

empresarial

DE L'HOSPITALET I BAIX LLOBREGAT

diario

Número 43 – Mayo - Junio 2003

www.aeball.net



El seguro de crédito, una solución para controlar el riesgo de impagados.

Las cinco etapas de una Pyme.

Entrevista con Rafael Gómez, director de Master Computer.



sumario

Editorial	3.
Las elecciones	
Actualidad	4.
El seguro de crédito, una solución para controlar el riesgo de impagados	
Actividades	7.
Misión Comercial a Chile	
Informe	8.
Las cinco etapas de una pyme	
Profundidad	12.
Begues busque el seu equilibri dins la comarca del Baix Llobregat	
El Socio	16.
Rafael Gómez, Director de Master Computer	
Parlem de...	20.
Abreviacions III. Els símbols	
Noticias	22.
Noticias de actividades y servicios de la AEBALL/UPMBALL	
Aeball.net	25.
Un portal al servicio de todos los socios	

Nº 43. MAYO-JUNIO
 Revista Bimestral. Año IX
 Edita: Asociación Empresarial y Unión Patronal Metalúrgica de de l'Hospitalet i Baix Llobregat
 Directora: Rosa Fiol
 Redactor Jefe: D. Bargalló
 Redacción: M^a. P. Fiol, A. Porqueras, A. García, A. Ridruejo, R. Pedrosa, M. Calvet.
 Diseño: VAW
 Redacción: Av. Fabregada, 93, 1^a 3^a, Dcha. 08901 L'Hospitalet
 Tel 93 337 04 50
 Fax 93 337 50 15
 e-mail: aeball@aeball.net
 Tiraje: 6.000 ejemplares
 Realización: E. Rondas.
 Depósito Legal: B-44.082-94
 Los artículos publicados en DIARIO EMPRESARIAL reflejan sólo la opinión de los autores

editorial

LAS ELECCIONES

Las elecciones forman parte de cualquier proceso democrático. Desde su fundación, las entidades AEBALL y UPMBALL, han tenido cada cuatro años, un proceso electoral de donde han salido elegidos, los representantes de los asociados en los Órganos de Gobierno de las entidades.

En el mes de junio hemos celebrado elecciones en la AEBALL. Dentro de dos años, se celebrarán elecciones en la UPMBALL. De esta manera se cumple con un mandato de la propia Constitución, que reflejan de forma clara los estatutos de ambas entidades. En las empresas, a nivel general, también se producen elecciones, cada cuatro años. Se abren procesos electorales de donde salen elegidos los representantes de los trabajadores.

En ambos casos, los procesos electorales y las propias elecciones, transcurren sin detener las propias actividades, dentro de un entorno normalizado. Las entidades siguen dando servicio, atendiendo a sus socios y las empresas atienden a sus clientes, y cumplen con sus pedidos y compromisos.

A nivel político, también se producen elecciones, de donde salen elegidos los representantes de los ciudadanos, en las distintas administraciones públicas. De las seis administraciones que tenemos, en cuatro elegimos a los representantes de forma directa: administración local (Ayuntamiento), administración autonómica (Generalitat), administración central (Estado) y administración Europea. La administración comarcal (Consell) y la administración provincial (Diputació) está formada por representantes, indirectamente elegidos, según los resultados de las elecciones locales.

Acabamos de pasar por un proceso electoral, de donde han salido elegidos los representantes en las administraciones locales (Ayuntamientos) y por tanto de los Consells Comarcals y las Diputaciones. Dicho proceso ha supuesto en gran parte, la paralización de las actividades y de toma de decisiones, en los Ayuntamientos, Consells y Diputaciones. El proceso electoral, inicialmente de un mes, en la mayoría de los casos se amplía antes y después de las elecciones. La actividad se reduce y las decisiones se posponen. A este periodo en sí largo y costoso en este caso hay que añadir el periodo anual de vacaciones. En el mejor de los casos los Ayuntamientos recuperarán su labor habitual con la llegada del otoño. Para entonces, se abrirá un nuevo proceso electoral, para elegir los representantes en el Gobierno Autonómico. La administración autonómica reducirá sus actividades y pospondrá la toma de decisiones. Se iniciará un nuevo proceso electoral que con suerte terminará a final de año.

Para el próximo año, en marzo tenemos elecciones Generales, donde saldrán elegidos los representantes para los órganos de Gobierno del Estado. Si todo va bien, habremos logrado pasar un periodo electoral ininterrumpido de un año, para elegir a nuestros representantes, en las distintas administraciones, que custodian y administran nuestros recursos. Esto supone un grave perjuicio para los ciudadanos, para las empresas y para la economía del país. Un tiempo perdido que no se recupera. El empleo de recursos extraordinarios innecesarios. En resumen una pérdida de competitividad para todos.

La reflexión, fuera de toda ideología política es clara, se paga un precio muy alto, en las elecciones a los diversos organismos públicos. Las empresas y las entidades intermedias integrantes de la sociedad civil, tendríamos que ser un ejemplo a seguir en los procesos electorales. Hay factores como el mercado, la profesionalidad, la competencia que nos han llevado a compaginar las actuaciones democráticas con nuestro trabajo habitual. Quizá es un buen momento para empezar a pedir más profesionalidad a nuestros políticos y funcionarios.

actualidad

El seguro de crédito, una solución para controlar el riesgo de impagados

El seguro de crédito nos permitirá diseñar y emprender nuevas operaciones comerciales sin riesgos y evitará la pérdida de cuota de mercado



Aurelio del Río Holgado
Ferrer&Ojeda Asociados
Correduría de Seguros S.A.

La situación actual contribuye a la demanda de soluciones para cubrir el riesgo de impago de las operaciones comerciales y también soluciones que apoyen la expansión dentro y fuera de nuestras fronteras.

Mediante el Seguro de Crédito se pone a disposición de todas aquellas empresas que venden a crédito una solución para mejorar la administración y el control de los riesgos derivados del impago de sus compradores, así como la reparación de las pérdidas que la eventual insolvencia de los mismos les pueda ocasionar.

En épocas de expansión el incremento de las ventas supo-

ne un crecimiento paralelo del crédito a clientes. Este crédito alcanza entonces volúmenes de riesgo que la empresa por sus miedos difícilmente puede soportar y en consecuencia, si no dispone de una cobertura externa adecuada puede ver coartada la realización de sus posibilidades de crecimiento.

¿Qué es el Seguro de Crédito?

Es un instrumento a disposición de las empresas para una mejor gestión financiera proporcionando seguridad en el cobro de sus créditos, cubriendo los riesgos de insolvencia inherentes a las operaciones comerciales, y reduciendo la incidencia que los créditos impagados producen en los resultados empresariales, en la liquidez y en la estabilidad de la empresa.

Además, contribuye a facilitar la negociación del descuento de efectos comerciales ante entidades financieras. Convierte el riesgo de insolvencia de los clientes en un gasto presupuestable (coste del seguro), fácilmente absorbible y fiscalmente deducible. Como valor añadido, el Seguro de Crédito nos permitirá diseñar y emprender nuevas operaciones comerciales sin riesgos y evitará que perdamos cuota de mercado por temor a los impagados.

Nos parece del todo normal que los activos materiales de una empresa estén cubiertos contra toda contingencia a través de los seguros de daños como puede ser incendio, robo, avería, etc. Dentro del activo de una empresa, una de las partidas, que por su cuantía tiene a

veces la mayor importancia, se encuentra el "realizable" o cuenta a cobrar de los clientes, que merece ser protegida de forma adecuada siendo ésta susceptible de originar quebrantos importantes que hagan peligrar la estabilidad económica-financiera de la empresa.

Otra razón que justifica la importancia de la contratación de este seguro es que en épocas de crisis estos incumplimientos de pagos se producen afectando frecuentemente a aquellos clientes que hasta este momento eran considerados como muy solventes.

