

Eventos

CLAUSURA DEL II FORO LA ZAGAleta: Dirección y Liderazgo en tiempos de incertidumbre

Última actualización 06/06/2013 @ 17:25:00 GMT-2

Recomendar 0 +1 0 Tweet 0

Las tasas del Gobierno al sector agroalimentario, las inversiones en infraestructuras ferroviarias, y el fomento de la cultura emprendedora y del esfuerzo fueron las claves destacadas

Ante un aforo completo de más de 550 asistentes, los principales ejecutivos de algunas de las empresas más relevantes del panorama económico nacional e internacional expusieron las claves de gestión de sus marcas en un tiempo y entorno de incertidumbre económico-social como el actual, en el marco de la celebración de la II edición del Foro de Marcas y Tendencias organizado por la compañía inmobiliaria La Zagaleta.

Durante la jornada, bajo el título "Dirección y liderazgo en tiempos de crisis", los ponentes compartieron su particular visión sobre la apertura hacia nuevos mercados, así como, la necesidad de integración plena que tienen las empresas en la era digital.

En esta segunda edición, el Foro se ha centrado en aspectos como la competitividad y la calidad a la que debe aspirar el mercado turístico, donde se destacaron, además, aspectos como la innovación y la marca como factores para fidelizar al cliente mediante las emociones y el positivismo.

Asimismo, el poder de Internet como herramienta empresarial, la necesidad de acometer el proceso de internacionalización de las empresas y el compromiso social de las compañías de cara a tratar de apuntalar su credibilidad, fueron algunas de las claves que centraron las diferentes intervenciones de los ponentes invitados. Los empresarios también destacaron la importancia del trabajo en equipo y del fomento de la cultura emprendedora y del esfuerzo.

La jornada se inauguró con la participación de la alcaldesa de Marbella, M^a Ángeles Muñoz, quien explicó ante el gran número de empresarios asistentes la trayectoria que ha seguido el municipio en los últimos años, "convirtiendo los momentos de crisis en oportunidad gracias al esfuerzo conjunto de la administración y el tejido empresarial", apuntó.

Tras la sesión de apertura, a cargo de la regidora marbellí y del presidente y fundador de la promotora inmobiliaria La Zagaleta, Enrique Pérez Flores, la jornada se inició con

las intervenciones de los directores ejecutivos de UBS Investment (segundo mayor banco privado del mundo) Paul Donovan y Eva Quiroga, quienes centraron su intervención en destacar los retos a los que se enfrenta actualmente la industria del lujo, desde un punto de vista macroeconómico.

Posteriormente, fue el presidente del Grupo Freixenet, José Luis Bonet Ferrer, quien bajo el título "Conservando la empresa familiar", desgranó los valores corporativos con los que debe contar una empresa para que su marca siga viva y con éxito durante varias generaciones, entre los que destacó la cohesión familiar, la calidad, la innovación, la ambición, la diversificación y la internalización como las claves del éxito. Asimismo, aseguró que "España o sale al mundo o está perdida" como receta para superar la crisis económica actual.

A continuación llegó el turno del máximo responsable del Grupo Intercom (propietarios del portal líder europeo infojobs.com) Antonio González-Barros, quien transmitió al auditorio las principales características que, desde su amplia experiencia, deben tener los emprendedores, entre las que citó: la constancia, el amor al riesgo, el sentido común, la sana ambición, la generosidad y el constante aprendizaje, como las claves para avanzar en este campo. Asimismo, destacó la necesidad de usar de forma adecuada una herramienta tan potente como es Internet a la hora de sacarle partido y de distinguirse de tu competencia.

Fuencisla Clemens, directora de Retail, Clasificados y Tecnología en Google España, centró, por su parte, su exposición en la importancia de la plena integración en el mundo digital para las compañías premium, donde vaticinó la futura interconexión entre diferentes dispositivos móviles y el uso del Smartphone como cartera donde aplicar ofertas, así como las aplicaciones específicas de la tecnología al sector textil. Su ponencia, titulada "¿Son compatibles el lujo y la tecnología?" prestó especial atención, además, a retos como la captación y el mantenimiento de los clientes. Por último, argumentó sobre la compatibilidad de las marcas de lujo y la inversión digital como una necesidad a largo plazo para mantener la competitividad.

