

Competitividad y productividad, claves de la recuperación económica

ESIC celebra en Madrid, el próximo 23 de abril de 2015 la XII edición de Hoy es Marketing, el gran foro de las últimas tendencias del mundo empresarial, el Marketing, la Comunicación y la Economía Digital, que tendrá lugar en el Centro de Convenciones Norte de IFEMA. En el transcurso del encuentro, tendrá lugar una mesa redonda moderada por Rafael Ortega, decano de ESIC, en la que Ignacio Bayón, presidente de Realia, Eduardo Montes, presidente de Unesa, Paloma Beamonte, presidenta de Xerox España, Fernando Valdés, Ceo de Campofrío Food Group, Antonio Urcelay, Ceo mundial de Toys “R” US e Ignacio Izquierdo, Ceo de Aviva, debatirán sobre “Competitividad y productividad, claves del crecimiento económico”.

Ignacio Bayón, presidente de Realia, opina que “para alcanzar una competitividad razonable, al menos, hay que tener en su justo punto los costes, la maquinaria de ventas y la calidad de los productos. Cuestión previa, para poder alcanzar un nivel de excelencia en las tres cosas es un nivel de educación y de formación técnica de primera y una mayor participación del sector industrial en el PIB”.

Para Eduardo Montes, presidente de UNESA “la productividad y competitividad son las dos palancas sobre las que se asienta cualquier recuperación económica que aspire a durar en el tiempo. En un mundo interconectado y de mercados globalizados, una lleva a la otra y en esa dinámica podemos entrar en un círculo virtuoso que asegure la creación de empleo. Las empresas eléctricas viven esa dinámica internamente con éxito y, como sector, son un factor de seguridad en el suministro y calidad en el servicio a nuestra industria y a los consumidores.

Paloma Beamonte, presidenta de Xerox España, opina que “para ser competitivas y contribuir a la economía y crecimiento de un país, las empresas debemos poner el foco de todo lo que hacemos en nuestro capital humano; pero también tenemos de apostar por el talento externo, hacer más flexibles nuestras políticas de contratación para facilitar el acceso a ese nuevo talento y, por supuesto, invertir en formación y colaborar más con instituciones educativas para sus programas se adapten a nuestros requerimientos y necesidades”.

“Si bien es generalmente aceptado el impacto de la competitividad y productividad en el crecimiento económico, su uso se encuentra todavía muy restringido a la estructura de costes: conseguir costes ajustados y mantener precios competitivos. Pero una estrategia verdaderamente enfocada al incremento de la competitividad tiene que actuar en todas las líneas de la cuenta de resultados y en todas las funciones de una compañía, desde Marketing y Ventas hasta la gestión de Recursos Humanos” manifiesta Fernando Valdés, Ceo de Campofrío Food Group.

Para Antonio Urcelay, ceo mundial de Toys “R” Us “en un mundo cada vez más globalizado el

crecimiento no solo dependerá de nuestras habilidades, sino de cómo se miden estas con respecto a nuestra competencia. Los consumidores, tanto en el mercado doméstico como en los de exportación, cuentan con cada vez más capacidad de elección. Y, además, Internet les ha brindado posibilidades en cuanto a información que antes no tenían”.

Urcelay opina que “ya no solo competimos contra los que están establecidos en nuestro mercado, sino incluso contra aquellos que no estando presentes, ponen sus productos o servicios al alcance de los consumidores a través de Internet. Ello hace que nuestra competencia ya no sea local, sino global. Nuestra productividad, nuestra competitividad, ya no son ventajas, sino necesidades para la sobrevivencia y el crecimiento. Solo estimulando ambas seremos capaces de generar el crecimiento económico.”

En opinión de Ignacio Izquierdo, consejero delegado/ceo de Aviva Spain “la economía española lidera en estos momentos la senda de crecimiento en Europa con expectativas de crecimiento superiores al 2,5% del PIB. Las importantes mejoras de la productividad junto a la calidad y la innovación en buena parte de nuestros sectores de actividad están siendo una de las claves para todo ello”

Para Izquierdo, “España compete, como no lo hacía desde hace tiempo, de forma muy satisfactoria y en muy diversos sectores. Así lo demuestra el crecimiento de las exportaciones en los últimos años. El que nuestras empresas sigan demostrando altos niveles de productividad y competitividad es la mejor forma de asegurar un crecimiento sostenido de nuestra economía y la creación de empleo”.

Hablar de Marketing, es hablar de ESIC. Hoy es Marketing, el gran foro de las últimas tendencias del mundo empresarial y el marketing por excelencia, es el encuentro de referencia de los profesionales y directivos de las empresas más importantes de nuestro país y constituye una oportunidad única para conocer de primera mano cómo las empresas entienden y hacen el mejor Marketing de España a través de propuestas para abordar las claves para la generación de una demanda sostenible.

No te lo puedes perder

Fecha: 23 de abril de 2015, de 8.30 a 19.00 horas.

Lugar: Centro de Convenciones Norte de IFEMA. Madrid.

Cómo llegar: Línea 8 de Metro. Campo de las Naciones. Líneas 112 y 122 (EMT) y 828 Consorcio.

Más información

Datos de contacto:

Nota de prensa publicada en:

Categorías:

NotasdePrensa

<https://www.notasdeprensa.es>