

OPENDIR lanza un mensaje positivo en lo económico y pone en el centro a la sostenibilidad y a las personas

El evento empresarial OPENDIR Foro Abierto para Directivos, organizado por El Círculo- Directivos de Alicante analiza retos, estrategias, liderazgo y perspectivas ante una situación incierta y cambiante.

FUENTE: OPENDIR

OPENDIR Foro Abierto para Directivos ha colgado el cartel de completo al reunir a mil directivos y directivas, venidos de distintos puntos de España, en el Auditorio ADDA de Alicante en una jornada cuyo lema ha sido “La adaptación como factor estratégico clave”.

“Hemos lanzado mensajes de oportunidad, mensajes positivos dentro del contexto convulso, y llamadas de atención hacia el futuro del transporte, como en el caso del espacio”, ha dicho Eva Toledo, presidenta de El Círculo, al referirse a la empresa aeroespacial ilicitana PLD Space participante en el encuentro como Talento alicantino. “También con la experiencia de grandes ejecutivos y directivos que han contado de forma muy humana cómo han abordado procesos de cambio y de transformación, poniendo en común que las personas han sido un factor determinante”, ha añadido en su primera valoración.

El evento comenzaba pasadas las 9 de la mañana, con la bienvenida institucional del presidente de la Diputación de Alicante, Carlos Mazón, del alcalde de la ciudad, Luis Barcala, y de la presidenta de El Círculo – Directivos, Eva Toledo.

Gonzalo Gortázar, CEO de CaixaBank. Análisis de la economía española

Acto seguido abría las ponencias Gonzalo Gortázar, CEO de CaixaBank, quien ha lanzado mensajes de esperanza, pese a las incertidumbres. En su análisis sobre la economía española, Gortázar ha realizado una comparativa sobre la crisis actual y la de 2009 a 2012. “Tengo la confianza de la que la situación ahora es mucho mejor”, ha asegurado recordando que estamos acostumbrados a que las crisis en España sean el doble que las de Europa, “pero creo que va a ser lo contrario. El impacto en la economía española va a ser más reducido”.

Entre los motivos ha mencionado un menor endeudamiento de las familias -57% del PIB en España frente al 59% en Europa cuando en 2009 fue del 85%-, no tenemos burbuja inmobiliaria y tenemos un sector exportador y sector financiero fuertes. “Y un sector bancario fuerte permite ayudar a las empresas y a las familias en crisis económicas”, ha dicho.

Desde otra perspectiva ha admitido un mayor empobrecimiento de la población debido a la inflación y ha dicho que “tenemos que ver cómo distribuimos esa pobreza entre familias y empresas. No podemos tratar de negarlo a base de subidas de salarios y márgenes empresariales que generan una espiral inflacionista”.

Posibilidades y futuro del metaverso

La parte más disruptiva de la tecnología ha estado a cargo de Joaquín Pedreño, cofundador de Meta Software Factory, quien ha dicho que “el metaverso es un entorno virtual en el que empresas y personas interactúan, se comunican y generan negocio”.

Pedreño ha dicho que “no es cierto que solo exista un metaverso, no es cierto que el meta solo sea Facebook y no es cierto que sea solo un juego. El metaverso sirve para promocionar turismo, moda, finanzas, deportes, inmobiliario, educación o entretenimiento entre otras actividades”.

Adaptación al cambio, una constante en la empresa

En esta mesa redonda han participado Jorge Gallardo, presidente de Vithas, Inés Juste, presidenta de Grupo Juste y vicepresidenta de CEOE, y Francisco Lorente, presidente de MSC España, con moderación de Gerardo Yagüe, socio director Deloitte en Comunidad Valenciana y Región de Murcia.

El presidente de Vithas ha explicado que como grandes retos su sector se enfrenta al dato de que en 5 años, el 30% de los médicos estarán en edad de jubilación y nos faltarán profesionales, por lo que "nos vemos obligados a transformar la forma de trabajar y a apoyarnos más en las tecnologías o cambiar procesos para ser más eficientes".

