

PREMIOS KNOW SQUARE 2011

CONSEJO EDITORIAL

TENDENCIAS EN CONFERENCIAS

“DE LA ASUNCIÓN A LA ACCIÓN”

INFORME NACIONAL KNOW SQUARE 2011

RESUMEN EJECUTIVO

knowsquare.

Privado y Confidencial

Prohibida su Distribución sin Autorización Expresa de Know
Square S.L.

Introducción

El objetivo del Informe Nacional de Tendencias en Conferencias elaborado por Know Square es conocer y comparar las temáticas más demandadas en España durante el año 2011, en comparación con las del año pasado. Los asuntos tratados en conferencias permiten pulsar la preocupación e intereses de los directivos y profesionales, tanto de las entidades organizadoras de actos como de los asistentes.

La intención de Know Square es repetir anualmente este análisis, para observar la evolución de tendencias.

Resultados

2011

ORDEN	TAGS	FRECUENCIA	VARIACIÓN SOBRE 2010
1	Crisis	31,82%	BAJA
2	Emprendedores	15,91%	SUBE
3	Sistema financiero	13,64%	SUBE
4	Sociedad	13,46%	BAJA
5	Economía internacional	11,64%	SUBE
6	Innovación	11,36%	BAJA
7	Cliente	9,91%	SUBE
8	Equipo	9,09%	SUBE
9	Tecnología	9,00%	SUBE
10	Acción	6,82%	SUBE

2010

ORDEN	TAGS	FRECUENCIA
1	Crisis	39,53%
2	Innovación	13,99%
3	liderazgo	13,96%
4	optimismo	13,99%
5	Sociedad	13,95%
6	Cliente	9,39%
7	confianza	9,32%
8	Deuda soberana	9,33%
9	Capitalismo	7,04%
10	crecimiento económico	6,98%

Conclusiones

- 1) Por segundo año consecutivo las conferencias relacionadas con la crisis se sitúan en primer lugar aunque con menos vigor (31,82% frente al 39,52% de 2010).
- 2) En 2011 seguimos tratando de entender la crisis: la economía como temática principal está presente en 3 de las 10 temáticas más trabajadas, y en 3 de las 5 temáticas más tratadas.
- 3) Con una importante novedad: se percibe la crisis como un fenómeno global, y no sólo nacional, de ahí que la temática “crecimiento económico” no esté presente, sustituida por “sistema financiero” y “economía internacional”. La crisis ya no es sólo española, sino europea.
- 4) Durante 2010 abundaron las temáticas de actitud ante la crisis (“optimismo” – 14% en 2010 y “confianza” – 9% en 2010). En 2011 se ha terminado el tiempo del análisis y se dan por asumidos el optimismo y la confianza. Ahora es momento de actuar.
- 5) ¿Y cómo actuar? El listado de temáticas más tratadas en 2011 nos da unas pistas en cuanto a propuestas de acción:
 - a. Emprendedores (16% en 2011, frente al 5% en 2010)
 - b. Innovación (11% en 2011 frente al 14% en 2010 – baja)
 - c. Cliente (9% en 2011, frente al 11% en 2010 – baja también)
 - d. Equipo (9% en 2011, frente al 2% en 2010)
 - e. Tecnología (9% en 2011, frente al 7% en 2010)
- 6) El liderazgo da paso a los equipos (liderazgo - 13% en 2010 al 6,8% en 2011 versus equipos 2,3% en 2010 y 9,09% en 2011).
- 7) No coge impulso una temática que debería ser fundamental en el transcurso de los próximos años: la internacionalización (sólo el 2,27% de las conferencias tratadas).
- 8) Las empresas ya han hecho el ajuste; en 2011, con recursos limitados y sin acceso a financiación invierten en intangibles (clientes, equipos, innovación interna que no implique inversión). Falta impulsar la salida al exterior. Sin crisis, no tenía sentido exportar porque el mercado nacional era fuerte, y con crisis, cuesta salir al exterior.
- 9) El debate sobre la refundación del capitalismo ha expirado. Si en 2010 la temática “Capitalismo” seguía apareciendo en los temas más solicitados, este año ni aparece.
- 10) La temática “sociedad”, entendida como charlas que tratan de explicar cómo hemos llegado hasta aquí, se mantiene en el top 10 de temáticas más demandadas. Generalmente, esta temática se irá abandonando a medida que se abandone la crisis, puesto que en épocas de crecimiento y prosperidad no ponemos en cuestión el funcionamiento de nuestra sociedad.
- 11) Del mismo modo se puede apreciar el poco vigor que tiene la temática “felicidad” (en 2011, tratado en el 4,55% de las conferencias). En años de bonanza era un tema estrella, hoy pierde relevancia. En 2006 era una temática principal: en tiempos de prosperidad y crecimiento la gente se pregunta por qué a nivel individual no le ven sentido a la vida: si todo lo material crece y prospera, ¿cómo pueden ellos prosperar también? En 2011 lo fundamental es sobrevivir y luego crecer: la felicidad queda en un segundo término.

- 12) Las soluciones específicas de política económica no han tenido peso en 2011. Cuestiones como el modelo energético, la reforma laboral, etc. ganarán peso en 2012 con el cambio de gobierno.
- 13) La ética, antes presente en un 7% de las conferencias, hoy no alcanza el 2,5% de las conferencias.
- 14) Temáticas como discapacidad, diseño, empresa familiar y estrategia siguen de “capa caída”.

Perspectivas 2012

Desde Know Square esperamos:

- 1) Mantenimiento en los primeros puestos de “crisis” como temática específica y la economía como temática general.
- 2) Vuelta al interés por España: aumento de asuntos de política nacional como el modelo energético, la reforma laboral y el rol en Europa. Con el cambio de Gobierno, las organizaciones querrán abundar en propuestas concretas para los problemas nacionales de España.
- 3) Los emprendedores como temática se consolidarán como temática principal, dentro del top 10.
- 4) “Innovación” y “cliente” seguirán en los primeros puestos
- 5) Aumento de las conferencias relacionadas con la exportación e internacionalización, así como las relacionadas con la explotación económica de las redes sociales.

Nota Metodológica

Know Square participa como asistente en conferencias, actos, encuentros y talleres abiertos. Lo mejor de cada acto se condensa en un resumen que se publica en la página web y que es sólo accesible para los directivos y profesionales que forman parte de la red.

A través de nuestros 81 colaboradores, son cientos de documentos los que anualmente, provenientes de todas partes de España y multitud de foros, se concentran en esta plaza de conocimiento.

Los resultados no se han obtenido mediante análisis estadístico o científico, sino exclusivamente mediante agregación de resúmenes aportados por los colaboradores.