¿Quién necesita contratar un Seguro de Crédito?

Las empresas susceptibles de contratar un seguro de crédito son todas aquellas que fabriquen, importen, exporten, distribuyan, etc. toda clase de bienes o servicios mediante venta en firme con pago aplazado del importe, excluyendo las entregas de mercancías en depósito y las ventas con pagos al contado.

¿Qué riesgos se excluyen?

Las ventas a organismos públicos, las ventas a compañías filiales o accionistas de la propia empresa y en general los riesgos políticos extraordinarios y los comerciales correspondientes a determinados países en casos de exportación no son objeto de cobertura por el Seguro de Crédito. En los últimos años el desembarco en

nuestro país de las principales compañías líderes en el sector (COFACE IBERICA, EULER-HERMES, GERLING,...) ha propiciado una gran oferta en este sentido unida a la ya ofertada por las aseguradoras nacionales (CRÉDITO Y CAUCIÓN, MAPFRE Y CESCE).

El Seguro de Crédito Hoy

Ahora las compañías aseguradoras ofrecen a las empresas una variedad de soluciones que permite, manteniendo la esencia del Seguro de Crédito elaborar "un traje a medida" para la empresa.

Actualmente, pueden garantizarse ventas tanto por líneas de producto/fabricación como por tipo de cliente y nivel de riesgo, fijando los márgenes que el Asegurado esté dispuesto a asumir a su cargo.

Además de existir una mejora general en los sistemas de información comercial que colaboran en la gestión del análisis de riesgos de las compañías, se ofrecen distintas opciones: clasificación por parte del asegurado de aquellos clientes de cobertura más complicada (talleres, instaladores, pequeños riesgos en general) ya que es el Asegurado quien mejor los conoce.

Y para aquellas empresas con una estructura de riesgos muy sólida y una política comercial fuerte se permite que estas empresas clasifiquen sus propios riesgos hasta un límite que se negocia conjuntamente. Hoy por hoy, los costes se han

reducido y ajustado muchísimo, siempre teniendo en cuenta el tipo de riesgo de que se trata, dado que se garantiza el capital circulante de la empresa.

En base a esta flexibilidad las Compañías están dispuestas a estudiar y tratar los planteamientos que las empresas hagan para elaborar la póliza de seguro de crédito más adecuada a las necesidades.

Proceso del Seguro de Crédito

A continuación apuntamos las fases de este proceso: formalización de la propuesta del seguro mediante cuestionario; proposición de seguro (oferta); aceptación de la propuesta de seguro; emisión de la póliza; propuesta de clientes a clasificar: la realiza el Asegurado, al objeto de que la compañía de crédito proceda al estudio y clasificación crediticia de los mismos, en función de los riesgos que precise el Asegurador; clasificación de clientes por parte de la Compañía; prórrogas o acuerdos de pago y, finalmente, notificación del impago a la Compañía e indemnización.

Clasificación de Clientes

Las Compañías aseguradoras disponen de la experiencia y el conocimiento de los mercados. Ponen al servicio de los asegurados un sistema de gestión de riesgos, integrado por analistas expertos y sistemas automatizados de decisión de alta capacidad de respuesta,

actualidad

a través de los cuales se emite una clasificación crediticia a todos los clientes que conforman la cartera de los asegurados, estableciendo el importe de crédito cubierto para cada cliente. Dentro de este proceso de la gestión de riesgos, los asegurados disponen de una herramienta: un sistema on-line por el que obtienen contestación instantánea a sus solicitudes de riesgo (CICRED, EOLIS, COFANET, ...).

Todas las clasificaciones quedan automáticamente incorporadas a un proceso de vigilancia activa sobre la evolución de los indicadores de solvencia. A lo largo del ejercicio nos encontramos que hay clientes que empeoran su situación y hay otros que la mejoran.

Recuperación de créditos impagados

Los créditos impagados provocan una pérdida patrimonial incrementada por los costes añadidos de las gestiones de recuperación sumado también al deterioro de la relación comercial que se produce en estas situaciones. Las compañías aseguradoras gestionan la recuperación de los créditos impagados a través de redes especializadas en el recobro de créditos comerciales a nivel nacional e internacional.

Indemnización de los créditos impagados

Llegado el momento de la indemnización se toma para la misma como base de cálculo, en el porcentaje de garantía y plazos establecidos en las

condiciones de la póliza, las pérdidas producidas por los deudores.

En este artículo hemos abordado en profundidad las ventajas del seguro de crédito para las empresas, con el objetivo de que la actual coyuntura económica no se convierta en un freno para el crecimiento.

Para cualquier información adicional sobre este o cualquier otro aspecto relacionado con el mundo de los seguros contactar con el equipo de servicios al socio de la Aeball quien dirigirá sus preguntas al equipo de consultores de la firma Ferrer&Ojeda Asociados Correduría de Seguros S.A. autor de este artículo.

Las compañías aseguradoras gestionan la recuperación de los créditos impagados a través de redes especializadas en el recobro de créditos comerciales a nivel nacional e internacional



Misión comercial a Chile

Chile ha sido el objetivo de una nueva misión comercial organizada por UPMBALL



En un continente plagado de crisis y recesiones, Chile mantiene unas magnitudes macroeconómicas envidiables: inflación reducida, finanzas públicas saneadas, comercio exterior elevado, crecimiento reducido pero estable. Una buena salud económica fruto del modelo liberal establecido en la época de la dictadura y consolidado en la etapa democrática actual.

Esta situación privilegiada en un país de 15 millones de habitantes, a menudo comparado con una isla continental, debido, por un lado, a su extensa frontera interior formada por la cordillera de los Andes y por el otro lado el Océano Pacífico, ha sido posible entre otros aspectos por sus reducidos niveles de corrupción, en contraposición a lo que sucede en varios de sus vecinos, a una clase política que ha sabido evitar los

desórdenes y que ha apostado firmemente por las políticas neoliberales de la Escuela de Chicago y más recientemente por una economía extremadamente abierta al exterior.

La reciente firma de acuerdos comerciales bilaterales con la Unión Europea, Canadá, México, América Central, Corea del Sur, y pendiente de ratificación con EE.UU., han consolidado las exportaciones de este país: primer exportador de fruta del hemisferio sur, segundo exportador mundial de salmón, cuarto exportador mundial de vinos...

Esta tranquila situación económica es la que han encontrado las empresas participantes en la misión comercial de empresas del sector metalúrgico organizada

por UPMBALL.

Para asegurar una buena preparación de entrevistas se confió su preparación al Centre de Promoció de Negocis de COPCA en Santiago de Chile.

Al inicio del viaje se organizó una jornada de presentación de las empresas catalanas en uno de los salones del Hotel Sheraton de la capital, a la que asistieron las empresas chilenas seleccionadas para entrevistarse con las empresas participantes en la misión. Esta acción forma parte del Plan de promoción internacional para empresas del sector metalúrgico organizado por UPMBALL, el Centre Metalúrgic de Sabadell, y la Unión Empresarial Metalúrgica de Terrassa.

informe

Las cinco etapas de una Pyme

Ignorar los efectos que se describen supondrá un punto débil y una disminución de la ventaja competitiva de la empresa



Eliseu Santandreu, Profesor de EADA y Coordinador Formación CENTREM

¿Cómo es posible que algunos propietarios de pequeñas empresas deban trabajar hasta quince horas diarias para mantener su negocio en marcha, mientras otros puedan trabajar menos y dedicar la diferencia a jugar al golf porque su empresa va "viento en popa"?

La respuesta es unánime por parte de los investigadores: porque algunos empresarios dirigen su negocio sin establecer un sistema de gestión formalizado ni una estrategia local, cuando hay otros que dedican mucha atención a estos planteamientos.

