



### Hacienda quiere popularizar el euro

El Ministerio de Economía y Hacienda, la Comisión Interministerial del Euro y el Parlamento Europeo presentaron, el pasado 9 de octubre, la Campaña de Comunicación Euro. El Vicepresidente del Gobierno y Minis-

Para Rato, la moneda única surge "con la vocación de jugar un papel importante en las transacciones mundiales. Nace en un momento en el que la globalización es un hecho que consideran todos los países".



De izquierda a derecha, el Presidente del Parlamento Europeo, José María Gil Robles; el Vicepresidente del Gobierno, Rodrigo Rato; el Secretario de Estado de Comercio, Turismo y Pymes, José Manuel Fernández Norriella, y el Director General del Tesoro, Jaime Caruana.

tro de Economía, Rodrigo Rato, y el Presidente del Parlamento Europeo, José María Gil Robles, destacaron, durante la presentación de la campaña, la trascendencia de una operación que supera con creces la participación de sectores determinados, incluso de las administraciones públicas.

Esta campaña de comunicación, en palabras de Rato, "no se debe agotar en el año 97. Incluso debe durar más allá de la introducción del euro en el primer semestre del año 2002. La Administración tiene la obligación de explicar a la opinión pública las implicaciones generales y sectoriales de esta nueva realidad". Esta actuación tiene un coste publicitario inicial de 1.162 millones de pesetas, que se suman a las 515.866.080 pesetas de marketing directo.

El Presidente del Parlamento Europeo, José María Gil Robles, expresó el gran interés del Parlamento por incluir esta campaña dentro de sus presupuestos "en un momento en el que los presupuestos de la Unión son cero". Según sus palabras, "el euro será un símbolo. Permitirá a los europeos palpar todos los días Europa. Este hecho incrementa la conciencia de pertenecer a una comunidad".

Los objetivos de esta campaña son: informar, formar y generar confianza en lo que va a ser, según Rato, "una gran oportunidad para nuestra sociedad en el siglo XXI. Generar confianza es muy importante en un momento en el que España estará, desde un principio, formando parte del proceso del euro. Esta ventaja no se nos ha ofrecido anteriormente".

### TRAS LOS PASOS DE LOS MEJORES

#### Convocados los Premios a las Mejores Prácticas

La excelencia empresarial se logra a través de prácticas que aportan beneficios a las empresas. Es la idea que ha empujado a los responsables del Club Gestión de Calidad a convocar la primera edición de los Premios a las mejores prácticas, vehículo con el que las empresas podrán poner en común ideas que consiguen grandes resultados.

Juan Antonio Moral, Presidente de Fasa-Renault, define esta primera convocatoria como "un nuevo sistema de compartir". Ha sido el encargado de presentarla, junto a Emilio Haase, Presidente del Club Gestión de Calidad, y Antonio Martín Crespo, Presidente del Comité Ejecutivo del Club.

El espíritu que anima la iniciativa es lo que se conoce como *benchmarking*, un término que aún se resiste a una conversión al castellano pero que se podría traducir como "emulación del mejor".

La evaluación de las candidaturas se realizará en función de los resultados de la práctica en el tiempo y en la satisfacción del cliente. Otros factores que influyen son el valor formativo que se aporta a otras empresas y el grado de innovación en las ideas y herramientas utilizadas, además de su despliegue entre departamentos, clientes y proveedores.

Entre los socios del Club se encuentran las Cajas de Ahorros del Mediterráneo, Municipal de Burgos e Ibercaja, además de otras entidades financieras, multinacionales y organismos públicos y privados. Todos podrán presentar sus mejores prácticas antes del 30 de noviembre.