Emprendedores

Nº 273 Junio 2020-3€
(Canarias: 3,15€. Andorra y Portugal: 3€)

emprendedores.es



Juan Roig

"SI QUIERES INNOVAR, ATRÉVETE A IR A CONTRACORRIENTE"

EL CREADOR DE MERCADONA EXPLICA EL GRAN IMPULSO QUE HA DADO A LANZADERA, SU ACELERADORA DE STARTUPS

+ ESPECIAL FORMACIÓN

EL MANUAL DEFINITIVO PARA LANZARTE

EDICIÓN REVISADA Y AUMENTADA



ÚTIL, PRÁCTICO, COMPLETO.
EL ÚNICO EN EL QUE ENCONTRARÁS TODO LO NECESARIO PARA EMPRENDER

Consíguelo ahora en Emprendedores.es

*Envío por paquetería urgente incluido.

SOLO POR 24´95(*) EUROS



38



48

Emprendedores

Junio 2020

6 NOVAS /

Noticias y consejos prácticos para emprendedores.

16 EN PORTADA /

Juan Roig, fundador de Mercadona, da un nuevo impulso a Lanzadera, su proyecto personal para ayudar a los emprendedores. Conoce todas sus iniciativas para hacerlo.

20 PERSONAS Y NEGOCIOS /

20 **Román Suárez**, CEO de Olevending, fue pionero en la venta de snack a trevés de vending. Hoy fabrica máquinas expenededoras para cualquier producto.

22 **Aleix Barandiaran,** CEO y fundador de Alacarte, comercializa máquinas para desalcoholizar botellas de vino en pocos minutos. Una innovación que va a dar mucho que hablar.

24 **Jordi Bartomeu,** CEO y presidente de Euroleague Basketball, empresa promotora de la Euroliga de Baloncesto que cumple 20 años profesionalizando este deporte.

30 CONSEJO ASESOR /

Seis destacos emprendedores nos dan sus mejores consejos para crear un canal de ventas

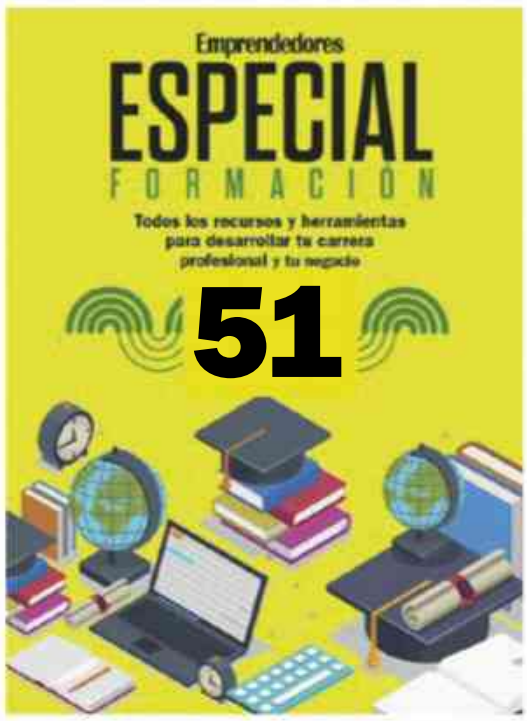
38 GESTIÓN /

38 **Las mejores apps para emprender.** Hemos consultado con distintos emprendedores cuáles son las aplicaciones (web y móviles) que más utilizan en su día a día. Te contamos cuáles son.

48 **Errores de pensamiento que impiden acertar en tus decisiones.** Exceso de confianza, etiquetación, el sesgo del coste hundido, la falacia del control total... Son vicios del pensamiento demasiado habituales y que nos llevan a decidir de forma peligrosamente incorrecta.

51 ESPECIAL FORMACIÓN /

¿Cuáles son las principales tendencias formativas en el mundo del emprendimiento? ¿Cómo elegir el master o postgrado que mejor se ajusten a tus necesidades como emprendedor? Estas y otras cuestiones son abordadas a fondo en este especial.



76 OPORTUNIDADES /

Startups que reinventan el sector de la construcción. Además, selección de las ideas más rompedoras y sorprendentes del mes.

87 LIBROS /

Lecturas recomendadas para el emprendedor. Todos los finalistas del Premio Know Square al Mejor Libro de Empresa de 2019.

89 LO MÁS LEÍDO EN EMPRENDEDORES.ES /

Oportunidades para emprender en la desescalada, ideas basadas en necesidades (muy reales), el tercer unicornio español... ¡y mucho más!

[Editorial]

Es el momento de los grandes referentes

El mundo ha dado un enorme vuelco. Afrontamos ahora la que, seguramente, será la etapa más complicada que nos tocará experimentar en nuestras vidas. Por supuesto, en primer lugar, por el impacto en la vida y en la salud de tantísimas familias. También de manera instantánea por el impacto en la economía, el empleo y las empresas.

El refranero nos da la respuesta basada en el sentido común con el "A grandes males, grandes remedios". Cierto es que no es nada fácil, por eso es el momento en el que el liderazgo cobra más relevancia que nunca. En este contexto, nuestra misión más relevante es buscar líderes y transmitir sus mensajes.

En este número puedes leer las ideas, proyectos y reflexiones de **Juan Roig**, el fundador de Mercadona, uno de los emprendedores más admirados de España y que ha decidido impulsar de un modo más que notable Lanzadera, su gran proyecto para fomentar el emprendimiento.

Roig remarca el valor de las personas en el éxito empresarial, más incluso que la idea. No podemos estar más de acuerdo con este enfoque.

Tememos que las circunstancia obliguen a muchas personas a plantearse trabajar por cuenta propia o emprender una nueva empresa por pura necesidad. Volvemos a invitar desde estas líneas a plantearse ese paso desde la más serena reflexión. Emprender es muy estimulante, y al mismo tiempo es duro y complejo. Es fácil que pronto haya muchos mensajes animándonos alegremente a lanzarnos. La prudencia al escucharlos será también una virtud.

Dicho esto, por supuesto que la creación de nuevas empresas y el apoyo a las existentes es la única vía posible de salir de la crisis. El trabajo a partir de ahora va a ser identificar, formar y apoyar a las personas que de verdad puedan generar riqueza. Al mismo tiempo, ayudar a limitar en lo posible el riesgo para quienes emprendan de un modo más forzado.

Juan Roig marca un camino a seguir: dar recursos (materiales y de conocimiento) a quienes de verdad pueden generar riqueza

Se van a abrir nuevas oportunidades donde los emprendedores españoles seguro van a volver a demostrar su altísimo nivel. Ya lo dice Roig, nuestro protagonista de portada: "los emprendedores se arriesgan, son capaces de cambiar el mundo con sus iniciativas. La empresa debe resolver una necesidad o un problema existente de una manera diferente". Debe además, nos animamos a añadir, ser sostenible. Tanto en el impacto en el entorno como en su propio funcionamiento. La financiación continuará siendo uno de los temas de moda en las conversaciones. Conviene que también lo sean las finanzas internas, el funcionamiento financiero (que suena parecido, pero que es bien distinto).

Las situaciones difíciles potencian la solidaridad. Los emprendedores son generosos por naturaleza y van a ayudarse entre ellos. Aprovecha eso para subirte a hombros de gigantes. Tan grandes como los del creador de Mercadona.



Alejandro Vesga Arán
CEO y director de Emprendedores
twitter: @alejandrovesga

Gente brillante que aparece en este número



ROMÁN SUÁREZ,

CEO de Olevending

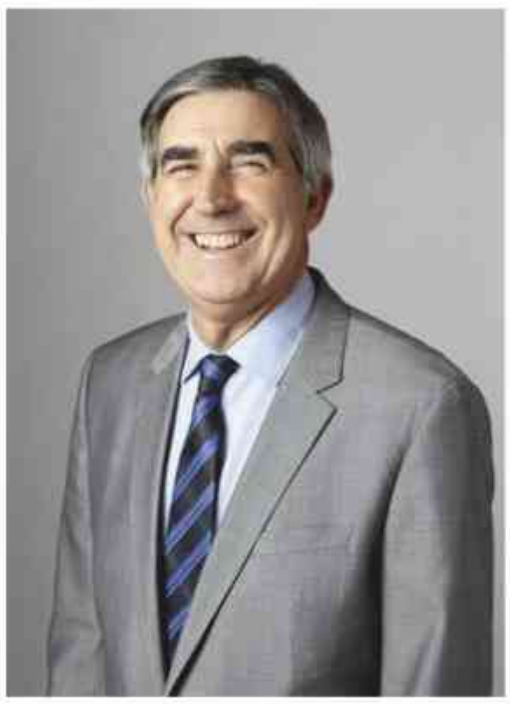
Fue el pionero en introducir los snacks en los vending en nuestro país y hoy diseña máquinas expendedoras de todo lo imaginable.



ALEIX BARANDIARAN,

CEO y fundador de Alacarte

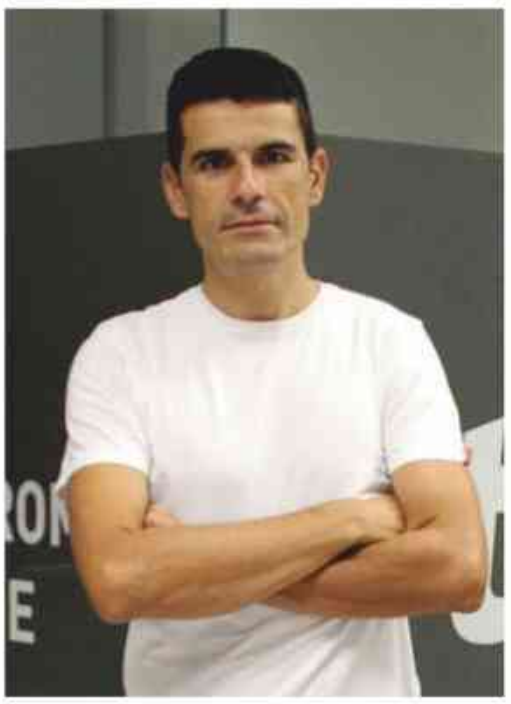
La empresa comercializa una máquina capaz de desalcoholizar cualquier botella de vino en pocos minutos.



JORDI BARTOMEU,

CEO de Euroleague Basketball.

Gestiona la empresa promotora de la Euroliga de Baloncesto. Durante 20 se ha encargado de profesionalizar el mundo del basket.



DAVID MARTÍN,

Fundador y CEO de TradeInn.

Ha creado uno de los mayores grupos de venta online de artículos deportivos de España. Tiene 15 tiendas físicas y vende en 193 países.

Emprendedores

CEO Y DIRECTOR:
Alejandro Vesga
avesga@emprendedores.es /

Subdirector: Fernando Montero
fmontero@emprendedores.es /

REDACCIÓN:
Pilar Alcázar
palcazar@emprendedores.es /

Javier Escudero
jescudero@emprendedores.es /

DISEÑO:

Directora de Arte: María Regueras
mregueras@emprendedores.es /

Israel Guillén
iguillen@emprendedores.es/

Edición Gráfica: Laura Martín
lauramartin@emprendedores.es /

Secretaria de Redacción:
Nati Fernández
nfernandez@emprendedores.es /

HAN COLABORADO EN ESTE NÚMERO:

REDACCIÓN / Claudio M. Nóvoa, Isabel García Méndez, Julio Fernández, Ana Delgado, Ruth Pereiro, Raúl Alonso, Silvia Mazzoli, Aitor Ballesteros, David Ramos y Diego S. Adelantado.
FOTOGRAFÍA / César Núñez Rubén Campos y Costavetsky.

PUBLICIDAD:

Director comercial: Javier Brey
jbrey@emprendedores.es /

Responsable publicidad digital:
Arancha del Pozo (colaboradora)

digital@emprendedores.es /

Responsable publicidad franquicias:
Raquel Sánchez Rico (colaboradora)
franquicias@emprendedores.es/

Responsable publicidad guías y especiales:
Miguel Martínez Vigil (colaborador)

guiasyespeciales@emprendedores.es

Redacción:
c/ Barquillo, 10, 1º Derecha, 28004 Madrid/

Distribución: Sociedad General de Librería (SGEL). Precio Canarias: 3,15 euros, sin IVA, incluidos gastos de transporte; Ceuta y Melilla: 3 euros, sin IVA, transporte incluido; Holanda: 6,10 euros.

Impresión: Rivadeneyra / **Printed in Spain**

EDITA: REVISTA EMPRENDEDORES, S.L.

Depósito legal: M-9521-1998

Dpto. de Suscripciones:
Tel. 914 268 369
info@emprendedores.es

Buenas prácticas comerciales en la desescalada

EL GOBIERNO HA HECHO PÚBLICO EL PROTOCOLO Y GUÍA DE BUENAS PRÁCTICAS PARA ESTABLECIMIENTOS COMERCIALES. UNA GUÍA DE 32 PÁGINAS QUE RECOGE RECOMENDACIONES TANTO A NIVEL GENERAL COMO PARA COMERCIOS ESPECIALIZADOS.

La guía de buenas prácticas está divida en dos bloques principales. En primer lugar, se desarrollan medidas generales de protección válidas para cualquier establecimiento comercial. La segunda parte se centra en medidas más específicas según la especialidad de cada comercio (tienda textil, joyería,etc)



PROTECCIÓN DE CLIENTES

El Gobierno otorga a cada comercio libertad para establecer como obligatorio el uso de mascarillas en el local. No obstante, sí es obligatorio limitar el aforo del establecimiento. El cliente debe esperar en la puerta hasta que haya espacio suficiente y obliga a proporcionar a sus clientes guantes desechables, a informar de las medidas sanitarias adoptadas a través de la cartelería. Otras medidas son:

Protección en cajas y puntos de atención. Debe respetarse la distancia de seguridad, la instalación de mamparas de plástico, el fomento del pago electrónico, la preferencia de atención a mujeres embarazadas, personas mayores, discapacitados, personas con movilidad reducida y padres y madres con niños menores de 3 años y carritos de bebé, etc.

Devoluciones. El comercio contará con una estrategia de tratamiento y/o desinfección de los productos devueltos por los clientes, en función de las características del producto, así como el tratamiento de desinfección adecuado antes de ponerlos de nuevo a la venta. Deben recogerse con guantes desechables.

> Los comercios tienen obligación de limitar el aforo del local. El cliente debe esperar en la puerta hasta que haya espacio suficiente

Vending. Los establecimientos que tengan máquinas expendedoras deben informar sobre la conveniencia de utilizar guantes, extremar su limpieza y otras medias higiénicas.

Comercios especializados. La guía cuenta con un apartado con recomendaciones específicas para tiendas especializadas. Por ejemplo, en las tiendas de ropa los probadores deberán tener limitado su uso y procurar el desinfectado. La cortina de éstos solo debe tocarse con guantes y, en la medida de lo posible, se facilitarán guantes a los clientes a la hora de tocar los productos.
Para las tiendas de muebles o de accesorios que requieran de contacto físico, los artículos deben estar cubiertos con protectores.
También se recogen normas para joyerías, zapaterías, sombrererías... y un gran número de tiendas especializadas.

CURSOS PARA FORMARTE A UN PRECIO MUY RAZONABLE / La revista Emprendedores acaba de lanzar Aula Emprendedores, una propuesta de cuatro cursos de capacitación para montar y hacer crecer tu negocio: Talent MBA (tiempo recomendado de 6 meses) Business IT (fundamentos de la tecnología digital); Talent Marketing Digital (15-20 minutos al día); Talent Scrum Master (demandas principals de la industria).
Información: https://www.emprendedores.es/gestion/a31986050/aula-emprendedores-cursos-formacion/

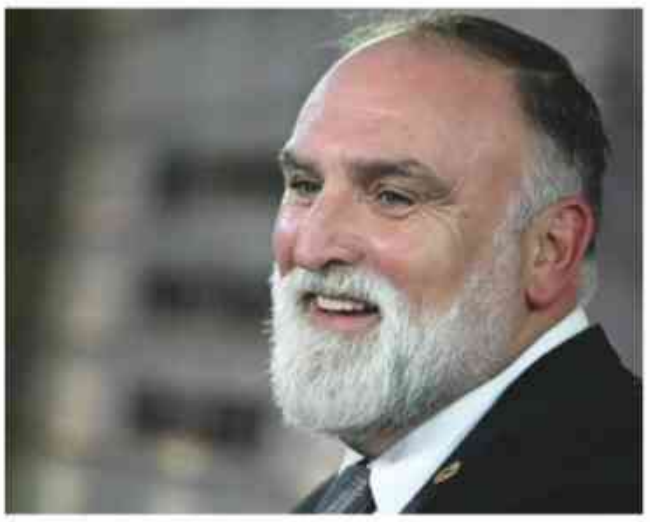


LA 'ARMADA INVENCIBLE' DE PALLETE

José María Alvarez-Pallete, presidente ejecutivo de Telefónica, está de enhorabuena. La reciente fusión de los negocios británicos de Telefónica y Liberty Global ha sido un espectacular golpe de efecto que ha puesto patas arriba el mercado británico de las telecomunicaciones. O2Virvin, que así se denomina la empresa resultante de la fusión, tiene una facturación de 12.900 millones de euros. ¡Muy cerca de la actual líder del sector BT!

SMART BUSINESS

La solidaridad emprendedora de José Andrés



En en contexto de la actual crisis del coronavirus, ha habido un emprendedor que ha destacado con especial fuerza: el chef asturiano José Andrés, que triunfa en Estados Unidos con su cadena de restaurantes.
José Andrés se implicó en la crisis desde el minuto 0 para arrimar el hombro y ayudar a los que lo necesitaban. «Todos mis restaurantes en el área de DC estarán cerrados hasta nuevo aviso. Aquí en el Think Food Group, la seguridad de los empleados y los clientes es la principal prioridad. Algunos restaurantes se transformarán en cocinas comunitarias para ofrecer almuerzos para llevar a aquellos que necesitan una comida», explicó en su cuenta de Twitter.
Su labor solidaria, canalizada en torno a su ONG World Central Kitchen, le ha llevado a ser portada de la revista *Times* e incluso a ser alavado por el ex presidente Obama.
Pero José Andrés no ha parado ahí y ha vuelto también a España para aportar su colaboración contra la pandemia. Y ha impulsado un movimiento, junto a otros restaurantes, con el que ofrecen miles las raciones de comida diarias a personas sin medios a través del Banco de Alimentos.

ERRORES QUE NO DEBES COMETER AL CREAR UNA WEBINAR / Es una excelente herramienta, y ahora más que nunca, para incluir a tu estrategia de marketing digital. Pero a la hora de gestionarlo debes evitar algunos errores, según el portal de elearning ClassOnLive: ser impuntual; pedir demasiada información en el registro; presentar problemas con la tecnología; contar con audio de mala calidad; ofrecer contenido sin valor real; alabarte demasiado; no interactuar con la audiencia; obviar el tiempo para preguntas y respuestas, y olvidar los agradecimientos a los participantes.

OJO AL DATO

9,4%

de caída del PIB

ES EL PORCENTAJ ESTIMADO POR LA COMISIÓN EUROPEA (CE) para este año como consecuencia de la pandemia de coronavirus y las medidas de confinamiento impuestas para frenarla. Las previsiones negativas afectan también al paro que, según la CE, subirá hasta el 18,9%.

LLEGÓ EL MOMENTO DE LAS EMPRENDEDORAS STEM



Que el emprendimiento STEM (ciencia, tecnología, ingeniería, arte y arquitectura y matemáticas) es un terreno masculino es uno de esos tópicos sin fundamento que circulan en el mundo de la empresa. De hecho, cada vez conocemos más casos de éxito de empresas de este tipo creadas por mujeres, así como de instituciones que lo impulsan.
Un buen ejemplo es la iniciativa de Oryon Universal y la asociación Women Angels for STEAM (WA4STEAM), que destinarán más de 1 millón de euros a acelerar los mejores proyectos de mujeres en áreas STEAM.
Las ideas seleccionadas se podrán incubar en el centro de alto rendimiento para emprendedores de Oryon Universal.

FOTOS: ISTOCK Y GETTY.



