entrada, cal tenir en compte la bona oferta de gestors de correu electrònic en català. L'Eudora i l'MSN Messenger són alguns dels més complets i populars, però no cal oblidar d'altres programes com el CurveMail, el Pegasus Mail, el PP MailCheck o el WinBox.

Pel que fa a gestors de descàrregues, el LeechFTP és un dels més recomanables. El FlashGet, el GetRight i el NetVampire completen l'oferta d'aquesta mena de programes en català. D'altra banda, el Sempoint és una eina que permet navegar sense connexió. Finalment, cal destacar l'Anonymity Proxy (que garanteix la privadesa de l'usuari), la barra d'eines de Google en català o la versió de Luchi (que controla la despesa telefònica).

## QUI US POT ASSESSORAR

Pel que fa a recursos en català per a Internet, podeu trobar i demanar informació a Softcatalà ([www.softcatala.org](http://www.softcatala.org)) i al Centre de Normalització Lingüística de l'Hospitalet (Tel. 93 4406570 - [www.cpnl.org](http://www.cpnl.org)).

## Noticias de actividades y servicios de la AEBALL

**LA UNIÓN PATRONAL METALÚRGICA DE L'HOSPITALET Y BAIX LLOBREGAT PRESENTA ANTE LA FUNDACIÓN TRIPARTITA PARA LA FORMACIÓN EN EL EMPLEO, DOS PLANES DE FORMACIÓN: DE OFERTA Y DE DEMANDA**

*Durante el mes de julio fue publicada en el B.O.E. la convocatoria de ayudas para la Formación Continua a través de la Fundación Tripartita correspondientes al año 2002.*

*Como en los años 98, 99, 2000 y 2001, la Unión Patronal Metalúrgica de L'Hospitalet y Baix Llobregat, presentó solicitud de financiación a través de 2 Planes de Formación Continua del Metal, para sus empresas asociadas. Por parte de las empresas ha habido un gran apoyo, ya que más de 400 cumplieron los impresos en un tiempo muy reducido y en un mes muy problemático.*

*Se espera que la aprobación al Plan se reciba antes de finalizar el año en curso.*

**COMIENZA LA CUARTA TANDA DE CURSOS ABIERTOS DE LA UPMBALL, CORRESPONDIENTES AL 2002**

*Durante el mes de septiembre, se han iniciado los cursos abiertos correspondientes a la cuarta tanda del año 2002. Se han iniciado 22 cursos donde han participado más de 230 alumnos de las empresas asociadas. Los cursos han sido: 18 de temas técnicos y 4 de temas administrativos, gestión, idiomas e informática.*

*Para la siguiente tanda que dará comienzo en noviembre, hay más de 350 matrículas formalizadas. Los cursos son gratuitos y exclusivos para las empresas asociadas que apoyan el Plan Agrupado. UPMBALL, como en años anteriores y ante la demanda de formación por parte de las empresas asociadas, ha iniciado la impartición sin haber sido aprobados los planes de formación por parte de la Fundación Tripartita para la Formación en el Empleo.*

**LA AEBALL EFECTUA LA PROGRAMACIÓN DE SUS ACCIONES FORMATIVAS PARA EL AÑO 2002-2003**

*La AEBALL, como viene siendo habitual, se adelanta a la aprobación de ayudas a la Formación Continua y ofrece para sus asociados, una programación de acciones desde enero a marzo del 2003.*

*Dicha programación contiene 11 cursos abiertos, de los siguientes temas: gestión, idiomas e informática. El plazo de matrícula ha quedado abierto.*

**COMPONENTES ELÉCTRICOS JMT S.L., AMPLÍA INSTALACIONES**

*La empresa Componentes Eléctricos JMT S.L., dedicada a la fabricación de pequeño material eléctrico, especialmente pulsadores e indicadores de ascensor, con sede en l'Hospitalet, ha ampliado sus instalaciones con la nave adyacente de la c/ Vilardosa 11-13.*

**LA AEBALL/UPMBALL  
FIRMA UN CONVENIO  
CON LA EMPRESA  
LABORATORIO DR.  
OLIVER RODES, PARA  
DAR COBERTURA A LA  
NUEVA LEGISLACIÓN**

*La Asociación Empresarial de L'Hospitalet y Baix Llobregat y la Unión Patronal Metalúrgica de L'Hospitalet y Baix Llobregat,*

*ha firmado un convenio de colaboración con la empresa Laboratorio Dr. Oliver Rodes S.A. Compañía especializada y acreditada por ENAC para el análisis y control de la Legionella pneumophila, así como en otros análisis de aguas. Gracias a este convenio con el Laboratorio Dr. Oliver Rodés., las empresas*

*asociadas a la AEBALL/UPMBALL, que utilicen agua en instalaciones de alto riesgo y bajo riesgo, según la actual legislación, podrán realizar los programas de mantenimiento periódico así como todo tipo de análisis de aguas, requisito de la actual legislación, en condiciones especiales*

## Noticias de actividades y servicios de la AEBALL

### LA AEBALL/UPMBALL AMPLIA EL ACUERDO ALCANZADO CON TELEFONICA DE ESPAÑA S.A. E INCLUYE LOS NUEVOS SERVICIOS DE LA COMPAÑIA