Aunque, lógicamente, el estilo de cada propietario y las circunstancias económicas de la empresa son importantes, existen otros factores entre los que cabe destacar: a) el tama-

ño del negocio, b) su diversidad y complejidad, c) el estilo de dirección, y d) los objetivos que pretende alcanzar la empresa.

Partiendo de esos factores, la mayor parte de analistas coinciden plenamente en que la vida de una PYME pasa por cinco etapas claramente diferenciadas, que son: Existencia, Supervivencia, Éxito, Despegue y Madurez de recursos.

A continuación se describen los síntomas que caracterizan a cada una de las fases expuestas, así como la influencia que cada una de ellas puede impregnar a su vez, en cinco factores básicos de la gestión empresarial: a) estilo de dirección, b) estructura organizativa, c) ámbito de los sistemas formales, d) principales objetivos estratégicos, e) grado de implicación de los propietarios en el negocio.

El conocimiento y comportamiento de dichas fases, así

como la descripción de lo que suele acaecer en cada una de ellas, resultan de gran utilidad para el responsable financiero-contable, consultores y expertos en el diagnóstico empresarial, facilitando el diagnóstico y las oportunas recomendaciones para la correcta solución de los problemas empresariales.

Etapa I.- Existencia

En esta etapa, los problemas principales de la empresa consisten en captar el necesario número de clientes o masa crítica con el fin de alcanzar la capacidad necesaria para proveer el producto o servicio que precisa comercializar, a fin de situarse adecuadamente en su nicho de mercado. Entre las cuestiones más importantes destacan:

¿Se podrán conseguir los clientes necesarios, así como la capacidad suficiente para suministrar los productos y cubrir

adecuadamente los servicios para lograr la viabilidad necesaria?

¿Se podrán ampliar las ventas a partir de esos y otros clientes clave, o del proceso de producción inicial, hasta alcanzar un nivel más amplio?

¿Se dispone de los necesarios recursos financieros para atender las considerables necesidades de tesorería que demanda esta fase de puesta en marcha?

En esta etapa la organización es sencilla: el propietario lo hace todo, supervisando directamente a sus subordinados, que deben tener, al menos, una capacidad profesional media. Los sistemas de gestión y la planificación formal son mínimos si no inexistentes. La estrategia de la empresa consiste en sobrevivir. El propietario "es" la empresa y realiza todas las tareas importantes siendo el principal aportador de energía, capacidad directiva, junto con sus parientes o amigos, que suelen aportar en esta fase el capital inicial necesario.

Muchas de estas empresas no llegan nunca a alcanzar la suficiente aceptación por parte de los clientes, o no alcanzan el volumen de ventas necesario que las haga viables. En estos casos, los propietarios clausuran el negocio cuando el capital de lanzamiento se agota y, si tienen suerte, venden la empresa

Etapa II.- Supervivencia

Cuando la empresa ha

alcanzado esta etapa ha demostrado que se trata de una entidad operativa en el campo de los negocios. Cuenta con el suficiente número de clientes y cubre sus necesidades lo bastante aceptablemente como para retenerles proveyéndoles de los productos o servicios que le solicitan. El problema grave es la mera subsistencia, expresada en términos de la adecuada relación entre los ingresos y los pagos.

Las principales cuestiones son:

¿Se generará a corto plazo la suficiente tesorería para alcanzar el punto muerto necesario y poder reemplazar la parte del inmovilizado que se desgasta o se debe reponer para seguir siendo competitivos?

¿Se generará el cash-flow mínimo que permita permanecer en el negocio y financiar la expansión hasta alcanzar una dimensión lo suficientemente importante para conseguir una rentabilidad económica que compense las inversiones y el esfuerzo en trabajo puestos en juego?

La organización es sencilla todavía. La empresa cuenta con un reducido número de empleados, supervisados por un jefe de ventas o por un encargado general, que suele ser el hombre de confianza. Ninguno de ellos toma decisiones importantes independientemente, y cumple las órdenes bien definidas del propietario.

El desarrollo de sistemas de gestión empresarial es sólo incipiente. Generalmente, la planificación formalizada no llega más que a una previsión de tesorería. El objetivo principal estriba en seguir sobreviviendo, y el propietario aún sigue siendo el alma del negocio.

Etapa III.- Éxito

Cuando el, o los propietarios, llegan a esta etapa suelen optar por explotar los éxitos logrados e iniciar una expansión, o, alternativamente mantener la empresa estable y rentable, como base para la

reportaje

realización de otras actividades. Así, una cuestión fundamental consiste en utilizar la empresa como plataforma de crecimiento, o como medio de apoyo para los propietarios, a medida que éstos se desligan total o parcialmente de la misma. Detrás del acto de desvincularse de la empresa puede latir el deseo de iniciar nuevas empresas, o dedicarse a actividades ajenas a la propia empresa como la política, el ocio, el deporte, etc.

En esta fase destaca la aparición del éxito-desvinculación. La empresa ha alcanzado una buena salud económica, cuenta con un tamaño adecuado y una suficiente penetración en el mercado como para anclar el éxito conseguido. La empresa puede mantenerse indefinidamente en esta etapa, suponiendo que los cambios del entorno no destruyan sus defensas estratégicas de mercado o que una manifiesta gestión poco acertada reduzca su competitividad.

Desde el punto de vista organizativo, la empresa ha alcanzado un tamaño suficiente para que los directores de departamento asuman algunas de las responsabilidades que hasta entonces ejercía personalmente el propietario.

Estos directivos tienen que ser competentes, pero no es preciso que sean de gran nivel, dado que el techo potencial que pueden alcanzar está limitado por los objetivos de la empresa. La tesorería suele ser buena y

la principal preocupación es evitar, en los períodos prósperos, excesivas salidas de caja que reduzcan la capacidad de la empresa para resistir en las inevitables épocas difíciles.

Etapa IV.- Despegue

Esta fase se consolida desde el momento en que las técnicas están bien establecidas y el mercado es lo suficientemente amplio para la utilización óptima de los equipos y medios de producción, permitiendo una adecuada amortización de la inversión, la reducción de costes de producción y la constante mejora de la calidad de los productos.

Las características principales de esta etapa son:

a) Fuertes crecimientos anuales, lo cual supone ampliar canales de distribución y medios de comercialización en general.

b) Aparición de muchos competidores, aunque la rentabilidad es sólo para las empresas más preparadas.

c) Se producen fenómenos de concentración de empresas, mercados e incluso sectores, no sólo a nivel doméstico sino más globalizado.

d) La política de amortización de los activos productivos debe ser muy rigurosa dado que la empresa demanda una constante renovación de su inmovilizado.

En esta etapa ya se ha comenzado a profesionalizar la dirección. La organización está descentralizada y, al menos en

parte, estructurada en divisiones (generalmente de marketing y producción). Los directivos de los puestos claves deben ser muy competentes para operar en un entorno empresarial en crecimiento, que suele ser bastante complejo. Los sistemas de gestión, impulsados por el crecimiento, se hacen más refinados y extensivos. Tanto la planificación estratégica como las operativas se llevan a cabo por directivos muy competentes. Aquí, el propietario y la empresa se han llegado a separar razonablemente, aunque ésta todavía está dominada por la presencia del propietario.

Éste es un período clave en la vida de la empresa. Si el propietario afronta con éxito los desafíos planteados por el crecimiento, en sus aspectos financieros y de gestión, convertirá el negocio en una gran empresa.

Frecuentemente muchos propietarios han sido capaces de conducir a la empresa hasta la etapa III comentada, pero fracasan en la etapa IV, debido a que quieren crecer con demasiada rapidez y "vacían la tesorería", produciéndose lo que se conoce como el síndrome de omnipotencia, o bien son incapaces de delegar con la eficiencia suficiente para que la empresa funcione.

En cuanto a la dirección de la empresa, en esta fase es posible que la empresa atraviese este crecimiento con una dirección y políticas muy distintas a las que tenía al principio.