AUMENTAN LOS EVENTOS VIRTUALES / Ante la amenaza del Coronavirus, cada vez son más las empresas que muestran un mayor interés en la búsqueda de alternativas y nuevas herramientas de inmersión tanto para trabajadores como para clientes. Así lo señala la empresa de eventos virtuales Virtway, que ha recibido un aumento en la demanda del 575% respecto, por parte de empresas que buscan una solución más personal y divertida con la que poder organizar sus encuentros online.

El nuevo consumo con el Home-Driven Marketing

LOS NUEVOS HÁBITOS DE CONSUMO ADQUIRIDOS EN CASA DURANTE EL CONFINAMIENTO POR LAS CRISIS DEL COVID-19 VAN A PERDURAR DURANTE ALGÚN TIEMPO, SEGÚN LOS EXPERTOS EN MARKETING.



El 71,88 % de profesionales de marketing y comunicación encuestados en el *I Barómetro «COVID-19 y Marketing»*, realizado por Good Rebels con la colaboración de la Asociación de Marketing de España, opinan que un factor de peso tiene en la superdigitalización que viene serán los nuevos hábitos de consumo en casa que perdurarán tras el confinamiento y que acelerarán el *Home-driven Marketing*: una oportunidad para desarrollar productos y servicios para consumir en el hogar.

SEGURIDAD E HIGIENE

A su vez, también tendrán un impacto las oleadas de regulación estatal sobre seguridad e higiene que podrían afectar directamente a sectores como el retail físico, los viajes o el entretenimiento y la cultura en espacios públicos (63,54 %). Además, los profesionales del sector consideran que el aumento del desempleo promoverá la figura del emprendedor y de nuevos modelos de negocio (44,79 %) y el asentamiento de una conciencia ecológica global cambiará la forma en que trabajamos y nos relacionamos, dejando de ser tan presencialista y demandante de recursos (34,38%).

> El asentamiento de una conciencia ecológica global va a cambiar mucho la forma en que trabajamos

MAYOR INVERSIÓN EN E-COMMERCE

El ámbito del marketing digital que mayor inversión recibirá en los próximos meses será el comercio digital (50 %), que se extiende más allá de una página de E-commerce e impacta en todo el proceso previo a la venta, la transacción y la postventa, tanto online como en tienda física. Redes sociales (50 %), Content Marketing (48 %) y CRM (47 %), destacan también como los aspectos más relevantes a nivel de concentración de inversión para los profesionales del sector.

En el lado opuesto, los ámbitos en los que decrecerá la inversión o no se invertirá están liderados por el Influencer Marketing (60,8 %) y la Programática (41,2 %).

RECUPERACIÓN

La repercusión de esta crisis varía por sectores. Según los encuestados, los sectores de Home Entertainment – Streaming (88 %), Salud y Farma (88 %), Retail + CPG (Consumer Packaged Goods) – Alimentación y Supermercados (84 %), Telecomunicaciones (81 %) y Tecnología & IT (71 %) se sitúan en el top 5 de recuperación antes de 6 meses.

Sin embargo, los sectores de Turismo (71 %), Viajes (70 %), Hostelería (64 %), Real Estate (60 %) y Automoción (55 %) necesitarán un mínimo de 12 meses. Este tiempo se prolongara hasta los 18 meses para una media del 43,8 % de los encuestados e incluso podrá superar ese horizonte temporal para otro 20 %.

Según **Fernando Polo**, CEO de Good Rebels, «algunas empresas de sectores paralizados como el turismo y el ocio en espacios públicos se enfrentan a una reconversión inevitable. Otras como la construcción y la automoción tendrán una recuperación lenta".

CLOSER DE VENTAS, UNA PROFESIÓN EMERGENTE

Saber cerrar una venta de alto valor es una de las competencias más demandadas y está transformando el mercado laboral. Y de algo tan relevante como esto se encarga el Closer de Ventas, una figura cada vez más cotizada en el mundo de los negocios.

Alfonso Bastida y Christian Helmut, expertos en cierre de ventas, afirman: "como closer no te pagan por horas, te pagan por el VALOR que aportas. Y si cierras ventas, entonces controlas la "caja" de una empresa y eso te convierte en un activo invaluable para un negocio".

El Closer es la figura que aumenta el flujo de las ventas de alto valor. Según estos expertos, incrementa la capacidad de venta de cualquier negocio hasta el 90% de las operaciones de alto valor. No son esas ventas que se producen de forma orgánica o mediante otras técnicas. "El closer abre y cierra una venta que difícilmente se concluiría sin su intermediación".

TÉRMINO EMPRENDEDOR

J-CURVE

De entre todos los gráficos que tienen que vigilar los responsables de una startup, la denominada curva J es uno de los más importantes en el desarrollo de un proyecto. Representa la evolución del flujo neto de capital de la empresa frente a la línea de tiempo. La letra que le da nombre se debe a su forma, descendente al principio (cuando los costes superan a los beneficios) y ascendente después, cuando los ganancias compensan gradualmente el dinero invertido en el proyecto.



CÓMO VENDER MÁS

EL BUSINESS INTELLIGENCE, CLAVE DE LAS EMPRESAS COMPETITIVAS

Lo dicen todos los expertos. El *business intelligence* es el punto de partida de todo proyecto empresarial de éxito a largo plazo. "Podemos decir que hace referencia al uso de estrategias y herramientas que sirven para transformar información en conocimiento, con el objetivo de mejorar el proceso de toma de decisiones en una empresa", señalan en la empresa Bitrix24, que cuenta con un software especializado con dos versiones: *cloud* y *on-premise*.

UN AUDIOLIBRO PARA EMPRENDER / Una de las tendencias de la industria editorial es el creciento consumo de audiolibros. Hasta ahora, el género principal de este formato se ha centrado en novelas o libros de motiviación o autoayuda. Esto no quiere decir que no pueda extenderse a otros ámbitos. Así, por ejemplo, Esic Editorial acaba de lanzar un audiolibro dirigido a los empredadores. Se titula Actitud Emprendedora y ha sido escritpo por María Angeles Chavarría. El objetivo: animar a los lectores a que crean en sus proyectos y darles herramientas para llevarlas a la práctica.

Globalización inversa en la industria del calzado

La industria del calzado podría convertirse en el primer gran sector en abrazar la *globalización inversa*, una apuesta por relocalizar la producción en España a través de la innovación y el fomento de la i+D+I que ya forma parte del debate sobre el modelo económico post Covid-19. Una ayuda a esta reindustrialización de las firmas zapateras vendría de la mano de tecnologías como la creada por la compañía Simplicity Works, que ha desarrollado una técnica de fabricación para unir las diferentes partes de zapatos y zapatillas deportivas de forma más rápida, con menor uso de materiales y reducción del coste.



INNOVACIÓN ALICANTINA

Esta innovación, patentada por un equipo de investigadores e ingenieros con sede en Elche, ha sido fruto de un desarrollo de más de siete años y se basa en la inyección directa de polímeros a través de un molde, lo que permite sustituir parte de los procesos manuales por la unión ultra-resistente con un adhesivo líquido especial.

Y es que, como dice Adrián Hernández, fundador de Simplycity Works, "fabricar en Asia ya no es tan barato ni es una fortaleza, sino un handicap".

FOTOS: ISTOCK.

WEBS DESTACADAS

EN APOYO DEL PEQUEÑO COMERCIO

www.eroessomostodos.com

En esta web, podemos adelantar nuestras compras en el comercio que elijamos y cuando éste reabra, disfrutar de 5 euros adicionales para gastar en cualquier producto. Por defecto, todos los comercios pueden formar parte de la plataforma, por lo que cualquiera puede ayudar a su tienda de barrio comprando un bono de 20 euros pagando sólo 15 euros.

INICIATIVAS SOLIDARIAS CONTRA EL COVID

www.comoayudar.org

Se recogen cientos de iniciativas de todo tipo, desde donaciones, hasta ayuda psicológica o apoyo educacional. El objetivo es aglutinar en una sola web la multitud de iniciativas para combatir las consecuencias del Covid-19 desperdigadas por internet y conectarlas con las personas voluntarias que quieren participar.

EL MODELO COLABORATIVO OPEN INSURANCE

www.api-market.santalucia.es

Santalucia se convierte en la primera aseguradora en España en apostar por un modelo abierto (Open Insurance) a través de este nuevo porta. Esta plataforma tecnológica posibilita a otros sectores empresariales (entre ellos, la banca, telcos o retailers), desarrolladores y startups, y a las propias empresas del Grupo, crear un ecosistema colaborativo que fomente nuevos modelos de negocio.

El patriotismo empresarial y otras tendencias económicas

LA CRISIS DEL CORONAVIRUS ESTÁ HACIENDO QUE ORGANISMOS PÚBLICOS, EMPRESAS Y CONSUMIDORES SE REPLANTEEN LAS BASES ECONÓMICAS ACTUALES.



Frente a la oleada imparable de deslocalización industrial de las pasadas décadas, de vez en cuando han surgido algunas voces que defendían justo lo contrario: la relocalización de la producción y una nueva reindustrialización del país. La crisis del Covid-19 ha hecho que estas voces, antes minoritarias, aumenten ahora en número.

En esta línea, una de las tendencias que marcarán la nueva economía, y que han sido recogidas por la consultora Opinno en su informe *RESTART: 10 Post COVID-19 Trends,* se refierer precisamente al *patriotismo industrial* y a la reindustrialización de España y Europa.

Así, el informe señala: "El desabastecimiento reforzará la importancia de la investigación, de la producción propia y de la redefinición de la cadena de suministro. En los próximos años, tanto ciudadanos como gobiernos serán más proteccionistas en sus hábitos de consumo o tendrán que redefinir su cadena de suministro. Esto generará una gran oportunidad para impulsar la industria española, para 'volver a los basics' y reivindicar el 'made in Spain'. La globalización se redefinirá por razones medioambientales, sociales y estratégicas".

OTRAS TENDENCIAS

Al margen de ésta, el informe de la consultora Opinno apunta a otras tendencias que también pueden protagonizar el mundo de los negocios en los próximos años.

Por ejemplo, también puede imponerse el low cost con valores y la alargolesencia programada: la gente ahorrará más, lo que favorecerá la aparición de nuevos métodos de ahorro y productos financieros enfocados al medio y largo plazo. Esto supondrá una gran oportunidad para la industria financiera y las fintech.

Otras tendencias citadas son: la economía del reconcimiento y los nuevos héroes; la hipocondría social (salud, bienestar e higiene), los servicios básicos universales, la extensión de la economía digital, la economía de la sostenibilidad, el *business future thinling*, el capitalismo en la *slow society* y la desconfianza masiva.

Cómo fomentar la innovación y la creatividad

Tanto la creatividad como la innovación son cualidades que buscan las empresas a la hora de contratar nuevos perfiles y que suelen ir de la mano. Sin embargo, no todos somos creativos ni innovadores por naturaleza. ¿Cómo podemos aprender a serlo? ¿existen técnicas o herramientas?

Claro que sí. Con motivo de la celebración del Día Mundial de la Creatividad y de la Innovación, celebrado el pasado 21 de abril, **Miguel Ángel Blanco Cedrún**, fundador de Spain Business School, hacía las siguientes recomendaciones:

- **Fuérzate a ser más observador.** Aunque seas "despistado" puedes hacer ejercicios para obligarte a prestar atención.

- **Sal de tu zona de confort** y prueba nuevas cosas.

- **Saca partido de tu propia experiencia** y observa a tu competencia.

- **Infórmate.** Procura estar al día con todas las tendencias del sector en el que mueves.

- **Controla los cambios que se producen en los hábitos.** Ya sea por tendencias de edad, geográficas, de sexo...

OTRAS TÉCNICAS QUE TAMBIÉN FUNCIONAN

- **De lo Imposible a lo Posible**. Ante un problema o tema determinado se fomenta la generación mediante la visualización de la situación desde diferentes perspectivas.

- **Memoria Futura**. Consiste en realizar un viaje al futuro y visualizar el éxito del proyecto o de la tendencia en un periodo entre 1 y 3 años.

- **Mapas mentales.** Recomendada para problemas complejos. Técnica gráfica que consiste en utilizar una palabra o concepto clave como punto de partida e ir aumentando las ideas en forma de ramas de árbol o de estructura radial.



EL TERCER UNICORNIO ESPAÑOL / Con sede fiscal en Boston pero fundada en 2009 por el emprendedor valenciano Iker Marcaide, la startup tecnológica Flywire se ha convertido en el tercer unicornio español, detrás de Cabify y Glovo. El pasado mes de febrero se comunicó el cierre de otra ronda, esta vez de 120 millones de dólares, liderada por el grupo de inversión Goldman Sachs. Esta es la que ha permitido a Flywire superar la barrera de los 1.000 millones de dólares de valoración y convertirla en el tercer unicornio español.

LA MASCARILLAS YA TIENEN SU DISEÑO COOL

"Ojalá no tuviera que existir una máscara de diseño para poder salir a la calle", sostiene Carlos Ferrando, CEO y fundador de Closca Design. Pero como las cosas no siempre suceden como nos gustaría, la startup valenciana se ha apresurado lanzar la closca mask, una mascarilla de diseño para adultos, reutilizables, ajustables y que incluye 6 filtros desechables. Su precio en el mercado de preventa: 20 euros, pero "no hay ánimo de lucro", afirman, dado que el ingreso por cada unidad vendida lo donan para mascarillas para personal sanitario.



TODAVÍA ES POSIBLE FINANCIARSE A TRAVÉS DEL CROWDFUNDIND

Con más de veinte premios internacionales a Cerveza Mica no le ha costado mucho levantar 325.000 euros en una campaña de crowdfunding en plena crisis.

Lo cierto es que Juan Cereijo, CEO de la marca, tuvo sus dudas. Tal vez, con el estado de alarma, no fuera el mejor momento para pedir dinero. Sin embargo, detectó cierto interés por parte de algunos inversores y se animó a seguir con los planes de lanzar la campaña el 31 de marzo. Subieron el ticket mínimo de participación inicial de 500 euros a 5.500 para orientarla solo a los inversores profesionales y en pocos días alcanzaron 325.000 euros.

FOTOS: ISTOCK



La importancia del balance de situación

VICENTE ESTEVE / Asesor financiero e interim CFO de startups (https://vicentesteve.com)

Es comúnmente conocido que dos son los patrones que guían a los CEOs de cualquier startup: la caja y la tracción. Y es obvio que es necesario prestar atención al *cash burn rate* (flujo de caja negativo) y al crecimiento.

Es obvio porque la falta de financiación es el segundo motivo para el cierre de una startup, según el estudio de CB Insights *The Top 20 Reasons Startups Fail*. Y es obvio porque la tracción da una medida del encaje producto/mercado y de la capacidad de escalar, y esto es clave para el *fundraising* [captación de fondos].

Cualquier startup tiene, al menos, en una hoja de cálculo más o menos sofisticada, una cuenta de explotación de su negocio y un *cash flow*. Es fácil entender que una factura emitida es un ingreso y una recibida es un gasto. También que un abono en el banco es un cobro y un cargo es un pago. Con estos *inputs* sencillos, es relativamente accesible construir una cuenta de resultados y un *cash flow*. Además, hay herramientas online para facturar y controlar gastos que ayudan a ordenar esta información.

El gran sacrificado

Pero no se suele prestar atención al balance de situación y a la información que aporta. Para entenderlo, conviene detenerse y entender la función de la contabilidad. La cuenta de resultados, el balance de situación y el *cash flow* (o estado de flujos de efectivo) son los estados financieros de una compañía y forman parte de sus cuentas anuales.

Los estados financieros son los reportings en los que se comunica la situación económica (cómo funciona el negocio), financiera (cómo se financia el negocio) y patrimonial (qué valor crea el negocio) de una compañía, de forma que los lectores de dichos reportings (fundadores, inversores, bancos, proveedores, clientes, administración pública, etc.) puedan entender en qué punto se encuentra la empresa.

> "Sin conocer los estados financieros, ¿cómo es posible saber la situación de una startup?"

La contabilidad es la infraestructura de normas y criterios que establece la forma y los plazos para registrar las transacciones económicas que suceden en una empresa y que definen la situación económica, financiera y patrimonial de esa empresa, es decir, los criterios de construcción de los estados financieros.

Recapitulando, el orden en el que suceden las cosas es el siguiente: (1) suceden transacciones económicas (gastos, ingresos, cobros, pagos, impuestos, deuda, etc…) que (2) se contabilizan y que permiten (3) generar los estados financieros para poder (4) interpretar la situación económica, financiera y patrimonial de una startup.

Si no contamos con los estados financieros completos, ¿cómo es posible interpretar adecuadamente la situación de una startup? Resulta imposible. Podemos saber cuánto vendemos, cómo crecemos y cuánto crecemos. También cuánta caja quemamos y cuánto nos queda para el runway [tiempo que queda para que se acabe la caja, también conocido como time-to-tomb]. Pero no sabemos nada de cómo estamos financiando la compañía ni cuán

fuerte es su situación patrimonial, información vital para entender cómo es la empresa.

Pero, ¿qué información nos da el balance que es tan importante? En primer lugar, el activo nos indica lo que una empresa tiene para desarrollar su actividad. Las startups, sobre todo, tienen activos intangibles (el software, la plataforma), las cuentas a cobrar a clientes y la caja. Las startups que tienen vertiente física pueden tener también inventarios de producto. Residualmente, también habrá saldos a recuperar de Hacienda. En general, dinero y cualquier elemento que se puede convertir en dinero, bien sea mediante su explotación (la plataforma) o mediante su venta o cobro.

Los activos requieren ser financiados, y esa información se encuentra en el otro lado del balance, en el patrimonio neto y pasivo. Los activos se financian con recursos propios y ajenos. Los propios proceden de: aportaciones de los fundadores, ampliaciones de capital y beneficios. Mientras una startup genera pérdidas, éstas consumen las aportaciones de los fundadores y las ampliaciones de capital.

Los recursos propios son el equivalente al patrimonio neto. Los recursos ajenos proceden de endeudamiento financiero, de cuentas a pagar a proveedores y acreedores (en aquellos casos en que me permitan pagar a plazo en lugar de al contado) y de pago de impuestos con posterioridad a su devengo.

Tres elementos a analizar en un balance

Una vez estructurada la información del balance, es posible ir más allá para entender tres elementos fundamentales de los que la cuenta de resultados y el *cash flow* no nos dicen nada: el nivel de endeudamiento, la solidez del patrimonio neto y la forma de financiar las operaciones.

La financiación mediante deuda es más barata que la financiación mediante ampliaciones de capital. Es preferible pagar un 5% anual por 300.000 euros que diluirse en el valor futuro de la compañía. Por tanto, conviene financiar la compañía mediante deuda. No obstante, la deuda tiene que ser devuelta, y el proveedor de deuda deben valorar la capacidad de pago de la empresa.

Esta capacidad de pago se mide en varios términos: la capacidad de generar caja del negocio (poco habitual en startups) y la solidez del patrimonio neto, actual y futura. La solidez actual se aprecia en el balance de situación, y la futura, en las proyecciones financieras y en las métricas del negocio que permitan entender que la startup es atractiva para inversores que puedan aportar su capital a la compañía.

Es decir, no podemos levantar deuda de forma ilimitada, porque la capacidad de levantar capital por parte de una startup no es ilimitada. Por tanto, hay que respetar ciertos niveles de endeudamiento.

La otra cara de este análisis es la solidez del patrimonio neto. Las pérdidas consumen patrimonio neto, y eso debilita los balances. De hecho, la Ley de Sociedades de Capital establece que, si el patrimonio neto queda por debajo del 50% del capital social, la empresa entra en causa de disolución, lo que le obliga a regularizar dicha situación mediante una ampliación de capital, y siempre que no proceda solicitar la declaración de concurso de acreedores. Es decir, hay que vigilar que financiemos las pérdidas de una manera que permita no solo cubrir el cash burn rate (el endeudamiento lo permite), sino reforzar el patrimonio neto.

> La financiación mediante deuda resulta más barata que una ampliación de capital

Por último, en un balance bien construido, podemos entender la forma de financiar las operaciones, mediante las Necesidades Operativas de Fondos (NOF) cuya fórmula es: + Existencias + Cuentas a cobrar + Saldos a recuperar de Hacienda - Cuentas a pagar a proveedores y acreedores - Cuentas a liquidar a Hacienda.