También ha explicado cómo sus hospitales afrontaron la pandemia aumentando los niveles de comunicación internos, con una conexión diaria "para intercambiar experiencias en los distintos hospitales y coordinar acciones, mejorando los protocolos y adaptándolos permanentemente, y compartimos objetivos y visión que armonizaron la respuesta".

Inés Juste, presidenta del Grupo Juste, empresa familiar del sector químico y farmacéutico, ha admitido que donde más "he sufrido la gestión del cambio fue al suceder a mi padre, hace once años, de una forma muy precipitada". La directiva ha explicado que "estábamos en crisis, me tuve que enfrentar a una sucesión y a un cambio de modelo de negocio con una toma de decisiones muy rápida y una experiencia limitada en años de experiencia. Pero me ayudó a tomar decisiones bastante disruptivas para el sector". También ha dicho que la ayudó el asociacionismo y hablar con otras empresas, la confianza de la familia y cambiar a algunas personas que frenaban el cambio.

Por su parte el presidente de MSC, Francisco Lorente, ha puesto el foco en el equipo de la compañía. "Para enfrentarnos a cualquier cambio, mantenemos estas prioridades: satisfacción del staff, eficiencia, satisfacción de los clientes, y, finalmente, la cuenta de resultados". También ha destacado que "las nuevas incorporaciones han de contar con aptitud y sobre todo actitud, centrándose en el compañerismo y la solidaridad. La mayor parte de mi tiempo está dedicada a dar seguridad, ilusión y expectativas de crecimiento personal y profesional a los empleados", ha concluido.

Talento alicantino: una mirada al espacio

La empresa del sector aeroespacial PLD Space, con sede en Elche y fundada en 2011, ha protagonizado esta sección en la que han contado cómo se adelantaron al futuro al crear la startup para construir cohetes de menor tamaño para transportar satélites, porque entonces se desconocía que los satélites serían más pequeños. "En el uso del espacio, se desconoce que la mayoría de los satélites actuales caben en la palma de la mano", ha dicho.

La compañía, que se define como una empresa de transportes espacial, convertirá a España en el décimo país del mundo "en capacidad autónoma de acceso al espacio. Nuestro proyecto es estratégico para el país", ha dicho Raúl Torres, cofundador y CEO de la empresa. En 2024 tienen previsto efectuar su primer lanzamiento.

También han explicado que los medios de transporte siempre han sido generados para ser reutilizados, menos los cohetes y han destacado que en Europa son los primeros en poner en marcha cohetes que pueden ser reutilizados, como los que están desarrollando Elon Musk y Jeff Bezos.

"Hemos aprendido varias lecciones: lo importante es crear marca a largo plazo, hay que anteponer el fin a los medios, se necesita sumar adeptos para crecer, hay que poner los valores en el centro, incluso en los procesos de selección de talento, y dedicar tiempo a identificar el talento adecuado que potencie el proyecto", ha dicho el presidente ejecutivo, Ezequiel Sánchez Cascales.

Con relación a los inversores de la empresa han asegurado que "cualquier inversor que se ha sentado con nosotros a entender nuestro proyecto, ha invertido sin dudarlo. Lo que generamos siempre mejora las expectativas de los inversores".

Retos actuales del directivo de una empresa global

Ignacio Muñoz, CEO de Angulas Aguinaga y Hugo Rovira, director general de NH Hotel Group para el sur de Europa y Estados Unidos, han charlado mano a mano sobre cuáles son los retos del directivo de una empresa global, que ha sido moderada por Gerard Guiu, director general de la Asociación Nacional para la Defensa de la Marca, ANDEMA.

Hugo Rovira ha comenzado haciendo un llamamiento a la desmitificación de lo global para hacer "un mayor esfuerzo de síntesis en cada mercado y ver qué estrategias concretas se tienen que llevar en cada país para tener éxito". En este punto ha asegurado que es importante "escuchar la opinión de los equipos locales".

Como habilidades del directivo ha apuntado "la mundología, empatía, escuchar y entender las singularidades de cada mercado y no imponer. Hay que entender la idiosincrasia de cada país".