A menudo, el empresario que fundó la empresa y la llevó a la etapa del éxito es reemplazado, voluntaria o involuntariamente, por los inversores, proveedores o simplemente por la presión del entorno en el que opera.

Etapa V.- Madurez de recursos

Las mayores preocupaciones de una empresa que entra en esta etapa consisten en primer lugar en consolidar, controlar las ganancias financieras generadas por el rápido crecimiento y, retener las ventajas del pequeño tamaño, entre ellas la flexibilidad y el espíritu de iniciativa. La empresa tendrá que ampliar su equipo directivo con la suficiente rapidez como para eliminar las ineficiencias que el crecimiento habrá podido producir, profesionalizando totalmente la empresa mediante la aplicación de instrumentos, técnicas y aplicaciones como: control presupuestario, planificación estratégica, dirección por objetivos, sistemas de costes standard, óptimo control de calidad, etc., aunque sin ahogar la iniciativa empresarial.

Una empresa que se encuentre en esta etapa ya suele disponer de los recursos humanos y financieros adecuados para establecer una detallada planificación estratégica y operativa. La gestión está descentralizada totalmente, y la organización convenientemente dotada de un buen equipo directivo, con suficiente expe-

riencia.

El propietario y la empresa ya están bastante "separados", tanto desde un punto de vista financiero como en el plano de las actividades. La empresa ya "ha llegado". Tiene ventajas en cuanto a su dimensión, recursos financieros y capacidad directiva. Si sabe conservar el espíritu de iniciativa empresarial, constituirá una formidable fuerza de cara al mercado. Si no es así, puede que penetre en una sexta etapa un tanto penosa: la osificación.

Se conoce como osificación la falta de decisiones innovadoras y tendencia a evitar al máximo los riesgos. Esto es muy común en las grandes empresas, cuya considerable cuota de mercado, capacidad de compra y recursos financieros, las mantienen viables hasta que surge el cambio importante en el entorno.

En el período de osificación, suelen ser los propios competidores, cuya estrategia es crecer, los que se dan cuenta de ese cambio, por lo que pueden llegar a ser los primeros interesados en adquirir esa empresa (lo cual no es necesariamente negativo en sí mismo, incluso puede ser un objetivo).

Por último, se presentan ocho factores que cambian en importancia conforme crece y se desarrolla el negocio y, que, además son determinantes para el éxito o fracaso.

Los cuatro primeros factores se pueden relacionar con la empresa y los otros cuatro con

los propietarios. Los primeros son:

Recursos financieros: Tesorería y capacidad de endeudamiento.

Recursos humanos: número, experiencia y calidad del personal, especialmente en los niveles de alta dirección y dirección funcional.

Recursos relativos a los sistemas de gestión: grado de tecnificación del sistema de información, de planificación y de control.

Recursos empresariales: relaciones con los clientes, cuota de mercado, relaciones con los proveedores, procesos de producción y distribución, tecnología, reputación, imagen de la empresa, calidad, investigación y desarrollo; todos estos recursos proporcionan a la empresa una posición en su sector y en su mercado.

En cuanto a los otros cuatro factores relativos a la empresa con el propietario son: los objetivos del propietario desde el punto de vista personal y del negocio; la capacidad del propietario para realizar trabajos importantes, tales como marketing, innovación, producción y distribución; la capacidad de gestión del propietario y el deseo de delegar responsabilidades y de dirigir las actividades de los demás; y la capacidad estratégica del propietario para ver más allá del presente y para acomodar los puntos fuertes y débiles de la empresa con sus principales objetivos personales.

profundidad

Begues busca el seu equilibri dins la comarca del Baix Llobregat



Entrevista amb Joana M. Badell, alcaldessa de Begues

Begues és un poble mil·lenari situat a 25 km de la ciutat de Barcelona, a uns 400 m. sobre el nivell del mar i amb una extensió de 5.041 ha, un 60 % de les quals són dins el Parc Natural del Garraf. Els parcs naturals contenen un important patrimoni natural i cultural que ofereix moltes i diverses possibilitats d'ús al conjunt de la societat. Aquest entorn natural i una població molt reduïda han convertit Begues en un poble residencial.

Quins són els reptes del nou equip de govern?

L'objectiu prioritari de l'equip que governa l'Ajuntament és treballar per augmentar la qualitat de vida dels habitants de Begues. S'han destinat els primers anys de govern a donar resposta a les grans mancances urbanístiques del poble, revisant el pla vigent, construint una ronda urbana que ha deixat el centre de la població sense el constant pas de camions i minimitzant l'impacte de les dues pedreres, una de les quals ha de tancar per sentència judicial. També hem posat l'accent, i encara ho farem més, en el servei a les persones. Hem creat equi-

paments importants, tant culturals com esportius, però volem anar molt més lluny en la qualitat dels serveis municipals, i en l'atenció a tots els col·lectius necessitats d'ajut.

Quines són les principals característiques del Municipi?

Begues és avui en dia una localitat residencial per la seva situació geogràfica, a dalt de la muntanya, a prop de la mar i amb el Parc Natural del Garraf a tocar de la població. Té unes condicions mediambientals que salvaguardem mitjançant una activa acció municipal i és un lloc amb bons serveis i amb bona oferta educativa i cultural. Això explica l'alt índex de satisfacció de pertinença que tenim els habitants i també explica la gran pressió demogràfica a la qual està sotmès el territori municipal.

Amb prop de més de 5.000 habitants, quines són les principals activitats de la població?

L'activitat econòmica de Begues se centra sobretot en el comerç i els serveis. És una economia típica d'una localitat residencial. L'amenaça que té una població com Begues és que els recursos no li permeten atendre les demandes que genera el fort augment de la població.

Hi ha algun polígon per empreses o en tenen algun contemplat?

Actualment s'està fent les obres d'adequació d'un primer polígon industrial que està concebut per rebre petites empreses i alguns artesans. La majoria seran tallers i magatzems dedicats a donar serveis a la indústria de la construcció. L'objectiu de l'Ajuntament és reagrupar en aquest nou polígon una bona part de petites empreses ja existents, que actualment estan disperses per tot el poble. Això reduirà el pas de camions pels carrers del centre.

Com valora la comarca del Baix Llobregat actual a nivell d'infraestructres, qualitat de vida, sostenibilitat...

En els últims anys, hem viscut una gran

transformació de tot el Baix Llobregat. El caos dels anys setanta ha quedat substituït per una comarca ordenada que té una economia força diversificada, que va des de la indústria pesada fins al turisme. Hi ha dèficits, això sí, en matèria de transports i pel que fa a algunes infraestructures. També cal senyalar mancances i perills dels tipus mediambientals. Però he de dir que al Baix Llobregat és on més es pot palpar els beneficis que la democràcia, i més concretament, la democràcia local ha aportat al nostre país.

Tenen alguna relació amb associacions empresarials?

Per les característiques que configuren el Begues actual, a la nostra població no s'hi radica cap associació empresarial. Això sí, ha estat escollit per molts empresaris dels voltants com a lloc de residència.

Què suposa per Begues el Parc Natural del Garraf?

L'any 1986, la Diputació de Barcelona va aprovar el Pla especial del medi físic i del paisatge del massís del Garraf, i des d'aleshores s'ha consolidat el Parc Natural, que abasta més de 10.000 ha. Aquest mateix any la Diputació de Barcelona juntament amb els municipis del Parc proposen la modificació del Pla especial, incorporant-hi el territori que uneix aquest Parc amb el Parc Comarcal d'Olèrdola i l'Espai Natural Protegit del Foix. Durant tots aquests anys, la voluntat del planejament i la gestió del Parc ha estat la preservació dels seus valors naturals, fent-los compatibles amb el desenvolupament socioeconòmic de la gent que hi viu i amb l'ús públic d'aquest territori.