Si las NOF son negativas, nos indican que podemos contribuir a financiar la actividad mediante las operaciones. Esto no significa que estemos en beneficio, sino que cobramos antes de lo que pagamos. O que reducimos nuestros niveles de stock al máximo. O que no tenemos IVA a compensar, porque estamos en el régimen de devolución mensual. Si esta magnitud es positiva, nos indica que nuestra actividad tiene un activo que requiere ser financiado con deuda o capital, porque cobramos muy tarde de clientes, por ejemplo.

Todos estos análisis no se pueden hacer sin un balance de situación construido en forma y en plazos, porque no es nada raro que los CEOs solo puedan ver sus balances cada tres meses, cuando las gestorías preparan el cierre para las liquidaciones de impuestos. Un gran error. E

EL FUNDADOR DE MERCADONA DA UN NUEVO IMPULSO A LANZADERA, SU PROYECTO PERSONAL PARA AYUDAR A LOS EMPRENDEDORES

Juan Roig

“Uno de mis sueños es ayudar a otros emprendedores a que consigan los suyos”

Juan Roig refuerza a Lanzadera, su aceleradora de startups, como reacción a la actual debacle económica. Uno de los mayores referentes del mundo de la empresa en España habla de los planes de su aceleradora y del espíritu emprendedor.

-

PILAR ALCÁZAR

Juan Roig refuerza el impulso a su aceleradora de startups con una inyección de 10 millones de euros anuales procedentes de su patrimonio personal. Es su segunda gran apuesta por los emprendedores en momentos de grave crisis económica. Lanzadera nació en 2013, en otro momento difícil para el país. “Tras la crisis económica, vi la necesidad de apoyar a los emprendedores para contribuir a la reactivación económica. Así surgió Lanzadera. Es lo que he visto en mi casa toda la vida: si a través de tu empresa eres capaz de crear empleo, se generará riqueza y bienestar en la sociedad”, según señala Juan Roig.

Con otra crisis, otro impulso. Y esta vez mucho mayor. La inyección a Lanzadera forma parte de los 70 millones de euros en concepto de sueldo y dividendos a los que ha decidido renunciar el presidente de Mercadona para destinarlos a reactivar la economía valenciana y española. “Ahora nos enfrentamos a un nuevo escenario económico complicado, por lo que desde Marina de Empresas (que engloba también a EDEM y Angels) creemos que es el momento idóneo para multiplicar nuestra apuesta por el emprendimiento a través de Lanzadera. Destinaremos más recursos económicos, adaptaremos las etapas de mentorización y ampliaremos el espectro apoyando a empresas más grandes. No se trata solo de no parar, sino de acelerar a las empresas, y con ello activar la economía de este país”, explica.

Hasta ahora Lanzadera ha enfocado sus esfuerzos en la activación del empleo y el emprendimiento. En sus siete años de actividad, ha contado con 15 millones de euros para impulsar cerca de 400 proyectos y generar 1.000 empleos en todo el territorio nacional. En esta segunda fase el plan de Roig es mucho más ambicioso, en términos de dinero, de recursos y de generación de sinergias.



> “Para emprender lo importante no es tener una buena idea, sino saber cómo ejecutarla correctamente. Por eso, en lo primero que nos fijamos es en la persona, en el emprendedor”

"Uno de mis sueños es ayudar a otros emprendedores a que consigan los suyos, explicarles los aciertos y errores que he experimentado como empresario y, en la medida de lo posible, contribuir a que sus empresas crezcan y se consoliden. En Lanzadera, las sesiones con los emprendedores las disfruto muchísimo y siempre me voy con más de un aprendizaje", asegura el fundador de Mercadona.

"No se trata solo de no parar, sino de acelerar a las empresas, y con ello activar la economía de este país"

Lanzadera siempre ha sido su proyecto más personal. Por eso ahora no quiere limitarse a impulsar nuevos proyectos emprendedores, sino que también quiere apoyar a empresas ya creadas que hayan sido tocadas por el Covid y que necesiten un impulso para seguir creciendo. Es su gran apuesta por el empleo. En las cuatro fases en las que han reordenado el apoyo a los emprendedores (Start, Traction, Growth y Scale up) entran desde la formación y el apoyo económico para facilitar la puesta en marcha de proyectos emprendedores y contribuir a la reinserción laboral, hasta el apoyo a grandes empresas que necesiten reenfocarse para afrontar la nueva realidad. Apoyo con financiación de hasta 500.000 euros (cuando hasta ahora el máximo lo tenían en 200.000 euros).

Roig, además, quiere convertir Marina de Empresas, donde está ubicada Lanzadera, en un gran hub de emprendimiento abierto y de referencia en todo el país. Para esta ambiciosa etapa han creado Lanzadera Space, iniciativa que abre la aceleradora al ecosistema emprendedor, para facilitar el intercambio de conocimiento y experiencias sin necesidad de formar parte de su programa. Inversores, partners tecnológicos y grandes empresas con las que han firmado acuerdos Corporate, que tendrán sus propias oficinas en el edificio, de 9.000 metros cuadrados, para apoyar a emprendedores que se puedan convertir en sus clientes. Otra novedad es la acogida de emprendedores residentes que puedan ayudar a las nuevas startups elegidas por la aceleradora.

UNA ACELERADORA ATÍPICA

Lanzadera ha tenido desde su creación un punto diferencial en el ecosistema de startups español. Aparte de impulsar proyectos digitales, ha puesto un especial foco en los negocios de la economía

Orgulloso de ser empresario

Procede de una familia de empresarios y toda su formación es empresarial: es graduado en Ciencias Económicas y empresariales y ha cursado un programa de dirección de empresas en el IESE.

Es un gran defensor de la empresa familiar, institución en la que, en 2018, expresó en alto ese orgullo de ser empresario y se quejó de que "la función económica y social que ejerce el empresario se desconoce o se ignora o no se valora".

CANAL ONLINE. Mercadona siempre ha sido un referente de la venta offline, canal en el que tiene el 25% de la cuota del mercado nacional. En 2017 refuerza el canal online poniendo al frente a su hija pequeña, Juana Roig, con un fabuloso resultado: hoy cuenta ya con una cuota de mercado del 22%.

FUNCIÓN SOCIAL. Cree y defiende también el papel social de las empresas. De ahí, el legado del matrimonio Roig-Herrero, a través de instituciones como la Fundación Hortensia Herrero o la Fundación Roig Alfonso para personas con discapacidad intelectual (impulsada por sus padres). También financia a deportistas a través de la Fundación Trinidad Alfonso, y es accionista mayoritario del Valencia Basket Club.

"Si quieres hacer algo nuevo debes atreverte a ir a contracorriente. Lo demás está todo inventado"



“El conocimiento y el dinero dan la felicidad... si los compartes”



QUÉ ES MARINA DE EMPRESAS

Marina de Empresas es el proyecto personal de Juan Roig para apoyar la creación de empresas, el empleo y el fomento de la cultura emprendedora. Un polo de emprendimiento ubicado en la Marina de Valencia constituido por una universidad y escuela de negocios (EDEM Escuela de Empresarios), una incubadora y aceleradora (Lanzadera) y una sociedad de inversión (Angels). Tres iniciativas que se complementan a la perfección en el objetivo de formar, asesorar y financiar a los emprendedores de nuestro país.

Pero son proyectos independientes. Por ejemplo, las empresas que pasan a formar parte del programa de Lanzadera reciben financiación directa de Lanzadera, no de Angels. Es una financiación en forma de préstamos participativos convertibles en unas condiciones muy ventajosas para los emprendedores. Significa que Lanzadera no entra como participada en los proyectos que acoge. Se trata de préstamos para el proyecto y nunca a nivel personal. Angels, la sociedad de inversión, puede invertir en las startups de Lanzadera, pero no es lo habitual. De los casi 400 proyectos impulsados desde su fundación, que han conseguido financiación externa por valor de 50 millones de euros, Angels tan solo ha participado en poco más de un 4% de todos ellos.

ANGELS
INVERSIÓN

EDEM
Escuela de Empresarios
FORMACIÓN

LANZADERA
ACELERACIÓN

LAS CUATRO FASES DE LANZADERA



En la nueva etapa que inicia Lanzadera, emprendedores con una idea sin desarrollar, proyectos casi iniciales o empresas ya consolidadas pueden aplicar en cualquier momento del año. La aceleradora decide en cuál de estas cuatro fases encaja:

Start. Esta nueva fase se enmarca dentro de los objetivos de Juan Roig de contribuir a la reinserción laboral de personas afectadas por la crisis. Personas con actitud emprendedora que tengan una idea, aunque no la hayan desarrollado. También puede participar quien quiera liderar proyectos planteados por grandes empresas. A estos emprendedores se les ofrece fundamentalmente apoyo en formación sobre el hecho de emprender y el respaldo económico necesario para el desarrollo del proyecto.

Traction. Es el programa de incubación. Aquí se acogen proyectos en fase inicial que se encuentren en pleno desarrollo del proyecto o que ya estén en el mercado y dispongan ya de las primeras métricas para ver su encaje en el mismo. Es una etapa de acompañamiento, apoyo para incrementar ventas y desarrollar el proyecto de una forma escalable. Pueden recibir financiación de hasta 50.000 euros.

Growth. Es la fase de aceleración en la que ha trabajado tradicionalmente el equipo de Lanzadera. Ayuda a crecer a empresas ya creadas y con un modelo de negocio probado. El objetivo es ayudarlas a disparar sus ventas. En esta fase la financiación puede subir hasta los 200.000 euros.

Scale Up. Es la nueva fase con la que Lanzadera quiere abrir su portfolio a las empresas más maduras y en la que caben startups que necesiten apoyo debido a la actual crisis sanitaria. Para esta fase se escogerán grandes proyectos, con un modelo de negocio probado y rentable, que necesitan apoyo para abordar nuevos retos. Un apoyo que puede suponen ayuda financiera por un valor de hasta 500.000 euros.

Lanzadera cuenta ahora también con el Programa Corporate un espacio para startups de cualquier fase del programa que puedan convertirse en potenciales clientes de grandes empresas como Abanca, Acciona, Ribera Salud, Play Station, FACSA y, por supuesto, la propia Mercadona, entre otras muchas.

tradicional; siempre que éstos tengan un enfoque innovador. Echando un vistazo al portfolio actual, nos encontramos con propuestas empresariales de lo más diversas, como carne vegetal (Heura), carritos y sillas de paseo (Rocking Baby) o maquillaje natural y ecológico (Saigu Cosmetics), entre los muchos otros proyectos tecnológicos más en la línea de lo que es también habitual en otras aceleradoras.

Lanzadera sigue una serie de criterios a la hora de seleccionar las empresas a impulsar: "Para emprender lo importante no es tener una buena idea, sino saber cómo ejecutarla correctamente. Por eso en lo primero que nos fijamos es en la persona, en el emprendedor. Los emprendedores se arriesgan, son capaces de cambiar el mundo con sus iniciativas. Además, la empresa debe resolver una necesidad o un problema existente de una manera diferente. En definitiva, innovar. Si quieres hacer algo nuevo debes de atreverte a ir a contracorriente. Lo demás está todo inventado", asegura Juan Roig.

"Los emprendedores se arriesgan, son capaces de cambiar el mundo con sus iniciativas"

Otro aspecto que la hace diferente es que mantienen una relación constante con los proyectos incubados o acelerados. Y en esta nueva fase quieren fomentar la vuelta de las startups que han sido parte de Lanzadera en el pasado, para ayudarlas a seguir creciendo en un momento tan complicado como el actual.

AYUDAR A CONSEGUIR SUEÑOS

Para facilitar ese intercambio de sueños al que ha hecho referencia anteriormente, Roig tiene un despacho propio en la aceleradora, al que acude con frecuencia. Aunque no se ciñe a una agenda determinada, se presenta de forma habitual para conocer en persona a todos los nuevos seleccionados por Lanzadera. En la aceleradora hay tres fechas de entrada: enero, mayo y septiembre, en las que acogen entre 20 y 30 nuevos proyectos y con todos ellos tiene una sesión como mínimo. Se reúnen en una sala, les imparte formación basada en el Modelo de Calidad Total, desarrollado por él en Mercadona, intercambian dudas e inquietudes y comparten café. El Covid le ha obligado a cambiar algo que está en el ADN de Lanzadera desde sus

“La empresa debe resolver una necesidad o un problema existente de una manera diferente. En definitiva, innovar”



EL MODELO DE CALIDAD TOTAL DE MERCADONA

Estar en una aceleradora tan estrechamente relacionada con el fundador de Mercadona también marca los proyectos que pasan por ella. “En Lanzadera trasladamos a los emprendedores el Modelo de Calidad Total de Mercadona para que lo conozcan e interioricen, que se inspiren y lo hagan suyo”, comenta Juan Roig. Ese Modelo de Calidad Total se basa en buscar un equilibrio entre las cinco patas de la empresa: el cliente (al que ellos llaman El Jefe), el trabajador, el proveedor, la sociedad y el capital. En definitiva, enseña a los nuevos emprendedores a poner el foco en que el cliente siempre esté satisfecho, cuidando al empleado, colaborando con los proveedores para diseñar ofertas atractivas para el cliente, evitando separar el concepto de empresa de la sociedad en la que opera y, en definitiva, introduciendo el concepto de sostenibilidad en empresas prósperas y rentables. Un modelo que encaja muy bien con el espíritu *startupero*, realmente, aunque luego cada uno tiene que adaptarlo a su propio modelo de negocio y valores. “Nuestro objetivo no es que lo copien ni imiten: cada emprendedor lo adapta a las características particulares de su startup, independientemente de que sean grandes o pequeñas o del sector de la economía en que operen”, añade Roig.

inicios (que los emprendedores de otras provincias se instalen en Valencia durante el periodo de acogida) pero no ha modificado ni lo más mínimo la forma de trabajar con los nuevos emprendedores, porque él cree firmemente en la importancia de la mentorización de las nuevas generaciones. “En la vida hay figuras que te ayudan a mejorar, que te dan ese empujón tan necesario cuando se está empezando, o que facilitan tu afianzamiento en fases más maduras. Yo también las he tenido, y creo que es parte del éxito darse cuenta de que uno está en condiciones de ayudar, de poner sus recursos y sus aprendizajes al servicio de otros. Si el éxito es compartido, se llega más lejos y sabe mejor. El conocimiento y el dinero dan la felicidad… si los compartes”, concluye Juan Roig. E

ROMÁN SUÁREZ, CEO DE OLEVENDING

El mago del vending imposible

Fue el pionero en introducir los snacks en los vending en nuestro país y hoy se ha especializado en diseñar máquinas expendedoras de todo lo imaginable, desde cachopos hasta recambios de bicicletas, pasando por chupetes y pienso para perros. La clave de su éxito: convertir la personalización máxima en su modelo de negocio.



ISABEL GARCÍA MÉNDEZ

En toda crisis hay una oportunidad, nos recuerda el hanzi que simboliza ambos conceptos en el chino mandarín. En el mundo de la empresa, es una verdad incuestionable. Olevending es una empresa que aglutina a varias sociedades que facturaron en torno a 15 millones de euros en 2019 y cuenta con una plantilla de 70 empleados directos que llega a los 100 si sumamos los indirectos. Pero en 2008 estuvo a punto de cerrar. "Hasta aquel año estábamos en toda España con más delegaciones que ahora y colocando máquinas de vending tradicional en universidades, hospitales, estaciones, gasolineras… Pero era un sector que estaba copado por multinacionales y era prácticamente imposible aspirar a contratos millonarios. Así que o hacíamos algo diferente o cerrábamos o vendíamos". Habla en plural porque Olevending es una empresa familiar. "La creé en Siero, Oviedo, en octubre de 1988 al poco de acabar el servicio militar junto a mi mujer y hoy trabajan aquí también mi hermano, cuñados, primos, mi hija…"

NECESIDAD DE REINVENTARSE

Tras una reflexión conjunta, pues, concluyeron que debían reinventarse. "Coincidió entonces que un cliente del País Vasco que tenía una pescadería, les pidió una máquina donde pudiese expender bandejas de pescado fresco". Aquello inicialmente parecía una locura, pero en Olevending decidieron investigar, estudiar cómo se podía conseguir una cadena de frío estanco, que el producto no fuese golpeado y finalmente crearon una máquina de producto fresco. "Salimos en todas las cadenas de televisión por ser algo espectacular. La máquina se puso en la pescadería y los vecinos acudían en masa a comprar. Esta máquina nos dio la idea: si habíamos sido capaces de transformar una máquina para vender pescado fresco, podíamos mecanizar cualquier servicio. Fue la idea que revolucionó la empresa porque esta opción de tener máquinas personalizadas permitía al pequeño comercio competir con las grandes superficies".

Empezaron con la farmacia y parafarmacia, diseñando máquinas para vender leche infantil, chupetes, preservativos, y luego vinieron las panaderías, empresas de informática, comida para mascota… "Hasta que un carnicero de Oviedo decidió que quería vender cachopos en máquinas. Le diseñamos la máquina y le ayudamos a colocarlas por diferentes locales. El tema del Cachopomatic fue muy sonado. Para mí ser los raros del vending es todo un orgullo. Hemos creado hasta máquinas de vírgenes, máquinas de cebo natural para pescadores, máquinas de juegos de mesa… Ahora mismo queremos vender todo lo relacionado con la marihuana, pero requiere una máquina inteligente que identifique al cliente mayor de edad y tiene una serie de repercusiones legales que tenemos que trabajar muy bien".

NECESIDAD DE REINVENTARSE

En su afán por innovar y disrumpir el sector ("fuimos los primeros en introducir los snacks en las máquinas de vending en España. Hasta ese momento las máquinas sólo vendían tabaco y café"), lanzaron en 2008 el concepto *Abierto hasta el amanecer,* tiendas automáticas a pie de calle con productos españoles, y en 2018, Japomarket, una tienda automática de productos japoneses. "Hicimos un estudio de mercado y nos quedamos sorprendidos del tráfico que tiene este tipo de productos en internet. Vimos que no había tiendas exclusivas y decidimos lanzar el concepto. Son tiendas que funcionan 24 horas/7 días a la sema-

LA EMPRESA EN CIFRAS

15.000
MÁQUINAS
han salido de sus instalaciones

62
TIENDAS
de Japomarket abiertas

70
PERSONAS
en plantilla directa

15
MILLONES
de euros es la facturación



Román Suárez es capaz de crear máquinas de vending que ofrezca cualquier producto, hasta cachopos.

na y totalmente a distancia. La diferencia entre los Japomarket y los *Abierto hasta el Amanecer* es que los productos de los primeros sólo los tienes online o en las máquinas nuestras. Es un producto de muy alta especialización que no encuentras en otro sitio. Calculamos que en tres años pasaremos de las 300 tiendas y sólo por este concepto estaremos para entonces en los 8 o 9 millones de euros". No es una franquicia, "sino que firmamos contratos de tiendas asociadas". En toda España ya hay 62 tiendas "y confiamos en acabar el 2019 con 100". El siguiente reto, apostar por el "Taste of America, máquinas de productos americanos".

Con el foco en el cliente. La clave para triunfar pasa por "hablar de tú a tú con el cliente. No vendemos por internet. Nos vemos con cada uno y hablamos ampliamente sobre sus necesidades técnicas e incluso sobre sus necesidades de financiación para afrontar el proyecto, ya que no es lo mismo decirles que la máquina cuesta 10.000 € a que se la alquiles por 160 €/mes. Les estás facilitando de esta manera el acceso a la modernización".