Por su parte Ignacio Muñoz, CEO de Angulas Aguinaga, ha apuntado que "cuando sales fuera no se trata de exportar sino de exportar el modelo de negocio: lo que te hace diferente y por aquello por lo que el cliente va a pagar".

Sobre cómo afrontar la toma de decisiones Muñoz ha dicho que "hay que tener los principios claros y los objetivos claros para tomar decisiones" y "hacer escenarios de lo que pasaría si..."

Sobre el liderazgo Rovira ha añadido que el líder tiene que tener las ideas claras, transmitir al equipo el plan, y responder a preguntas básicas, qué, cómo, cuándo, por qué... para que los equipos vean que tienes las ideas claras y no vas con dudas"

Transformación digital, omnicanalidad y nuevos modelos de negocio

El fundador y presidente de WOW Concept y ex presidente de El Corte Inglés, Dimas Gimeno, ha abordado la situación del retail o

distribución donde “el mercado está saturado y hay mucho de todo”. Sin embargo, pese a la rápida competencia de startups, el fenómeno del big commerce, la generación C – con una ruptura entre nativos digitales e inmigrantes digitales en la forma de comprar- o la obsesión por el dato, ha roto una lanza a favor del retail.

Gimeno ha recomendado evitar los recortes en marketing, innovación, personas o puntos de venta al considerar que “restar valor a la marca y compañía”, da “pocas opciones de aportar algo diferente” y ha abogado por el reset para ajustar lo que se tiene “a nuevas realidades”.

Sobre el futuro considera que los espacios serán digitales y físicos a la vez porque se necesitan para crecer y esta duplicidad permite llegar a todas las generaciones, las que solo compran en Internet y las que prefieren hacerlo en tiendas físicas. Como ejemplo ha puesto WOW Concept, un ejemplo de proyecto Phygital que combina ambas opciones en el centro de Madrid.

La sostenibilidad integrada en el propósito de la compañía

Con este título ha discurrido el diálogo entre Javier Rodríguez, vicepresidente ejecutivo y CSO de Vestas, y Ricardo García, director de Cajamar Innova que hacía el papel de moderador.

Rodríguez ha mencionado tres pilares para la transformación energética: primero, la competitividad económica y las renovables lo son; segundo, el medioambiente, porque hay que llegar al escenario de no seguir contaminando y se ha puesto la meta de 2050, y tercero, la independencia energética que tiene un componente político y otro empresarial”. A su juicio en la política energética hay que mirar a largo plazo.

Con relación a la sostenibilidad ha afirmado que “tiene que ser una ventaja competitiva de tu empresa. En un futuro las empresas que sean sostenibles por el mero hecho de serlo, tendrán mayor capacidad de atracción de talento o clientes, y las que no se suban a este carro, no van a seguir”.

Reputación y marca en tiempos de incertidumbre

Este ha sido el título de la ponencia que ha impartido Nuria Vilanova, presidenta de la consultora de comunicación Atrevia.

“Ahora nos enfrentamos a una crisis social por romper promesas de que iremos a mejor, de que tenemos estado de confort, de que el Estado nos cuida..., y las personas, en momentos de incertidumbre se ponen hiperactivas e hiperconectadas. Empiezan los blancos y los negros, circulan fake news y los debates son más irracionales y más viscerales”, ha asegurado en el comienzo de su intervención.

El estilo de liderazgo del momento “es no perder el vínculo con la realidad porque hay demasiados cambios y son demasiado rápidos”. A su juicio tenemos que “enfocarnos primero en lo más cercano, las personas y el equipo, para saber qué ven, que están viviendo. Tenemos que escucharlos”, ha recalcado.

Y con respeto a la relación sociedad empresas “hay que aprender: no nos piden que seamos perfectos. La sociedad y nuestro equipo saben que nos equivocamos. Lo que nos piden es que cuando lo hagamos demos la cara, y la demos rápido, no días después, y que demostremos que lo importante somos la personas”, ha concluido.

Fuente: *OPENDIR*