

IFEDES, nuevas formas de avanzar

Ifedes Consultores: Sistema de
Objetivos, rentabilidad e implicación
del capital humano

pág. 4

DICOM: comunicación más
efectiva y rentable ante la presión
de costes

pág. 5

MASmedios: nuevos soportes
interactivos, innovación y
diferenciación al alcance
de las pymes

pág. 6

Soluciones Formativas:
cómo orientar la
formación para que
sea productiva

pág. 7



GRUPO IFEDES, NUEVA IMAGEN CORPORATIVA, NUEVAS FORMAS DE AVANZAR

En un mercado tan competitivo y cambiante como el actual, evolucionar es vital para las empresas. Por ello, tras el arranque funcional del nuevo grupo, IFEDES inicia una nueva etapa para la que ha generado nuevas “Formas de avanzar”, una filosofía que se ve reflejada también en su nueva imagen corporativa. Los cambios en Dirección y Estrategia son un ejemplo.

Vivimos en un entorno de cambios continuos. Esta realidad exige a las empresas que actúen, que se muevan, que mejoren, que rediseñen su modelo de negocio para adaptarse mejor a los retos y seguir siendo competitivas. Bajo este prisma y tras el primer trimestre de andadura conjunta, el nuevo Grupo IFEDES da un paso más hacia delante e inicia una época llena de renovaciones y cambios, tanto en la estructuración de sus servicios como en la apuesta por una nueva imagen.

Grupo IFEDES ha generado nuevas “Formas de avanzar” convirtiendo esta filosofía en su tarjeta de presentación. La diversidad de soluciones interconectadas y la alta especialización de los equipos han permitido crear nuevas líneas esenciales para progresar, líneas basadas en cuatro ejes vitales para la empresa: la estrategia, la comunicación, las nuevas tecnologías y el desarrollo formativo del capital humano.

IFEDES, profesionalidad y solidez de grupo

ESTRATEGIA PARA AVANZAR. La estrategia es clave en el mundo actual de las empresas. Nuestra firma, Ifedes Consultores, integra las cuestiones de personas con la estrategia de negocio, detectando los mecanismos adecuados para desarrollar una dirección eficaz que permita encontrar las respuestas correctas a cada situación de mercado.

COMUNICACIÓN PARA COMPETIR. La comunicación y la creatividad son herramientas esenciales para conseguir metas. En DICOM, como agencia especializada en diseño y comunicación, aportamos soluciones eficaces e innovadoras que potencian el valor de la marca y refuerzan el posicionamiento en el mercado y frente al público objetivo.

NUEVAS LÍNEAS PARA AVANZAR E INNOVAR

INTERACTIVIDAD PARA EVOLUCIONAR. Las nuevas tecnologías abren nuevas puertas para las empresas. En ese sentido, MASmedios le ayudará a adaptarse y sacar el máximo beneficio de ellas. Nuestra experiencia nos permite adentrarnos en cualquier proyecto de gestión de la información en sistemas de vías redes y desarrollar los elementos necesarios para proporcionar una fuente de diferenciación.

FORMAR PARA TRANSFORMAR. Otro camino para avanzar es potenciar el capital humano. En Soluciones Formativas, entendemos la formación de un modo integral, por eso ofrecemos una amplia gama de servicios, tanto de contenidos como de métodos utilizados. Analizamos sus necesidades formativas, diseñamos e implementamos planes de desarrollo profesional y formación, *coaching*, *in company* e individualizados.

Son nuevos enfoques por los que cada firma (Ifedes Consultores, DICOM, MASmedios y Soluciones Formativas) constituye, por sí misma, un camino para ayudar a nuestros clientes a superar cualquier reto y convertir sus empresas en negocios con resultados a corto, medio y largo plazo.

En la nueva etapa que inicia **IFEDES**, las maneras para avanzar no solo se han integrado en su forma de trabajar y en sus estructuras, sino que también se han proyectado en su **actual identidad corporativa**. Un nuevo *look* para adecuarse a los cambios y transmitirlos.

Una imagen renovada que muestra la identidad y la visión, que expresa la personalidad del grupo: profesionalidad, experiencia, solidez y serenidad. Valores que encierran nuestro compromiso con el cliente, nuestro empeño por analizar realidades, engendrar proyectos, implantar soluciones y observar éxitos.