Begues està situat en una plataforma calcària entre els contraforts nord-occidentals del massís del Garraf. Els avencs, cavitats subterrànies formades per pous verticals com a resultat de l'acció de l'aigua sobre la roca calcària, formen part de l'anomenat modelat càrstic intern a diferència dels rasclers i les dolines. Al massís del Garraf hi ha més de quatre-centes cavitats subterrànies, l'avenc de l'Esquerrà,

profundidad



situat al terme municipal d'Olesa de Bonesvalls, és el més gran de tots.

L'espeleologia, a mig camí entre la ciència i l'esport, ha trobat al massís una immillorable escola per a la seva iniciació. De fet, la història de l'espeleologia catalana s'inicià, fa un segle, en el subsòl d'aquestes muntanyes. Concretament a Begues existeixen restes arqueològiques entre les quals la cova de can Sadurní, actualment en excavació; la cova Cassimanya; i la de can Figueres, cova antigament habitada segons s'ha pogut comprovar. La singularitat i l'espectacularitat de les coves i els avencs han dut a un bon nombre de persones a practicar l'espeleologia per aquesta zona. L'any 1994 es crea el Begues Espeleo Club.

Història

El 1989 Catalunya va celebrar el seu

mil·lenari com a nació independent del domini franc, com una necessitat de trobar les arrels que l'apropessin a la seva identitat. D'ençà d'aleshores han estat molts els pobles que han mirat cap al passat, cercant el moment de l'inici de la seva existència.

Begues va tenir èxit en aquesta recerca i, segons documentació trobada en el cartulari de Sant Cugat del Vallès l'any 981, l'església de Sant Cristòfor de Begues apareix per primera vegada com a referència escrita.

L'any 898 el nom de Begues apareix en un document on dos biògrafs musulmans parlen d'una batalla que tingué lloc a Bighash, en el camí de Barcelona. La importància estratègica de la zona hi era palesa per tal com hi passaven els camins que des de Barcelona es dirigien fins al sud. L'antiga ruta romana que passava per Sant Boi es devia bifurcar a l'inici de segle II dC per adreçar-se cap al Garraf. Aquest camí principal, que es coneixia com a camí Reial o Ral, s'endinsa vers el Pla de les Basses Roges on es troben els termes de Begues, Olesa de Bonesvalls i Vallirana i s'enfila en direcció a l'Ordal.

Begues ja fa doncs, 1.000 anys que existeix com una comunitat petita, però amb una ferma voluntat de ser, i malgrat les vicissituds que al llarg de la història ha sofert, com qualsevol altre poble, ha tingut l'empenta de continuar existint. Així el naixement de Catalunya coincidiria amb el testimoni mil·lenari de l'existència a Begues d'una comunitat que s'anava estructurant al voltant de la parròquia de Sant Cristòfor.

Les Festes de Begues

El municipi de Begues celebra la festivitat de Sant Antoni amb els tradicionals Tres Tombs el mes de gener, la de Sant Sebastià, el 20 de gener i la de Sant Cristòfor, el 25 de juliol, moment en què té lloc la Festa Major d'estiu. És en aquesta diada i en d'altres que la Cuca Fera

de Begues –bèstia de foc que forma part del patrimoni del Bestiari del Baix Llobregat– surt a passejar pels carrers de la vila per mostrar la seva ferocitat i alhora la tendresa de la seva mirada. La pensada de construir un animal fantàstic i d'aspecte ferotge va ser de n'Alexandre Nolla, un dels principals actors de l'època; d'en Josep Santpere, pare de la coneguda actriu Mary Santpere, i dels seus companys de la "colla de l'arròs", tots ells estiuejants del municipi. La primera Cuca Fera va fer el seu debut a les Festes de Pau i Germanor en honor a la seva aparició els dies 1 i 2 de setembre del 1934. Després d'aquesta ocasió, va quedar tan desgavellada que no va donar temps a restaurar-la abans de la Guerra Civil.

Passats els anys, i pels volts del 1977, els llavors membres de la junta del Club de futbol de Begues, varen proposar a en Santiago Maluquer, la restauració de la Cuca Fera amb l'ajut d'unes fotografies. Fou així com després de quaranta-dos anys tornaria a sortir la paorosa Cuca Fera de Begues, "la bèstia més gran que les de Vilafranca i Sitges" tal com deia l'himne.

D'aleshores ençà totes les revetlles de Sant Jaume, la llegenda de la Cuca Fera reviu transformant la nit de Begues en una nit de foc i fum.

Present i futur

Begues s'ha anat consolidant al llarg dels anys com un poble residencial. La seva economia està basada en el sector serveis. A partir dels anys 90 la població resident augmenta dia a dia, la taxa anual de creixement se situa en un 10 % i actualment són 3.800 les persones censades i 5.000 aproximadament les residents.

El consistori de l'actual Ajuntament treballa per aconseguir que el creixement urbanístic derivat d'aquest increment, sigui assumi-

ble dins d'uns paràmetres d'equilibri amb l'entorn, de manera que es mantingui la qualitat de vida que sempre ha caracteritzat aquesta població.

L'Ajuntament, conscient de la càrrega que representa per als propietaris el manteniment dels edificis històrics del municipi, ha anat adquirint la propietat d'alguns d'ells, actualment fora de servei, com l'antic Escorxador, cal Pere Vell i el Petit Casal. Recuperar i rehabilitar els edificis esmentats, impulsar el seu dinamisme mitjançant la seva utilització pública, és una manera de preservar el patrimoni històric del municipi, d'actualitzar-lo i donar-li vida.



el **socio**

Nuestra vocación es dar soluciones de gestión en beneficio del cliente

Entrevista con Rafael Gómez, director de Master Computer

Master Computer es una empresa especializada en ofrecer soluciones globales de gestión informática para pymes. Creada en 1984, Master Computer ha vivido la evolución del sector de la informática en todas sus etapas. "En nuestros inicios necesitábamos desarrollar software porque era necesario para vender ordenadores. Sin embargo, desde hace unos años, los ordenadores se venden sólo ya que los podemos encontrar en supermercados o en internet perfectamente equipados y con el software necesario para su funcionamiento", comenta Rafael Gómez, director de Master Computer.

Esta realidad del mercado obligó a la compañía a especializarse para ofrecer un servicio de alto valor dirigido a las empresas. "Dentro del sector empresarial existe todavía un déficit en el uso y rentabilización de la informática. Desde la aparición del software Windows 95 se generaron una serie de problemas que siguen



sin resolver en la mayoría de las pymes". Uno de estos déficits crónicos en las empresas es la gestión de las bases de datos. "Este tema está muy mal resuelto en la mayoría de las empresas. Se cometen errores de inversión importantes al elegir una solución poco apropiada a la realidad de la empresa. Le hablo de inversiones superiores a los 300.000 euros que han sido destinadas a la creación de una solución inapropiada que, al final, se convierte en claramente deficiente".

Esta situación común en muchos empresarios a diferentes escalas ha generado un resentimiento muy fuerte en el mercado. "Efectivamente son

muchas las empresas que han experimentado experiencias poco favorables relacionadas con el desarrollo de soluciones informáticas". Debido a esta situación, "en Master Computer decidimos trabajar en el desarrollo de un sistema propio de gestión empresarial que nos permitiera ofrecer soluciones sólidas para obtener la satisfacción de todos nuestros clientes. Este sistema está elaborado con tecnología española que permite trabajar en modo **cliente-servidor** y bajo los parámetros de red global –accesible desde cualquier punto del mundo con acceso a internet–".

Hablamos del M3 System, un conjunto nuclear de progra-



mas desarrollado íntegramente por Master Computer y que contiene las bases de cualquier proceso de gestión de una empresa moderna.

“Sobre él, se pueden ir añadiendo tanto los módulos estándar como las particularidades de nuestra forma de trabajo hasta obtener un auténtico ERP”.

