

Acuerdo para la celebración del VI Congreso Cede en Navarra

SODENA La Sociedad de Desarrollo de Navarra (Sodena) y la Confederación Española de Directivos y Ejecutivos (Cede) firmaron la semana pasada un acuerdo para la celebración en octubre, en Pamplona, del VI Congreso de Directivos. Esta colaboración se enmarca en la celebración del 25 aniversario de Sodena, teniendo en cuenta el desarrollo económico y empresarial de la Comunidad Navarra y la relevancia que tienen los directivos en la economía regional. En el foro, se tratarán temas como la situación económica, los sistemas de financiación, la inversión y el empleo, la tecnología e innovación, la internacionalización y la comunicación.

Más de 300 empleados en el 'Día de la Solidaridad'

NOVARTIS Más de 300 colaboradores de Novartis España han participado en las actividades de voluntariado a beneficio de colectivos necesitados de Barcelona, Madrid, Sevilla, Bilbao y Valencia en el marco del *Día de la Solidaridad*, celebrado por la compañía en todo el mundo y en el que han participado más de 14.500 empleados. Este año ha sido la decimotercera edición de esta fiesta que conmemora la creación de Novartis en 1996. "El compromiso radica no solamente en la investigación de fármacos innovadores, sino también en acercar la compañía y los propios empleados a la sociedad", dijo el presidente del Grupo Novartis en España, Jesús Acebillo.

La consultora crece y mantiene sus rentabilidades

GRUPO MGO La consultora privada especializada en seguridad y salud laborales en España Grupo MGO registró un beneficio neto de 3,71 millones de euros el año pasado. El resultado bruto de explotación (ebitda) se situó en 9,41 millones de euros, mientras que la facturación fue de 73,18 millones de euros. Durante el año pasado, la firma, que cerró el ejercicio con 1.641 empleados, alcanzó los 97.168 contratos-concierto como servicio de prevención ajeno, lo que ha supuesto una cobertura preventiva para 654.269 trabajadores en toda España, actividad realizada desde sus 134 centros de prevención técnicos y 121 centros médicos propios.

UNIDAD EDITORIAL CONFERENCIAS Y FORMACIÓN

Cómo encontrar nuevas fórmulas de financiación

ENCUENTRO DE PROFESIONALES

Expansión. Madrid
La crisis económica está teniendo un fuerte impacto en la financiación de las empresas, que ven como cada día es más difícil la captación de recursos, tanto para aliviar su situación económica, como para acometer sus proyectos.

Por un lado, las entidades financieras han endurecido las condiciones y exigencias para la concesión de créditos y las garantías de solvencia que las empresas deben aportar han registrado un fuerte incremento.

Por otro lado, muchas empresas se han visto obligadas a renegociar su deuda. En algunos casos, para evitar la suspensión de pagos y el concurso de acreedores.

Las fórmulas tradicionales como las titulaciones, salidas a bolsa o emisiones de deuda han quedado aparcadas a la espera de tiempos mejores. Por ello, las empresas deben esforzarse en buscar nuevas fórmulas y mecanismos de financiación, más imaginativas y con menor coste.

Para ayudar a las compañías en esta búsqueda, Unidad Editorial Conferencias y

Formación ha organizado el encuentro *Financiación Corporativa y Nuevas Fuentes de Liquidez*. En la conferencia, se responderá a la incógnita de cómo adaptar la estructura de financiación a la realidad del negocio. Los expertos analizarán la mejor manera de refinanciar la deuda a corto y largo plazo.

Asimismo, los profesionales del sector presentes en el encuentro plantearán diferentes modelos aplicables en las estructuras de financiación, ajustándose a los casos. Otro aspecto que se debatirá en la conferencia es la mejor manera de planificar la reestructuración de una deuda y la búsqueda de nuevas formas de liquidez.

También habrá un espacio para las ventajas del *club deal* (crédito que concede una entidad y que luego lanza al mercado en forma de activo financiero), frente a otro tipo de modalidades de financiación. Finalmente, en el encuentro se analizará cuál es el papel de las agencias de rating en la financiación corporativa.

SIGUIENTE CONVOCATORIA

Financiación Corporativa y Nuevas Fuentes de Liquidez. Madrid, 19 de mayo de 2009

PRÓXIMAS CONFERENCIAS

MAYO

- **Basilea II.** Madrid, 5 de mayo
- **NGA.El despliegue de redes de acceso de nueva generación.** Madrid, 12 de mayo
- **Infraestructuras de las carreteras para mejorar la seguridad vial.** Madrid, 26 de mayo
- **Trazabilidad de medicamentos de uso humano.** Madrid, 26 de mayo
- **Plan eólico de Cantabria.** Santander, 27 de mayo



Punto de encuentro

www.conferenciasyformacion.com / 913 99 82 00

Se busca líder valiente que infunda confianza

MODELO/ La firma de cazatalentos Seeliger y Conde advierte que la crisis ha modificado el perfil del candidato ideal.