Esta revista es un ejemplo. Como el resto de soportes, ***Dirección y Estrategia estrena imagen***. Ha cambiado su presentación y ha reestructurado sus contenidos a fin de mostrar la diversidad de enfoques y dar mayor cabida al análisis de temas de interés para el mundo empresarial en el actual contexto. Textos que incluirán casos de éxito, desarrollados por nuestros equipos conjuntamente con el cliente.



La nueva identidad también se ha trasladado al **nuevo logotipo** de **Grupo IFEDES**, visualización gráfica de la marca, así como la renovación del logotipo de dos de sus empresas: Soluciones Formativas e Ifedes Consultores. La adaptación para subrayar la personalidad de **IFEDES** alcanza a todos los soportes que refuerzan la marca y añaden valor a cada una de las empresas.

La imagen es un reflejo del nuevo **Grupo IFEDES**, una firma multidisciplinar con una alta especialización funcional y sectorial, que nos ha permitido abordar nuevas líneas clave para ayudar a las empresas a recorrer su camino.

IFEDES CONSULTORES

SISTEMA DE OBJETIVOS, CLAVE PARA DESPLEGAR METAS Y MEDIR RESULTADOS

Aunar rentabilidad económica e implicación del capital humano es uno de los principales retos para cualquier organización en los momentos actuales. La clave para lograrlo está en convertir un grupo de personas en un equipo. Pero, ¿cómo conseguirlo? Una de las herramientas más eficaces es implantar un sistema de objetivos, ya que permite alinear las metas estratégicas de la organización con la cooperación y el trabajo por objetivos comunes.



La implantación de un sistema de dirección por objetivos facilita la **coherencia** entre la **estrategia** y las **acciones** del día a día, sirve para planificar las tareas a corto plazo y permite medir resultados. Factores vitales para conseguir el éxito económico y profesional.

El Sistema de Objetivos conlleva muchos beneficios: incremento de la productividad y la rentabilidad; desarrollo de las competencias clave que aseguran el éxito; sustento de programas de incen-

tivo; reconocimiento del logro individual y grupal a partir de resultados; fomento del sentimiento de pertenencia a la cultura empresarial; y enfoque hacia la calidad y el compromiso con clientes. Además, si se hace correctamente, permite una medición continua de los resultados y no solo a final de año, facilitando así un **feedback**, que permite detectar las desviaciones y realizar las correcciones oportunas.

Para desarrollarlo, es preciso saber cuales son las metas. Algunas organizaciones disponen de una reflexión estratégica pero, en la mayoría de ocasiones, ésta ni es consensuada ni participativa con el equipo de dirección. Además, no suele estar ni formalizada ni actualizada. Por ello, la **dificultad** se encuentra en **trazar el camino**: Fijar dónde estamos, a dónde queremos llegar y cuáles son los puntos intermedios. De hecho, el aspecto más complejo pasa por desarrollar correctamente la Planificación de Acciones (metas anuales, fechas, compromisos, asignación presupuestaria, etc.) y evaluar el cumplimiento de los mismos a través de indicadores. Una actuación que usualmente necesita la visión y experiencia de profesionales externos.

Implantar esta herramienta puede suponer cambios en la forma de trabajo habitual, en la inercia de la empresa y de las personas que desarrollan su trabajo. Por ello, tan importante como establecer cada uno

de los objetivos y especificar los indicadores que demuestren que el cumplimiento de las tareas asignadas es correcto, es que los **objetivos** sean **interiorizados** por **todos** los **miembros** de la organización, desde la gerencia hasta los operarios, sin olvidar los mandos intermedios.

Para ello, se ha de tener en cuenta la motivación que genera para el evaluado, contar con la implicación y compromiso de los trabajadores, otorgarles la responsabilidad de llevar a cabo las tareas el día a día y valorar la relación del esfuerzo-recompensa. Todo ello, potenciado con una retribución personal que incluya un tramo variable ligado al cumplimiento de los objetivos. Un aspecto que para la empresa no debe suponer un mayor coste sino una mayor **inversión**, ya que siempre va ligado a la consecución de los objetivos fijados.

Desde **Ifedes Consultores**, desarrollamos esa mentalidad dentro de cada cliente y cada organización, paso fundamental para que la implantación del sistema de objetivos permita desplegar las metas y pase a formar parte de la cultura de la empresa.



DICOM

REORIENTAR LA COMUNICACIÓN HACIA ESTRATEGIAS EFICACES DE MENOR COSTE

—

Quien no comunica no existe. Por ello, y más en tiempos de crisis, recortar las partidas de comunicación y marketing es un grave error estratégico. La clave está en reorientar la actividad y aplicar estrategias below the line o de bajo coste, potenciando la creatividad mediante acciones de comunicación adaptadas a la coyuntura del mercado.

