

JOSÉ JAVIER ARMENDÁRIZ

CONSEJERO DE INDUSTRIA,
TECNOLOGÍA, COMERCIO Y TRABAJO

*“En el desarrollo del I+D+i
no existe empresa pequeña
ni grande, sino empresas
con inquietudes”*

SONAGAR

*Ha formalizado a
30/09/04 avales por
un importe de
32.125.042 euros*

Página 2

USCAL S.L.

*Prevé alcanzar los
20 millones de euros
de facturación en
tres años*

Página 6

CLUB DE MARKETING

*Formación continua
para los profesionales
de las pymes navarras*

Página 8

Edita:

Sonagar SGR

SOCIEDAD NAVARRA DE GARANTÍA RECÍPROCA

Arrieta, 21 31002 Pamplona
T.: 948 228 513 · 948 229 668

Fotomecánica: Ziur
Imprime: Espacegrafic
Depósito Legal: NA-2049/1998

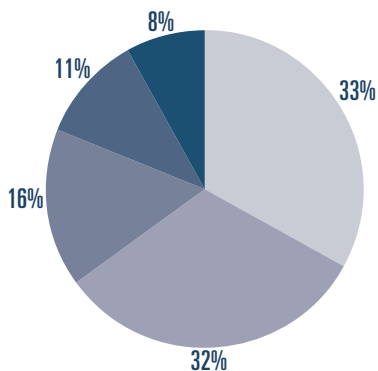
Sonagar ha formalizado, durante los nueve primeros meses del año 2.004, 640 avales por un importe de 32.125.042 euros.

El número de avales formalizados se ha incrementado un 17% respecto al mismo periodo del año 2003.

La Sociedad Navarra de Garantía Recíproca ha formalizado, a 30 de septiembre de 2004, 640 avales por un importe de 32.125.042 euros. Del importe total, 1.114.289 euros corresponden a avales técnicos y 21.010.753 euros a financieros.

Desde su constitución en 1980, hasta septiembre de 2004, el número de operaciones formalizadas, ascendió a 5.751 por un importe total de 348.449.914 euros, de los cuales 88.978.627 euros corresponden a avales técnicos y 259.471.286 a financieros.

Riesgo vivo de la empresa por sectores

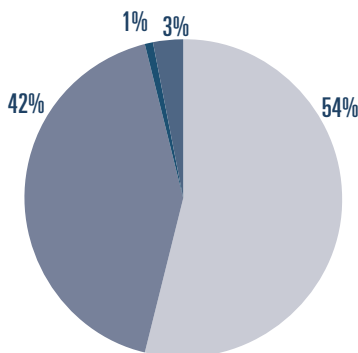


■ 33%	Sector servicios	59.747.012 €
■ 32%	Sector industrial	56.790.431 €
■ 16%	Sector comercio	29.447.450 €
■ 11%	Construcción	18.906.366 €
■ 8%	Sector primario	13.820.691 €

El riesgo vivo de Sonagar alcanzó, durante los nueve primeros meses del año 2004, los 140.727.850 euros respecto a los 137.278.084 euros, durante el mismo periodo del año 2003.

El 33% del riesgo vivo correspondió al sector servicios por un importe que ascendió a 59.747.012 euros, el 32% a industria por un total de 56.790.431 euros, el 16% al comercio con 29.447.450 euros, el 11% a la construcción con 18.906.366 euros y, por último, el 8% al sector primario por un importe de 13.820.691 euros.

Avales financieros formalizados por tamaño de empresa



■ 54%	Hasta 5 empleados	11.252.253 €
■ 42%	De 6 a 25	8.798.500 €
■ 1%	De 26 a 50	240.000 €
■ 3%	Más de 50	720.000 €



Por otro lado, el número de avales concedidos fue de 127, por un importe que alcanzó los 42.078.149 euros.

Respecto al tamaño de la empresa, los avales financieros formalizados, a 30 de septiembre de 2004, se repartieron de la siguiente manera: el 54% para empresas con una plantilla no superior a 5 trabajadores (11.252.253 euros), 42% para empresas de 6 a 25 empleados (con un importe de 8.798.500 euros); el 1% para empresas que tienen de 26 a 50 trabajadores (240.000 euros), y por último, el 3% para empresas con más de 50 trabajadores (720.000 euros).

