



1. Isabel Aguilera (PDG-II 98). 2. El profesor Robert C. Solomon. 3. La profesora Beatriz Muñoz-Seca. 4. El profesor Domènec Melé charla con R. C. Sekhar. 5. De izq. a dcha.: Gerald Mazzalovo, Julio Cantón.

La calidad ética:

En su X edición, el Coloquio Internacional de Ética, dirigido por el Dr. Melé, fue una buena ocasión para debatir sobre los diferentes aspectos que afectan a la calidad ética de las tareas directivas, así como a los procesos de producción. Todos los participantes apostaron claramente por una actitud ética en la gestión que va más allá de conseguir una rentabilidad a corto plazo



Barcelona, 9 y 10 de noviembre.-

Para situarnos rápidamente en el contexto de lo que fue la última edición del Coloquio de Ética, recurrimos a unas palabras del profesor Robert C. Solomon, de la Universidad de Texas at Austin, USA: «La ética empresarial no es una contradicción». Ética y empresa no tienen por qué ser puntos contrapuestos. Solomon, uno de los mejores expertos norteamericanos en ética empresarial, defendió una ética de los negocios fundamentada en las virtudes.

Conseguir actuar bajo una actitud definida por la virtud de la confianza y no «por las fuerzas del mercado», es la clave para conseguir la responsabilidad y autoestima de los trabajadores y de la propia empresa; así como alejarse de una actitud de control, que aunque en primer lugar supone un riesgo, a la larga da frutos muy deseables.

Salomon, ejemplificando su exposición, criticó la conducta de **Ford Motor Company** y **Bridgestone** por las acusaciones mutuas con la reclamación en



6. Jean-Loup Dherse. 7. De izq. a dcha: Alice Tepper Marlin, J. Robert Ouimet, Jean-Loup Dherse. 8. De izq. a dcha.: Miguel A. Martínez Echevarría, Howard Rosenbrock, Marcelo Paladino. 9. El profesor Juan Carlos Vázquez-Dodero.

un valor en alza

torno al tema neumáticos **Firestone**, y puso como ejemplo de conducta ética la de la compañía **Johnson & Johnson**, que retiró todos sus productos del mercado porque uno tenía efectos mortales sobre los consumidores. La profesora del IESE Beatriz Muñoz-Seca planteó los desequilibrios sociales que se originan con el modo en que suelen dirigirse las operaciones. Se preguntó, entre otras cosas, qué hacer con esas personas que llevan años en el mundo laboral dirigiendo a la forma "tradicional" y que no han asumido en su desarrollo profesional las nuevas tecnologías, ¿las jubilamos?

Asimismo, fue muy interesante conocer la estructura empresarial de **Intercom**, nueva empresa de nuevas tecnologías, que sabe con-

jugar los términos más innovadores con unos marcados de valores humanos.

Controles de calidad

Alice Tepper Marlin, *Council of Economic Priorities*, habló de la calidad social y ética en el marco de la competitividad global. Consciente de que la imagen de la empresa cada vez está más vinculada a la calidad ética de la misma, presenta una norma de control SA8000 que avala a aquellas empresas que responden a unos parámetros de calidad éticos. Criterios para conseguir la SA8000 son: prohibición de trabajo infantil, trabajos forzados, higiene básica y seguridad, libertad de asociación, no discriminación, prácticas de dis-

ciplina, horarios razonables, salario adecuado y sistemas de gestión. Hoy existen cinco agencias internacionales autorizadas a dar el certificado SA8000.

Participaron un amplio elenco de ponentes, entre otros, Jean-Loup Dherse, **The Caux Round Table**; Robert Ouimet, **Ouimet-Cordon Bleu, Inc.**, (Cánada); Howard Rosenbrock, **UMIST**, (UK); Miguel A. Martínez Echevarría, Universidad de Navarra; Isabel Aguilera (PDG I-98), **Dell Computer**; Julio Cantón, **Mon-dragón**; Gerald y Mazzalovo, **Bally Group** (Suiza) Debatieron desde diversos enfoques acerca de la calidad y concluyeron que es necesaria la calidad ética para un *management* de calidad.

