

NUEVA SITUACIÓN: NUEVAS OPORTUNIDADES

SEVILLA, OCTUBRE DE 2020

OBJETIVOS

- **Entender la situación actual.**
- **Áreas de actuación en la empresa para adaptarnos.**
- **Identificación de oportunidades.**
- **Plan de acción.**

¿CUÁL ES LA SITUACIÓN?

¿REALMENTE ES ALGO NUEVO O HEMOS CERRADO LOS OJOS?

- Crisis de 1993.
- Crisis de 1997 (crisis asiática).
- Crisis del 2002 (SARS).
- Crisis del 2008 - 2014.

¿CUÁL ES LA SITUACIÓN?

CRISIS DEL COVID 19:

- -5.2% en la economía mundial y +4.2% en 2021 (BM).
- -2.5% emergentes y en desarrollo y +4.6 en 2021.
- -13% en España y +7.9% en 2021 (Funcas).
 - -65% turismo (-6.2% del PIB).
 - 18% de paro.

¿CUÁL ES LA SITUACIÓN?

REACCIÓN

- Dirigida por los gobiernos a nivel mundial:
 - Estímulos a la economía.
 - Beneficios a grupos.
 - Protección de la cadena de suministro.
- Actuación de las grandes empresas:
 - Mantenimiento de la actividad.
 - Reducción de costes.

¿QUÉ SE PUEDE HACER?

- **REACCIÓN DE LA PYME:**

- Resistencia:

- Aprovechar las medidas de liquidez, fiscales y laborales.
- Reducción de costes.
- Problema del retraso de la recuperación.

- Reinventarse:

- Pensar en el cliente.
- Valorar nuestra capacidad.
- Mejorar la agilidad.
- Mejorar la confianza ante los clientes.

¿QUÉ SE PUEDE HACER?

REORIENTACIÓN DE LA EMPRESA

- **Objetivo: reorientación al mercado y al consumidor.**
- **Diferentes áreas de actuación:**
 - Reorganización interna; adaptación.
 - Rediseño del producto/servicio.
 - Soporte interno; RR.HH.
 - Transformación digital.
 - Evaluación de riesgos.
 - Cadena de distribución.

ÁREAS DE LA EMPRESA

1 - ORGANIZACIÓN INTERNA

- Aprovechar la obligación/oportunidad.
 - Análisis interno: ¿Qué hago bien y qué hago mal?
 - Evaluación de procesos.
 - Evaluar el presupuesto.
 - ¿Qué recursos tengo?
 - Análisis de la información.
 - Compartir información interna y externa.

ORGANIZACIÓN INTERNA

- **Oportunidades:**
 - Mejora de la información y la colaboración; interna y externa.
 - Nuevos procesos y sistemas (back office).
 - Reducción de costes y plazos de respuesta.
 - Apoyo en otras empresas. Actuaciones colaborativas.
 - Nuevos grupos de clientes con nuevas necesidades.
 - ¿Dónde están y qué quieren?
 - Descentralización.

2 - REDISEÑO DEL PRODUCTO/SERVICIO

- ¿Cuál es mi capacidad de respuesta?
 - Análisis interno: ¿Es mi propuesta válida en la nueva situación?
 - Nuevos productos/presentaciones.
 - Gestión de los clientes.
 - Relación actual con los clientes
 - Velocidad de respuesta.
 - Evaluar el presupuesto; ¿qué recursos tengo?
 - Confirmar el objetivo y concentrarse en él.

REDISEÑO DEL PRODUCTO/SERVICIO

- **Oportunidades:**
 - Nuevos productos y servicios.
 - Respuesta digital; reducción de los tiempos/costes por cliente.
 - Personalidad digital.
 - Respuesta de los proveedores por clarificación del objetivo.
 - Uso de Apps.

3 - RECURSOS HUMANOS

- Adaptación a las necesidades.
 - Análisis interno: ¿Es válida la estructura actual?
 - ¿Qué sobra y qué falta? Departamentos y recursos
 - Puestos clave, formación, ubicación y herramientas.
 - Evaluación de procesos; ¿Qué se puede externalizar?
 - Planteamiento de futuro.
- Evaluar el presupuesto.
 - ¿Qué recursos tengo?

RECURSOS HUMANOS

- **Oportunidades:**
 - Soluciones tecnológicas con reducción de costes.
 - Refuerzo de áreas básicas. **MÁRKETING y VENTAS.**
 - Acceso a nuevos profesionales.
 - Flexibilidad.
 - Mejora de la cercanía al cliente.
 - Mejora del ambiente laboral.