Avales financieros formalizados por destino de la operación

- 63% Inversión
- 23% Creación de nuevas empresas
- 14% Refinanciación

En cuanto a los avales financieros formalizados por destino de la operación, podemos destacar que el 63% se destinaron a la creación de nuevas empresas, el 23% a inversión y el 14% a refinanciación.

De las 70 operaciones financieras realizadas durante los nueve primeros meses del año 2004, 10 fueron formalizadas por un plazo no superior a 12 años por 2.609.000 euros y, 60 operaciones de más de 12 años por un importe de 18.401.753 euros.

El plazo medio de amortización de las operaciones realizadas superó los 14 años.

70 Avaluos financieros formalizados por plazo

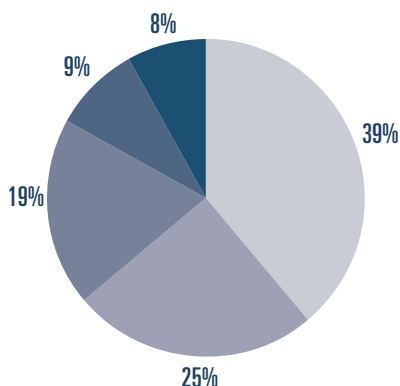
- 10 No superior a 12 años 2.609.000 €
- 60 Superior a 12 años 18.401.753 €

Las pymes navarras tienen mayores dificultades para conseguir una financiación adecuada en plazo y precio. Las entidades financieras como Cajas y Bancos operan a corto plazo lo que, en muchos casos, no responde a la necesidad de las empresas de sustituir su falta de fondos por avales para préstamos a largo plazo. Sonagar cumple de manera ágil y solvente, su objetivo de mejorar la financiación de las pymes por medio del otorgamiento de garantías personales.

Para terminar, el 39% de los avales financieros formalizados correspondió al sector servicios por un importe que ascendió a 8.131.000 euros, el 25% al sector industrial por un total de 5.276.500 euros, el 19% al comercio con 4.103.000 euros, el 9% al sector primario con 1.862.253 euros y, por último, el 8% a la construcción por un importe de 1.638.000 euros.

A 30 de septiembre de 2004, los recursos propios superaron los 20.115.778 de euros y el número de socios se incrementó en 81, elevando a 1.739 el número total (participes y protectores).

Avaluos financieros formalizados por sectores



- 39% Sector servicios 8.131.000 €
- 25% Sector industrial 5.276.500 €
- 19% Sector comercio 4.103.000 €
- 9% Sector primario 1.862.253 €
- 8% Construcción 1.638.000 €

AVALES FINANCIEROS PARA GARANTIZAR PRÉSTAMOS Y CRÉDITOS

Gastos de estudio
0,5%
sobre el importe formalizado

Comisión de aval
0,5%
anual sobre el riesgo vivo

SUSCRIPCIÓN DE PARTICIPACIONES. UNA PARTICIPACIÓN DE 120 EUROS POR CADA 12.000 O FRACCIÓN (EL 1% DEL IMPORTE FORMALIZADO). LÍMITE DE AVAL 720.000 EUROS.

El importe destinado a la suscripción de participaciones es **totalmente recuperable** al cancelarse la garantía solicitada. **En el caso de exigirse contragarantías hipotecarias**, la formalización y cancelación de las mismas estarán exentas en el impuesto de Transmisiones Patrimoniales y Actos Jurídicos Documentados

AVALES TÉCNICOS FIANZAS PROVISIONALES GRATUITAS

Comisión de aval
0,5%
anual sobre el riesgo vivo





D. JOSÉ JAVIER ARMENDÁRIZ QUEL

Consejero de Industria, Tecnología, Comercio y Trabajo

Licenciado en Economía por la Universidad de Sarriko, comenzó su carrera profesional en la consultora Arthur Andersen en Pamplona en 1989. En diciembre de 1993 ascendió a director de inversiones en el despacho de la multinacional, donde desarrolló su actividad hasta 1996. Fue entonces cuando aceptó coger las riendas de la Hacienda Foral. En julio de 2003 fue nombrado consejero de Industria, Tecnología, Comercio y Trabajo.

Una de las acciones más importantes desarrolladas por la Consejería de Industria ha sido el I Plan Tecnológico de Navarra (2000-2003) ¿Qué valoración hace de los resultados de esta primera fase?