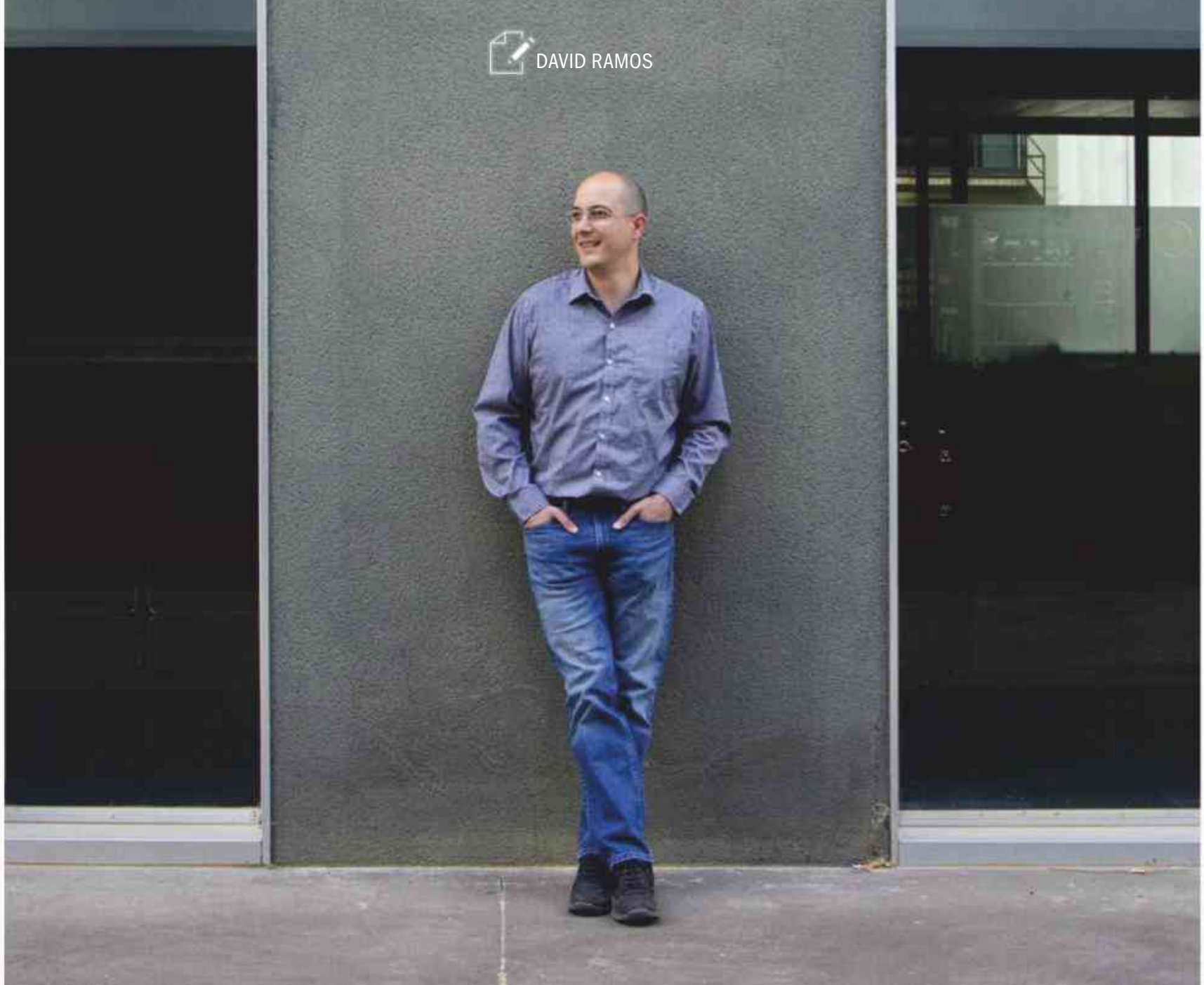
Diseño e I+D, pero no fabricación. "Nosotros diseñamos y desarrollamos en I+D, pero luego buscamos en el mercado internacional quién nos lo puede fabricar y en España ensamblamos las piezas, la tarjeta electrónica y el medio de pago. Trabajamos con fabricantes de China, de Italia y algún fabricante español pequeño. Decidimos apostar por esta fórmula de externalizar la fabricación para obtener rapidez. En tres meses puedo tener una máquina fabricada. Además, mientras un fabricante tradicional te va a exigir un número grande de pedidos, yo puedo hacer unidades sueltas". E

ALACARTE QUIERE QUE SUS DESALCOHOLIZADORAS DE VINO LLEGUEN A TODOS LOS RESTAURANTES

Vino con graduación a la carta

Alacarte ha diseñado una máquina capaz de desalcoholizar cualquier botella de vino en pocos minutos, dejando el porcentaje exacto de alcohol que desee el cliente. La compañía está buscando financiación para industrializar su prototipo y lanzar la primera remesa de máquinas el próximo año.

DAVID RAMOS





Aleix Barandiaran, CEO y fundador de Alacarte

Si bebes, no conduzcas", decía **Stevie Wonder** en una campaña de la Dirección General de Tráfico de mediados de los ochenta. Alacarte ha venido a enmendarle la plana al artista estadounidense.

Los riesgos del consumo de alcohol al volante ha tenido importantes efectos, sobre todo a partir de la llegada del carné por puntos. Por un lado, la venta de cerveza sin alcohol se ha disparado en los últimos años. Por otra parte, la hostelería se queja del descenso de consumo de vino en las comidas y cenas.

El vino sin alcohol o con baja graduación no ha cuajado por varios motivos. El primero, la limitación de oferta. Hay pocas bodegas que lo ofrezcan y pocos restaurantes lo tienen en su carta. Además, quitar completamente el alcohol al vino tiene algunas consecuencias. Por ejemplo, afecta a sus propiedades organolépticas y a la conservación.

Alacarte ha dado con la solución a estos problemas. Ha diseñado una máquina que permite quitar en el acto la cantidad exacta de alcohol que se desee a cualquier botella de vino. Por tanto, la oferta de vino desalcoholizado es tan amplia como la carta de vinos 'normales' que tenga el restaurante. El cliente sólo tiene que pedir el vino que le apetezca y quitarle la cantidad de alcohol que quiera.

UNA MÁQUINA EN CADA RESTAURANTE

Este proyecto nació hace tres años, cuando apareció una tecnología para reducir la cantidad de alcohol del vino. "Se aplicaba en otros sectores, como petroquímica o medicina. Se hicieron algunos cambios para desalcoholizar el vino y el resultado fue espectacularmente positivo. Sin embargo, esta tecnología era bastante lenta. Desalcoholizar una botella de vino requería dos horas, inviable para el negocio hostelero. Nos pusimos a investigar y conseguimos hacerlo en cinco minutos", explica **Aleix Barandiaran**, CEO y cofundador de Alacarte.

La empresa quiere que todos los restaurantes, bares y hoteles tengan esta máquina a disposición de sus clientes. Barandiaran asegura que este dispositivo ayudará al sector a mejorar su facturación. "Además de ofrecer al cliente vino desalcoholizado, diferenciándose de la competencia, con esta máquina se va a vender más vino. Si un establecimiento vende una botella más de vino al día, la máquina se paga por sí sola. Todo lo que sea un incremento mayor, es un beneficio que se lleva el restaurador", detalla.

El funcionamiento es sencillo. "Se elige la botella, se abre, se le pone en el cuello un cabezal y se introduce en la máquina. Después, en una pantalla táctil se pone el contenido alcohólico del vino original y el porcentaje final que se quiere dejar. Se aprieta el botón de inicio y empieza el proceso. Entonces sale un reloj que indica cuánto tiempo queda para terminar. Cuanto más se quiera desalcoholizar, más tardará. Para quitar la mitad de alcohol se necesitan cinco minutos", especifica.

El tamaño de la máquina, que es portátil, equivale al de un microondas y se puede hacer el proceso delante del cliente. "Si alguien quiere una botella de vino de 150 euros, quizá quiera que se desalcoholice delante de él", comenta el CEO.

DEL PROTOTIPO A LA INDUSTRIALIZACIÓN

La compañía se centrará en Europa, EE.UU. y Asia. Prevé fabricar en España las máquinas que irán al mercado europeo. No descarta acuerdos para su expansión internacional. Por ejemplo, está conversando con Coravin, una empresa que ofrece un gadget que permite servir una o varias copas de vino sin descorchar la botella.

Barandiaran aún no puede decir el precio final de la máquina, porque no se sabrá con certeza hasta que acabe el proceso de industrialización. Sí adelanta que los restauradores podrán acceder a su máquina comprándola o alquilándola, mediante el pago de una cuota mensual.

Alacarte forma parte de Gastro Ventures, grupo especializado en innovación gastronómica. Su actividad tiene tres patas. La primera es Gastronomic Solutions, que busca soluciones gastronómicas para empresas alimentarias. La segunda rama es Carrots, centrada en mejorar la propuesta gastronómica de hoteles de alta gama, de 4 y 5 estrellas. Y la tercera pata es Koete, una incubadora de nuevos alimentos o bebidas. Uno de estos proyectos es Escata, un potenciador de sabor a partir de la anchoa, basado en el mítico garum romano. En el seno de la incubadora también nació 1933, una marca de cócteles que se venden preparados, como alternativa al consumo de cerveza en festivales, eventos, etc. E

LA EMPRESA EN CIFRAS

RONDA DE FINANCIACIÓN PREVISTA:
5,5
MILLONES DE EUROS

PRIMERA REMESA:
+1.000
MÁQUINAS

PREVISIÓN DE VENTAS EN 2-3 AÑOS:
5.000
UNIDADES

PREVISIÓN DE FACTURACIÓN 2021:
10
MILLONES DE EUROS

FOTOS: CÉSAR NÚÑEZ.

JORDI BARTOMEU, CEO Y PRESIDENTE DEL CONSEJO DE ADMINISTRACIÓN DE EUROLEAGUE BASKET

"Nosotros hemos hecho crecer el baloncesto"

Un mayor retorno de la inversión y, sobre todo, un mayor control del producto fueron las razones que impulsaron la creación de la Euroleague Basketball, la empresa privada promotora de la Euroliga de baloncesto. Con sede en España y liderada por un español, este año celebra su vigésimo aniversario.

-

JULIA CORONAS



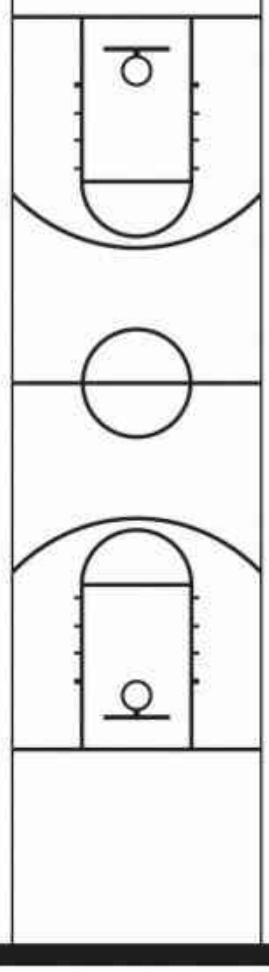
Nacieron con el siglo para darle un impulso nuevo a un deporte, el baloncesto, que a nivel europeo estaba sufriendo los estragos de un sistema ineficiente. "Los clubes ya estaban en presupuestos altos a finales de los 90 y había una considerable inversión en baloncesto, pero existía muy poco retorno y ningún control sobre el producto. Estábamos en un momento en que la federación lo decidía todo: cuándo se jugaba, cómo se jugaba, a qué hora se jugaba. Es decir, se producía algo que en el mundo empresarial no ocurre nunca: se separaba la responsabilidad, que estaba en manos de los clubes ya que ellos pagaban, de la decisión, de la que se encargaba la federación", explica **Jordi Bartomeu**, CEO de Euroleague Basketball y presidente de su consejo de administración. "Con el nuevo proyecto, se perseguía unificar ambos conceptos. El baloncesto, a diferencia del fútbol, tenía un referente que era la NBA. Debido a la ineficiencia del sistema, los clubes se fijaban más en el sistema americano y se perseguía crear una liga paneuropea. En España, Italia y Grecia ya había ligas de clubes. Por eso, cuando empezó a haber un conocimiento del funcionamiento de la NBA apostó por un proceso más eficiente", concluye.

La transición de un modelo a otro lo lidera la liga española porque, a finales de los 90, "tenía una gran reputación en toda Europa: era la pionera, la más moderna, la que tenía más recursos y un ejemplo a seguir". Así fue como el proyecto de Euroleague Basketball se convirtió en una empresa privada con sede en España y con director español: "nosotros lideramos este proceso y, como yo era vicepresidente de la liga española, me pidieron que saltara de un barco a otro. Fue un paso natural".

LECCIONES EMPRESARIALES

Conozcamos un poco más en qué consiste la empresa y sus lecciones empresariales:

Acertar con el naming. El nombre Euroliga o (EuroLeague en el caso de la competición) es redondo, evocador, resume el objeto de la empresa y es fácil de recordar. Es decir, cumple con las reglas básicas del naming. No fue original de este proyecto, pero ellos tuvieron el acierto de aprovechar un vacío legal para apoderarse del nombre que no estaba registrado. "Lo de Euroliga no era algo novedoso, ya se había utilizado antes, pero con otro sentido. En nuestro caso, detrás del nombre lo que había era una definición del objetivo que se perseguía desde el principio: crear una liga paneuropea. De manera que el nombre y el objetivo correspondiera a lo mismo. Ahora bien, el concepto de liga tiene una doble acepción. Por un lado, desde el punto de vista de la competición, de establecer un formato de todos contra todos, en lugar de los grupos de la Champions, no se ha podido crear hasta el 2016. La segunda acepción, la que se refiere al punto de vista organizativo sí que pudo aplicarse desde el principio porque lo que constituimos fue un ente, una sociedad privada donde los clubes, como accionistas, gestionaran esta competición. Unimos responsabilidad y decisión".



Ofrecer continuidad y estabilidad. Asumida la premisa anterior, ¿en qué consiste la empresa como tal? "La compañía tiene su sede operativa en España y tenemos una joint venture con IMG, una multinacional de deporte americana, con sede en Luxemburgo. Es una sociedad con unos accionistas, que son los clubes, y un CEO, que soy yo. A diferencia de lo que ocurre normalmente en el deporte, en la Euroliga los equipos no entran o salen, no se clasifican o no, no suben o bajan, no juegan en función de sus resultados en las competiciones locales. El Real Madrid, por ejemplo, participa en la Euroliga independientemente de que quede el último en la ACB. Decidimos mantener un núcleo duro con los mejores clubes de Europa que permaneciese siempre, porque, si cada año cambiábamos a los participantes, no podíamos darle una continuidad a los partners comerciales. Si queríamos aportar valor, debíamos ofrecer un producto reconocible y estable.



Jordi Bartomeu, que era vicepresidente de la liga española, pasó a ser CEO de Euroleague Basket. Fue un salto natural.

Con los mejores aliados. "Creamos un modelo donde las marcas más potentes del baloncesto europeo participan en la competición con regularidad y son los propietarios de la competición, son los accionistas. Y este grupo que ahora son 11, el año que viene serán 13 y dentro de dos años serán 16, son los que toman las decisiones y nombran los cargos. Luego están los cargos ejecutivos, que somos nosotros, quienes tenemos la responsabilidad de actuar". Aunque el modelo podría tener alguna similitud con la Fórmula 1 por el papel exclusivamente técnico que juega la federación, la principal diferencia es que en la competición automovilística "la fórmula es la de un promotor que hace contratos con las escuderías. Es decir, sería como si, en nuestro caso, en lugar de estar las acciones en manos de los clubes, estuviesen en manos de un fondo privado que cerrase los acuerdos con los equipos".

Sumar para multiplicar. "Tener a los mejores en el accionariado tiene ventajas indudables, pero también puede ser un regalo envenenado. Sería como si una startup contara con los emprendedores más top de su sector como accionistas ¿Cómo gestionar las luchas de poder? "Esa es la pregunta del millón. Siempre he pensado que esto es un tema de evolución cultural. Tienes que llevar a los clubes al convencimiento de que una cosa es lo que ocurre en el estadio y otra lo que ocurre al terminar el

partido porque no son empresas rivales de un sector, sino que cada noche se pelean: por fichajes, por ganar partidos… Estamos gestionando competidores y hay que inculcar una cultura y eso lo hemos conseguido con bastante éxito porque veníamos de la cultura de la liga española. Cuando nos reunimos hay 11/13 empresas que actúan como tales, más allá de si ganan o pierden. No se discute nada de lo ocurrido el día anterior o el mes anterior, no se habla de arbitraje... Sólo se habla de futuro, de qué perspectivas hay, de cómo afrontar la gestión. Como nosotros generamos los ingresos de estos clubes, está muy instalado el concepto de que, cuanto mejor le vaya a la Euroliga, mejor les va a ir cada uno de ellos. De esta manera hemos conseguido resolver este difícil equilibrio que preguntabas. Son empresarios porque son los propietarios, si no fuese así no tendrían esta sensación de pertenencia, de que esto es suyo y de que, cuanto más valga la Euroliga, más valdrá su participación. Es clave el ser propietarios para poder hacer esa distinción entre el día a día deportivo y la gestión de una empresa a medio/largo plazo".

Disrupción y credibilidad. A la hora de explicar cuál ha sido la clave del éxito de esta iniciativa privada en el sector deportivo, Bartomeu lo tiene claro: la credibilidad. Y lo razona: "en estos 20 años de existencia hemos planteado muchos proyectos disruptivos con respecto a cómo se hacían las cosas antes. Hemos cambiado muchas cosas, tanto desde el punto de vista del juego como de la organización, que iban contra la tradición de décadas del deporte y, cada vez que se cambia algo, hay muchas resistencias. Cuando tú a una federación le quitas los mejores clubes, te oponen mucha resistencia: hay problemas para buscar árbitros, hay problemas todos los días. Cuando superas esta primera fase y consigues que los equipos no se clasifiquen a través de las ligas nacionales tienes otro problema. Cuando la federación internacional pone partidos de las selecciones nacionales y los clubes no dejan ir a los jugadores tienes otro problema. Pero, cada vez que hemos anunciado que íbamos a hacer algo, lo hemos llevado adelante y hemos resuelto todas las tensiones protegiendo los intereses de los clubes accionistas. Y eso ha dado credibilidad. Durante los cinco primeros años la gente se cuestionaba el proyecto, pensaban que sería algo transitorio, que no tendría recorrido, que se volvería al modelo tradicional. Veinte años más tarde esto ya no está en ningún escenario. La

> **"Lo primero que hicimos fue elevar los estándares de calidad del baloncesto para que fuera más rentable"**

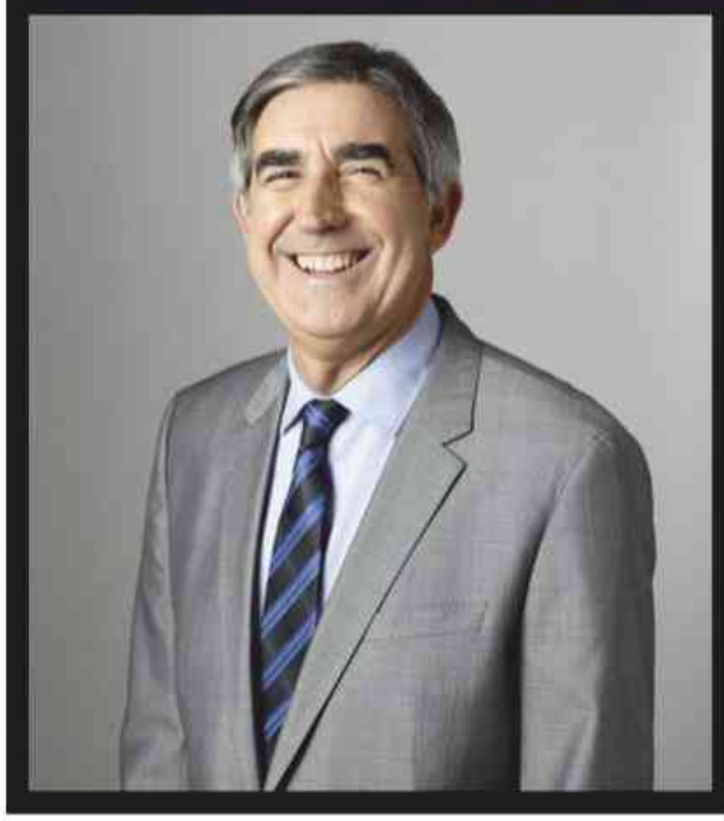


credibilidad se ha conseguido gracias a superar todos los obstáculos."