—

El mejor producto o servicio del mundo no se vende si la gente no lo conoce. Sin embargo, en tiempos de turbulencias como los actuales, la comunicación y el *marketing* son dos de las primeras partidas a las que buena parte de las empresas recurren a la hora de hacer recortes presupuestarios. ¿Acierto o error? Es obvio que, si los números rojos aumentan, hay que ajustar las cuentas lo máximo posible, pero también está demostrado que prescindir de la comunicación en tiempos de crisis es un error de estrategia que se puede pagar caro.

En muchas ocasiones, estos dos valores intangibles son vistos como un gasto en vez de como una inversión. Sin embargo, las compañías que tienen arraigada la cultura de marca saben bien que este puede ser el mejor momento para explotar la imagen y la comunicación empresarial, para buscar un posicionamiento diferencial.

La **clave** está en **reorientar** la comunicación para hacerla sostenible y rentable. Esto es fundamental, ya que igual de erróneo es eliminar o reducir drásticamente la inversión en *marketing* y comunicación en épocas de crisis, como seguir haciendo las mismas acciones que se han desarrollado durante los años en los que la actividad empresarial y económica ha estado en auge.

¿Cómo y hacia dónde debe ir la comunicación en estos momentos? La respuesta a esta pregunta debe basarse en dos herramientas: trabajar la **creatividad**, para definir un mensaje atractivo con unos ejes de comunicación adaptados a la coyuntura de mercado; y, sobre todo, aplicar **estrategias below the line** (acciones de comunicación no convencionales).

Hoy en día, realizar campañas de comunicación en soportes de prestigio y posicionamiento está al alcance de pocos presupuestos. Frente a las campañas en medios tradicionales (prensa, radio o televisión), la solución pasa por apostar por formas de **comunicación no masivas**, dirigidas a **segmentos específicos**, cuyo coste es menor y, por lo tanto, asumible por cualquier empresa, independientemente de su tamaño y sector de actividad. Estas estrategias permiten impulsar un producto o servicio mediante acciones con altas dosis de creatividad, sorpresa y sentido de la oportunidad, creando novedosos canales para comunicar mensajes publicitarios y corporativos, reduciendo de forma considerable la inversión necesaria para alcanzar los objetivos propuestos.

Se trata de inventar nuevas formas de decir las cosas, es decir, ser altamente ingenioso para llegar al mercado objetivo. Hay que **crear una relación personalizada** y directa con el **receptor del mensaje** y captarlo



con el fin de motivar la compra del producto o servicio que se está vendiendo, utilizando, para ello, soportes como catálogos corporativos, aplicaciones web, publicaciones *online*, mecenazgo, promociones, *mailing* o *marketing* directo, entre otros.

Tampoco hay que descuidar la **información corporativa**. En el actual ambiente de incertidumbre, desarrollar una comunicación positiva y bien dirigida sobre cualquier aspecto de la empresa, la marca o un nuevo proyecto multiplica su impacto en clientes, empleados o proveedores. Demuestra la solidez y solvencia de la compañía en un momento en el que muchos de sus competidores están seriamente afectados por la crisis. Desde **DICOM**, podemos ayudarle a mantener la Comunicación como lo que es, una herramienta estratégica, pero con unos costes ajustados a la realidad actual de los mercados.

—

MASmedios

NUEVOS SOPORTES MULTIMEDIA INTERACTIVOS: LA INNOVACIÓN COMO BASE CUALITATIVA DE LAS PYMES

Innovar bajo parámetros tecnológicos muy avanzados no es solo una posibilidad al alcance de las grandes empresas. MASmedios propone a sus clientes nuevos soportes publicitarios aplicados a productos tradicional e históricamente inmóviles, y a precios asequibles, lo que abre la puerta a las pymes.



Las empresas con un carácter innovador no pretenden únicamente vender su producto, buscan elementos que les aporten **valor añadido** y posicionamiento en el mercado. Una diferenciación cualitativa que puede lograrse mediante el uso de nuevos dispositivos multimedia interactivos, hoy al alcance de todas las empresas, también de las pymes.