El I Plan Tecnológico ha sido un éxito en cuanto a su desarrollo. El Gobierno de Navarra ha hecho un esfuerzo económico importante, en torno a los 107 millones de euros de inversión directa. Gracias a la respuesta empresarial ha supuesto una inversión inducida de 315,6 millones de euros.

Esta inversión ha favorecido especialmente el desarrollo de I+D+i. Lo que sí ha

conseguido el I Plan Tecnológico es ordenar de mejor manera la actividad de I+D+i. Así hemos podido difundir de manera más clara cuáles eran los objetivos del Gobierno en esta materia y ha permitido a las empresas utilizar de manera más ordenada los recursos que el Gobierno ha puesto a su disposición para el desarrollo del I+D+i.

En 1999 Navarra estaba por debajo de las medias nacionales en inversión de I+D+i en relación con el PIB. Ahora Navarra ocupa el 4º lugar de España, detrás de Madrid, País Vasco y Cataluña.

¿Qué implicación han demostrado las empresas navarras en la implantación y ordenación del I+D+i?

Se ha conseguido extender la cultura de la innovación a buena parte del tejido económico de la Comunidad Foral. Más de 3.100 proyectos empresariales, correspondientes a unas 2.000 empresas, se han visto beneficiados por este primer Plan. El aumento de la inversión y la implicación de las empresas reflejan que el camino que hemos emprendido está dando sus frutos. Cambiar las tendencias de los entornos comparativos y colocarnos entre los primeros lugares a nivel nacional es una cuestión importante.

El II Plan Tecnológico se desarrollará durante los próximos cuatro años comprendidos entre 2004 y 2007 para el que se tiene prevista una inversión de 142 millones de euros.

¿Cómo se refleja la mejora en la competitividad que han experimentado las empresas que se han beneficiado del I Plan Tecnológico?

Lo importante es tener presente que no existe empresa pequeña ni grande en el ámbito del I+D+i, sino que en Navarra existen empresas con inquietudes al respecto.

La mejora de la competitividad de las empresas a través del I+D+i solamente se puede medir desde el punto de vista de la cuenta de resultados. Si esa mejora de procesos y de productos permite a las empresas incrementar sus volúmenes de facturación, su productividad y en definitiva su rentabilidad y su competitividad; si con los mismos factores son capaces de generar unos mayores niveles de producción y sobre todo de valor añadido. Creo que esto es lo que ha permitido y ha puesto de manifiesto el I Plan Tecnológico de Navarra.

Más de 3.100 proyectos empresariales, correspondientes a unas 2.000 empresas, se han visto beneficiados del I Plan Tecnológico

¿Cuál era el objetivo principal del Plan de Análisis Individualizado?

El programa de análisis individualizados de 310 PYMES perseguía que éstas hicieran una reflexión estratégica desde el punto de vista de la innovación, la investigación y el desarrollo para mejorar su competitividad. El objetivo fundamental de este programa ha sido despertar, ordenar

y racionalizar la actividad del I+D+i en las compañías y en las PYMES navarras.

¿En qué consiste el Plan de Internacionalización de 2004?

El Plan de Internacionalización pretende ser transitorio hacia la preparación de un plan Estratégico de Comercio Exterior de Navarra que se implantará en 2005.

Busca la creación, diversificación y ampliación de la base exportadora. Queremos que haya más empresas que exporten y que incrementen los porcentajes de exportación.

Por un lado, nos hemos centrado en empresas que están exportando menos de un 30% de su producción. Estas empresas reciben la atención prioritaria del programa PROMEX, con un presupuesto de casi 1,2 millones de euros. Por otro lado, aplicamos el Plan de Diversificación que afecta a las empresas que han superado el ratio significativo del 30% de exportación. Queremos que estas empresas exporten a nuevos países.

¿Cómo se encuentra la exportación en Navarra?

Las cifras de exportación de Navarra en 2003 han registrado el mejor resultado de los últimos cuatro años, con un aumento del 14,9% respecto al año precedente. Las exportaciones ascendieron a 5.100 millones de euros, 596 más que en 2002. De todas ellas, el 78% se destinan al mercado europeo.

¿Cuáles han sido las ayudas dirigidas a las empresas industriales más demandadas?