4 - TRANSFORMACIÓN DIGITAL

- Adaptación a las necesidades.
 - Análisis interno: ¿Puedo funcionar con mi sistema actual?
 - Predisposición interna.
 - Evaluación de los sistemas de información y control.
 - Capacidad, velocidad y acceso.
 - Efectividad.
 - Evaluar el presupuesto.
 - ¿Qué recursos tengo y qué necesito?
 - Formación y herramientas.

TRANSFORMACIÓN DIGITAL

- **Oportunidades:**
 - Mejora de la información disponible y del análisis.
 - Traspaso de presupuesto a áreas más rentables.
 - Movilidad.
 - Interconexión: mejora de la capacidad y velocidad de respuesta.
 - Mejora de la efectividad.
 - Mejor comunicación con los clientes.

5 - ANÁLISIS CONSTANTE DE SITUACIÓN

- ¿Ha sido planificada y con un objetivo común nuestra respuesta?
 - Respuesta a una situación de incertidumbre con información parcial.
 - Cohabitación física y remota.
 - Resistencia interior y realidad exterior.
 - Ciberseguridad.
 - Mantenimiento del proceso.
 - Cuadro de mando y lista de comprobación.
 - Propuesta de alternativas.

ANÁLISIS CONSTANTE DE SITUACIÓN

- **Oportunidades:**
 - Control de la empresa.
 - Capacidad de reacción y previsión.
 - CONTROL DE LA SITUACIÓN por previsión.

6 - CADENA DE SUMINISTRO Y DE DISTRIBUCIÓN

- Situación:
 - Problemas de concentración de proveedores.
 - Dependencia y fragilidad globales demostradas.
- Objetivos:
 - Reponer, localizar y diversificar.

CADENA DE SUMINISTRO Y DE DISTRIBUCIÓN

Oportunidades:

- Diversificación de suministros y reducción de dependencia.
 - ¿Mejora de la capacidad de negociación?
- Entrada de nuevos jugadores.
- Flexibilidad.
- Mejora de la cercanía al cliente.

PLANTEAMIENTOS BÁSICOS

¿QUÉ DEBEMOS PLANTEAR?

- Necesidad de imaginar el futuro.
 - Necesidad de información y análisis.
 - Plantear diferentes alternativas.
 - ¿Cuándo llegará la próxima “normalidad” y cómo será?

¿QUÉ QUIEREN LOS CLIENTES?

- Las necesidades (percibidas algunas veces) han cambiado.
- Se va a incrementar la demanda local en Europa.
- Hay una reducción de proveedores locales que han desaparecido por la propia crisis.

ÁREAS DE OPORTUNIDAD

¿QUÉ SECTORES PRESENTAN OPORTUNIDADES?

- Tecnología y digitalización.
 - E-commerce y Marketplaces.
 - IT (gestión de datos) y suministros.
 - Ciberseguridad.
 - Realidad virtual.
- Sanidad, Salud y Medio ambiente.
- Estandarización de procesos.
- Comunicaciones.

ÁREAS DE OPORTUNIDAD

¿QUÉ SECTORES PRESENTAN OPORTUNIDADES?

- Seguridad.
- Logística.
- Freelancing.
- Formación on-line.
- Tiempo libre.
- Actividades vía IoT.
- Streaming y gaming.
- Socialización.
- Consumo de alta rotación.

PLAN DE ACTUACIÓN

PLAN DE ACTUACIÓN

- **Diagnóstico** integral.
- **Evaluación** de oportunidades, recursos disponibles e impacto.

PLAN DE ACTUACIÓN

EVALUACIÓN DE OPORTUNIDADES

ALTO IMPACTO ESTRATÉGICO	DIFÍCIL pero RENTABLE	UNICORNIO BLANCO
	EVITAR	DONUT
BAJO		

DIFÍCIL

FACILIDAD
DE IMPLEMENTACIÓN

FÁCIL

Fuente:
Shapecast 2000

PLAN DE ACTUACIÓN

PLAN DE ACTUACIÓN

- **Diagnóstico** integral.
- **Evaluación** de oportunidades, recursos disponibles e impacto.

PLAN DE ACTUACIÓN

PLAN DE ACTUACIÓN

- **Diagnóstico** integral.
- **Evaluación** de oportunidades, recursos disponibles e impacto.
- **Plan de acción** por fases, **APROVECHANDO** las oportunidades de ayuda.
 - Puesta en marcha ágil.
- Sistema de **control**.

MUCHAS GRACIAS POR SU ATENCIÓN

javier@jsfestrategias.com

www.jsfestrategias.com

JSF 
ESTRATEGIAS
MARKETING, COMERCIALIZACIÓN Y COMERCIO EXTERIOR

JSF 