*La Asociación Empresarial de L'Hospitalet y Baix Llobregat y la Unión Patronal Metalúrgica de L'Hospitalet y Baix Llobregat, han ampliado el acuerdo que desde hace más de cuatro años tienen con la compañía de telecomunicaciones Telefónica España S.A.*

*Desde el mes de octubre, los asociados a estas dos entidades no sólo se beneficiarán de las mejoras introducidas en las llamadas provinciales, interprovinciales, internacionales y en el establecimiento de llamada, sino que podrán acceder a unos nuevos servicios de la compañía, en precios y condiciones especiales. El nuevo servicio incluido en el convenio se denomina "Soluciones ADSL" y está específicamente dirigido a empresas. Este nuevo servicio les permitirá mejorar su gestión*

*interna, tener presencia en Internet, realizar negocios en Internet y disponer de herramientas de gestión empresarial en modo ASP.*

*Todo ello, utilizando la tecnología ADSL y un conjunto de servicios y aplicaciones externalizados en servidores de Telefónica.*

*Este nuevo servicio tiene cuatro paquetes:*

- Soluciones ADSL Intranet: permite crear una Intranet de empresa para facilitar el intercambio entre sus miembros.*
- Soluciones ADSL Web: permite tener presencia en Internet, un escaparate para la empresa.*
- Soluciones ADSL e-commerce: posibilita comercializar productos o servicios a través de Internet, un nuevo canal de distribución.*
- Solución ADSL Net-LAN: este paquete permite conectar las sedes de una empresa mediante una red.*

*Para beneficiarse de todas las condiciones de dicho acuerdo, las empresas asociadas deben solicitar este servicio.*

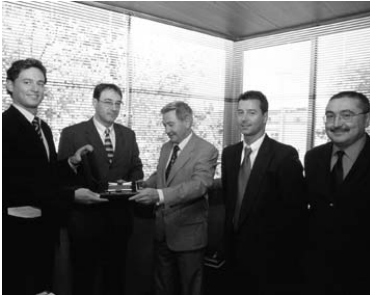
### LA MISIÓN A MÉJICO IMPULSADA POR LA AEBALL, CENTREM Y UEM HA SIDO UN ÉXITO DE PARTICIPACIÓN Y RESULTADOS

*La UPMBALL, juntamente con las organizaciones patronales CENTREM de Sabadell y UEM de Terrassa, organizó durante el pasado mes de octubre una Misión comercial a Méjico.*

*En este viaje de trabajo han participado 18 empresas asociadas de las tres comarcas. Los responsables de estas empresas visitaron las ciudades de Méjico DF., Guadalajara, Monterrey y Puebla con el objetivo de valorar posibilidades de colaboración e implantación en este mercado estratégico.*

*El COPCA se encargó de organizar los contactos que inicialmente estaban encaminados a las exportaciones y a la implantación de dichas empresas. Méjico es una clara apuesta, para acceder a los importantes mercados de Norte América y Centro América.*

# Noticias de empresas asociadas a la AEBALL



## LA MUTUA DE ACCIDENTES ASEPEYO OTORGA UN PREMIO

*La Mutua de Accidentes Asepeyo, ha otorgado un premio entre las empresas mutualistas, por la falta de accidentes a lo largo de un año. La campaña se ha denominado 12x0. La empresa ganadora de este reconocimiento, ha sido Expanso S.A. con sede en Sant Boi de Llobregat, por haber conseguido 0 accidentes en un año.*

## ELEMENTOS MODULARES SE TRASLADA

*La empresa Elementos Modulares S.A., dedicada a la carpintería metálica, con sede en L'Hospitalet, ha ampliado sus instalaciones, trasladándose a la c/ Francesc Vila, nave 8, Pol. Ind. Can Magí de Sant Cugat del Vallès.*

## AUTOMATISMOS, ELECTRICIDAD Y CONTROL S.L., SE TRASLADA Y AMPLÍA SUS INSTALACIONES

*La empresa Automatismos, Electricidad y control S.L., dedicada al mantenimiento e instalaciones eléctricas, con sede en Sant Andreu de la Barca, ha ampliado sus instalaciones, trasladándose a la c/ Energía 59-61 nave 14 del Polígono Industrial Nordeste de la misma población.*

## IBERMICAR S.L., SE TRASLADA Y AMPLÍA SUS INSTALACIONES

*La empresa Ibermicar S.L., dedicada a la venta, alquiler y reparación de carretillas elevadoras, con sede en Gavà, ha ampliado sus instalaciones, trasladándose a la c/ Miguel Servet, nº 20 del Polígono Cami Ral de Gavà.*

## SLUZ INTERNACIONAL S.L. CAMBIA DE DENOMINACIÓN Y ABSORBE A SLUZ S.A.

*La empresa Sluz Internacional S.L., ha pasado a denominarse Sluz S.L. y ha absorbido a la empresa Sluz S.A., dedicadas a la fabricación de aparatos de iluminación, con sede en Molins de Rei, c/ El Pla nº 49-51 del Polígono Industrial El Pla.*