



ORGANIZACIÓN Y DESARROLLO EMPRESARIAL, S.A. – ode@ode.es – www.ode.es

Casp, 58 pral. - 08010 Barcelona - Tel: 933 010 162 - Fax: 933 013 141
Pº. de la Habana, 9-11 - 28036 Madrid - Tel: 912 986 179 - Fax: 915 639 710

Jornada Especial para Empresarios y miembros de la Alta Dirección

¡MANAGEMENT 2010! **Claves para recargar la energía directiva ante un horizonte de desafíos y cambio**

A cargo de Francisco Javier Palom Izquierdo

Barcelona, 7 de febrero de 2008

Madrid, 28 de febrero de 2008

LA ECONOMÍA MUNDIAL, MÁS ALLÁ DE LOS “CUENTOS CHINOS”

Alemania, Francia e Inglaterra deben liderar el despertar de la Europa de las subvenciones, las regulaciones y el “bienestar”, hacia un modelo competitivo integrador del conocimiento. El auge de los países de Europa Central, y el porqué de unas ventajas competitivas que les permitirán un rápido crecimiento a costa de los países con políticas equivocadas. El “milagro irlandés”, un fenómeno poco estudiado: cifras y políticas. China –con sus luces y sus sombras– seguirá con su intenso crecimiento hasta alcanzar la primacía mundial, salvo que tropiece con una convulsión social o una gran crisis bancaria, que no pueden descartarse. Las cifras y hechos de la moderna China. La necesidad de conocer las realidades y evitar creer en los “cuentos chinos” que divulgan muchos medios. Otras realidades de la India, Corea, Singapur, Vietnam, Malasia, etc.

El futuro de América Latina ante la nueva “democracia-caudillista” y el “marxismo-narcisismo”. La escisión en dos bloques: países captadores de inversión y países que la expulsan. Las políticas redentoras, factores generadores de pobreza y desestabilización en el continente. La excepción de Brasil. El éxito de Chile y la verdad de Argentina. El milagro de la tecnología aplicada a la agricultura, la salvación de Kirchner y del país. Cifras y realidades del agro argentino, un desafío para Europa y sus fracasadas políticas agrarias.

ESPAÑA 2010: ¿VISIÓN DE FUTURO O APUESTA EQUIVOCADA?

La economía española, al final de un largo ciclo de crecimiento. ¿Era “sostenible” el modelo? El talón de Aquiles de nuestra economía. La deslocalización de la industria y la automatización. La equivocada apuesta por la mano de obra barata. El uso intensivo del conocimiento, única base para un crecimiento “sostenible”. Nuestro sistema educativo –fuera de onda desde hace años– como problema grave cara al futuro. El turismo y su apuesta por la estrategia de mano de obra barata, casi un suicidio para un sector maduro. Lejos del fin del modelo “sol y playa”, el problema de unas estructuras degradadas y una oferta obsoleta, mientras la competencia turística ofrece valores adecuados a las nuevas demandas de clientes prósperos. Pasar de una agricultura subvencionada a un sector agrícola fuerte y productivo, un cambio imprescindible en la economía española, y más aún en el contexto mundial de incremento de la demanda de alimentos.

LA ESTRATEGIA, UN EXAMEN PENDIENTE SIN SEGUNDAS OPORTUNIDADES.

La velocidad del cambio, culpable de la caducidad prematura de las estrategias que se aprenden en los libros y escuelas de negocios. Encontrar una estrategia de futuro para la empresa, el reto más difícil y apasionante para quienes quieran crecer sin sobresaltos en plenas turbulencias. Las reglas prácticas para crear en su organización una red estratégica que le proteja de la competencia. La necesidad apremiante de regresar a la reflexión estratégica, pero con herramientas de planificación adaptadas a nuestra era de cambio vertiginoso.

LA AGENDA DE CAMBIO PARA LA EMPRESA ESPAÑOLA PARA 2008-2010.

Aplicar exhaustivamente los conceptos de competitividad. Productividad al máximo, inversión en automatización, robotización, productivizar todo el personal indirecto, desde el mando medio hasta los altos directivos. Cirugía en la estructura. Reinventar la organización. Calidad competitiva, calidad visible y rentable, calidad diferenciadora. Cómo acertar en la gestión de este inaplazable proceso de cambio.