M3 System contempla la gestión comercial íntegra de la empresa, compras, ventas, almacenes, representantes, etc... (Multidioma, Multidivisa, Multialmacén, Control de riesgos de clientes, Formas de pago, con días de pago y periodos de no giro, Presupuestos, pedidos, albaranes, facturas, efectos, control de cobros y pagos, remesas, Venta por lotes, Venta de Kits).

M3 System incluye también tarifas de precios personalizadas, donde cada cliente puede tener un precio distinto para un mismo artículo. Está realizado en un entorno gráfico que permite un uso sencillo y agradable, pudiéndose archivar documentos del cliente, o tener la imagen de los artículos para poder realizar catálogos personalizados. Además, “desde la misma ficha del cliente podemos ver todas las facturas, albaranes o efectos del mismo, hasta el detalle y si se desea, reproducir una copia instantánea en el fax del cliente o enviarla por e-mail”.

Desde el punto de vista tecnológico supone el trabajar en este entorno de red global

con las ventajas que ello supone: “B2B y B2C de una forma original ya que la información del sistema puede ser publicada directamente en la página web. Por ejemplo, cuando cambiamos un precio en nuestro sistema de gestión puede aparecer directamente en la web para disposición de todos nuestros clientes. Asimismo, se evitan errores al no tener que introducir la información dos veces y se evitan incidencias porque el cliente cuando solicita un artículo puede recibir la información de que no está disponible en stock, por poner un ejemplo”.

Este sistema permite a Master Computer adaptarse a las necesidades de cada uno de sus clientes ya que a nivel de procesos de gestión las diferencias entre pymes son pequeñas y perfectamente asumibles por este sistema.

Las principales ventajas que aporta al mundo de la empresa son el fruto de más de dieciocho años desarrollando aplicaciones. “Esto hace que sea un producto con experiencia y al mismo tiempo innovador. Recoge modos de trabajo, controles y sugerencias de muchos de nuestros clientes”.

Está realizado con las últimas tecnologías por lo que da soluciones que hasta ahora sólo estaban pensadas para entornos de miniordenadores o con aplicaciones muy costosas. “Por supuesto siempre se podrá modificar la aplicación para optimizar su modo de

trabajo, y si se necesita, nuestro Departamento de Software puede analizar cada caso y realizar una aplicación íntegramente a medida en un tiempo record”. Se han realizado pruebas exhaustivas de conexión con más de 2.000 puestos de trabajo, con total éxito.

Este es sin duda el producto estrella de esta compañía. Una empresa que trabaja principalmente para clientes de carácter comercial y empresas productoras-industriales. En este sentido Master Computer también ofrece soluciones para el control de la producción. “Por ejemplo hemos desarrollado la solución informática para el control de la producción de la fábrica de HP en Barcelona”.

La tecnología Cliente/Server

CLIENT/SERVER o también llamado algunas veces CLIENTE/SERVIDOR o C/S, es una tecnología aplicada al Software. Las características técnicas con que se dota a M3 System en modo Client/Server son las siguientes:

Capacidad de trabajo en modo remoto: Es la capacidad de trabajo con la Aplicación desde cualquier punto donde haya un acceso a Internet. El usuario trabajará con las mismas prestaciones que si estuviera en su oficina, pero trabajando desde casa, otra delegación de la compañía, un hotel o incluso desde casa del cliente.

el socio



Copias de seguridad en caliente programadas:

Normalmente en otras aplicaciones, para poder realizar copias de seguridad de los archivos, estos no pueden estar en uso, con lo que hay que obligar a todos los usuarios a que salgan de la aplicación.

En modo CLIENT/SERVER esto no es necesario, con lo que se pueden programar de modo desasistido las copias de seguridad. Es decir que podemos indicar al sistema unas horas en las que deseamos que se efectúen y no tener que

preocuparnos de nada más.

Servidor de páginas web:

Este modo de trabajo también permite que la parte de información de nuestra Aplicación que deseemos, pase a formar parte de nuestra Web en tiempo real y de forma automática. Es decir, que podremos tener un catálogo de artículos y servicios cuyas fotos o precios se actualizarán al modificarse o crease en nuestra Aplicación.

Otro aspecto es la posibilidad de que nuestros clientes puedan conocer el estado en que se encuentran sus pedidos, los servicios realizados, facturación... e incluso efectuarnos pedidos de modo directo sobre nuestra base de datos, (sin enviar e-mail). Es decir construir sobre este sistema un auténtico B2B.o B2C.

Seguridad de los datos:

Debido a que el sistema C/S está concebido entre otros para que pueda mover información a través de Internet, uno de los aspectos que se han tenido que cuidar debido a la inestabilidad de este medio, es la seguridad de su sistema de archivos para poder garantizar las operaciones y transacciones de información aún en las condiciones más desfavorables, haciendo por lo tanto que éste sea un sistema especialmente robusto y más si cabe, cuando se trabaja en modo local.

Mantenimiento de aplicaciones online:

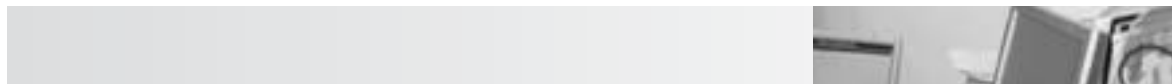
Otra de las posibilidades de este sistema es que desde Master Computer, podremos actualizar su aplicación sin necesidad de que el usuario, tenga que instalar o ejecutar nada.

Auditoría de accesos: En modo C/S el sistema puede estar siendo consultado por multitud de usuarios, incluso de un área geográfica amplia. Para poder controlar lo que está sucediendo o ha sucedido con la información, dispone de un archivo confidencial, donde quedan registrados los accesos con el nombre de usuario, fecha, hora y operación realizada.

Boca a Oreja

En cuanto a la entrada de nuevos proyectos y clientes "el boca a oreja ha funcionado muy bien hasta ahora ya que la satisfacción de nuestros clientes se transmite poco a poco de forma directa". "Nuestro objetivo es ayudar a ahorrar tiempo y costes y estos dos factores son altamente valorados por los empresarios; en definitiva nuestra vocación es dar soluciones que satisfagan al cliente".

El equipo de Master Computer mantiene una estrecha relación con todos sus clientes. "En temas de software es cierto que actuamos como un auténtico matrimonio ya que es una de las decisio-

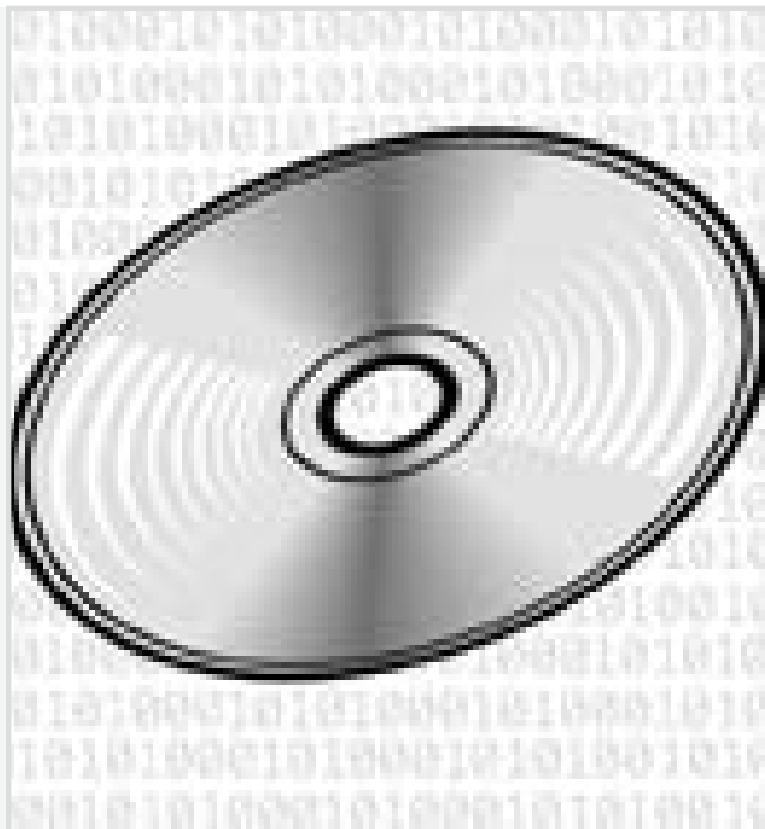


nes más críticas que debe tomar un empresario; por eso es tan importante adquirir un buen software de gestión". "Incluso puedo asegurar que una mala gestión y organización está vinculada a un mal software".