Con la celebración de la mesa redonda: "Estrategias de marca en la creación de un entorno de lujo" se cerraba la primera parte de la jornada. La mesa, que estuvo moderada por Palomo Cabello, Global Advisory Board Member de MIT Enterprise Forum España, se centró en la dificultad de generar grandes ideas en tiempos difíciles. En torno a este tema, José Mariano López-Urdiales, fundador de Zero2Infinity, se refirió al proyecto principal de su compañía: el turismo espacial; una aventura que tendrá lugar en el verano de 2014, en un globo de similares características al usado por el austriaco Félix Baumgartner en su famoso salto libre desde la estratosfera. Pedro Álvarez, fundador de chocolates Panaccio, destacó la importancia de la creatividad y la diferenciación al apuntar que el objetivo del branding no es la donación: "lo que hay que repetir es la esencia". Una línea que fue respaldada por la directora de Interbrand España, Nancy Villanueva, para quien la demanda del consumidor actual respecto a una marca se centra en la vivencia de experiencias.

Tras este intercambio de opiniones y antes de iniciarse la sesión de la tarde, la atención del Foro se centró en la demostración gastronómica a cargo de los afamados chefs Dani García, galardonado con dos Estrellas Michelin, y Paco Morales, una Estrella Michelin, quienes presentaron sus más recientes innovaciones culinarias, con una demostración en directo, además de sus últimos proyectos en la búsqueda de la diversificación de sus marcas y el salto internacional.

Ya por la tarde, el presidente de Coca-Cola Iberia (España y Portugal) y vicepresidente de Coca-Cola Europa Marcos de Quinto, ofreció su conferencia bajo el título "La fórmula ganadora", orientada a compartir el secreto que se esconde tras el éxito internacional de esta emblemática marca. En el transcurso de su intervención, de Quinto manifestó que el Gobierno no debe ceder a "algunas presiones que vienen de fuera" para incrementar el IVA del sector agroalimentario, ni reclasificar o eliminar el IVA reducido en algunos productos. Arremetió contra quienes critican las bebidas azucaradas poniendo de relieve no sólo el bajo contenido calórico de los productos de su compañía frente a la creencia popular, sino los más de 17.000 eventos anuales que patrocinan fomentando un estilo de vida saludable, y el hecho de ser de las pocas empresas en cuyo portafolio "todos los productos cuentan con su opción sin calorías." Puso de relieve la importancia de las redes sociales, ya que "los consumidores ya son un medio y la gente quiere saber de los ejecutivos".

Por último, centró su discurso en el positivismo, como una de las palancas con las que su compañía trata de diferenciarse, y en la importancia central que tiene en Coca-Cola la responsabilidad social corporativa, para lo que puso como ejemplo su campaña de promoción de la vida activa contra el sedentarismo: ¿Y si nos levantamos?

Llegado el turno del ex piloto de Fórmula 1 de las escuderías Williams, McLaren y Red Bull, David Coulthard, éste explicó la importancia en la toma de decisiones, a veces sin tiempo suficiente para la reflexión, como tuvo ocasión de comprobar a lo largo de su exitosa trayectoria deportiva, así como el valor de la experiencia y el conocimiento a la hora de afrontar los retos empresariales.

Como ganador de 13 carreras en la máxima categoría del motor de cuatro ruedas, el piloto escocés concluyó destacando la importancia del trabajo en equipo así como de su experiencia a la hora de trasladar los valores deportivos al mundo de la empresa.

Tras poco más de un año al frente de la presidencia de RENFE, Julio Gómez-Pomar analizó en su ponencia los principales objetivos y retos de su compañía, en una conferencia titulada "RENFE, un nuevo operador", en la que hizo especial hincapié en los retos tecnológicos a los que se enfrenta su Compañía en el ámbito internacional con la apertura de concursos de alta velocidad en diferentes países y, ya en el plano local, subrayó la utilización de un total de 1,7 millones de viajeros al año en el corredor entre Madrid y Málaga.

Finalmente, Gómez-Pomar adelantó que el Gobierno central ha iniciado un estudio "a fondo" para determinar la viabilidad de conectar el municipio malagueño de Marbella con Málaga capital mediante un servicio de tren de Cercanías.

LA ZAGAleta es una compañía que posee diversos terrenos en Madrid y Andalucía, además de las lujosas instalaciones que albergan el Club de Campo La Zagaleta, situado en Benahavís, Málaga. Esta urbanización creada en 1991 es una de las más lujosas, seguras y prestigiosas de Europa. Cuenta con 900 hectáreas, y más de 200 viviendas valoradas entre 4 y 30 millones de



Seguros de tu confianza

