



«Estrategia en tiempos de crisis. Nuevas amenazas, nuevos retos. Vías de actuación necesarias para las Pymes»

INTRODUCCIÓN

Actualmente, la Crisis evoluciona en su etapa más intensa de ajustes, uniéndose signos de recuperación internacional ("brotes verdes"), con importantes medidas tomadas por las Administraciones Públicas que, si bien tratan de paliar graves desajustes futuros, dibujan un nuevo escenario de amenazas, retos y también oportunidades para la gestión empresarial, al tiempo que probablemente alargarán algunos de los efectos negativos de la crisis en un plazo más extenso que el que se esperaba hace algunos meses.

El objetivo de la ponencia, es explicar la situación actual y dibujar el nuevo escenario de amenazas, retos y oportunidades para la gestión empresarial, al tiempo que plantear estrategias posibles y líneas de actuación para afrontar con éxito este nuevo escenario.

Las estrategias y posibles líneas de actuación varían en función de la posición competitiva y la estabilidad financiera actual de las empresas, pero hacen énfasis en la idea de que los cambios en el entorno son tan relevantes que es preciso "re-diseñar" la empresa en el corto plazo.

En este sentido la ponencia desarrollará hasta un conjunto de herramientas para desarrollar tres grandes estrategias:

- Estabilizar y Sobrevivir
- Fortalecer y Mejorar
- Tomar la Ofensiva

OBJETIVOS

- Explicar cómo han evolucionado los principales escenarios y previsiones que se dibujaron en la ponencia celebrada en el 2009.
- Explicar y entender cómo afectan a la Crisis los hitos más recientes y actualizar los escenarios y previsiones en consecuencia.
- Urgir a las empresas a reflexionar sobre su posición competitiva y adoptar la Estrategia más adecuada en el medio y largo plazo.
- Ofrecer una metodología y herramientas que pueden servir para desarrollar la Estrategia de la empresa en el medio y largo plazo.

PERFIL DEL ASISTENTE

Gerentes, Directores y responsables de departamentos comerciales y de marketing de empresas de cualquier tamaño.



ÍNDICE DE CONTENIDOS

- Evolución de la Crisis Económica: en función de informes y estudios del Banco de España, del Servicio de Estudios del BBVA y la Unión Europea.
- Previsiones para el Entorno macro en los próximos años: Nuevas amenazas, retos y oportunidades para la gestión empresarial.
- La Reflexión necesaria sobre el Posicionamiento de la Empresa y la necesidad de comenzar a actuar. Matriz posicionamiento, estabilidad financiera.
- Una metodología de actuación.
- Herramientas de gestión para Re-diseñar la empresa o como conseguir una empresa que dependa menos del apalancamiento financiero y del uso intensivo de la mano de obra.

PONENTE

Francisco Javier Fano Ibáñez. *Director de Mejora Competitiva.*

MEJORA COMPETITIVA es una Agencia de Investigación de Mercados con un fuerte componente “estratégico” que dispone de un conjunto completo de servicios especializados de Investigación, que permiten obtener la información necesaria para optimizar sus acciones comerciales, de comunicación y marketing, así como para tomar las decisiones correctas en sus proyectos de Inversión y Desarrollo de negocio.

Francisco Javier se introdujo en la consultoría profesional en el año 1995, comenzando a trabajar para Andersen Consulting en su oficina de Madrid. Primero como consultor en Andersen Consulting y después, como miembro del equipo ejecutivo de Accenture en su división de CGS (consumer goods & services), Francisco Javier desarrolló una intensa carrera profesional trabajando para alguna de las más notables Marcas y empresas en España, tales como: L'oréal, Coca-Cola, Logista, Altadis, La Once, Randstad, Mahou, ...

A lo largo de su carrera profesional, Francisco Javier ha profundizado en su formación en gestión empresarial, convirtiéndose en un especialista en innovación tecnológica, marketing e investigación de mercados, gestión de compras y logística integral; y como resultado de su inquietud por desarrollar una práctica de servicios de consultoría propia, con un carácter especial, Francisco Javier funda en el año 2005, MEJORA COMPETITIVA. Además es profesor de Dirección Estratégica e Investigación de Mercados en la Escuela de Negocios CESTE, colabora con variadas entidades de formación y ha sido formador de consultores en el centro de excelencia de Accenture en Chicago.