Y.Blanco. Madrid
Se buscan líderes flexibles, con una gran capacidad de adaptación, que sean capaces de regenerar y restaurar la confianza perdida en todos los eslabones del ciclo económico. Devolver la confianza a los clientes, al mercado y a las propias organizaciones es la primera asignatura pendiente que deben abordar los nuevos directivos para que sus compañías puedan encarar la difícil coyuntura económica.

¿Cómo? Utilizando, como herramientas, la comunicación y la transparencia, y desplegando valores como el compromiso, la valentía y el coraje, entre otros. "La crisis apenas ha modificado el proceso de búsqueda de directivos, pero sí está cambiando el perfil del candidato ideal", explica Carla Arimont, socia de la firma española de cazatalentos Seeliger y Conde desde el pasado enero.

Arimont, licenciada en Relaciones Internacionales y Ciencias Políticas por la Universidad de Georgetown (EEUU) y diplomada en Civilización y Literatura Francesa por la Universidad de la Sorbona (Francia), comenzó a trabajar en la oficina que Seeliger y Conde tiene en Barcelona en 1998, tras iniciar su carrera como investigadora en el Centro de Información de Naciones Unidas en Nueva York. "Mi vocación e ilusión desde los 14 años era opositar al cuerpo diplomático, pero al volver a España me di cuenta de que me había equivocado. Luis Conde [presidente y uno de los fundadores de la firma] me fichó para cubrir una baja por maternidad y, al mes de estar allí, pensé que aquello era lo mío", recuerda.

Inteligencia de mercado

Tras trabajar en la sede de Barcelona durante tres años, Arimont cruzó el Atlántico para ayudar a Seeliger y Conde a abrir su oficina en Bue-



Carla Arimont es socia de Seeliger y Conde.

nos Aires. Londres y la firma de selección de personal directivo The Drax Group, fueron su siguiente destino, pero tras su periplo londinense, Arimont se reincorporó a la oficina de Seeliger y Conde en Madrid, donde fue escalando posiciones hasta ser promovida como socia en enero.

En la actualidad, se encarga de ejecutar búsquedas y desarrollo de negocio para clientes, pero también está vinculada a la ejecución de procesos, coordina la actividad de

consultoría en Madrid y supervisa la unidad de inteligencia de mercado.

De reciente creación, este área fomenta la actualización de las herramientas de información de la compañía, lo que permite tener la información disponible para agilizar el proceso de búsqueda de candidatos, que generalmente dura una media de tres meses. Aunque enero y febrero fueron "buenísimos", Seeliger y Conde reconoce que la crisis económica ha ralentizado el ritmo de entradas de nuevas búsquedas, que en 2008 fue de 30 al mes. Para contrarrestar el efecto de la crisis de confianza, la compañía se ha volcado en fomentar otras áreas de actividad, como la valoración de equipos directivos y el *coaching* a altos ejecutivos.

La crisis no ha invertido, no obstante, "la creciente democratización del liderazgo e incluso puede ofrecer oportunidades para acelerarlo, impulsándolo hacia abajo y haciendo entender a cualquier miembro de la organización que él también puede ser un líder". El pasado febrero, la firma creó la fundación Seeliger y Conde, que ayuda a insertar en el mercado laboral a personas con discapacidad.

Hugo Boss dice que no quiere salir de los grandes almacenes

Expansión. Madrid
En relación con la información publicada en EXPANSIÓN el pasado 2 de abril, Hugo Boss quiere aclarar lo siguiente:

● "El CEO (consejero delegado) y presidente de Hugo Boss, Claus-Dietrich Lahrs, no ha expresado nunca su deseo de salir de los centros comerciales y grandes almacenes en su estrategia de dirección de la compañía a nivel mundial.

● Si bien es verdad que hay o ha habido negociaciones con El Corte Inglés, se desconoce el estado de las mismas, pero no es cierto lo que se publicó asegurando que "la cadena española se ha hecho con la explotación directa de la marca dentro de sus establecimientos, lo que significa que pasa a responsabilizarse de la contratación del personal y la gestión de los pedidos de ropa de caballero".

● Son exactamente 88 *corners* en España y 5 en Portugal de los que la compañía dispone en la actualidad en El Corte Inglés. Recientemente, Hugo Boss ha abierto el primer *corner* Hugo en el establecimiento de la calle Serrano (Madrid), lo que explica que en ningún momento la nueva política del grupo es salirse de los grandes almacenes o grandes superficies. Además, hace poco tiempo, la firma ha abierto un nuevo *corner* de mujer en el nuevo centro de El Corte Inglés en Valencia.

● La estrategia de Hugo Boss pretende impulsar su marca *Hugo*, con Bruno Pieters como diseñador y desfilando en la Semana de la Moda de París, siendo la marca más vanguardista, y separar el concepto *Hugo* del concepto *Boss*. En este sentido, Hugo Boss está replanteando su reposicionamiento en el sector de la moda de lujo, con dos marcas bien diferenciadas (el reposicionamiento es de marcas, no de centros comerciales o aperturas o cierres de tiendas).

● La facturación en 2008 en España asciende a 70 millones de euros, no a 112 millones, como se publicó en EXPANSIÓN".