Estamos destinando un presupuesto de 51,7 millones de euros a las subvenciones destinadas a la promoción de la inversión y el empleo. De esta cantidad, 47 millones fueron subvenciones a la inversión y 4,5 millones a la financiación del empleo fijo. Son cifras importantes porque suponen una legislatura de cuatro años que cuenta con un apoyo público del orden de los 210 millones de euros. Estamos concediendo un porcentaje medio de subvención del 11% ó 12%. Si calculamos la inversión inducida, estamos hablando en torno a los 420 millones de euros.

¿Cuáles han sido los aspectos más relevantes del Decreto Foral de medidas de apoyo al sector comercial?

Estamos trabajando en torno al millón de euros. En abril se aprobó el modelo territorial de organización de centros comerciales que regula la implantación dichos establecimientos en Navarra. En estos momentos estamos elaborando el Plan

Estratégico de Comercio que abarca distintas áreas.

Pretende potenciar los núcleos urbanos y el papel de las Entidades Locales en el ámbito comercial. Establecer medidas de apoyo al sector para el fomento de la inversión y la aplicación de nuevas tecnologías. Además, el plan busca fomentar el asociacionismo y la cooperación entre las pequeñas empresas comerciales; y desarrollar la normativa en materia de ordenación comercial y, en particular, sobre los horarios comerciales.

Hoy, Navarra ocupa el 4º lugar de España, detrás de Madrid, País Vasco y Cataluña, en inversión de I+D+i en relación con el PIB

¿Cuáles son los objetivos necesarios para lograr la modernización del comercio tradicional y el equilibrio con las nuevas fórmulas comerciales?

Mejorar la capacidad tecnológica de las empresas; impulsar la creación de centrales de compra; fomentar la integración del pequeño comercio en cadenas con imagen de marca; favorecer la diversificación empresarial, impulsando los servicios al cliente como elemento diferenciador; y fomentar la modernización, especialización y mejora de la gestión.

¿Cómo se incorpora Red Plena al III Plan de Empleo de Navarra?

El objetivo de ambos planes es el mismo. Queremos crear más y mejor empleo. Tenemos que dar empleo, y empleo de calidad. Red Plena es un proyecto financiado por la U.E. El objetivo fundamental es dinamizar e implicar a los agentes locales en las políticas activas de desarrollo del empleo, siempre enmarcado en el concepto del Plan de Empleo de Navarra. Además del Gobierno de Navarra, la Administración local es un agente fundamental que también debe ser un participante importante y un interlocutor válido en la creación de empleo en toda Navarra.

Llama la atención en los últimos resultados de la EPA el escaso crecimiento del empleo femenino en Navarra. ¿Qué medidas se están tomando para apoyar inserción de las mujeres al empleo?

En cuestiones como el empleo es importante mantener una visión más amplia que los resultados trimestrales de la EPA. Desde 2002 hemos conseguido reducir en más de un 40% el desempleo femenino. El Plan de Empleo busca alcanzar el pleno



empleo en Navarra. Es decir, que la tasa de desempleo no supere el 5%. El colectivo femenino es el que está más alejado de estos índices. Por ello, desde el punto de vista práctico, cuando hablamos de formación, autoempleo, formación de emprendedores, etc. nos dirigimos ya a las mujeres sin tener que decir mujeres, empresarias o emprendedoras. En los últimos 4 años, el 64% de las incorporaciones al mercado laboral han sido mujeres. En estos momentos, el 45% de las empresas que se crean en Navarra, las están creando mujeres.

El objetivo estratégico del pleno empleo es incompatible si perdemos de vista el concepto de empleo de calidad

¿Qué conclusiones del II Plan de Empleo se aplicarán al próximo plan que comienza en 2005?

En estos momentos nuestra tasa de empleo de sitúa en el 68% mientras que la media nacional está 6 puntos por debajo. El objetivo estratégico de tener un pleno empleo es incompatible si perdemos de vista el concepto de empleo de calidad, lo cual redundará en un trabajo intenso en la

Queremos que haya más empresas que exporten y que incrementen los porcentajes de exportación

prevención de riesgos laborales para la disminución de la siniestralidad laboral, y sin duda seguir trabajando para que la precariedad, en este caso la temporalidad, siga reduciéndose y podamos alcanzar los niveles europeos.