Master Computer ha encontrado su lugar en el mercado ofreciendo soluciones a la medida de las posibilidades y necesidades de las pymes con precios que oscilan desde los 2.500 euros hasta los 6.000 euros en productos de gestión en entorno de red local. "A nuestro nivel no hay competencia. Cuando hablamos de sistemas superiores a los 100.000 euros aparecen competidores como Navision o SAP, especializados en grandes corporaciones."

Esta orientación a cliente y las ventajas de los productos de Master Computer le permiten abordar los próximos años con plenas garantías de éxito y aumentar su cartera de clientes.

Una de sus herramientas más novedosas es el Gestor de Contenidos Web. "Este es uno de los módulos más revolucionarios que aporta M3 al mundo de la informática". Permite crear sus propias páginas Web y albergarlas en el servidor de su red. Modificar contenidos Web. Cualquier usuario sin conocimientos técnicos, puede modificar los contenidos de la Web, reflejándose éstos en tiempo



real. También se puede actualizar la Web sola y de modo automático, abasteciéndose de los datos del sistema que maneja M3. De este modo cuando en la base de datos de nuestra empresa demos de alta un artículo o modifiquemos su precio, esto se verá reflejado en nuestra Web en tiempo real y sin realizar ninguna transferencia de datos adicional. El cliente podrá confeccionar su pedido, quedando registrado en el propio sistema M3, sin tenerlo que enviar por e-mail ni tener que ser introducido de nuevo por ningún administrativo. Dispone

también de Zona Privada, para poder acceder a información restringida mediante contraseñas. Esta posibilidad nos permitiría que pudiéramos facilitar información a nuestros clientes sobre el estado de sus pedidos o su facturación. En definitiva, este sistema desarrollado por Master Computer se adivina la herramienta ideal para Intranets corporativas, Webs con contenidos departamentales, profesionales independientes, páginas personales, tiendas virtuales (B2C) o relación entre empresas (B2B).

Parlem de...

Abreviacions III. Els símbols

Eva Rodríguez
CNL L'Hospitalet

Aquest és el darrer article d'una sèrie de tres en què hem tractat el tema de les abreviacions i les convencions gràfiques que cal tenir en compte a l'hora de fer-les servir. En el primer article us vam parlar de les abreviatures, en el segon vam tractar de les sigles i els acrònims, i en aquest article us expliquem els símbols.

Què són els símbols?

Els símbols són abreuja-ments o qualsevol altre signe que responen a una convenció, generalment internacional, establerta per un organisme competent en la matèria. Precisament perquè responen a una convenció, els símbols solen presentar menys vacil·lació que les abreviatures o les sigles. I és que la funció dels símbols és precisament permetre la comprensió interlingüística en àmbits com ara la física, la química, les matemàtiques... i per això responen a uns criteris homogenis.

Característiques de l'escrip-tura de símbols

Els símbols es llegeixen desplegant-los (escrivim l i llegim litre, i no *ela), s'escriuen amb lletra rodona (tret que tinguin una funció metalin-güística, com en l'exemple anterior) i no porten mai un punt al final (llevat que coincideixin amb el final d'una frase).

Exemples:

- kg (Sense punt i amb lletra rodona.)

- El símbol de quilogram és kg, escrit sense punt. (En cursiva, perquè fem un ús metalingüístic.)

- Me'n vaig quedar 3 kg. (Amb punt, perquè el símbol coincideix amb el final de la frase.)

Molts símbols solen anar precedits d'una xifra. En aquests casos s'ha de deixar un espai entre el nombre i el símbol:

20 °C (i no *20°C)
6 € (i no *6€)

Hi ha, però, alguns casos especials en què no es deixa espai:

10º 10 graus
15' 15 minuts
30" 30 segons

Quan els símbols van precedits d'una xifra, es pot escriure tant el símbol com el sintagma que representa (val 30 € o val 30 euros). En les unitats de mesura, però, només s'utilitza el símbol si va precedit de la xifra (20 m, 20 metres, molts metres; però no: *molts m).

El símbol i la xifra que el precedeix són una unitat inseparable. Això vol dir que no es pot deixar la xifra en una línia i començar la següent amb el símbol. De la mateixa manera,

no es pot dividir a final de línia un símbol format per més d'un caràcter.

La flexió

Els símbols no duen cap marca per indicar el plural. Així, escrivim 1 min, 20 min, 1 cm, 15 cm...

L'apostrofació

Davant dels símbols, no apostrofem ni els articles ni la preposició de:

el Au (i no *l'Au, l'or)
de O (i no *d'O, d'oxigen)

Símbols més freqüents

Punts cardinals

est	E
nord	N
oest	O
sud	S
nord-est	NE
nord-oest	NO
sud-est	SE
sud-oest	SO

Elements químics

hidrogen	H
or	Au
oxigen	O
ferro	Fe
aigua	H2O

Així doncs donem per tancat aquest capítol sobre les abreviatures que hem abordat en els tres últims números de Diari Empresarial amb els conceptes claus que hem tractat.

Abreviatures

La funció de les abreviatures, com de qualsevol abreviació en general, és reduir una paraula o un sintagma al mínim intel·ligible per una qüestió d'economia d'espai. L'abreujament només afecta l'escriptura, ja que les abreviatures es llegeixen tal com pronunciem el mot que representen. Així, escrivim c/ però

llegim carrer. Cal tenir en compte de no abusar de les abreviatures, i és recomanable no fer-les servir a l'interior d'un text, ja que sempre és molt més clar i més llegible el mot o el sintagma sencer que l'abreviatura.

Sigla

Les sigles són un tipus d'abreviacions formades per les lletres inicials de més d'una paraula: CNL (Centre de Normalització Lingüística); IVA (Impost sobre el Valor Afegit)

Acrònim

Els acrònims són molt

semblants a les sigles, però a l'hora de formar-los no es fan servir només les inicials absolutes de les paraules principals: RENFE (Red Nacional de Ferrocarriles Españoles); INCAVI (Institut Català de la Vinya i el Vi).

En la gràfica que tanca aquest article podem observar els símbols més habituals a nivell internacional en el moment de referir-nos a diverses magnituds com longitud, massa, temps, etc.

Sistema internacional d'unitats

Magnitud	Nom de la unitat	Símbol
longitud	metre	m
	quilòmetre	km
massa	quilogram	kg
	gram	g
temps	segon	s
	minut	min
	hora	h
intensitat de corrent elèctric	ampere	A
temperatura termodinàmica	kelvin	K
velocitat	metre per segon	m/s
superfície	metre quadrat	m ²
potència	watt	W
força	newton	N
temperatura Celsius	grau Celsius	°C

notícies

Noticias de actividades y servicios de AEBALL/UPMBALL

AEBALL/UPMBALL renoven el conveni amb la Caixa

Després de dos anys de vigència del conveni de col·laboració entre AEBALL/UPMBALL i "LA CAIXA D'ESTAVIS I PENSIONES DE BARCELONA", el mes de maig es va signar la renovació del conveni. Una de les novetats que inclou aquest conveni és que els acords també beneficien els empleats de les empreses associades a AEBALL/UPMBALL.