Mejorar el producto. "La constitución de la Euroliga viene motivado porque los clubes tienen la percepción de que el producto no estaba cuidado y que no había una buena competición. Nuestra primera misión, pues, fue ir levantando los estándares de la competición: desde cómo se presentaban los partidos hasta en qué pabellones se podían jugar, cómo debía ser la producción en televisión, nuevas reglas técnicas de los partidos para que fuesen más vistosos, eliminación de restricciones de contratación de jugadores por nacionalidad…. No es lo mismo jugar en un pabellón de 3.000 espectadores, como al principio, a los pabellones actuales donde se disputan los partidos de la Euroliga. Hoy se han reconstruido 13 o 14 a lo largo de toda Europa con capacidad entre 13.000 y 20.000 espectadores. Es una labor constante de trabajar el producto y, al hacerlo, la economía ha ido mejorando. Como todos los equipos que participan son muy buenos tienen una calidad similar y puede jugar el primero contra el último y los partidos se resuelven con una diferencia de un punto. Si el producto es bueno, si la competición es de calidad, la gente quiere ver cada vez más partidos".

Cambio de formato. Todo esto llevó un tiempo y cuando estuvo maduro fue cuando pudimos dar un salto en la competición. Desde el 2004 hasta el 2014 habíamos ido creciendo siempre en números razonables entre un 8% y un 11% anualmente, pero entonces diseñamos un nuevo producto en el 2015 que es el actual formato de Euroliga o EuroLeague. Dejamos de jugar por grupos, redujimos el número de participantes de 24 a los 16 propietarios que había entonces y se estableció ese concepto de liga donde todos juegan contra todos. Así





DERECHOS TELEVISIVOS, ENTRADAS, PATROCINIOS

De los 75 millones que hoy tiene como presupuesto la Euroleague Basektball, el 45-50% procede de los derechos audiovisuales, el 30%, del patrocinio y el 20% de las ventas de entradas ("los pabellones nuevos permiten a los clubes generar hasta el 40% de sus ingresos a través de las entradas. Por eso es importante que haya más partidos y que haya más tracción"). El presupuesto promedio de los clubes accionistas ronda de media los 25-27 millones de euros ("tenemos clubes con presupuestos de más de 40 millones de euros y otros con 10 millones). Estas cifras experimentaron un gran auge con la entrada de IMG: "nuestro presupuesto estaba en 25 millones de euros y ahora ronda los 75 millones; antes distribuíamos 16-17 millones a los clubes y este año vamos a por 35 millones", concluye. Y una cifra más: los 7 empleados que empezaron con el proyecto en 2000 se han convertido en 85.

pudimos ofrecer a todas las televisiones, partners y demás un producto único en Europa donde el aficionado del Real Madrid iba a ver a todos los equipos de Europa pasando por su pabellón".

Con el mejor socio comercial . "Una vez que teníamos este formato necesitábamos a alguien con músculo que nos permitiera dar el salto económico que podíamos conseguir. Y es ahí cuando se firma la joint venture con IMG que supone un momento de inflexión. Por su experiencia y por la capacidad que ha demostrado en diferentes sectores era el partner ideal para ayudarnos en esta fase y efectivamente el salto fue exponencial: pasamos de un crecimiento del 8%/10% a casi un 100% en una temporada, los contratos de televisión se han multiplicado por tres… En definitiva, nos ha puesto en otro nivel de negocio".

Estándares máximos para unos pocos. "Cuando los estándares son tan altos, hay menos clubes que pueden afrontarlos y se van quedando por el camino o se adaptan. Hay que escoger. Nosotros hemos hecho crecer el baloncesto. Hemos pasado de 3.000 espectadores a 9.000, de estar en las televisiones de 3 países a estar en las de 200. Y para que esto ocurra necesitas un buen producto y una buena experiencia. Eso te exige tener unos estándares más altos lo que dificulta el acceso a muchos clubes. Un pabellón es una gran inversión". E

FOTOS: GETTY

La empresa que puso a España sobre ruedas sigue impulsando la innovación constante

SEAT cumple 70 años en la brecha

Del SEAT 600 a fabricar respiradores para luchar contra el coronavirus. La capacidad innovadora de la firma automovilística ha estado presente a lo largo de una historia que este año alcanza su setenta aniversario.

–



Redescubriendo SEAT

Desde el año 2016, más de 1.500 emprendedores de toda España han podido conocer las instalaciones de SEAT en Martorell gracias a la iniciativa Redescubre SEAT puesta en marcha por la firma automovilística en colaboración con la revista Emprendedores. Una jornada en la que, a través de una visita la Fábrica de Martorell y a la famosa nave de vehículos históricos 122, emprendedores, ejecutivos destacados, inversores y demás agentes del emprendimiento tienen ocasión de acercarse a esta marca emblemática y poner en valor la innovación empresarial.



La empresa que puso a España sobre ruedas nació un 9 de mayo de 1950, así que este mes de mayo ha cumplido nada menos que setenta años. Una historia marcada por la constante capacidad de reinvención y una apuesta clara por la innovación. En 1953 abrió las puertas de la fábrica de la Zona Franca con una producción diaria de cinco vehículos del SEAT 1400 y una plantilla de 925 personas. A lo largo de cuarenta años de aquellas instalaciones salieron modelos icónicos en la historia de la marca y del propio país, como el SEAT 600 y el SEAT 127. En 1993 los responsables de la marca decidieron construir una nueva fábrica más grande y moderna, trasladando la producción a Martorell. Esta planta se estrenó con el lanzamiento de la segunda generación del SEAT Ibiza y del nuevo SEAT Córdoba, que se producían a un ritmo de 1.500 unidades diarias. Hoy en SEAT trabajan 15.000 personas y se fabrican los mismos coches en tres minutos que antes en todo un día. Y, frente a los dos años de espera que había en la década de los 50 para recibir un 600, en la actualidad, con el servicio Fast Lane, se puede comprar un coche en 10 minutos con 5 clicks, y recibirlo en menos de 21 días.

Actualmente, la compañía tiene tres centros de producción: Barcelona, El Prat de Llobregat y Martorell, donde fabrica el Ibiza, el Arona y el León. Además, produce el Ateca en la República Checa, el Tarraco en Alemania, el Alhambra en Portugal y el Mii electric, el primer vehículo 100% eléctrico de SEAT, en Eslovaquia. Con una facturación de 11.157 millones en 2019 y con una exportación, tanto de vehículos como de componentes, que alcanza el 81% del volumen de negocio (9.041 millones de euros), SEAT es la principal empresa industrial exportadora de España.

A lo largo de su historia, SEAT ha producido un total de más de 19 millones de vehículos de los 75 modelos que ha lanzado, incluyendo versiones y generaciones. Algunos de ellos han marcado un antes y un después en la movilidad en nuestro país, como fue el caso del SEAT 600 en 1957, el SEAT Ibiza en 1984 o el SEAT León en 1999. A partir de 2016, la firma inició una ofensiva de producto que incluyó varios lanzamientos SUV: SEAT Ateca, SEAT Arona y SEAT Tarraco. En 2019 anunció el lanzamiento del Mii, el primer coche eléctrico de la compañía. En estos últimos años SEAT ha dado pasos de gigante en su apuesta por la movilidad y la innovación. Al anuncio en 2018 de la creación de CUPRA como marca, se unió su designación como centro de competencias de micromovilidad para todo el Grupo Volkswagen, para liderar la estrategia de nuevos productos y servicios de movilidad urbana. De su capacidad de reinvención da cuenta su actuación durante la última pandemia. Un equipo de 150 profesionales trabajó durante semanas para la producción de más de 600 respiradores de emergencia, que se enviaron a hospitales de toda España. Una nueva iniciativa que revela el compromiso de SEAT con la sociedad española.

A lo largo de su historia, SEAT ha producido en total más de 19 millones de vehículos, de los 75 modelos que ha lanzado

Pon tu coche a punto para la nueva normalidad

Después de dos meses sin mover el coche, conviene tener algunas precauciones a la hora de volver a utilizarlo. SEAT nos propone estos cuatro pasos:



Revisa los niveles. Comprueba que no hay líquidos en el suelo. Mantén el coche encendido unos minutos antes de rodar para que los líquidos circulen por todos los conductos y los lubriquen.



Doble check. Haz una ronda de comprobación de todos los elementos que se usan en circulación: luces, intermitentes, elevalunas, limpiaparabrisas y todos los dispositivos electrónicos. Pisa a fondo el pedal del freno. Y comprueba que no hay ningún ruido raro al circular.



Controla los neumáticos. Con el paso de los días y al no rodar, la presión de los neumáticos baja. Llénalos al máximo y comprueba periódicamente los niveles.



Desinfecta. Elige un producto adecuado y respeta tiempos de secado y acción. Pon atención al volante, tiradores, ventanillas, salpicadero, elevalunas y demás controles que se suelen tocar. Revisa bien alfombrillas y desinfecta las rejillas de ventilación, cuidando de que no se obstruyan.

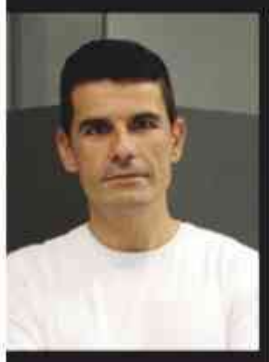
CONSEJO ASESOR

Consejos para crear un canal de venta digital

La necesidad de tener presencia online para vender ha quedado más que patente estos meses y es una apuesta de futuro. Seis emprendedores de éxito nos dan las claves para hacer bien.

PILAR ALCÁZAR

EMPRENDEDORES DE ÉXITO TE AYUDAN EN TU PROYECTO EMPRESARIAL



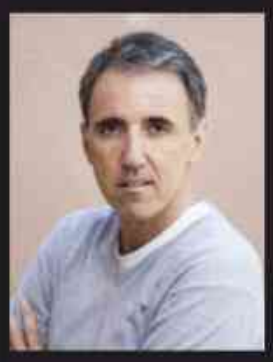
David Martín

Fundador y CEO de TradeInn, uno de los mayores grupos de venta online de artículos deportivos de nuestro país, con 15 tiendas especializadas y ventas en 193 países.



Manuel Santiago

Fundador de Hello Auto, la primera aseguradora tecnológica de España; seguro de automóvil 100% digital y personalizado. Forma parte del grupo Petroprix, creado también por él.



Miguel Antón

CEO y cofundador de Elma, el primer seguro digital de salud del mercado. Su objetivo es ofrecer acceso a la atención médica en cualquier momento y en cualquier lugar.



Borja Boada

CEO de Fudeat, un marketplace online fundado en 2017 para la contratación de servicios de catering para oficinas en toda España. Da servicio a más de 350 compañías registradas.



Joel Balagué

Fundador de Volava, una smart fitness en casa que diseña y comercializa una bicicleta conectada a Internet, para entrenar con monitores en directo o bajo demanda.



Alejandro Villanueva

Fundador de FoodVAC, una compañía orientada al canal horeca que facilita el trabajo de particulares y de profesionales hosteleros con productos de alta cocina.



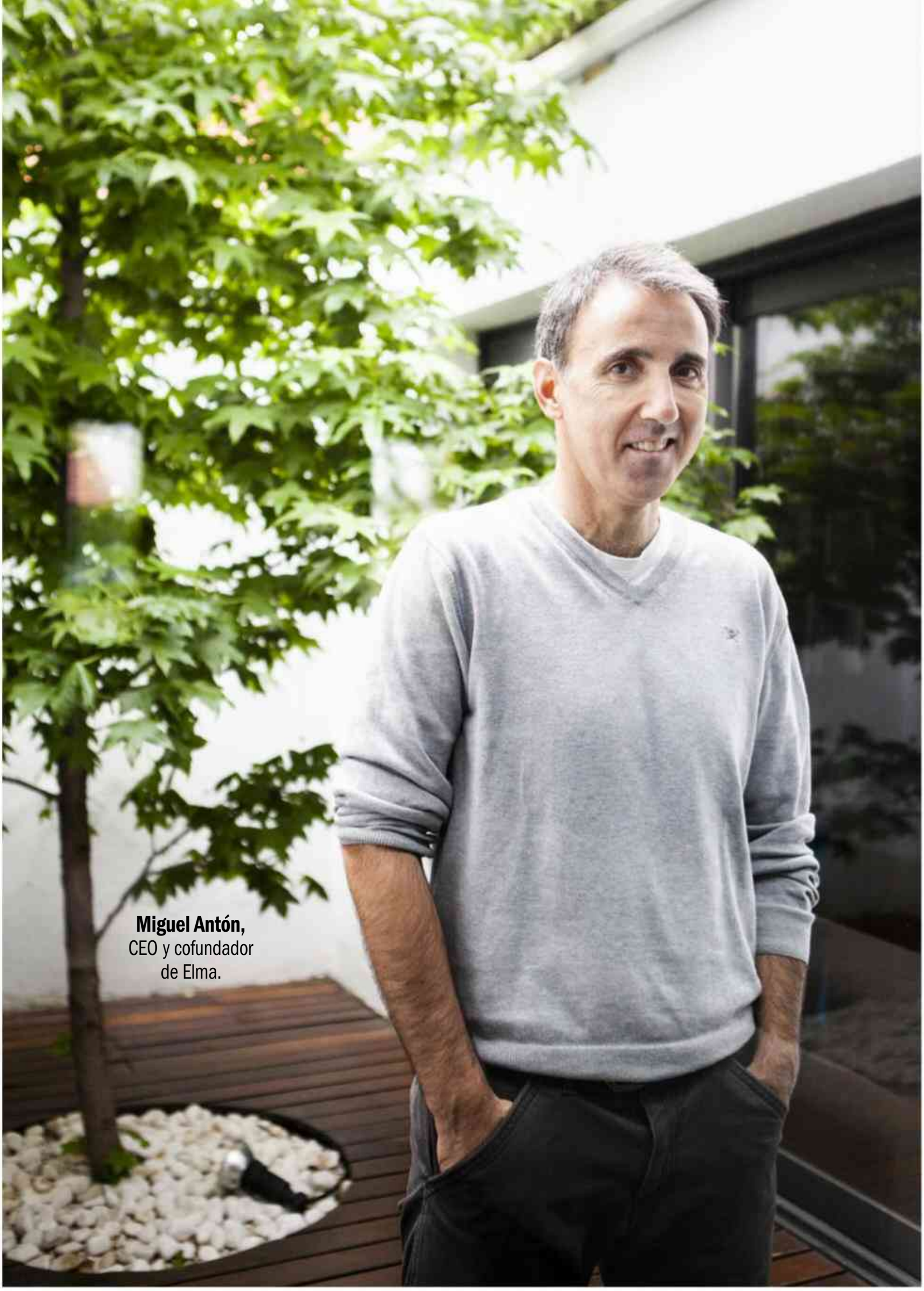
David Martín, fundador y CEO de TradeInn.

“**OBSESIÓNATE CON LOS DATOS: ES FUNDAMENTAL Y PRIORITARIO SABER CUÁLES SON LOS DATOS QUE APORTAN VALOR A TU NEGOCIO Y TENERLOS DE FORMA CONSTANTE.** Los datos sirven para tomar decisiones estratégicas, pero su función más importante es que permitan que pasen cosas automáticamente con ellos. Los 3 grandes pilares del ecommerce en 3 palabras: Producto, Precio y Servicio”.



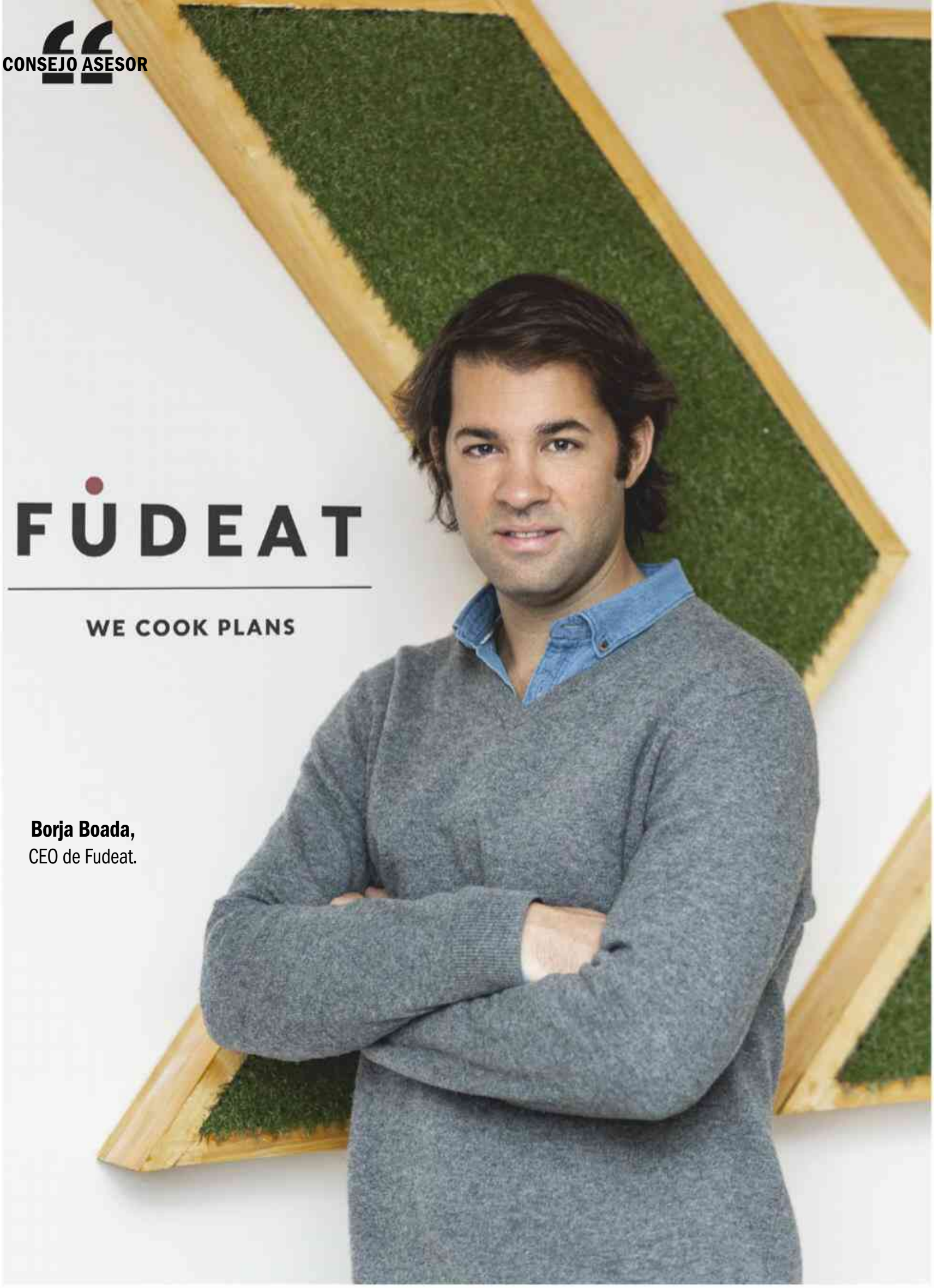
Manuel Santiago, fundador de Hello Auto.

"LO MÁS IMPORTANTE DE UN NUEVO CANAL ONLINE ES TRABAJAR EN DAR VALOR DIFERENCIAL A TUS PRODUCTOS Y PENSAR EN PROMOCIONES QUE TE PERMITAN CONVERTIR LAS VISITAS EN VENTAS. No olvides que la experiencia del usuario dependerá de la organización detrás del portal y estudia de forma detallada todos los procesos involucrados en la venta del producto. Tu mejor marketing es un cliente satisfecho".



Miguel Antón,
CEO y cofundador
de Elma.

"EN UNA ESTRATEGIA DE VENTA DIGITAL DE ÉXITO ES IMPRESCINDIBLE SITUAR AL USUARIO EN EL CENTRO: EMPODERARLE CON LAS HERRAMIENTAS QUE NECESITA PARA TOMAR LAS RIENDAS DEL SERVICIO QUE LE OFRECES. Es crucial diseñar una estrategia lo más personalizada posible, un producto con el cual se identifique el usuario, que le proporcione información útil y relevante para sentirse atendido en todo momento".