USCAL S.L.

En 1973, cuatro jóvenes maestros industriales, de edades comprendidas entre 26 y 29 años, con espíritu inquieto y emprendedor, y entre los que se encontraban Joaquín Compains y Ciriaco Sanjuán, decidieron montar su propia empresa, ya entonces con el nombre de USCAL.

“Surgió porque nos dimos cuenta de que podíamos hacer lo mismo que otras empresas, teníamos los conocimientos y nos sentíamos preparados para acometer esa nueva etapa profesional”, comenta Joaquín Compains, gerente y co-propietario.

Empezaron en un taller a mecanizar piezas y fabricar útiles de control que era lo que demandaba el mercado en aquella época, como él mismo define “piecerío y utillaje para los sistemas de producción”. Compains recuerda que, “las empresas nos facilitaban los planos para la fabricación de los útiles, nosotros los hacíamos pero era la propia empresa la responsable del funcionamiento del utillaje”.

Los comienzos fueron muy duros porque tuvieron que comprar mucha maquinaria y había meses que no tenían con qué pagar las letras. Compains comenta cómo la familia les ayudó a pasar ese primer bache, sobre todo el primer año. Trabajaban como mínimo 11 horas diarias, sábados incluidos y domingos por la mañana, y todo esto sin olvidar la formación permanente que el sector exigía, visitas a muchas ferias y salidas al extranjero para conocer otros mercados. Los tres primeros años supusieron un sacrificio muy importante de todos los socios para sacar adelante la empresa.

Poco después comenzó una renovación de la oferta existente, muchos talleres cerraron y aparecieron otros nuevos. Al mismo tiempo fueron desapareciendo las ingenierías de las propias empresas y empezaron a subcontratar fuera el servicio. “Poco a poco nos fuimos convirtiendo en

una ingeniería que trabajaba en muchos campos, para muchas empresas, de tal manera que los conocimientos y experiencia que vas adquiriendo los puedes aplicar con otros clientes”, recuerda Compains.

A partir de los años 80, las empresas comienzan a demandar la entrega de equipos “llave en mano”. Usal, adaptándose a esa nueva situación, desarrolla su propio equipo técnico y los primeros automatismos, siendo responsable de la fabricación, funcionamiento y soporte técnico.

Puntos fuertes de la empresa respecto a la competencia

“Usal ofrece un servicio completo y eso es lo que demandan muchos clientes” dice Compains. Sus líneas de negocio son variadas pero complementarias entre sí: por un lado, tienen un departamento con un equipo de personas que piensa y oferta sistemas a un precio muy competitivo, funciona como una comercial, luego está la ingeniería de diseño, el taller de fabricación que construye las piezas y la ingeniería eléctrica y de programación. “Somos la ingeniería más completa porque podemos hacer desde el bulón de una pieza de repuesto hasta el software de trazabilidad y control de la línea que estamos fabricando. Tenemos todo el campo cubierto con gente de casa y una asistencia postventa completa” afirma Compains.

A partir de 1998, el cambio de Usal ha sido espectacular. Ese año fue una época de inflexión para la empresa. Desde entonces, la plantilla ha aumentado un 85% y la facturación se ha multiplicado por

cinco, es decir, de 2.5 millones a 12 millones de euros en la actualidad.

“Fue un momento de toma de decisiones importantes y arriesgadas que nos ha llevado a lo que hoy es Usal”.

Equipo humano

Para Joaquín Compains, gerente desde hace 6 años, “Usal es una empresa que está basada en el conocimiento, el esfuerzo y la voluntad de las personas que allí trabajan; lo más importante es la relación de la empresa con todo su personal, tanto los mandos intermedios como trabajadores. Si esa relación es buena, el futuro es prometedor.”

Compains se considera un jefe de equipo, más o menos un entrenador que deja que el equipo funcione. “Una empresa como ésta, que está integrada por diferentes





equipos de trabajo necesita que éstos sean autónomos siempre que sepan qué tienen que hacer. Esto favorece que se sientan empresa y es la base del éxito de Uscal. Cada uno se autogestiona su puesto de trabajo.”