LAS CÚPULAS DIRECTIVAS ANTE EL CAMBIO. "Los árboles mueren por la copa" (Drucker)

Las empresas mueren por la cúpula, no por las bases. El difícil e incierto futuro de las empresas medias y familiares ante un cambio que se acelera por encima de sus posibilidades de reacción. La esperanza de vida de las empresas se acorta de manera considerable. ¿Qué significa la profesionalización del Management? ¿Cuál es el papel de la familia? ¿Son suficientes los protocolos actuales? ¿Dónde reside el poder? ¿Cómo se crea un Consejo de Administración profesional? Lo que debería ser un verdadero consejo directivo al servicio de la Propiedad y de la empresa. Reglas y reflexiones.

LOS NUEVOS VALORES DEL LÍDER COMO AGENTE DEL CAMBIO.

Los valores del líder que debe afrontar el cambio exterior e impulsar el cambio interno. Visión estratégica, para marcar el rumbo. Exigencia, para asegurar el esfuerzo de todos. Confianza, en sí mismo y en su equipo. Motivador, para que cada miembro esté al 100%. Creyente, en los objetivos, en los planes, en su gente... Apasionado, por los logros y el trabajo bien hecho. Enérgico, en la acción de cada día. Ético, para ser creíble. Emprendedor, para generar el cambio y liderarlo. Innovador, en todos los aspectos del negocio. Receptivo y comunicador. Positivista, primero las oportunidades y luego los problemas. Reglas para aplicar mañana.

MOTIVAR AL EQUIPO EN TIEMPOS DE CAMBIOS RADICALES.

Motivar al equipo y mantener la tensión, una de las tareas esenciales del líder, especialmente frente a los efectos de las crisis y cambios. Cómo hacer frente a la tendencia acomodaticia, especialmente después de un logro o un ascenso. Cómo "tensar" el ánimo de las personas sin traumas. La retribución como factor de motivación: fijos y variables. Los directivos deberían "recargar las pilas" al menos una vez al año. Claves actuales para una alta motivación, más allá de los ensayos de Maslow. Reglas para aplicar mañana.

UN PLAN DE ACCIÓN RUMBO AL 2010. COLOQUIO Y CONCLUSIONES

Herramientas para diagnosticar la posición de la empresa frente a los retos del 2010. Pasos para trazar un plan de acción que sitúe a la empresa rumbo al 2010. Qué hacer a partir del lunes por la mañana.

Los asistentes recibirán un dossier con apuntes y cuestionarios para pasar a la ACCIÓN PRÁCTICA.

A QUIÉN VA DIRIGIDO

Miembros de la Alta Dirección. Se recomienda la asistencia de TODO el EQUIPO DIRECTIVO, en especial MARKETING, COMERCIAL y VENTAS

HORARIO

De 9:30 a 13:30 h., y de 15:30 a 18:30h.

La inscripción puede realizarse por fax, teléfono o e-mail y se considerará formalizada a la recepción del pago

CUOTA DE INSCRIPCIÓN

Cheque a favor de ODE o transferencia a la cuenta nº 2013.0616.80.0200573166

Cuota de inscripción	Cientes ODE
1 asistente 280 €	240 € + 16% IVA
2 asistentes 470 €	395 € + 16% IVA
3 asistentes 665 €	550 € + 16% IVA
<u>Cada asistente adicional a partir del 4º asistente:</u>	
+135 €	+115 € + 16% IVA

(Más de 10 asistentes: consultar)

Barcelona, 7 de febrero de 2008

Hotel HILTON BARCELONA
Avda. Diagonal, 589 – 08014 Barcelona

Madrid, 28 de febrero de 2008

Hotel HOLIDAY INN MADRID
Plaza Carlos Trías Bertrán, 4 - 28020 Madrid

BOLETÍN DE INSCRIPCIÓN

señale su opción:

Barcelona

Madrid

Empresa.....Sector.....
Dirección.....NIF.....
Población.....Código Postal.....
Teléfono.....Fax.....E-mail.....
Persona que realiza la reserva.....E-mail.....
Asistentes:
D/Dª.....Cargo.....
D/Dª.....Cargo.....
D/Dª.....Cargo.....
D/Dª.....Cargo.....

INSCRIPCIONES: Fax: 933 013 141- ☎ 933 010 162 - ✉ Casp, 58 pral. - 08010 BARCELONA – e-mail: ode@ode.es