

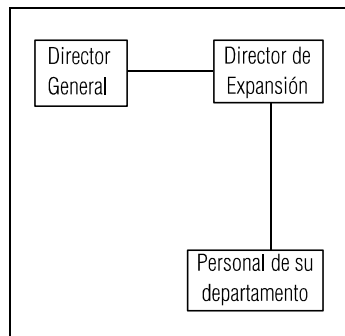
Director de Expansión

DESCRIPCIÓN DEL PUESTO

■ MISIÓN

- Coordinar y dirigir la expansión de nuevas áreas de negocio bajo los criterios de rentabilidad, solidez y amplitud territorial con objeto de asegurar la competitividad y supervivencia de la empresa.

■ AUTORIDAD - SUBORDINACIÓN



■ RESPONSABILIDADES

- Definir las estrategias y políticas de expansión de la compañía.
- Planificar a nivel global los criterios y zonas de expansión de la empresa.
- Buscar oportunidades de negocio en áreas geográficas o segmentos de mercado diferentes a los ya existentes.
- Evaluación, selección y estudio de las formas de acceso a nuevos mercados.
- Valoración de las alternativas estratégicas (innovación/riesgo) de los nuevos negocios.
- Colaboración con Dirección General en la elaboración del plan estratégico y táctico de inversiones en nuevos proyectos empresariales.
- Colaborar con el Director Financiero en la búsqueda de la financiación necesaria para la puesta en marcha de los proyectos.
- Elaboración del presupuesto y el plan operativo anual relativo a la expansión o desarrollo del negocio.
- Adecuar las actuaciones de la empresa a la normativa y directivas internacionales relativas al régimen fiscal de las fusiones y sociedades matrices y filiales.
- Captación de nuevos socios y negociación de acuerdos.
- Asesoramiento a Dirección General en la creación y gestión de alianzas y en la definición de objetivos comunes.
- Representación de la compañía en su ámbito de actuación ante organismos, administraciones públicas y otros estamentos privados a nivel nacional e internacional.

■ FUNCIONES

- Análisis y diseño de nuevos negocios y evaluación (y en su caso, modificación) de los ya existentes.
- Realizar estudios de mercado, generales y sectoriales, que permitan observar la evolución de los productos y servicios propios y de la competencia permitiendo la toma de decisiones.
- Coordinar las estrategias y políticas de operaciones para cada producto y/o servicio nuevo: tecnología de diseño, proceso de fabricación, canal de distribución y estrategias de promoción.
- Proponer los cambios necesarios para la adaptación de los nuevos productos y servicios a los diferentes mercados nacionales o internacionales.
- Apoyo técnico a los socios o asociados en la resolución de incidencias y problemas que puedan surgir.
- Ajustar la forma en que se van a relacionar entre sí las empresas socias o asociadas, así como con el personal ejecutivo y de apoyo interno.
- Búsqueda de partners o socios y fuentes de financiación.

■ RELACIONES

<p>Internas</p> <ul style="list-style-type: none"> - Director General. - Directores de otras áreas funcionales. - Personal de su departamento. 	<p>Externas</p> <ul style="list-style-type: none"> - Inversores. - Promotores. - Empresas del sector o asociadas. - Asesores y auditores externos. 	<ul style="list-style-type: none"> - Organismos e instituciones (ámbito internacional, nacional y autonómico). - Asociaciones empresariales. - Entidades financieras.
--	---	--

ESPECIFICACIONES

■ FORMACIÓN NECESARIA Y CONOCIMIENTOS ESPECÍFICOS

- Titulado superior.
- Sólida formación en dirección estratégica y herramientas sofisticadas de marketing.
- Perfecta comprensión de los objetivos de la empresa y una objetiva apreciación de sus capacidades y competencias.
- Profundo conocimiento del mercado nacional e internacional.
- Conocimiento de las medidas de apoyo a la expansión nacional e internacional.
- Conocimiento de la legislación nacional e internacional.
- Dominio de Inglés, valorable conocimiento de otros idiomas.

■ CUALIDADES

- Mentalidad estratégica y proactiva.
- Intuición.
- Capacidad creativa e innovadora.
- Apertura al cambio y capacidad de asunción de riesgos.
- Mente analítica.
- Gran capacidad de comunicación y negociación.
- Sentido comercial, visión de negocio y rigor competitivo.
- Ética profesional.
- Movilidad.

■ EXPERIENCIA PREVIA

- Imprescindible experiencia previa en apertura y negociación de nuevos negocios y mercados, así como en formulación e implementación de planes en la empresa.
- También la experiencia puede haber sido en el área de marketing estratégico.

■ POSIBILIDADES DE PROMOCIÓN

- Director General.
- Director de Marketing.
- Director Comercial.

El Director de Expansión o Director de Desarrollo Estratégico, es coordinador del crecimiento de la empresa y responsable de marcar claramente bajo que forma/s va a plasmarse la expansión de la empresa, asegurando que su puesta en práctica se haga bajo criterios de viabilidad y rentabilidad. Para ello, busca sistemáticamente nuevas oportunidades en los diferentes ámbitos de negocio: territorialidad, nuevos productos, nuevas instalaciones, alianzas...

El Director de Expansión es hoy una figura imprescindible en negocios tales como el de los servicios, la distribución, inmobiliarias, restauración o telecomunicaciones y en cada sector puede variar ligeramente el perfil requerido o incluir actividades o funciones propias del negocio.

En el mundo actual, las posibilidades son infinitas en cuanto a la expansión de un negocio, como por ejemplo, crear una red de franquicias (master franquicia: emprendedor que abre el establecimiento piloto y luego se encarga de vender el concepto a los afiliados finales dentro de su territorio de exclusividad; o área developer: único franquiciado en un ámbito de actuación concreto) o como los programas de afiliación basados en el efecto red (las grandes empresas de Internet ofrecen a las pequeñas la posibilidad de colocar un banner, link o botón que genere tráfico a las primeras y a cambio, éstas ofrecen comisiones), o como las alianzas estratégicas de los bancos, cajas, entidades financieras y otro tipo de empresas, o como la búsqueda de socios tecnológicos y así un largo etcétera.

Y para terminar, el Director de Expansión debe tener claro este consejo de Eric Almquist y Gordon Wyner, vicepresidentes de Mercer Management Consulting en Boston, "la realidad del capitalismo emprendedor es que si una empresa no desarrolla el nuevo diseño empresarial que sirve para aprovechar la ventaja de una zona de beneficios emergente, será otra empresa la que aproveche esta oportunidad".