La empresa está avanzando junto con sus trabajadores y ya ha comenzado el relevo generacional. El número de profesionales jóvenes es importante. En la actualidad la plantilla está compuesta por 6 ingenieros superiores, 18 ingenieros técnicos, 58 con titulación en formación profesional superior y 2 sin cualificar. La edad media de la plantilla es de 35 años, sobretodo en ingeniería. El 20% del equipo lo componen mujeres y el 40% del total de la plantilla cuentan con titulación universitaria, lo que unido a los planes de formación, hacen un equipo humano cada vez más cualificado. La previsión es alcanzar los 100 empleados en los próximos 3-5 años, sobretodo ingenieros.

Lo más importante es la relación de la empresa con todo su personal, tanto los mandos intermedios como trabajadores. Si esa relación es buena, el futuro es prometedor

Clientes y mercados

El 75% de los clientes pertenecen al sector del automóvil, el 15% a eléctricas y, a línea blanca el 10%.

Para Compains, el coche se ha convertido en un artículo casi de primera necesidad. Su primer coche lo compró, de segunda mano, a los 29 años. “Hoy en día, los jóvenes cuando cumplen 18 años se sacan el carnet de conducir; el coche se ha conver-

tido en algo casi imprescindible.” Considera que es la tecnología que más está evolucionando después de la aviación y la militar, y al mismo tiempo, la ingeniería en el sector del automóvil cobra un protagonismo muy importante. Las modificaciones permanentes en los sistemas de fabricación de automóviles facilitan el desarrollo y crecimiento de Uscal, desde el punto de vista empresarial.

Las normas de calidad

USCAL cuenta con la calificación ISO 9001-2000, avalada por la empresa TÜV. Desde hacía tiempo, la empresa ya trabaja internamente en aplicar sistemas de calidad. Más tarde lo requirieron los clientes y obtuvieron el certificado. Este nuevo proceso ha ayudado a la empresa a aplicar un sistema de trazabilidad de todos los procesos de fabricación “desde que haces una oferta, pasando por todo el proceso productivo hasta que lo entregamos al cliente y él da la conformidad”. Todo queda documentado y todas las piezas que se fabrican, numeradas.

Retos de Uscal

Treinta y un años después de la creación de la empresa, Uscal afronta nuevos retos. Según Compains, “la mecánica es más fácil de subcontratar”. El año pasado subcontrataron 35.000 horas de trabajo a empresas más pequeñas, principalmente de Navarra y La Rioja, con las que colaboran en aspectos tan variados como el mecanizado o los montajes eléctricos, entre otros.

El crecimiento lo contemplan sobre todo en los aspectos de ingeniería. Por ello, “el trabajo mecánico y el eléctrico tendremos cada vez más a subcontratarlo, siempre bajo el control y la supervisión de Uscal en el diseño, la mecánica y la producción”.

En cuanto a la facturación, tienen una previsión de alcanzar los 20.000 millones de euros en tres años. Tal y como apunta Compains, “la delegación de Estados Unidos ya ha empezado a funcionar con bastante fuerza”. Uscal cuenta con un equipo técnico comercial consolidado. “En Estados Unidos el sector automovilístico es muy importante y de allí obtenemos mucha información de hacia dónde van a ir las inversiones”. La delegación americana se estableció hace dos años

porque “la tecnología se sigue vendiendo y comprando en inglés”, afirma Compains.

El servicio postventa es otro aspecto que, aunque Uscal lo tiene implantado, quiere reforzar.

La próxima generación

Para julio de 2005, Uscal tiene prevista la inauguración de su nueva nave de 5.100 m² de taller y 3.000m² para la ingeniería y las oficinas. Este proyecto, que ha supuesto una inversión de 6 millones de euros, se puso en marcha porque ven claro el futuro en manos de los hijos de dos de los socios, que ya están trabajando en la empresa y empiezan a tomar las riendas del negocio.

La delegación americana se estableció hace dos años porque la tecnología se sigue vendiendo y comprando en inglés

Antes de que Compains “baje el ritmo” de trabajo, quiere dejar la nave en condiciones de funcionamiento para la siguiente generación. “Esto me llevará unos tres años”. Reconoce que le costará bastante jubilarse “porque esto ha sido mi vida”. Las relaciones personales se han reforzado mucho en el tiempo y Uscal se ha convertido de alguna manera en la consultora de ingeniería de las empresas para las que trabaja. “Nos anticipamos a las necesidades de nuestros clientes”.