Anna Baduell

XV Encuentro de Empresarios de la Automoción

Automoción y Nueva Economía: ¿Cambio de marcha?

Del 15 al 16 de noviembre, el IESE se convirtió en el *meeting point* del sector del automóvil. El XV Encuentro de Empresarios de la Automoción reunió a los principales directivos de empresas del sector para reflexionar sobre los retos de futuro y las consecuencias de la consolidación del mercado automovilístico. Productores, proveedores y distribuidores analizaron las mejores vías de adaptación a una exigente economía global.



1. Juan José Sanz (Opel), 2. Patrick le Quément (Renault), 3. Michael Bradenburg (Gemini Consulting), 4. Los directores del Encuentro Juan Llorens y Pedro Nuño junto a Antoni Subirà.

Después de la primera sesión a cargo del profesor Antonio Argandoña, en la que se analizó el marco macroeconómico del sector, empresas proveedoras como **Ficosa International** o **Industrial Investment Council** plantearon a los asistentes cómo satisfacer a un sector que continuará exigiendo eficiencia, innovación y globalización.

En este contexto, José Antonio Bueno, socio de **Roland Berger & Partners**, planteó el impacto que el comercio electrónico en el sector. Este año se han conocido, analizado o diseñado treinta portales de venta de coches. Por lo tanto, en un mercado de 1.500.000 de vehículos –donde sólo el 10-20% se venden por Internet– sólo habría negocio para cinco portales.

Refiriéndose al B2B, Bueno concluyó en que se trata de una evolución y no de una revolución. El B2B sí tendrá un importante impacto en la industria del automóvil, pero variable según la región y el proceso o función. Teniendo en cuenta toda la cadena de valor de la automoción, aproximadamente el 70% de los ahorros provendrán de otras funciones distintas a compras, como el desarrollo del producto o el marketing y las ventas.

La imaginación al coche

El automóvil no abandonará la imaginación: se intentará

conseguir una obra de arte. El consumidor quiere ahorro pero también quiere proyectar sus valores y su imaginación en variedad de diseño. Y todo ello junto con la creatividad, que, como dijo Ildelfonso García Serena, presidente del Consejo de Administración de **Grey Iberia**, “sólo hay compañías con ideas y compañías sin ideas”. Pero el nuevo campo de batalla en la primera década del milenio en el mundo de la automoción será la distribución.

Blas Vives Soto, secretario general de **Faconauto**, destacó que en esta parte de la cadena de valor se producirá una reducción de los concesionarios y planes de reestructuración de las marcas.

La aplicación de las nuevas tecnologías fomentará el incremento del *e-commerce* en el B2B: venta entre concesionarios a través de la red (tiendas virtuales). El nuevo sistema de distribución perseguirá la profesionalidad y la fidelización del cliente.

La sesión de clausura del XV Encuentro de Empresarios de la Automoción sintetizó todo y demostró que, con buena gestión, España puede seguir siendo una excelente plataforma industrial en el sector de la automoción.

Juan José Sanz, presidente-consejero delegado de **Opel España** expuso su visión de continuidad de la industria automovilística recordando que de



Un salón del automóvil en el IESE

¡Que nadie se asuste! Todavía no hemos convertido los jardines del IESE en un *parking*.

Las marcas escogieron sus últimos modelos para exponerlos en una plataforma de lujo: el XV Encuentro de Empresarios de la Automoción. Algunos modelos, como el "Salsa" de **Seat**, no los veremos en el mercado. Son sólo un prototipo. Otros, como los **Alfa Romeo**, sí. Los conductores más interesados pudieron incluso "dejarse llevar".



las diez empresas de mayor facturación del mundo, cinco pertenecen al sector. Además se observa potencial de crecimiento en economías como Brasil, China o Rusia.

Por su parte, Juan Antonio Fernández de Sevilla, presidente-director general de **Fasa Renault** consideró la internacionalización de la marca con su reciente alian-

za con **Nissan** y su inversión en la empresa rumana **Dacia**.

Carlos Espinosa de los Montes sembró cierta visión pesimista. El presidente y consejero delegado de **DaimlerChrysler** concluyó que nos hallamos ante una situación de incertidumbre y que son varios los dilemas que nos depara la Nueva Economía.