Borja Boada,
CEO de Fudeat.

“UNA ESTRATEGIA DE VENTA DIGITAL NO ES OTRA COSA QUE UN CANAL MÁS DE VENTA: HAY QUE TRASLADAR EL OFFLINE AL ONLINE CON SENTIDO COMÚN. Conviene analizar nuestra compañía (producto, precio y márgenes, distribución, tipo de cliente y caja), el entorno y los competidores. Pensar hacia dónde queremos ir y definir objetivos (notoriedad o ventas). Y planificar cómo vamos a llegar: aquí no hay otro camino que ir probando, destinando el menor presupuesto posible”.



Joel Balagué, fundador de Volava.

“**PARA VENDER EN LÍNEA COMO PARA VENDER EN GENERAL: LO ESENCIAL ES QUE HAYA UN BUEN PRODUCTO. PARECE OBVIO, PERO A VECES LA TÉCNICA NOS HACE OLVIDAR LA ESENCIA.** Además, es importante hacer una excelente presentación del producto, acompañarlo de un muy buen contenido audiovisual y asociarlo a un concepto de *lifestyle*. También es necesario generar confianza en el visitante, vía reviews de clientes, con información actualizada como los plazos de entrega, una sección de FAQ, teléfonos de atención, etc. Y que la navegación sea fluida”.



Alejandro Villanueva, CEO de foodVAC.

"PARA ABRIR UN NUEVO CANAL DE VENTA ES IMPORTANTE DETERMINAR Y ENTENDER QUÉ NECESIDAD VAS A CUBRIR, NO TE OBSESIONES CON INTENTAR SABER TODO LO NECESARIO PARA LANZAR UNA NUEVA LÍNEA, pon foco en lo que dominas e intenta rodearte de gente que aporte valor en el resto de áreas. Intenta obtener feedback, sobre todo el no, tan positivo, ése es el más importante y el que te ayuda a mejorar y ser más competitivo".

FOTOS: COSTAVETSKY.

‘MUJERES MEDIOLANUM’: ESFUERZO Y DETERMINACIÓN

CLAVES PARA UNA LARGA CARRERA PROFESIONAL

El proyecto ‘Mujeres Mediolanum’ se basa en la confianza y en la cercanía; en mujeres reales que cuentan experiencias reales.



Banco Mediolanum forma parte del Grupo Mediolanum, que cuenta con más de 1,4 millones de clientes asesorados por una red de más de 5.000 *Family Bankers*.

Mujeres Mediolanum’ es el nuevo e innovador proyecto de Banco Mediolanum, entidad financiera que forma parte del Grupo Mediolanum, que cuenta con más de 1.477.000 clientes asesorados por una red de 5.200 *Family Bankers*.

Este proyecto, aspiracional y motivacional, busca hacer reflexionar y reaccionar a profesionales que quieran emprender, tomar las riendas de su vida y crear su propio proyecto vital. “Personas que quieran crecer profesionalmente y vean en Banco Mediolanum al socio ideal para hacerlo. Ahora es el momento. Es una decisión con mucho presente y mucho futuro”.

EXPERIENCIAS REALES

El proyecto se apoya en varios vídeos –que se pueden ver en la lista de reproducción de su canal de Youtube: ‘Emprendedoras con Banco Mediolanum’– en los que mujeres reales cuentan, sencillamente, sus propias experiencias como emprendedoras, como autónomas, como madres, como jefas de sus propias vidas. Relatan en primera persona cómo ha sido el camino para llegar a lo que son hoy; un camino que no ha sido fácil, pero sí muy gratificante.

Ivonne, Ángeles, Mónica, Cristina, Josune, Sandra, Marta, Francina y Susana son nueve mujeres con nueve personalidades distintas, con inicios y objetivos vitales diferentes, que viven en diversas ciudades, pero que les une la capacidad de esfuerzo, la valentía en situaciones adversas, la sensibilidad en su día a día y la toma de decisiones. Les une, principalmente, que son *Family Bankers*.

Todas madres y todas con una exitosa carrera profesional en la mochila. Son

Son nueve mujeres con personalidades distintas, pero luchadoras y jefas de sus propias vidas

líderes de equipos y saben que aún les queda un largo camino como *Family Banker* por delante. Todas coinciden en que Banco Mediolanum es su *partner* perfecto, es la empresa que les ha ayudado y les apoya en su desarrollo profesional y personal.

En el primer vídeo titulado ‘Mujeres Mediolanum: Mujeres reales’, estas luchadoras se describen cómo son, gracias a su esfuerzo, valentía y decisión. En el segundo vídeo titulado ‘Mujeres emprendedoras: ¿Por qué ser autónomo?’, estas mujeres son sus propias jefas, son autónomas, gestionan su propio tiempo, tienen la libertad para escoger a sus clientes y asesorarles de manera personalizada y sin presión. Son, en definitiva, sus propias jefas porque deciden cómo realizar su actividad y toman sus propias decisiones. Y en el tercer vídeo titulado ‘Mujeres, madres y emprendedoras’, estas madres tienen la libertad de organizar sus propias vidas para poder dedicar el tiempo que decidan a sus respectivas familias.

CONFIANZA Y CERCANÍA

La historia de estas nueve profesionales es la historia de cualquier persona, mujer y hombre, que encaje con la filosofía de Banco Mediolanum, que sobresale por su modelo de banca diferente, basado en la relación personal, en la confianza y en la cercanía, en la profesionalidad y en la vocación de servicio al cliente. Un modelo muy ventajoso para el cliente y muy ventajoso para el profesional. Un banco con una fórmula muy sencilla: es un banco de personas para personas.

LAS APLICACIONES QUE MEJOR RESULTADO DAN EN TODAS LAS ÁREAS DE LA EMPRESA

Las mejores apps para emprender

Hemos consultado con distintos emprendedores cuáles son las principales aplicaciones, web y móviles, que más utilizan en su día a día. Estas son las que recomiendan.

–

ANA DELGADO



Atención y relación con el cliente

Crisp. Aplicación de origen francés que el equipo de Metricool utiliza como herramienta chat para mejorar el servicio de atención al cliente. Permite integrar otras aplicaciones, organizar campañas o lanzar alertas a tus usuarios cuando algo va mal. “No es gratuita, pero a nosotros nos funciona my bien”, dicen en Metricool.

https://crisp.chat/es/apps/

Groovehq. Recomendada por Suma CRM para tickets de soporte y mejorar la experiencia de cliente. Dispone de un plan especial para startups con menos de 10 empleados.

https://www.groovehq.com/

Intercom. Un ‘business messenger’ que Suma CRM utiliza para el chat en la web. Es una app con la que puedes chatear con los clientes y los visitantes a tu web mostrando un cuadro de diálogo en la parte inferior derecha de la pantalla. Aunque cuenta con distintos planes, en todos permiten una prueba gratuita.

https://www.intercom.com/

Hotjar. La utilizan de forma esporádica en Grooparty como herramienta online para obtener información de las interacciones de los visitantes en tus páginas web y conocer su comportamiento y los motivos de la no conversión dado que recoge también los comentarios de los usuarios a través de herramientas como mapas de calor , grabaciones de sesiones y encuestas. Tiene distintos paquetes de pago en función de la cantidad de datos que quieras recoger (de 20 mil a 400 mil visitantes diarios).

https://www.hotjar.com/

Zendesk. Software de servicio de atención al cliente. “Nos sirve para atender todas las preguntas que nos formulan los clientes en forma de chat a través de la web. La solución está muy orientada a startups y, como tal, a nosotros nos dio un año gratis para disfrutar del servicio”, afirman en Blarlo. Además de facilitar las interacciones con los clientes la solución ofrece un CRM.

https://www.zendesk.es/

Contabilidad

Anfix. Esta solución nacional es la que utilizan en Blarlo como software de facturación y contabilidad en la nube. Para emprendedores, inicialmente es gratis, con un periodo de prueba de 30 días antes de decidir si asumes algunos de sus planes de suscripción.

https://anfix.com/

Debitoor. App para la facturación orientada a pequeñas empresas y autónomos con planes mensuales y anuales y 7 días de prueba gratuitos. Es la que utilizan en Suma CRM.

https://debitoor.es/

Billin. Programa de facturación online que se adapta a las necesidades de cada negocio. Creada en Madrid, es una herramienta gratuita con múltiples numerosas funcionalidades para su utilización por parte de Pymes y autónomos. Recomendada por Blarlo.

https://www.billin.net/

Quaderno. Creada por el emprendedor canario Carlos Hernández la utilizan en Metricool para temas de contabilidad y fiscalidad. Con servicio en la nube, la plataforma es de pago pero, en deferencia a las startups, estipula un precio especial para ellas de 49 euros al mes y hasta 250 transacciones.

https://www.hotjar.com/

Automatizar determinadas tareas a través de las apps permite a los emprendedores centrarse en el producto/servicio

Comunicación entre equipos



Gmail. Aquí no hay distinciones porque el servicio de correo electrónico gratuito de Google lo utilizan prácticamente todos los consultados además de ser necesario tener abierta cuenta en él para acceder a todos los servicios de Gsuite, además de un buen wifi.

https://gsuite.google.es/intl/es/

https://www.gmail.com/mail/help/intl/es/about.html?iframe

Google Hangouts. Aplicación de mensajería multiforma de Google. La app es gratuita para reuniones online y comunicarse con el equipo a través de videollamadas sin tener interferencias sin límite de tiempo y hasta un máximo de 25 personas (solo negocios y centros docentes), o entablar conversaciones en las que pueden participar hasta 150 personas. La usan en Metricool, en ENSO Spaces y en Academia de Inventores.

https://www.groovehq.com/

Google Meet. Esta no se incluye en el paquete de Gsuite, pero en Metricool la utilizan para organizar reuniones del equipo en remoto, tanto a través del ordenador como de los dispositivos móviles.

https://meet.google.com/_meet

Slack. Es otra de las preferidas por todos los emprendedores consultados. Se trata de una plataforma de comunicación corporativa para empresas que trabajan de forma colaborativa. Gracias a su API, permite integrar diferentes servicios en una sola aplicación de mensajería. A través del chat, los trabajadores de la empresa pueden conversar entre ellos, convocar reuniones y compartir documentos de todo tipo. Permite también la integración con herramientas y servicios que ya utilizas, como Google Drive, Salesforce, Dropbox, Asana, Twitter, Zendesk y más. La usan en Espaciodeco, Metricool, en Suma CRM para chatear internamente y en Spfrenetic.

https://slack.com/intl/es-es/?eu_nc=1

Las situaciones de crisis, como la actual, hacen que las aplicaciones que permiten la comunicación entre equipos cobren una importancia vital

Whereby. Software de servicio de atención al cliente. “Nos sirve para atender todas las preguntas que nos formulan los clientes en forma de chat a través de la web. La solución está muy orientada a startups y, como tal, a nosotros nos dio un año gratis para disfrutar del servicio”, afirman en Blarlo. Además de facilitar las interacciones con los clientes la solución ofrece un CRM.

https://www.zendesk.es/

Zoom. Una sola aplicación para hablar, grabar vídeos, enviar vídeos por correo, enviar mensajes, compartir cualquier archivo y realizar reuniones y videoconferencias, tanto a través del ordenador como del móvil. Ofrece un servicio básico gratuito y otro para pymes por 18,99 euros por mes y anfitrión. Utilizada por Frenetic.

https://zoom.us/

CRM

Pipedrive. La usa el equipo de Frenetc. Es una plataforma CRM desarrollada en Estonia por vendedores para la gestión de ventas y la administración de relaciones con los clientes. Especialmente diseñada para pymes. Cuenta también con una API abierta que te permite integrar otras aplicaciones como Trello, Mailchimp o el entorno Google.

https://www.pipedrive.com/es

Salesforce. Plataforma de gestión de las relaciones con los clientes (CRM) basada en la nube que proporciona a todos los departamentos de la organización, incluidos los de marketing, ventas, servicio al cliente y comercio electrónico, una visión unificada de sus clientes en una plataforma integrada. "Esta es carita, pero yo la rentabilizo mucho", dice María José González- Barros, CEO de Espaciodeco.

https://www.salesforce.com/es/

La gestión de una cartera de clientes amplia hace que las aplicaciones de CRM sean hoy en día indispensables



SumaCRM. Un software CRM especialmente orientado a las pymes y desarrollado por el equipo que capitanea Tomás Santoro y que ahora ha sido adquirido por la empresa belga Efficy. Obviamente, es la que utilizan en Suma CRM para la gestión de los clientes. Permiten probarla gratuitamente con todas las funcionalidades incluidas.

https://www.sumacrm.com/

Desarrolladores

Balsamiq. Herramienta para hacer prototipos, bocetos o wireframes. La utilizan en Suma CRM para hacer mockups. La app sirve para crear la estructura de una interface y te ayuda a crear software y sitios web fáciles de usar .

https://balsamiq.com/

InVision. Herramienta de prototipado para diseñadores de productos digitales que permite crear mockups interactivos para los diseños de forma rápida. Entre sus objetivos está potenciar las mejores experiencias de usuario. La utilizan en Grooparty para tener conectados y gestionar los trabajos de diseño.

https://www.invisionapp.com/



Zeplin. Conocida como el ágora para diseñadores y desarrolladores, se trata de una herramienta colaborativa para estos profesionales que utilizan en Grooparty para importar diseños desde Sketch, plataforma de diseño digital.

https://zeplin.io/

Jira. Se autodefinen como "la herramienta de desarrollo de software líder de los equipos ágiles", aunque su fuerte es, según algunos expertos, el seguimiento de errores e incidencias y la gestión operativa de proyectos. Está traducida al castellano y es una de las recomendadas por el equipo de Frenetic.

https://www.atlassian.com/es/software/jira/mobile-app

Gestión de tareas y equipos

Asana.

Es una aplicación para web y dispositivos móviles que startups como Espaciodeco o Metricool utilizan como herramienta de gestión de tareas y proyectos. Permite a los equipos compartir, planificar, organizar, y seguir el progreso de las tareas en las que cada miembro está trabajando. Dispone desde un paquete básico gratuito para usuarios individuales y equipos que empiezan a gestionar un proyecto.

https://asana.com/es

Google Drive.

Servicio de alojamiento de archivos, gratuito para los primeros 15 GB, que usan en ENSO Spaces y Metricool para organizar y analizar toda la documentación de la empresa en la nube desde cualquier dispositivo y trabajar de forma colaborativa. Imprescindible para acceder a la app, tener una cuenta en gmail.

https://www.google.es/drive/apps.html

Google Hangouts.

App gratuita para reuniones online y comunicarse con el equipo a través de videollamadas sin tener interferencias sin límite de tiempo y hasta un máximo de 25 personas (solo negocios y centros docentes), o entablar conversaciones en las que pueden participar hasta 150 personas. La usan en Metricool, en ENSO Spaces y en Academia de Inventores.

https://hangouts.google.com/

Trello.

Otra de las apps más populares es este software de administración de tareas y organización de proyectos con interfaz web y versión para iOS y android. “Es una herramienta muy sencilla que te permite hacer planificaciones en modo canvas. Es muy sencillo y muy potente y, aunque tiene un plan de pago, el 90% de la aplicación es gratuita, sin límites de uso ni usuarios”, declara Jorge Carabias, de Brarlo. La usan también en Academia de Inventores, Suma CRM y Grooparty.

https://trello.com/es

Para poder cumplir con los objetivos marcados, es determinante organizar al equipo y dividir las tareas con estas nuevas aplicaciones



Aplicaciones para usos diversos



Base de datos

Airtable. Servicio de colaboración en la nube recomendado por ENSO Spaces. Aplicación multiplataforma tipo base de datos que ayuda a organizar cualquier cosa de una manera sencilla y eficiente. La herramienta tiene versión gratuita y funciona como un excel muy grande adaptado para editarse y ser consultado bien en móviles. En inglés

https://airtable.com/.

Olvidate de contraseñas

1password. Un administrador de contraseñas del que se sirven en Suma CRM para la gestión de passwords de todo el equipo en un sólo panel. Con 1Password solo necesitas memorizar una clave dado que permite acumular contraseñas ilimitadas.

https://1password.com/teams/

Posicionamiento SEO

SEMrush. Es el software que utilizan en Grooparty para posicionamiento SEO. Te ayuda a localizar las palabras clave más relevantes de tu sector y a posicionarte mejor en los buscadores. Aunque tiene distintos planes, todos son de pago.

https://www.semrush.com/

Grabación de videos

Screenflow. RSoftware producido por Telestream para dispositivos Apple que te permite grabar la pantalla de tu equipo e incluso a ti mismo en lo que se conoce como screencasting. Lo utiliza SUMA CRM para hacer videos largos de su pantalla.

https://www.telestream.net/screenflow/overview.htm

Publicar eventos

Eventbrite. La utilizan en ENSO Space para estas informados de todas las convocatorias relacionadas con el emprendimiento -sirve para cualquier temática- y para publicar los eventos que ellos mismos organizan. De uso gratuito siempre y cuando el evento sea también de coste cero para los asistentes.

https://www.eventbrite.es/

Relajación

Headspace. La usa a título personal Clara Sterling, de ENSO Spaces, para relajarse y meditar. La plataforma provee de sesiones de meditación guiada y entrenamiento de mindfullness. Se puede acceder al contenido en línea o a través de la aplicación para móvil Headspace. Funciona con planes de suscripción.

https://www.headspace.com/es

Insight Timer. También a nivel personal es la aplicación que utiliza José María Molina, de Frenetic, para la meditar y relajarse. La app está traducida a más de 20 idiomas, entre ellos el castellano.

https://insighttimer.com/

Web 100% legal

Lexblogger. La utilizan en Blarlo para tener siempre adaptada la página web a los posibles cambios legislativos. Dispone de un soporte de consultores. Es de pago.

https://www.lexblogger.com/

FOTOS: ISTOCK

IDENTIFICAR SESGOS COMO LOS DE EXCESO DE CONFIANZA, ETIQUETACIÓN O COSTE HUNDIDO REDUCE SUS PELIGROS

Errores de pensamiento que impiden tomar decisiones (acertadas)

Estos automatismos o atajos del pensamiento te conducen al error y al fracaso. Identificamos los más habituales para que decidas con acierto.
–

RAÚL ALONSO



La realidad no es siempre como tú la ves. Como gestor de empresa, seguramente presumes de tu gran capacidad para decidir con criterio. Lo que no sabes es que esa supuesta objetividad siempre está sesgada por las distorsiones cognitivas. Pero no te inquietes, estos errores de pensamiento son comunes a todos tus congéneres. La única diferencia es que quienes los conocen pueden decidir con más libertad y acierto.

Has convocado a tu equipo de confianza a una reunión urgente. El proveedor chino que acabas de contratar ha fallado con el primer envío generando una rotura de stock en fábrica. Cuando te quejas, varios de tus directores afirman: "Se veía venir...". Debes contar hasta diez para no estallar en cólera.

"Y si lo veíais venir, ¿por qué nadie dijo nada?", preguntas. "Porque no consultaste", contesta el responsable de Administración. Y sabes que es cierto. Recuerdas que te limitaste a dar por hecho una decisión en la que dos sesgos de pensamiento te apartaron de la realidad. Primero, el de falso consenso: como no preguntaste, nadie expresó su discrepancia y diste por sentado su acuerdo. Y en segundo lugar, el sesgo de urgencia. Dada la necesidad de sustituir al anterior proveedor decidiste sin la habitual prevención.

INTERPRETACIONES ERRÓNEAS

"Estos sesgos pueden llevarnos directamente a no percibir los datos esenciales de los hechos, a interpretarlos erróneamente, a juzgar, a no calibrar bien las respuestas", afirma **Marta Ligioiz**, médica especialista en neurociencia e inteligencia emocional. El mensaje que esta coach lanza a empresarios y ejecutivos es recordar que estos falsos pensamientos "afectan a nuestra capacidad cognitiva y emocional al mismo tiempo".

Debemos ser conscientes de la tiranía de los sesgos. La empresa Aiwin, especializada en soluciones de gamificación para la gestión empresarial, recogió en 2019 el premio al Mejor producto digital Work Tech. Reconocimiento a SHE, que ofrece a los responsables de recursos humanos una herramienta diseñada para "concienciar a los empleados de las grandes multinacionales sobre el efecto que tienen sus sesgos en las decisiones del día a día".

