

LOS LIMITES EN LA GERENCIA.

La planificación del trabajo y las funciones del directivo dentro de la estructura, planificación y control de la empresa fue el tema del seminario "Las tareas del gerente y su perfeccionamiento", que se impartió en el Centro de Formación Empresarial Lluís Vives.

Dichas jornadas, que se celebraron los

días 17 y 18 de junio, están enmarcadas dentro del Programa de Actualización Directiva, que partiendo de la visión general que de la empresa tienen los directivos, profundiza en diversos aspectos de actualidad. Damián Frontera, director general de Oscar Mayer; Basilio Pérez, asesor de empresas, y Fernando Romero, director de Romero y

Asociados, explicaron qué es lo que el gerente debe hacer directamente, y cuáles son aquellas parcelas del trabajo que debe delegar.

La metodología del curso fue activa y participativa, y estuvo basada en introducciones informativas y en la resolución de casos concretos. Entre otros contenidos se habló de los aspectos de planificación, ejecución y control; las relaciones públicas del gerente, y la delimitación de las parcelas de la gestión empresarial, donde la función del gerente aporta beneficio real. ▲

LA EMPRESA FAMILIAR A DEBATE

Cuestiones estructurales y otros temas relacionados con la sucesión y planificación de la empresa familiar en el entorno europeo fueron abordados en un seminario que se celebró en el Centro de Formación Empresarial Lluís Vives.

El seminario, que se impartió durante los días 3 y 4 de junio bajo el título "La dirección de la empresa familiar", reunió a propietarios y responsables funcionales de este tipo de unidades productivas. Joan Aragonés, director general de Grupo Consultor; Ceferí Soler, director del Programa de Planificación y Desarrollo de Recursos Humanos ESADE, y Fernando Peña, asesor fiscal, junto con Gonzalo Boronat, director para la Comunidad Valenciana del Banco de Crédito Local, participaron como profesores en el seminario. ▲



El Centro de Formación Empresarial "Lluís Vives" fue sede de diversas actividades

LAS EMPRESAS DE SERVICIOS REQUIEREN UN "MARKETING" DIFERENCIADO

La política de "marketing" de una empresa de servicios requiere un tratamiento diferenciado respecto a las que se ejercen en otro tipo de actividades.

Por ello, el Centro de Formación Empresarial Lluís Vives celebró durante los días 10 y 11 de junio un seminario para profundizar en las cuestiones que entran dentro de

este ámbito específico. Con una combinación teórica y práctica se abordó la relación directa entre cliente y técnico, caracterizada por un nivel de comunicación que, en el caso de las empresas de servicios, está marcada tanto por las características del producto como por las del cliente. La calidad, rentabilidad y productividad de lo ofertado

deben quedar patentes dentro de una relación en la que siempre se establece un mayor clima de confianza que en las relaciones comerciales normales.

Fernando Romero, coordinador del seminario; Gérard Louyat, coordinador del Programa de Auditoría de "Marketing" de HEC Management de París, y Ricardo Hueso desarrollaron los contenidos, en torno a la noción de servicio dentro del "marketing", las características y diferencias en el "marketing" entre productos tangibles y servicios, la calidad como valor de diferenciación y la adecuación del nivel oferta-demanda a la cartera de pedidos, entre otros. ▲