Con una sólida experiencia en el desarrollo de narraciones comerciales interactivas, **MASmedios** utiliza técnicas *non stop* de *branding* para sus productos multimedia, ajustados a las necesidades de cada cliente. Un ejemplo sería la aplicación ideada para la inmobiliaria Grupo Esmeralda, situada en el Paseo Marítimo de Calpe. La instalación proyectada sobre la fachada del edificio, de cuatro por seis metros, lograba captar fácilmente la atención del público, informando no solo de las ofertas y productos, sino dotando a la inmobiliaria de una imagen moderna dentro de un selecto y multicultural *target* de usuario/cliente.

En esta línea de desarrollos en espacios abiertos, se encuadra también la **dotación de "inteligencia"** a soportes tradicionales, ofreciendo la posibilidad de que los usuarios se descarguen información vía USB, Bluetooth (Wi-Fi) en, por ejemplo, marquesinas de autobuses-metro, escapap-

rates, etc., o *infopoints* táctiles con información en tiempo real.

Dentro de este último tipo de productos, podemos destacar también el desarrollo de los **simuladores de ambientes**, realizado por **MASmedios** para Rocersa, que se implantó en una pantalla de gran formato durante la feria internacional **Cevisama**. El usuario podía seleccionar elementos del amplio catálogo de cerámica y crear su propia estancia. Todo un juego de gran éxito en el certamen al servicio de un producto y su marca.

En la actualidad **MASmedios** está desarrollando **infopoints sonoros**, idea innovadora acogida de manera muy positiva en museos e instituciones culturales. Estos puntos de información permiten que, mediante focos puntuales de sonido y técnicas inmersivas, el usuario reciba la información de una manera atractiva y lúdica sin molestar al resto de usuarios. También



se trabaja con interfaces transparentes basados en técnicas de *tracking video* o reconocimiento de imagen de usuario, donde el movimiento del usuario captado por una cámara hace el papel de puntero de ratón, creando una **experiencia lúdica e irrepetible** con el producto.

Otra de las líneas de trabajo de nuestra empresa se centra en el desarrollo de **canales multimedia** (televisiones a la carta, IPTV...) para **pymes**. Estas "televisiones" se pueden nutrir de información *online*, como noticias, *spots*, información meteorológica o bursátil, y combinarse con datos de la propia empresa. El objetivo es ofrecer una herramienta de gran valor añadido para centros comerciales y compañías del sector hostelero que quieran distinguirse de su competencia.

Estos soportes cuentan, además, con la ventaja de ser fácilmente actualizables y modificables, con lo que su media de vida es bastante más elevada que la de los soportes tradicionales.

Para garantizar el éxito del desarrollo, **MASmedios** no aporta a su gama de productos únicamente la resolución técnica de estos dispositivos, sino también la **consultoría tecnológica y contextual** de los mismos, como modelo de producto innovador y contemporáneo al mismo tiempo.

SOLUCIONES FORMATIVAS

FORMACIÓN "LLAVE EN MANO", UNA INVERSIÓN CON ALTA RENTABILIDAD

¿La formación de los trabajadores es una inversión o un gasto? Sin duda, la formación es una de las mejores inversiones, siempre que cumpla un aspecto clave: que esté realmente orientada a optimizar los beneficios. El outsourcing constituye una buena fórmula para garantizar la máxima eficacia y asegurar la rentabilidad.

Es habitual que los responsables de un área de negocio o de una empresa se planteen a menudo la necesidad de formar a sus empleados. Pero también es usual que llegada la hora de implementar esta acción surja la duda: ¿estoy realizando realmente una inversión o simplemente asumiendo un **coste** en **dinero** y en **tiempo**?

La formación debería ser una inversión en todos los casos. La clave no está en hacer mucha formación, sino la adecuada y, para ello, es imprescindible que esté **orientada a los beneficios**.

Las subvenciones y bonificaciones han potenciado la formación continua en todas las empresas, independientemente de su tamaño. Pero, a veces, esta "gratuidad" aparente empaña el objetivo real que deben tener estas acciones: formar y desarrollar el capital humano en beneficio de la capacidad de las personas y de los resultados para las empresas. De hecho, las acciones formativas puntuales y aleatorias derivan, a menudo, en una escasa rentabilidad de las mismas.

Para que la **formación** esté dirigida a mejorar los beneficios debe asumirse como un valor añadido e **integral**, es decir, adecuar el plan de formación al plan estratégico porque, hoy más que nunca, constituye una herramienta de gestión estratégica,

tanto interna como externa. Así pues, hay que realizar el pertinente diagnóstico de las necesidades de la empresa o departamento, valorando cuáles son los factores de éxito clave en los resultados y qué capacidades son las que se convierten en las palancas de este éxito. Dicho diagnóstico partirá de la situación en la que se encuentre la empresa, el mercado al que se dirija, el entorno en el que se mueve y la situación de su competencia.