Visto desde otra perspectiva, definir los sesgos que favorecen a una empresa se puede convertir en una ventaja competitiva. Este análisis se ha abierto un hueco en el plan de negocio de las startups estadounidenses. El análisis sirve para definir determinadas políticas de empresa, en especial el diseño de campañas de marketing o de la web.

Así se juega con sesgos como el principio de urgencia o de escasez. A todo el mundo despierta ▶

LOS **SESGOS** MÁS PELIGROSOS PARA EL EMPRENDEDOR

SESGO DE MENTALIDAD FIJA.

Es el más destacado por Marta Ligioiz y responde a esa falsa seguridad de que se haga lo que se haga no se pueden cambiar las cosas: “Es totalmente contrario a la mentalidad del emprendedor”.

LA FALACIA DEL CONTROL TOTAL.

Meritxell Obiols duda, pero se decide por esta falsa creencia de que todo sale mejor si pasa por mis manos: “Responde a un exceso de confianza en las capacidades e incapacidad para priorizar; te guste o no, hay ocasiones en que hay que dejar caer ciertas cosas”.

SESGO DE EXCESO DE CONFIANZA.

Alberto García habla de “sobrevalorar nuestro conocimiento y juicio para hacer predicciones por encima de la otra información disponible”. Este problema ocurre cuando la confianza supera al conocimiento: “Da más valor a la alternativa generada por uno mismo que a las de los otros”.

El 'sesgo del impostor' hace que muchas personas tiendan a infravalorar sus capacidades reales



más interés una rebaja en el precio con fecha de caducidad, o un producto del que solo quedan unas pocas unidades en stock. Sí, son técnicas con las que la teletienda saca el máximo rendimiento a estos sesgos, pero también gigantes de internet como Amazon o eDreams.

TU PENSAMIENTO NO ES OBJETIVO

Pero para el emprendedor, lo importante es saber que "la objetividad pura no puede existir cuando se dirige una empresa, porque pasa por decisiones que toman los seres humanos", como explica **Meritxell Obiols**, directora del master en Inteligencia emocional y coaching en el entorno laboral, de IL3 Universidad de Barcelona.

Para esta experta en inteligencia emocional, esta circunstancia no tiene por qué convertirse en un problema, "pero en ocasiones sí lo es". Supuestos para los que su consejo es sentarse y "escribir de forma objetiva aquello que nos creemos que es la verdad, pero además aportando evidencias, indicadores, datos argumentos demostrables. En ocasiones esta es la única manera de valorar si lo que estoy diciendo se ajusta a la realidad o no". Y si tú eres de esos empresarios de aguzado instinto, la advertencia es clara: "¡ojo con lo que pones en riesgo!".

Los sesgos son atajos mentales, como recuerda **Alberto García**, psicólogo y director del Grupo Albor-Cohs, una red de psicólogos expertos en conducta. "Por ello cuando decidimos muy deprisa dejamos actuar estos sesgos por lo que tenemos muchas posibilidades de equivocarnos en las decisiones, al igual que cuando actuamos desde la emoción. Las emociones no son sesgos cognitivos, pero sí alteran la información desde el punto de vista de cómo la percibimos y la valoramos".

El psicólogo canadiense *Lucien Auger* explica en su clásico *Ayudarse a sí mismo* (Sal Terrae, 1987) que las personas reaccionamos más en función del sentimiento que nos desencadena un hecho, que por las consecuencias que el hecho en sí mismo desencadena: "A las ideas que nos expresamos a nosotros mismos a propósito de tales acontecimientos o personas", escribe.

Y la ciencia ha identificado en las últimas décadas infinidad de sesgos de pensamiento comunes a una mayoría, si bien también es cierto que algunos toman mayor relevancia cuando actúan en el ámbito profesional o según el género. Solo a modo de percepción, Obiols considera que el síndrome del impostor, ese que lleva a infravalorar el potencial de uno mismo llevándonos a considerarnos no merecedores de la posición que ostentamos o a la que promocionamos, es un sentimiento más desarrollado en las mujeres. Por el contrario "los hombres tienden a sobrevalorar sus capacidades".

SESGOS DE PENSAMIENTO

"El conocimiento es poder. Si yo conozco que el sesgo existe puedo detectarlo cuando me está condicionando", explica Alberto García, por ello

CONSEJOS PARA DESACTIVAR LOS SESGOS

“Lo primero es darnos cuenta de que tenemos sesgos que desconocemos o no identificamos, porque cuando somos inconscientes tendemos a dar por hecho que tenemos razón, actuamos con rigidez, resistencia y menor capacidad objetiva”, explica la doctora Marta Ligioiz. Frente a esta situación, la receta es conocer los sesgos, reflexionar y observarse, y en ese momento aplicar cuatro normas de carácter general:



1 Se consciente del sesgo que se ha activado.

2 Analiza cada situación a fondo, las diferencias o coincidencias con otras experiencias vividas.

3 Pide opinión. Incluso desde fuera de la empresa abrirán otras perspectivas.

4 Concede tiempo a la reflexión. Es vital no actuar de forma reactiva.

la información es el primer paso para mitigar sus efectos. Hagamos, de la mano de los expertos, un amplio recorrido por los sesgos de pensamiento más comunes:

Sesgo optimista. Muy habitual en emprendedores, lleva a sobrevalorar las posibilidades, las expectativas o el alcance, “desestimando las debilidades y puntos de fuga que pueda tener tu proyecto”, explica Obiols.

Sesgo social. No atreverse a opinar o a contradecir a alguien porque tiene un rol de poder o de experiencia superior. Cuando domina la dinámica de una reunión de trabajo, puede llegar a desencadenar decisiones erróneas.

Sesgo de conformidad. Similar al anterior, Obiols lo explica como esa necesidad de muchos por quedar bien: “Te lleva a decidir cosas equivocadas por no haberte atrevido a contradecir”.

Falacia del coste hundido. Cuando se invierte en algo y pese a las evidencias de que no funciona, no se deja. “Elimina como opción abandonar algo en lo que ya hemos invertido tiempo o dinero”, explica García: “No se valora como alternativa posible, sin plantearse que lo que está en juego no es el dinero ya gastado, sino las inversiones futuras a las que esa continuidad va a obligar. Pensamiento muy racional que este sesgo anula, muy probablemente porque al mismo tiempo no se quiere reconocer un fracaso”.

No atreverse a contradecir otras opiniones nos lleva a cometer errores

Maldición del conocimiento. Cuando aquello que sabes impide ver o valorar correctamente lo novedoso. Es una especie de perversión de la experiencia que impide experimentar con lo nuevo. Limita gravemente la innovación.

Falacia de la planificación. También apuntado por García, “tenemos tendencia a pensar que los hitos o logros van a llegar antes de lo que realmente ocurre. Por eso es muy importante que nuestros planes incluyan siempre imprevistos, entre otras razones y como dicen los militares, porque van a entrar en contacto con los planes del enemigo”. Toma buena nota de esta falacia que explica la temprana mortandad de muchas empresas.

Desfase de empatía. En ocasiones pensamos que estamos actuando de forma clara y directa y lo que estamos haciendo es destruir a la gente que está alrededor. Obiols recuerda que en ocasiones el emprendedor peca de arrollador, y en consecuencia se muestra incapaz de percibir qué ocurre alrededor.

O todo o nada. El pensamiento dicotómico o polarizado no entiende de medias tintas. Son esas personas que solo pueden ganar o perder renunciando a soluciones intermedias tan provechosas como las win-win, en la que ambas partes del acuerdo se benefician.

Sobregeneralizar. Es uno de los errores de pensamiento más comunes. Se ejemplifica muy bien en ese inversor bursátil que acierta con sus primeras

NUEVE ERRORES DE PENSAMIENTO Y SUS **SOLUCIONES**

Son algunos de los sesgos más comunes entre las personas y los emprendedores. Busca con cuáles te identificas prestando atención a las medidas de ayuda que propone la doctora Marta Ligioiz.



1 SESGO DE CONFIRMACIÓN.

Cuando se buscan aliados que confirmen lo que piensas, y los que no piensan como tú, se convierten en enemigos. Un sesgo muy asociado al jefe, "buscas a quienes aplauden tus ideas y como no tengas a alguien de confianza que ofrezca ese contraste es difícil percatarse del error. De hecho la falta de esa personas de confianza que dicen lo que tiene que escuchar al emprendedor es una de las circunstancias asociadas a muchos fracasos", defiende Meritxell Obiols.

Cómo combatirlo. ¿Y si no fuera así?, ¿qué es lo peor que podría ocurrir? Para dejar de buscar esa confirmación, la doctora Ligioiz propone "ser conscientes de qué queremos demostrar, evitar generalizaciones, dar tiempo para buscar y leer sobre lo que se refuta para luego analizar bien lo bueno de cada postura".

---

2 SESGO DE ARRASTRE.

Si lo piensa la mayoría, será verdad. Un pensamiento que la doctora Ligioiz califica de simplista: "evita tener que accionar en la búsqueda de argumentos válidos y en abrir la mente". Se utiliza mucho en estrategia política en combinación con el anterior sesgo de confirmación.

Cómo combatirlo. Además de ser consciente de que se ha activado, se debe buscar información más allá de lo conocido, lo que puede cuestionar nuestra zona de confort. En consecuencia, esa información debe llevarnos a plantearnos si estamos en lo cierto, incluso a cuestionarnos si nos equivocamos. Un buen ejercicio en el entorno empresarial es informarse sobre innovaciones, herramientas que pueden llevar a solucionar tareas de otro modo más eficiente.



3 SESGO DE ERROR.

Responde a una debilidad tan humana como la de la autoafirmación personal. Se manifiesta en ese hábito de culpar a los demás o a los factores externos, antes que a uno mismo, de los fracasos e indica debilidad y falta de inteligencia emocional.

Cómo combatirlo. La doctora propone "valorarnos como personas y no por lo que conseguimos. Es muy importante separar ambos factores". También hay que aceptar y aprender de lo ocurrido, dejar de ser víctima para superarlo y fortalecerse". Es importante entender los éxitos y fracasos como aprendizajes y trabajar la autoestima.

---

4 SESGO DE LOS FILTROS MENTALES.

Cuando una única característica acapara toda la capacidad de análisis. Por ejemplo, que la mala sintonía personal con un negociador impida cerrar una alianza entre empresas, o que la dificultad que supone digitalizar la empresa aplace sine die ese objetivo. En la esfera privada puede ocurrir cuando una desafortunada habitación de hotel termina arruinando el fin de semana.

Cómo combatirlo: "Tenemos muchos filtros personales y sociales, y vemos la realidad a través de ellos", recuerda Marta Ligioiz; "Son nuestros prejuicios, valores, miedos, aprendizajes, normas, etcétera". Y para liberarnos de ellos "debemos ahondar y flexibilizarlos mentalmente". Hay que darse espacio para explorar otras opciones diferentes a las habituales y "poner en cuarentena nuestras creencias para profundizar en otras perspectivas", un ejercicio para el que recomienda pedir a otros opiniones.

5 DESCALIFICAR LO POSITIVO.

Otro sesgo muy común es el de esos pensamientos que impiden disfrutar de una situación positiva. Por ejemplo, la empresa que por no reconocer su liderazgo en una determinada región geográfica abre el camino a que otras con menos justificación real ocupen ese espacio, al menos en sus políticas de comunicación. Centrarse en lo negativo es además muy destructivo y desalentador.

Cómo combatirlo: Relativizar las situaciones es la primera de las recomendaciones, para lo que se debe valorar otras posibles opciones, "aunque sea como un juego mental". Poner en valor pequeños o grandes cambios que han generado situaciones positivas y, como para combatir la mayoría de los sesgos, preguntar a otras personas.

---

6 LECTURA DE PENSAMIENTO.

También llamado de suposición, actúa cuando nos dejamos llevar por prejuicios o pálpitos presuponiendo la decisión de la otra parte. Es especialmente dañino durante una negociación, pero también en el ámbito comercial ("si no bajo el 20% del precio nunca comprará") o personal ("para qué voy a pedir una subida salarial si me van a decir que no").

Cómo combatirlo: Diferencia entre lo que crees y la realidad, antes de tratar de adivinar reacciones a preguntas, escucha e indaga. Fomenta el diálogo, expresa tus opiniones y si sientes que estás viviendo una situación conflictiva con alguien, trata de aclararla lo antes posible desde el entendimiento.



7 ETIQUETACIÓN. Este error de pensamiento es especialmente peligroso entre quienes tienen responsabilidades en la gestión de equipos. El despistado, el aprovechado, el efectivo... se tiende a simplificar en una única cualidad a muchos de los miembros limitando de forma muy importante su potencial. "Incluso en ocasiones la etiqueta precede al propio conocimiento de la persona", recuerda Meritxell Obiols: "Ese es un trepa".

Cómo combatirlo: Entre las propuestas de Ligioiz para contrarrestar este sesgo destaca la de "no confundir un hecho con la persona" y fomentar todas las dinámicas encaminadas a "conocernos en el equipo y en todas nuestras facetas vitales".

---

8 SESGO DE DISPONIBILIDAD. Un mecanismo efectivo en la venta. Lo que escasea despierta interés, primero porque otros muchos ya lo han adquirido y, segundo, porque se despierta el sentimiento de oportunidad única para hacerse con él. La suma de ambas lleva a tomar decisiones rápidas, sin valorar otras posibilidades.

Cómo combatirlo: En este caso es especialmente importante entender que el sesgo se ha puesto a trabajar. Entendido que es así, hay que parar a reflexionar, preguntarse qué es lo que se quiere y qué pasará si no se consigue: casi siempre hay alternativas.

---

9 PUNTO CIEGO. Es muy habitual que vayamos reaccionando a base de automatismos sin pararnos a comprender que la realidad no es como la vemos, sino mucho más compleja. Estos automatismos nos impiden ver nuestros propios prejuicios.

Cómo combatirlo: Reflexionando con honestidad ante los actos y decisiones. Puede ser duro enfrentarse a este ejercicio de toma de conscien-cia pero con un poco de entrenamiento todo será más fácil y provechoso.



compras hasta que, convencido de que el mercado siempre sube, decide hacer una gran operación... perdiendo en una sola decisión las ganancias. También se puede pecar de pesimismo, como aquellas empresas que renuncian a presentarse a los concursos públicos argumentado que "siempre están dados".

Error del adivino. Cuando se anticipa que va a salir mal. El mayor peligro es que la autoprofecía termine por cumplirse, quizá inducida por la inseguridad que traslada ese mal augurio. Un sesgo nefasto en las negociaciones de venta.

Catastrofización. Su rasgo más característico es desproporcionar la importancia de los hechos. Cuando pensamos que la mala calidad de un ingrediente en un plato ha arruinado la invitación a la comida con que la empresa quería halagar a una delegación extranjera. En el ámbito personal está muy relacionado con una especie de complejos limitantes: no desenvolverse bien en inglés impide hacer negocios en el exterior, o disponer de poco capital inicial, llevar al éxito a la empresa.

Personalización. Consiste en autoinculparse de las consecuencias negativas que nos acontecen o incluso de las que acontecen a otros. Un sentimiento "muy estresante y destructivo", en palabras de Obiols.

Razonamiento emocional. Cuando transformamos las emociones negativas en realidad percibida. Si automatizar tareas me implica un sobre esfuerzo personal, me quedo como estoy.

Hasta aquí un recorrido por algunos de los sesgos más habituales, cuyo control es aconsejable. "Seré objetivo cuando sea objeto, mientras sea sujeto seré subjetivo", señala Alberto García. Por ello hay que asumir que nunca nos podremos liberar de estos sesgos, pero sí "podemos llevar a cabo acciones racionales para ayudarnos". E

FOTOS: ISTOCK.

ESPECIAL FORMACIÓN
TODO LO NECESARIO PARA IMPULSAR TU FUTURO



Tokio. New Technology School

Geo innova

Fundación General Universidad de La Laguna

20 AÑOS Universidad Camilo José Cela

EOI Escuela de organización industrial

UXER

eit Food

EIT Food is supported by EIT a body of the European Union

Fundación Estatal PARA LA FORMACIÓN EN EL EMPLEO

MIOTI MAKE BUILD LEARN

IEBS La Escuela de Negocios de la Innovación y los Emprendedores

espaitec Parc Científic, Tecnològic i Empresarial de la Universitat Jaume I de Castelló

APTE Asociación de Parques Científicos y Tecnológicos de España

Emprendedores

ESPECIAL

FORMACIÓN

Todos los recursos y herramientas para desarrollar tu carrera profesional y tu negocio

ESPECIAL REALIZADO POR: JAVIER ESCUDERO



Principales tendencias formativas



LA MANERA EN LA QUE ACCEDEMOS A LA FORMACIÓN ESTÁ CAMBIANDO. EL FUTURO INMEDIATO YA HABLA DE UN TÁNDEM PERFECTO ENTRE PRESENCIAL Y ONLINE, QUE AGRUPE LO MEJOR DE CADA FORMACIÓN



El Covid-19 ha venido a cambiar muchas cosas en nuestra sociedad y, en el caso de la formación, ha reafirmado –o confirmado– un cambio que el propio mercado estaba pidiendo a gritos. La forma en la que estábamos accediendo a la formación ya no será igual.

"Nos movemos en un entorno cambiante en el que la formación cobra si cabe todavía más valor ya que refuerza aspectos fundamentales para los procesos de selección en las empresas, como la capacidad de adaptación ante situaciones excepcionales, entre otras bondades. Reciclar conocimientos antiguos y adquirir otros nuevos será fundamental no solo para encontrar trabajo, sino también para mantenerlo. Las organizaciones pondrán en valor a aquellas personas capaces de reconocer qué formación necesitan y qué herramientas les faltan para enfrentarse al mundo que viene", afirma **Eduardo Gómez**, director general de Esic Business & Marketing School (*https://www.esic.edu*).

En ese contexto, ha florecido con enorme fuerza la formación *online* como complemento de la formación presencial. Y juntas forman un tándem perfecto. Gómez sostiene que "hemos comprobado que somos capaces de mantener la educación a distancia, pero también nos hemos dado cuenta de la importancia de la experiencia presencial en el aula. Hemos creado ese campus infinito que toma lo mejor de los mundos presencial y *online*. Esto también nos lleva a preguntarnos si la presencialidad seguirá siendo entendida tal y cómo lo estábamos haciendo hasta ahora, o si todo se convertirá en un híbrido en el que no habrá cabida para las diferenciaciones. Lo que nadie pone en duda es la importancia de ese espacio privilegiado para aprender y emprender, que se crea de la relación entre el alumnado y el profesorado, garantizando la igualdad entre ambos".



El teletrabajo ha llegado para quedarse

El teletrabajo había sido hasta ahora algo así como un patito feo. Antes del confinamiento, muchas empresas eran reacias a implantar planes de teletrabajo para sus equipos por miedo a perder el control sobre empleados y tareas. Pero la pandemia no ha dejado muchas opciones y ha obligado a adaptarse. Tras una primera etapa de prueba-error, muchas han aprendido a convivir de la mejor manera posible con esta forma de trabajar. Según Innova Institute de La Salle-URL, las empresas tendrán que seleccionar un buen proveedor de servicio y formar a sus empleados. Las oportunidades giran en torno a la consultoría y formación que ayude a las empresas a establecer y mantener los protocolos de trabajo remoto.

Para **Rubén Nicolás**, profesor de ESIC, la nueva situación que estamos viendo y viviendo "ha provocado la eclosión de eventos en directo y encuentros telemáticos y, concretamente, en el sector educativo, en el que la digitalización ya era una realidad con conceptos como las *flipped classroom*, clases en *streaming*, que no dejan de ser la clase presencial en formato *online*".

El informe *La educación online avanza: Lo que el mundo está aprendiendo (desde casa)*, realizado por la plataforma Udemy (*https://www.udemy.com*), viene a reforzar esta idea. Dicho informe muestra cómo las personas han recurrido a la formación *online* para mejorar sus habilidades, mantenerse ocupados y aumentar su productividad. "A medida que el teletrabajo se convierte en la nueva normalidad, los datos revelan un significativo crecimiento de la demanda a nivel mundial en todos los aspectos: aumento del 425% en las inscripciones a cursos, aumento del 55% en la creación de cursos por parte de los instructores y aumento del 80% del uso por parte de compañías y gobiernos".



