

<b>Reportajes</b>
Aprenda Windows Vista
Coches que hablan entre sí
Cumbre hispano-italiana
Cómo invertir en Bulgaria
Comer bien, rápido y barato
<b>Personajes</b>
Ben Verwaayen, 'ceo' de BT



Romano Prodi

Sergio Montero, Sanofi
<b>El Sole</b>
Empresarios españoles viejos
Marcas de lujo en Europa
A. Illarionov, asesor de Putin
Lloyd's, seguros universales
<b>El deporte en cifras</b>
Alonso, el hombre anuncio

Fernando Alonso



Indicadores

4%	2,4%	8,3%	74.875	4,1%	3,6%
<b>Producto Interior Bruto</b> 4º Trimestre	<b>Índice de precios al consumo</b> Enero	<b>Paro EPA</b> Tasa anual 2006	<b>Déficit Comercial</b> Enero-noviembre Millones	<b>Producción Industrial</b> Noviembre Tasa anual	<b>Costes Laborales</b> Tercer Trimestre
2,5%	5%	4,08%	1,3140	58,95	668,8
<b>Ventas Minoristas</b> Octubre Tasa anual	<b>Interés Legal del Dinero</b> 2007	<b>Euribor</b> Doce Meses	<b>Euro Dólar</b> Dólares	<b>Petróleo Brent</b> Dólares	<b>Oro</b> Dólares Onza

# “La empresa familiar es torear dos reses a la vez”

**Entrevista**

**Juan José Azcárate**

DIRECTOR GENERAL DEL CENTRO DE EDUCACIÓN A DISTANCIA CCC

**Luis Alcalá**

Cuando hace sesenta años nació el Centro de Educación a Distancia CCC, nadie pensó que pasaría de siglo. Ahora este formato educativo crece más que nunca a la luz de las nuevas tecnologías. El director general, Juan José Azcárate, explica cómo ha evolucionado este sector y cuáles han sido las claves del crecimiento de esta empresa familiar.

**¿Cómo ha conseguido mantener su éxito en un mundo tan cambiante como el nuestro?**

Con inconformismo, pensando que siempre se podían hacer mejor las cosas y mirando mucho a la gente y a la sociedad que nos rodea. Las personas siempre necesitamos aprender cosas nuevas y algunas de

las cosas permanecen pero otras cambian, como formarse en el manejo de un ordenador y obtener un título para acceder a un puesto de trabajo.

**¿La suya es una empresa familiar, ¿es difícil dirigirla y gestionarla?**

Es como torear dos reses a la vez en el mismo ruedo. El toro de la gestión de la propia empresa y el de la gestión de la familia. Se trata de torear a los dos evitando, primero, que te corneen a ti y, segundo, evitando que se corneen entre ellos.

**¿Cómo es la competencia en el sector de educación a distancia?**

La competencia es total. La formación es un producto de consumo de demanda creciente. Nosotros nos movemos en ese terreno, pero nos sentimos muy cómodos. De hecho, cuanto más competencia haya, siempre es mejor. Es un incentivo, un agitador de ideas.

**¿Cuáles son las principales claves empresariales que guían la gestión de CCC?**

La innovación, la adaptación al cambio, la ilusión, un scanner permanente de la gente y de la sociedad que nos rodea y detectar sus necesidades cambiantes. También un equipo de gente muy joven en el que predominan las mujeres. Es importante trabajar con buen humor y divirtiéndose.



ARCHIVO

**¿Su producto son los cursos, ¿en qué se basan para lanzar un nuevo al mercado?**

En mirar mucho y detectar esas necesidades no atendidas por los sistemas tradicionales de formación. Sin embargo es la misma sociedad la que demanda los cursos. La empresa, en este caso CCC, principalmente busca la heterogeneidad en la oferta educativa.

**¿Qué papel juega en su empresa la relación con otros centros de enseñanza, asociaciones, etc.?**

Es un papel muy importante, sobre todo con dos: La Asociación Nacional de Centros de Enseñanza a Distancia (ANCED), de la que mi hermano Jorge es presidente; y la Federación Española de Comercio Electrónico y Marketing Directo (FECEMD), de la que yo mismo he sido también presidente. Son dos foros privilegiados para nosotros.

**Internet es clave en la enseñanza a distancia. ¿Cómo aprovechan ustedes este canal?**

¡A tope! El 72 por ciento de los interesados en nuestros cursos entran a través de Internet. Lo utilizamos para que los posibles alumnos se informen y se dirijan a nosotros y para prestarles servicios online durante su proceso de formación. Este medio, junto a la telefonía móvil y otras tecnologías, está revolucionando nuestra actividad diaria.

Madrid: Condesa de Venadito 1.28027. Madrid. Tel. 91 3246700. Barcelona: Travessera de Gràcia, 73-79. 08006 Barcelona. Tel. 93 1440070. Publicidad: 900878810. Imprime: Bermont SA: Avenida de Alemania, 12. Centro de Transportes de Coslada. 28820 Coslada (Madrid). Tel. 91 6707150. y Gráficas de Prensa Diaria: Polígono Zeta. C/ de la Imprenta, 2. 08150 Parets del Vallés (Barcelona). Tel. 93 4628500. © Editorial Ecoprensa S.A. Madrid 2006. Todos los derechos reservados. Esta publicación no puede, ni en todo ni en parte, ser distribuida, reproducida, comunicada públicamente, tratada o en general utilizada, por cualquier sistema, forma o medio, sin autorización previa y por escrito del editor. Prohibida toda reproducción a los efectos del Artículo 32,1, párrafo segundo, LPI. Distribuye: Logintegral 2000 S.A.U. C/ Saturnino Calleja, 7. 28002 Madrid. Tel. 91 5864921. www.eleconomista.es. Solicitado control OJD.

Club de Suscriptores y Atención al lector:

**Tf. 902 998 133**

- CONGRESOS
- EVENTOS
- CONFERENCIANTES
- EXPERIENCIAS VITALES
- SEMINARIOS



**El Conocimiento a través de la experiencia**

**91 367 35 48**

**www.altium.es**



8 437007 260014 7 9 2 1 7