El año pasado en España se alcanzó por vez primera la cifra de 1.500.000 de coches vendidos. Este año se está recorriendo el mismo camino, pero tendremos que esperar a la XVI edición del encuentro para confirmar nuestras sospechas.

Vianney Domingo

PITN BOWES

Pág. 83





Pedro Nuño, la ministra de Sanidad Celia Villalobos y Werner Knuth, presidente de Fenin.

La universalización de los servicios sanitarios suponen un incremento cualitativo y cuantitativo de la demanda sanitaria. En el VII Encuentro de Empresarios y Directivos del Sector de Productos Sanitarios –celebrado el 8 de noviembre en la sede del IESE en Madrid– se reflexionó sobre las posibles fórmulas de optimizar este negocio.

La sesión inaugural, a cargo de Pedro Nuño profesor del IESE y coordinador del seminario, contó con la intervención de la ministra de Sanidad, Celia Villalobos, y de Werner Knuth, presidente de **Fenin**.

El programa dedicó especial importancia a la incidencia de las nuevas tecnologías en el sector. Este tema fue presentado desde distintas perspectivas por

VII Encuentro de Directivos y Empresarios del Sector de Productos Sanitarios

Nuevos retos para el Sector de Productos Sanitarios

Diego Esteban, socio de **Heidrick & Struggles**, que recogió sobre todo las actitudes de los altos directivos del sector respecto a la Nueva Economía. Michael Müller, de **Roland Berger and Partner**, recogió un completo panorama de lo que está ocurriendo en Europa con relación al B2B y al B2C en este negocio, y José Ramón Rodríguez, socio director de **PwC Consulting** presentó los resultados del estudio «Health Cost 2010», realizado por su empresa. El estudio estima que en aquellas fechas los médicos dedicarán un 30% de su tiempo a trabajar con herramientas basadas en Internet.

Políticas de compra

Los sistemas de compra no deben utilizarse como instrumento regulador de los fallos del mercado, esta es la conclusión del Dr. Boi Ruiz, director general de **Unió Catalana d'Hospitals** en su ponencia sobre la gestión óptima de los recursos económicos.

Boi Ruiz explicó que es necesario distinguir, en las políticas de compra, los elementos que las componen y sus atributos principales para así ver los equilibrios necesarios.

Por otro lado, Juan Luis Gordo, subdirector general Económico y de Personal de **Insalud**, explicó la política de compras de su Institución. El político distinguió entre compra corporativa (contratación común, por adopción de tipo, por acuerdos o contratos marco, otros acuerdos y convenios) y compra individual por centro sanitario, en la que se promoverán por todos los miembros de la corporación mecanismos integradores que permitan la actitud corporativa.

Ramón Marimon, secretario de Estado de Política Científica y Tecnológica, junto con Werner Knuth, presidente de **FENIN**, clausuraron el Encuentro que planteó nuevas soluciones a los nuevos problemas de la sanidad en el tercer milenio.

S.M.

a genda

Las fechas publicadas pueden ser susceptibles de cambios. Para más información, contactar con el Departamento de Seminarios en Barcelona (Dña. Sònia Sainz) o en Madrid (Dña. Mercedes Camacho).

febrero 2001

PAQ 2001

Barcelona, 5 y 6 de febrero
Madrid, 14 y 15 de febrero

VII Encuentro del sector de la distribución

J. L. Nuño
Barcelona, 21 y 22 de febrero

Redes de venta indirecta

C. Chiesa
Valencia, 27 y 28 de febrero

marzo 2001

PAQ 2001

Barcelona, 5 y 6 de marzo

Forum NAVES

P. Nuño
Barcelona, 7 de marzo

Encuentro internacional sobre los sistemas financieros: evolución y perspectivas

E. Ballarín
J. J. Toribio
Madrid, 8 de marzo

IV Encuentro del sector de empresarios de marcas de prestigio

J. Vilà, P. Nuño, J. L. Nuño
Milán, 14 y 15 de marzo

Estrategias en la Nueva Economía

J. E. Ricart
Barcelona, 20 y 21 de marzo

II Foro Empresa y desarrollo sostenible

J. E. Ricart
Barcelona, 28 de marzo