CLUB DE MARKETING

Treinta años acercando el mercado a los profesionales de Navarra. El centro de formación, situado en el Valle de Aranguren, ha buscado a lo largo de los últimos 30 años ayudar a implantar la mentalidad de la mercadotecnia entre los profesionales de Navarra.

El Club de Marketing (CM) nació en 1975, cuando un grupo de directivos de empresas de Navarra, relacionados con el mundo de las ventas, decidió crear un foro de formación y de relaciones para fomentar el intercambio de experiencias entre profesionales. Eran años en los que los conceptos como marketing, ventas internacionales o nicho de mercado eran grandes desconocidos. “Los productos navarros eran muy buenos, pero el problema aparecía a la hora de venderlos”, comenta Joaquín Ansa, director ejecutivo del Club de Marketing.

En la actualidad el CM ofrece cinco programas Master con ESIC: Dirección General, Marketing, Comercio Internacional, Recursos Humanos y Dirección Financiera

Lo que comenzó en un espacio cedido por la Cámara de Comercio, donde se daban pequeñas charlas o conferencias, en cinco años se convirtió en una asociación profesional que se gestionaba con criterios empresariales. Fue en 1980 cuando se adquirió la primera sede propia en la calle Estafeta y se nombró a Joaquín Ansa gestor. Su labor principal iba a ser captar más socios a través de una labor comercial más planificada y crear servicios que a su vez revertían en medios para la ampliación de los cursos.

Con los años el Club de Marketing creció. De la calle Estafeta, pasó a ubicarse en la calle Iturrama. De ahí, a la trasera de la calle Esquiroz y hoy encontramos su sede, con posibilidades de ampliación, en el Valle de Aranguren.

Joaquín Ansa sigue al frente del Club como Director General. Hoy la asociación cuenta con dos tipos de socios: 550 empresas de toda Navarra y 850 personas. La junta directiva está compuesta por personas que pueden pertenecer o no a empresas, pero su participación en la junta es a título personal, libre y voluntaria, “sin ningún tipo de condicionante por parte de la empresa para la que trabaja”, apunta Ansa.

Un amplio abanico de servicios

El objetivo fundamental del Club sigue siendo la formación continua de los profesionales. “Tenemos una oferta de acciones formativas muy variadas que van desde los programas Master hasta jornadas de un día”.

En 1995 el CM firmó el acuerdo de colaboración con el ESIC por el que se firmó un convenio para implantar en Navarra estudios de grado medio de marketing. “Una escuela universitaria de tres años de duración, susceptible de hacer estudios superiores fuera de Navarra”, explica Ansa. En la actualidad el CM ofrece cinco programas Master con ESIC: Dirección General, Marketing, Comercio Internacional, Recursos Humanos y Dirección Financiera.



Joaquín Ansa. Director del Club de Marketing

Promoción, información e Internet

La información también es uno de los pilares del CM. Tal y como nos comenta Joaquín Ansa, “editamos el Anuario de El Club de Marketing, una revista cuatrimestral y dos suplementos mensuales, uno de marketing y gestión empresarial y otro de fiscalidad”. Además, El CM publica la guía tributaria de Navarra.

Cada dos años este centro de formación organiza el Salón de las Tecnologías de la Información y la Comunicación

Además de las publicaciones en papel, cuenta con el buscador navarra.net, que es el único que existe en Navarra donde “pretendemos que estén todos los espacios, páginas web de Navarra”.

Cada dos años este centro de formación, en colaboración con el Gobierno de Navarra, organiza el Salón de las Tecnologías de la Información y la Comunicación. El próximo se celebrará en abril de 2005. En él las empresas exponen su productos y servicios en el mundo de la informática y las telecomunicaciones.

Fomentar las relaciones

“Gracias al amplio número de actividades que el CM desarrolla, los mismos socios intercambian experiencias y promueven el enriquecimiento profesional recíproco”, comenta Ansa.

A través de la formación, sobre todo en los últimos años, el CM ha ayudado a formar a profesionales de empresa en marketing y gestión en general, y como explica Ansa, “de alguna manera hemos contribuido a que actualmente Navarra tenga una proyección comercial importante, a que la filosofía de marketing se implante en la empresa navarra”.

