

Siguen los ponentes según su impacto en mi futura carrera. En resumen de las charlas, lo que me parece clave para un director general son: 1- La importancia del lado “humano” (el equipo, los talentos, la humildad y la motivación); 2- los contactos/el network; 3- el agenda (planificar absolutamente todo ayuda); 4- los objetivos largo plazo.

Telefónica – Kim Faura

Tiene la suerte de no dormir... así que puede dedicarse a actuar (apagar fuegos, ect) Y a pensar (la estrategia). Además es multi-tasking, así que puede llevar a cabo las tareas más administrativas durante reuniones (que la mayoría son de poco interés). Tener cuidado con las noticias negativas que hacen más ruido (sea en la empresa o fuera). Hay que tener las técnicas, pero lo más importante es la visión del emprendedor y la experiencia del directivo. Es esencial preocuparse por la gente de tu equipo, de tu empresa; motivarlos, darles ganas de trabajar muy bien, pero a la vez, siempre exigirles mucho. Todo el mundo en la empresa debe añadir valor! Es importante no dejar los talentos aburrirse! Contribuye al éxito al largo plazo. Es esencial enfocarse al cliente (el rey) y a su gente, pero no hay que olvidarse de pasar tiempo y dedicar esfuerzo al consejo y los accionistas.

Empresa en crisis – Jaume Llopis

Se debe cortar los costes continuamente, todas las empresas tienen grasa => eliminarla! Es necesario pero no suficiente para el éxito, también hay que adaptar su estrategia y su modelo de negocio continuamente. No hacerse ilusiones, es la sede que lo decide todo! No se dirige mirando a los B/S o P&L (pasado – espejos del coche)... se dirige mirando al futuro (el parabrisa), aunque hay que mirar/analizar un poco lo que ha pasado también. No hay que mentirse a sí mismo, hay que admitir las cosas y actuar. Hay que centrarse y tener unos objetivos claros, no ir a por todo (Zapatero a tus zapatos). Cuando crisis, volverse dictador para disminuir al máximo el “time to market” (hoy en día es la agilidad que es clave, no el tamaño). Nunca perder de vista el cash, controlarlo... la tesorería es nuestra sobrevivencia! Todas las crisis acaban un día, y en cada crisis hay oportunidades... hay que cogerlas! Reestructuración (menor) – Reingeniería (mejor) – Reinención (diferente)

Mango – Nicolau Olivé

Es importante tener humildad y no priorizar a su propia carrera aunque esto no significa que el debate y el estrés no sean buenos. El viaja un 25% de su tiempo, para pisar las tiendas, solo así puedes entender el mercado y tomar buenas decisiones. El equipo es clave, hay que tomar tiempo para elegirlo, estructurarlo bien y rodearse de gente muy buena. La base de todo es la confianza que tienes en la gente capaz a quien puedes delegar. Puedes trabajar 12hrs y llegar a resultados muy diferentes hay que conocerse, esforzarse, exigirse, enfocarse, escaparse, controlarse, dirigirse y motivarse. El valora más la actitud y la voluntad que la aptitud. La cultura de la empresa no esta solo en los papeles, los training, ect es radical mostrar el ejemplo a tus empleados.

Fin Consum (La Caixa) – François Miqueu

Hay que adaptarse y ser humilde, es la clave. Subir en la jerarquía no es hacer más, pero hacer de manera diferente, es crucial entender esto. Hay que conocerse y saber lo que su cuerpo y su mente necesitan. Y en función de esto, establecer su ritmo, su agenda y su equipo (para compensar sus propias debilidades, no competir!). Es crítico para una empresa cuidar a la gente de talento y motivada. Identificarlos, satisfacerlos y darles objetivos y nuevos retos. Es así que el éxito al largo plazo puede ocurrir.

Sellbytel – Helena Guardans:

Agenda MUY bien organizada, todo debe estar planificado, no solo lo profesional, pero también lo personal. Ella planifica sus reuniones como su tiempo privado (marido – niños – social) así evite quedarse sin tiempo para los asuntos personales. Creo que es importante tener este equilibrio para no quemarse.

LVMH – Xavier Ybargüengoitia

Grande éxito a pesar de la crisis, no han bajado los precios. Enfoco al largo plazo: crear valor es más importante de que tener beneficio al corto plazo. Hay que adaptar el estilo de dirección a la situación de la empresa (crecimiento, take-off, turnaround) y de la economía (crisis: dictador para reaccionar rápido, ok: democracia para fomentar ideas). Los contactos con la gente son cruciales también, hay que motivar a tu equipo. Como se ha dicho antes, es crucial: el agenda militar, el respeto y la humildad, la adaptación.

Nestlé – Bernard Menieur

Carera muy internacional. Se adaptó muy bien a todos los países que fue, y esto fue la clave. Pasa la mayoría de su tiempo en la oficina en reuniones donde escuchar y alinear las personas es lo más importante. Como CEO, tiene que tener varios papeles a la vez (Manager, Advisor, Strategist, Coach, Amabassador, Custodian).

Preguntas hechas:

Telefónica – Que opina y que es la posición de Telefónica sobre la tendencia hacía una Responsabilidad Social Corporativa más alta?

Mango – 1. Nunca se han planteado tener diferentes marcas para los diferentes segmentos de mujeres (como Inditex)?

2. Que opina de la tendencia a cobrar un precio mayor para textiles de “Fair Trade”