Si no se cuenta con los recursos humanos suficientes, esbozar un Plan de Formación adecuado puede requerir el apoyo de una consultoría de formación. Pero, para delegar en un **partner externo**, es vital asegurarse de que cuenta con experiencia, profesionalidad y, sobre todo, capacidad de ir más allá de la mera impartición de un curso.

Soluciones Formativas puede ofrecer a sus clientes una colaboración escalable. Podemos participar desde la fase de análisis hasta la propia implementación, pasando por el diagnóstico estratégico y la búsqueda y gestión integral de las subvenciones y bonificaciones aplicables a cada empresa.

El **outsourcing** en esta área redundará sobre todo, en beneficio de la pyme, aunque cada vez son más las medianas y grandes

empresas que recurren a este servicio para la elaboración e implementación de sus planes anuales de formación, ya que la subcontratación integral del proyecto "llave en mano" proporciona los servicios de consultoría especializada con una implicación total con la empresa y a través de un coste variable que, además, en muchos casos puede ser absorbido por la obtención de ayudas y subvenciones.

Este tipo de acuerdo garantiza la **máxima eficacia** de nuestras acciones de formación, dado que, desde el primer momento, el plan de acción estará diseñado desde la perspectiva de los beneficios. Entonces, sí que podremos garantizarnos que **cada euro y cada minuto sea una inversión y no un gasto**.



SEMINARIO

Estrategia 2010-2012
Cambio de Paradigma
Como construir
organizaciones
competitivas y
adaptadas a la nueva
realidad.

Valencia, 27 de mayo

MAYO/09

Mirando al futuro: Seminario "Plan Estratégico 2010-2012. Cambio de paradigma"

Es hora de pensar en el futuro. Ya nos hemos tenido que ajustar en estructuras y costes, y llega el momento de mirar más allá. Hay que desarrollar nuevos modelos de negocio y construir futuro porque es donde vamos a pasar el resto de nuestra vida.

Grupo Ifedes realizará, junto a la Asociación para el Progreso de la Dirección (APD), un seminario bajo el título "Plan Estratégico 2010-2012. Cambio de paradigma". En él, se abordarán las metodologías clave para gestionar los nuevos modelos.

La jornada, que tendrá lugar el miércoles 27 de mayo, será impartida por el socio director de Grupo IFEDES, Tomás Guillén, y por el equipo de Ifedes Consultores.

MAYO/09

Día de la Persona Emprendedora



Nuestro socio director Tomás Guillén participará en una de las jornadas del Día de la Persona Emprendedora de la Comunitat Valenciana, que tendrá lugar el próximo 7 de mayo. La conferencia tratará uno de los principales dilemas para cualquier em-

SEPT/09

Deportistas de élite de Makeateam abordarán la dirección de personas en Valencia de la mano de Soluciones

El próximo mes de septiembre, Soluciones Formativas realizará un seminario en el que deportistas de élite de la empresa Makeateam abordarán el liderazgo y la dirección de personas. El acto tendrá lugar con motivo de la presentación oficial de Soluciones Formativas como delegado en la Comunidad Valenciana de Adalid Inmark, firma que al igual que Makeateam pertenece al Grupo Inmark.

La conferencia sobre la optimización de las personas como sujetos del desarrollo empresarial será impartida por un miembro de Makeateam, que cuenta con figuras como Jorge Valdano, Juan Antonio Corbalán, Juanma López Iturriaga o Andoni Zubizarreta.

prendedor: cómo convertir su idea en un buen negocio y salvar los obstáculos de la puesta en marcha. Durante la jornada, Tomás Guillén también asesorará en la zona del Box del Emprendedor sobre estrategia y enfoque de mercado.

SUBVENCIONES



SUBPROGRAMA AVANZA I+D

Hasta el próximo 22 de mayo, las empresas pueden beneficiarse del subprograma AVANZA I+D, promovido por el Gobierno. Éste articula un conjunto de ayudas públi-

cas, destinadas a estimular la realización de proyectos y actuaciones de I+D+i con dos prioridades temáticas principales: desarrollo e implantación de la internet del futuro; y contenidos digitales, en beneficio de las empresas, en particular las pyme. El objetivo es promover un tejido empresarial altamente competitivo.

GRUPO
IFEDES

SERVICIOS AVANZADOS DE GESTIÓN