Condicions especials en la contractació de productes financers, d'estalvi i de finançament són alguns dels avantatges dels quals es poden beneficiar, a partir d'ara, tant les empreses associades com els seus treballadors.

Fruit de l'acord, les empreses associades a UPMBALL o AEBALL i els seus empleats disposen de nombrosos productes i serveis financers amb condicions millorades, els quals es detallen de forma resumida a continuació.

Avantatges per a les empreses: El nou conveni contempla la concessió de productes de finançament per a circulants (pòlissa de crèdit, descompte comercial i bestretes de crèdit); per a inversions específiques que tinguin com a objectiu protegir el medi ambient, per a millores que se centrin a millorar la qualitat (préstec de fins a 5 anys), i per a inversions en immobilitzat,

(préstec personal, préstec hipotecari, lísing mobiliari i immobiliari), en condicions especials i molt competitives. En el cas de les inversions finançades tant a curt com a llarg termini, "la Caixa" ofereix, sense cap cost addicional, la possibilitat d'assessorar les empreses sobre la cobertura dels tipus d'interès, per al cas de possibles oscil·lacions, a través d'una varietat d'instruments financers (FRA, Swaps, Caps, Floors, Collars, Futurs i Opcions, entre d'altres). Com a alternativa als productes de finançament tradicionals es presenta el rènting (règim de lloguer mensual de determinats béns d'equipament i de vehicles, durant un termini establert i segons un contracte específic que inclou el servei de manteniment del bé en qüestió); el factoring (servei de gestió i finançament de les vendes a clients basat en la "cessió mercantil" de les factures regulat per contracte, que pot incloure la cobertura del risc d'insolència i permet la classificació creditora dels deutors), i el confirming (servei de gestió que homogeneïtza el sistema de pagaments a proveïdors, facilitant la gestió de tresoreria, l'estalvi de costos administratius i la relació amb els proveïdors, oferint-los finançament automàtic un cop es disposa de la conformitat de pagament).

AEBALL/UPMBALL firman un convenio de colaboración con el Centro de Protección de Datos y de la Información (C.P.D.I.)

AEBALL/UPMBALL ha firmat un conveni de col·laboració amb la empresa C.P.D.I., per el qual les empreses associades podran sol·licitar els serveis especialitzats que ofereix per al compliment de la Ley Orgánica de Protección de Datos, amb unas condicions econòmiques preferents. També realitzaran una atenció i assessorament personalitzat a cada necessitat.

AEBALL/UPMBALL juntament amb La Caixa organitzen una conferència sobre crèdits documentaris

AEBALL/UPMBALL juntament amb La Caixa ha organitzat una conferència sobre Crèdits Documentaris a la que han assistit més de 30 empreses associades. La mateixa es va realitzar en les dependències de La Caixa de Sant Cugat del Valles i els assistents van poder obtenir una informació completa dels mateixos, així com resposta a les múltiples preguntes que se presenten en l'activitat ordinària.

noticias

Noticias de actividades y servicios de AEBALL/UPMBALL

La Asociación Empresarial de L'Hospitalet y Baix Llobregat celebró la Asamblea General Ordinaria y Extraordinaria.

La Asociación Empresarial de L'Hospitalet y Baix Llobregat celebró el pasado día 17 de Junio la Asamblea General Ordinaria y Extraordinaria de socios.

En la Asamblea Ordinaria se aprobó por unanimidad el acta de la última Asamblea, la Memoria del 2002, el estado de situación y Balance correspondiente al año 2002, así como el Presupuesto del año 2003. A continuación se celebró la Asamblea Extraordinaria, en la que se aprobó por unanimidad la modificación de los actuales estatutos. A continuación, se realizaron las elecciones, saliendo elegida la candidatura de la actual Junta Directiva, que regirá la entidad durante los próximos cuatro años. De esta manera, el Sr. Manuel Rosillo López, Presidente de AEBALL/UPMBALL, repite mandato como presidente, en las elecciones celebradas. Así mismo ha sido reelegida la Junta directiva de la entidad, compuesta por 12 miembros. Al finalizar la Asamblea el Presidente dirigió unas palabras a los asistentes.

AEBALL/UPMBALL firman un convenio de colaboración con Ferrer & Ojeda que incorpora importantes ventajas para los asociados

AEBALL/UPMBALL ha firmado un convenio de colaboración con la empresa Ferrer & Ojeda Asociados, Correduría de Seguros S.A., la primera Correduría independiente del país, por el cual las empresas asociadas podrán solicitar gratuitamente una Auditoría en esta materia. Así mismo los socios tendrán condiciones preferentes y mayores coberturas.

Dicho acuerdo también alcanza a los directivos y empleados de las empresas asociadas.

AEBALL/UPMBALL firman un convenio de colaboración con InfoJobs.net

AEBALL/UPMBALL ha firmado un convenio de colaboración con la empresa InfoJobs.net, líder nacional en bolsa de empleo en Internet, por el cual las empresas asociadas podrán contratar alguno de los packs de servicios con varias ventajas en precio y servicios.

AEBALL/UPMBALL firman un convenio de colaboración con Barceló Viajes que incorpora importantes ventajas para los asociados

La AEBALL/UPMBALL ha firmado un convenio de colaboración con la empresa Barceló Viajes S.L., uno de los líderes nacionales en viajes de empresa, por el cual las empresas asociadas tendrán unas condiciones preferentes y beneficios económicos (rappel).

Así mismo las ventajas se extienden a los viajes vacacionales de empleados y directivos.

Firma del convenio colectivo para la industria siderometalúrgica de la provincia de Barcelona para el periodo 2003 - 2006.

El día 10 de junio se firmó el Convenio Colectivo para la Industria Siderometalúrgica de la provincia de Barcelona correspondiente a los años 2003, 2004, 2005 y 2006, por la Mesa Negociadora, compuesta por los representantes de los dos sindicatos mayoritarios C.C.O.O. y U.G.T. y los representantes de la patronal U.P.M. y las organizaciones afiliadas, como UPM-BALL. Puede acceder al texto del convenio conectándose a nuestra página web: www.aeball.net/show_doc.asp?id_doc=653

Aeball.net, un portal al servicio de todos los socios

SISTEMA ENVÍO CIRCULARES

En estos momentos llevamos más de 6 meses de funcionamiento del nuevo portal www.aeball.net y del SIE (Sistema de Información Empresarial), que facilita el acceso personalizado a la información elaborada por nuestra entidad de forma puntual y rápida.

Por este motivo, y atendiendo las peticiones de varios asociados, ofrecemos la posibilidad de recibir únicamente la información generada por correo electrónico omitiendo el envío mediante Correo Postal para evitar la recepción de la información de forma duplicada.

Si su empresa está interesada en recibir únicamente la información por correo electrónico, le rogamos nos lo comuniquemos respondiendo a este email (aeball@aeball.net). Tal y como ya le comentamos, este sistema permite a su empresa que cada persona reciba directamente en su email, la información que le corresponda cuando se genere.

Con sus datos personales de acceso dentro de la página web, usted puede indicar a qué e-mail de la empresa quiere que le enviemos las circulares o informaciones generadas según la temática: Laboral, formación, economía y fiscalidad, medioambiente,



informática, internet y telefonía, información general, suministros, promoción internacional, varios. También le informamos que en la parte privada del portal, encontrará las últimas circulares publicadas, así como un archivo histórico por temas. Lo que le permite en todo momento acceder a toda la información publicada los últimos años. Le recordamos, además, que en la web, podrá encontrar:

- Bases de datos con más de 6.000 empresas de la zona.
- Tablón de anuncios.
- Mercado de ofertas y demandas entre asociados.
- Información de convenios y acuerdos comerciales.
- Información servicio de promoción internacional.
- Además, podrá mantener todos los datos de su empresa (actividad, emails, productos, etc.) siempre actualizados, mejorando los resultados frente a búsquedas de provee-

dores o clientes por otros asociados.