



# PROGRAMA DE REESTRUCTURACIÓN EMPRESARIAL 2020

## OBJETIVOS

La crisis sanitaria y socioeconómica provocada por el COVID-19 está teniendo un gran impacto sobre los diferentes sectores económicos, afectando negativamente tanto al bienestar ciudadano, como a la actividad productiva.

Este programa quiere ser un vehículo para ayudar y dar impulso a las empresas valencianas poniendo a su disposición conocimientos, técnicas y herramientas clave para acometer un proceso de reestructuración e implementar los cambios necesarios en su modelo de negocio con el fin de lograr su adaptación a las nuevas necesidades operativas que se presentan.

## RELACIÓN DE CONTENIDOS

### 1. DIAGNÓSTICO DE SITUACIÓN Y REFUERZO DE LA POSICIÓN COMPETITIVA DE LA EMPRESA

- 1.1. QUÉ HA CAMBIADO EN EL MERCADO: ANÁLISIS DE TENDENCIAS DE MERCADO Y CAMBIOS EN LOS HÁBITOS DE CONSUMO
- 1.2. RETOS Y OPORTUNIDADES QUE DERIVAN DE LA NUEVA SITUACIÓN DEL MERCADO
- 1.3. REDEFINIR LA EMPRESA

### 2. DEFINE LA ESTRATEGIA Y ELABORA UN PLAN

- 2.1. HACIA DÓNDE ENFOCAR LA EMPRESA. DETERMINACIÓN DE LA MISIÓN, LA VISIÓN, LA CULTURA CORPORATIVA Y LOS VALORES DE LA EMPRESA.
- 2.2. LA IMPORTANCIA DE DEFINIR UNA ESTRATEGIA EN MERCADOS COMPETITIVOS Y EN TIEMPOS DE INCERTIDUMBRE
- 2.3. LA ESTRATEGIA DEL OCÉANO AZUL. ENCONTRAR UN MERCADO EN EL QUE LA COMPETENCIA SEA IRRELEVANTE A TRAVÉS DE LA INNOVACIÓN
- 2.4. CRECER SIN INCREMENTAR LA ESTRUCTURA. ESTRATEGIA DE COOPERACIÓN EMPRESARIAL
- 2.5. BUSCAR NUEVOS MERCADOS DE OPORTUNIDAD. ESTRATEGIA DE INTERNACIONALIZACIÓN
- 2.6. DECIDIR LA ESTRATEGIA DE LA EMPRESA
- 2.7. PASAR DE LA ESTRATEGIA A LA ACCIÓN. TRAZAR EL PLAN ESTRATÉGICO
- 2.8. EL MARCO ESTRATÉGICO REGIONAL RIS 3 EN LA COMUNIDAD VALENCIANA.

### 3. SISTEMAS DE ORGANIZACIÓN PARA LA PUESTA EN MARCHA DEL PLAN ESTRATÉGICO. LIDERAZGO Y GESTIÓN DE EQUIPOS

- 3.1. LA IMPORTANCIA DEL LÍDER EN MOMENTOS DE INCERTIDUMBRE PARA EL CORRECTO ALINEAMIENTO DE LAS PERSONAS EN LA EMPRESA Y ALCANZAR LOS OBJETIVOS
- 3.2. GESTIÓN DE LAS PERSONAS DEL EQUIPO
- 3.3. MEJORA DE LAS COMPETENCIAS DEL EQUIPO PARA ADAPTARTE A LAS NUEVAS EXIGENCIAS DEL ENTORNO Y AL NUEVO PLAN ESTRATÉGICO
- 3.4. TÉCNICAS PARA LA GESTIÓN EFICIENTE DE LOS PROYECTOS Y PROCESOS DE LA EMPRESA: EL SCRUM APLICADO A LA GESTIÓN DE PROCESOS DE LA PYME
- 3.5. ORGANIZAR LAS TAREAS DE GESTIÓN A TRAVÉS DEL KANBAN

#### **4. LA SOSTENIBILIDAD APLICADA A LA ESTRATEGIA EMPRESARIAL**

- 4.1. LA EMPRESA RESPONSABLE Y SOSTENIBLE: CONCEPTOS CLAVE
- 4.2. LA ESTRATEGIA EMPRESARIAL PARA EL DESARROLLO SOSTENIBLE. CÓMO INTEGRAR ACTUACIONES DE SOSTENIBILIDAD EN EL MODELO DE NEGOCIO DE LAS EMPRESAS, SEAN GRANDES, PEQUEÑAS O INDIVIDUALES
- 4.3. LA MEMORIA DE SOSTENIBILIDAD
- 4.4. OBJETIVOS DESARROLLO SOSTENIBLE (ODS)
- 4.5. NUEVAS ACTUACIONES Y PROTOCOLOS A APLICAR ANTE LA SITUACIÓN DE CRISIS SANITARIA OCASIONADAS POR EL COVID-19

#### **5. ÁREA DE FINANZAS Y GESTIÓN**

- 5.1. LA PREVISIÓN DE TESORERÍA. SU IMPORTANCIA COMO INSTRUMENTO DE GESTIÓN EN ÉPOCAS DE INCERTIDUMBRE
- 5.2. ANÁLISIS DE LA SITUACIÓN PATRIMONIAL A TRAVÉS DEL BALANCE
- 5.3. LA CUENTA DE RESULTADOS.
- 5.4. EL UMBRAL DE LA RENTABILIDAD
- 5.5 FORMAS JURÍDICAS DE LA EMPRESA
- 5.6 REPERCUSIONES FISCALES DE CADA FORMA JURÍDICA.

#### **6. ÁREA DE TRANSFORMACION DIGITAL**

- 6.1. TRANSFORMACION DIGITAL
- 6.2. FASES DE LA TRANSFORMACIÓN DIGITAL EN LA EMPRESA
- 6.3. DESARROLLAR LA CAPACIDAD DIGITAL DE LA EMPRESA PARA HACER NEGOCIO EN EL NUEVO ESCENARIO: INTERNET, REDES SOCIALES, TICS, ENTORNO DIGITAL, IOT, MACHINE LEARNING...

#### **7. ÁREA DE MARKETING Y ENTORNO DIGITAL DE LA EMPRESA**

- 7.1. ESTRATEGIA DE POSICIONAMIENTO.
- 7.2. REDEFINIR LAS ACCIONES DEL MIX DE MARKETING ALINEADAS CON LA ESTRATEGIA DE LA EMPRESA.
- 7.3. HERRAMIENTAS DE MARKETING DIGITAL
- 7.4. MARKETING DE CONTENIDOS
- 7.5. MARKETING AUTOMATION
- 7.6. ECOMMERCE
- 7.7. ANALÍTICA DIGITAL
- 7.8. LOGÍSTICA Y PACKAGING
- 7.9. COMMUNITY MANAGER
- 7.10. ATENCIÓN AL CLIENTE ONLINE
- 7.11. TENDENCIAS DE MARKETING DIGITAL