Enormes oportunidades de negocio en torno a la formación

Como subrayan desde Innova Institute de La Salle-URL (*https://www.salleurl.edu*), "las crisis dejan huella y modelan los modos de hacer, de ser y de proceder hasta entonces habituales". Así, instituciones educativas de todo el mundo se han encontrado con la compleja disyuntiva de tener que elegir entre cancelar las clases o pasar toda su formación al entorno virtual.

"Por la necesidad de una planificación previa, la decisión no era sencilla. Muchas universidades y centros de estudios no han ofrecido alternativas *online* a sus estudiantes, otras, como nosotros, han llevado a cabo una transferencia casi total de la docencia presencial a la modalidad virtual. Ahora, con la

El teletrabajo ha generado el aumento de nuevos recursos y herramientas formativas



Formación inmersiva con realidad virtual

"La realidad virtual es una tecnología que permite expandir los límites del aprendizaje", sostiene **Carlos Ocaña**, de Kuantiko Studio (*https://kuantikostudio.com*), que cita un estudio del VR & Learning National Training Laboratory que la sitúa a la cabeza de las mejores formas de aprendizaje, llegando al 75% de retención de la información. Por ejemplo, Simumak (*https://www.simumak.com*) está especializada en transformar los procesos de enseñanza utilizando tecnología de simulación. En ese sentido, han desarrollado herramientas de formación virtual con las que ayudan a las empresas en sus procesos de formación.

mente puesta en el enorme crecimiento de la formación *online*, las oportunidades de negocio están en la creación de contenidos multimedia, de *workshops*, de sesiones especializadas, de empresas que se dediquen a la creación y mantenimiento de las plataformas tecnológicas y de empresas con personal docente que pueda atender a los alumnos de forma remota de manera puntual", sostienen desde Innova Institute de La Salle-URL.

Para **Diego Olcese**, de la comunidad *online* Crehana (*https://www.crehana.com/es*), "una de las ventajas principales de la formación *online* es que los contenidos están disponibles en cualquier momento para los alumnos, lo que convierte a este modelo de aprendizaje en uno de los mejores para quienes tienen poco tiempo. Sin embargo, durante el confinamiento, donde hemos tenido tiempo, no solo se han incrementado los registros sino también casi un 50% del tiempo de aprendizaje se ha hecho a través de *tablets* y un 35%, a través de *smartphones*".

Formación intensiva, abierta y –en muchos casos– gratuita

Dentro de esa formación *online*, se refuerzan más si cabe conceptos ya utilizados hasta ahora como los **MOOC** (*Massive Online Open Courses*), lo que vienen a ser cursos masivos y abiertos. Las principales características de este tipo de cursos (*https://mooc.es/que-es-un-mooc*) son "que no hay una limitación en la matriculación de alumnos, que se pueden seguir de forma *online*, que son de carácter abierto y gratuito y que utiliza materiales accesibles también de forma gratuita".

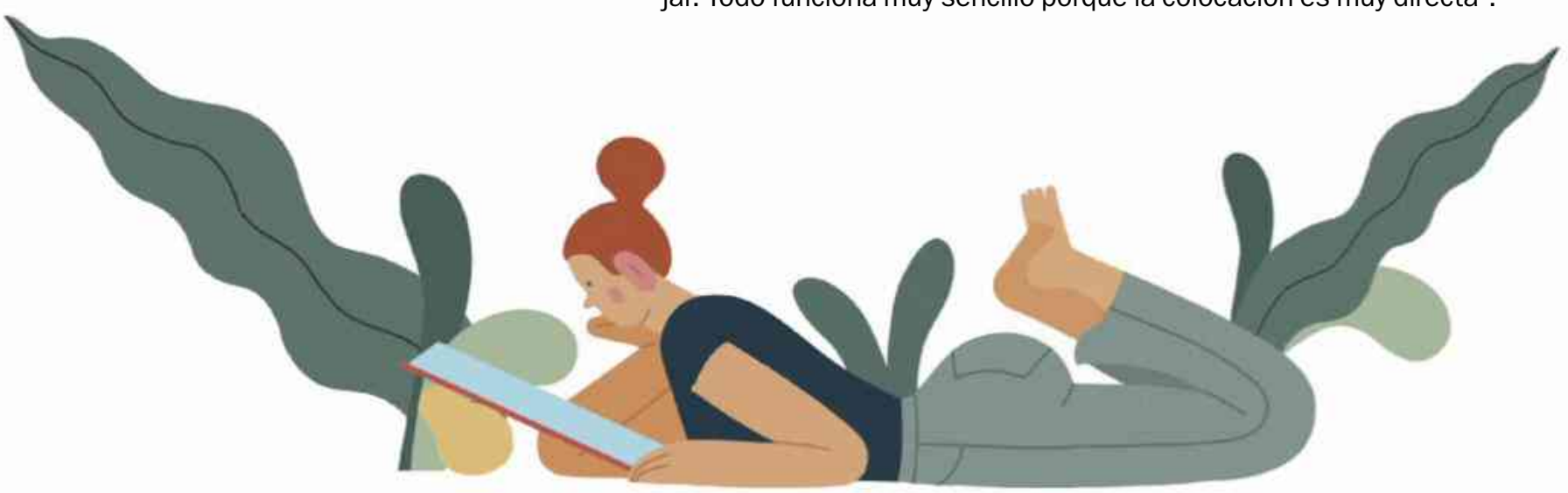
Otra tendencia que también ha ido ganando mucha fuerza en estos últimos meses son los **webinars**, que consisten en contenidos formativos en formato de vídeo y que se imparten a través de Internet. Estos *webinars* pueden 'celebrarse' bien en formato conferencia, bien como si fuera un taller o directamente como un curso o seminario impartidos por expertos en determinadas materias.

Compañías como Neoland (*https://www.neoland.es*), Ironhack (*https://www.ironhack.com/es*), The Bridge (*https://www.thebridge.tech*) o Hack a BOSS (*https://hack-a-bos.com*), entre otras, están especializadas en **bootcamps**.

"La principal característica diferencial que tienen los *bootcamps* a los másters, u otro tipo de formaciones, es que son muy intensivos. A diferencia con otros cursos en lo que se hacen dos o tres horas diarias, en un *bootcamp* intensificamos esa formación. Generalmente, los que mejor funcionan son los que se imparten en horario *full time*, de unas ocho horas al día durante tres meses. Esto hace que el alumno reciba unas 400 horas de formación muy intensivas en tres meses. Condensamos todo el conocimiento que un alumno podría recibir durante años. El resultado es espectacular porque se aprovecha mucho más el rendimiento de los alumnos", afirma **Carlos Cazaña**, CEO de Neoland.

La tecnología ha ampliado las posibilidades de acceso a la formación, generando nuevos alumnos

Por ejemplo, esta compañía, para crear sus *bootcamps,* contacta con empresas de diferentes sectores para saber qué perfiles buscan y no encuentran. "También definimos con ellas los temarios o conocimientos que deben tener los alumnos para empezar a trabajar. Todo funciona muy sencillo porque la colocación es muy directa".



LA FORMACIÓN EN NUEVAS TECNOLOGÍAS, COMPAÑERA IMPRESCINDIBLE PARA EL ÉXITO DE UN EMPRENDEDOR



TOKIO SCHOOL OFRECE A SUS ALUMNOS DIFERENTES OPCIONES PARA SER MÁS COMPETITIVOS EN UN MERCADO CADA VEZ MÁS GLOBAL

En el mercado actual, cada vez son más las iniciativas emprendedoras que nacen bajo el paraguas de las tecnologías de la información (TI) y otras tantas iniciativas que las adaptan a sus modelos de negocio para gestionar mejor sus recursos y ahorrar así tiempo y dinero sin dejar de lado en ningún momento la eficiencia.

"Los programadores son fundamentales en cualquier empresa. Son quienes están por detrás tanto de la parte visible de una *web* como de su arquitectura. Los especialistas en *HTML*, *JavaScript*, *Java*, *PHP* o *Python* son los perfiles más demandamos actualmente en el mercado laboral", explica la directora de proyectos de Tokio School, **Leticia García**, una startup formativa que tiene como objetivo preparar a sus alumnos para que trabajen en el sector en el que se han formado.

LAS OPORTUNIDADES DE LA DIGITALIZACIÓN

Esta compañía especializada en nuevas tecnologías ve cómo cada día aumenta el número de alumnos en sus formaciones. El perfil de sus estudiantes es tanto el del trabajador que busca especializarse para entrar en un mercado laboral más competitivo, como el del emprendedor cuyo objetivo es ampliar sus conocimientos para mejorar o lanzar su negocio.

"La digitalización es la protagonista indiscutible del futuro, pero también del presente. Por eso cada día se necesitan más perfiles que tienen que ver con el desarrollo *web*, el *big data*, la realidad virtual, la ciberseguridad y, por supuesto, la inteligencia artificial", explica García.

Con constancia, un alumno de Tokio School puede especializarse en un sector de las tecnologías de la información en seis meses o un año, aunque esta escuela formativa ofrece hasta dos años de plazo para que cada alumno pueda formarse a su ritmo.

"Lo importante es tener ganas. Nuestras formaciones están pensadas para que todo el mundo pueda hacerlas, desde el que empieza de cero hasta el que tiene conocimientos más avanzados y quiere profundizar en alguna especialización", asegura esta experta. Además, el método formativo de Tokio School hace posible formarse también desde casa y con profesores que son profesionales en activo.

La formación práctica, tal y como añade García, es uno de los pilares fundamentales para aprender, "ya que es la que te prepara para el mercado laboral; a programar se aprende programando", explica esta experta. Es por eso que todas las preparaciones que desarrolla Tokio School incluyen también prácticas en empresas.

GRAN DEMANDA

Una gran parte de las formaciones que ofrece esta startup formativa son profesiones en las que no hay paro, actividades donde existe más demanda que oferta de profesionales.

Esta escasez de perfiles especializados hace que, muchas veces, las prácticas en empresas acaben siendo una puerta de entrada al mercado laboral.

Su objetivo es preparar a sus alumnos para que trabajen en el sector en el que se han formado

"Nuestra bolsa de prácticas se convierte en muchos casos en bolsa de empleo", indica la directora de proyectos de Tokio School, al mismo tiempo que asegura que cada vez más compañías se están haciendo cargo del coste de la formación de sus empleados para mejorar así su nivel formativo.

Tokio. New Technology School

918 281 978 / https://www.tokioschool.com



Competencias y puestos más demandados

QUÉDATE CON ESTO: APRENDIBILIDAD O LA CAPACIDAD PARA APRENDER NUEVAS CAPACIDADES Y COMPETENCIAS. ESTO ES LO QUE MARCARÁ EL FUTURO LABORAL Y, POR SU PUESTO, EL FUTURO DE TODOS LOS PROFESIONALES.

Para los profesionales del futuro, la combinación de puestos tradicionales con la tecnología será clave para afrontar sus retos laborales. Por eso, "tendrán que adquirir el concepto de la 'aprendibilidad' o la capacidad de aprender nuevas capacidades y competencias para generar empleabilidad", subraya **Gracia Serrano**, directora de la unidad de desarrollo profesional de Esic (*https://www.esic.edu*).

Según esta experta, las empresas valorarán la capacidad de trabajar en equipo, de tomar decisiones, la empatía, la tolerancia a la presión o la resolución de conflictos. Así, "podríamos encontrar perfiles como, por ejemplo, un responsable de marketing que trabaje con soluciones de inteligencia artificial y *big data*, un abogado experimentado en *blockchain* y *smart contract* o un director de operaciones que lidere proyectos de automatización".

Según Serrano, ser flexible para adaptarse al entorno será una de las claves para triunfar en un mercado laboral en el que la automatización de los procesos relegará a un segundo plano habilidades como la destreza manual, el manejo de recursos materiales y financieras e incluso, el mantenimiento tecnológico.

Sin embargo, "tener conocimientos técnicos en tecnologías habilitadoras como el *big data* o la ciberseguridad no será suficiente –advierte esta experta–. Si bien es cierto que los profesionales del futuro que tendrán más facilidad para poder desarrollar una carrera profesional son aquellos cuyas competencias estén relacionadas con estudios



De los 29.000€ anuales de un 'cybersecurity consultant'

hasta los 100.000€

brutos anuales de un ‘chief security officer’

STEM (ciencia, tecnología, ingeniería y matemáticas), estas habilidades tecnológicas deberán combinar reflexión y autocrítica para asentar unas bases éticas”.

Serrano considera necesario que todas las personas, sea cual sea su área de conocimiento y área funcional en la empresa, desarrollen una mayor capacidad para la interpretación de datos y toma de decisiones basados en ellos. “Las personas relacionadas con STEM van a ser generadoras de muchos datos; el dato es conocimiento y es necesario que el resto de profesionales que deban tomar decisiones sepan cómo interpretar tanto conocimiento y llegar a conclusiones adecuadas para que, en consecuencia, se llegue al acierto en las decisiones tomadas”.

El top de las profesiones digitales

En cuanto a profesiones con más demanda, el *digital marketing manager* se mantiene un año más como el perfil digital más solicitado por las empresas, según el informe *Top 25 Profesiones Digitales 2020*, elaborado por Inesdi Digital Business School (*https://www.inesdi.com*), en colaboración con Íncipy Digital Strategic Partner, Indigital Advantage y Wolters Kluwer. “A esta figura profesional le sigue en el ranking, el *digital account manager*, el *community manager*, el *digital communication & brand manager* y el *SEO content manager*, cuya demanda crecerá en un mundo post-coronavirus”, subraya el citado informe.

A estos perfiles, no se pueden olvidar todos aquellos relacionados con la ciberseguridad, que ha ganado más protagonismo si cabe durante el confinamiento, debido al aumento de equipos humanos y tecnológicos que han trabajado y siguen trabajando en remoto, donde se han descuidado –en muchos casos– las medidas de seguridad informática.

“En los últimos años, los robos de dinero e información empresarial se han trasladado al mundo *online*, lo que implica que cada vez haya más perfiles especializados en ciberseguridad. Y después de la situación excepcional en la que nos encontramos, este tipo de servicio va a experimentar un aumento de la demanda por el número de ataques producidos”, afirma **Julien Mur**, *manager* de la división de *information technology* de la compañía HAYS España (*https://www.hays.es*).

“SOMOS NATIVOS DIGITALES Y OFRECEMOS UNA EXPERIENCIA FORMATIVA DISRUPTIVA”

< Nacho de Pinedo
Fundador y CEO de ISDI.



¿Qué valor diferencial aporta ISDI? Somos una organización nativa digital con 11 años de vida. Tenemos una enorme experiencia en hacer *elearning* de alta calidad. Nuestros profesores, unos 700, son profesionales que trabajan en compañías tecnológicas y conocen de primera mano las nuevas tendencias.

¿Qué tipo de formaciones ofrecéis? Tenemos dos áreas de conocimiento. Una más integral, para convertir a nuestros alumnos en una especie de traductores digitales, en profesionales que saben interpretar el nuevo mundo digital. Y otra área más específica de programas muy enfocados a herramientas, tecnologías y temáticas concretas como pueden ser, entre otros, *data analytics*, *marketing automation* o lanzar un *ecommerce* en 10 semanas.

¿Qué otros servicios aportáis? También damos formación *in company*. Hay compañías que nos demandan soluciones específicas. Para ello, trabajamos con expertos en cada una de las materias. Y si esos contenidos son relevantes, los incorporamos después a nuestro portfolio formativo. También contamos con una de las mayores aceleradoras de Europa (Impact) y con la bolsa de trabajo de profesionales digitales más grande de España.

¿Hacia dónde va la formación del futuro? La situación generada por el Covid ha venido a confirmar lo que ISDI venía diciendo y haciendo respecto a la necesidad de la digitalización. En ese sentido, se va a producir un incremento de los programas de *elearning*. Pero eso no será cuestión de una mera traslación de lo presencial a lo *online*, sino de desarrollar una experiencia totalmente diferente como la nuestra. La facilidad para adaptarse a los cambios será la clave para futuros modelos educativos. Y el futuro es ahora.

< ISDI >

900 814 144 / www.isdi.edu

Otro perfil que tendrá mucha demanda en este contexto crítico será el ‘closer’ de ventas



Según la *Guía Salarial Hays 2020*, la demanda de estos perfiles cualificados sigue aumentando, “pero el *pool* de candidatos disponibles no crece al mismo ritmo. Es decir, la brecha sigue incrementándose año tras año. El perfil más común en este sector, el de *cybersecurity consultant*, ya era uno de los más demandados antes del escenario actual, algo que apunta a seguir al alza en los próximos años, por encima de *IT security consultant* y *chief security officers*, perfiles con menos demanda al estar vinculados a cargos de dirección dentro de las organizaciones”.

Y si aumenta la demanda de perfiles de ciberseguridad, advierte este experto, habrá también más especialistas en ‘hackinetica’, “que son aquellos que se dedican a encontrar las vulnerabilidades del sistema de su propia empresa, es decir, los conocidos como *hackers* buenos. Los salarios en esta rama de la tecnología van desde los 29.000 euros brutos anuales de un *cybersecurity consultant* hasta los 100.000 euros brutos anuales que puede llegar a cobrar un *chief security officer* con experiencia”.

Otro perfil demandado es el *closer* de ventas. “Imprescindible para cerrar de forma tangible una venta de alto valor o *high ticket* en cualquier sector o ámbito, y más en crisis o periodo de recesión”, apunta **Alfonso Bastida**, director de una escuela especializada en este campo (*https://alfonsoychristian.com*).

EL ‘BOOM’ DEL SECTOR DIGITAL EN EL MERCADO

SEGÚN CARLOS CAZAÑA, CEO DE NEOLAND, ALGUNAS DE LAS HABILIDADES MÁS DEMANDADAS CORRESPONDEN AL SECTOR DIGITAL, ASÍ COMO LAS CARRERAS QUE TENGAN RELACIÓN CON LAS SIGUIENTES ACTIVIDADES:



Diseño UX/UI: Las empresas son cada vez más conscientes de la necesidad de centrar sus productos digitales en el usuario. Por esta razón, el diseño de interfaces (UI) y la experiencia de usuario (UX) se han convertido en una de las profesiones más demandadas.



Desarrollo web: Todos los productos digitales necesitan desarrollo *web* y *JavaScript* es el lenguaje de programación más utilizado. Así, el desarrollador *web full stack* es una de las profesiones más solicitadas entre las empresas del sector tecnológico.



Data science: El *big data* genera enormes cantidades de datos y el *data science* se encarga de convertirlos en información útil para tomar decisiones en las compañías. Esta ciencia agrupa conocimientos de matemáticas, estadística y programación entre otras materias.



Programación APPs: Las apps son aplicaciones de *software* que se instalan en dispositivos móviles como *smartphones* o *tablets*. Para crear todas estas aplicaciones se necesitan muchos profesionales especializados en desarrollo tanto para sistemas Android como iOS.



Product management: Todos los productos digitales cuentan con la figura del *product manager*, que es el responsable de la estrategia, planificación, lanzamiento y seguimiento de un producto. Su misión es coordinar a todos los equipos implicados en un proyecto.



Marketing digital: Es la unión de las acciones y estrategias publicitarias que una empresa realiza en Internet para vender sus productos o servicios. Estas empresas necesitan muchos profesionales con conocimientos técnicos muy sólidos para cubrir esas estrategias.

LA UNIVERSIDAD CAMILO JOSÉ CELA CONECTA EL EMPRENDIMIENTO CON EL CONOCIMIENTO



LA UCJC ABOGA POR LA GENERACIÓN Y TRANSFERENCIA DEL CONOCIMIENTO Y POR LA CAPACITACIÓN Y POTENCIACIÓN DE NUEVAS HABILIDADES.

La Universidad Camilo José Cela (UCJC), firme en su apuesta por la educación y el conocimiento diferenciador, ofrece un modelo afianzado sobre la base de la innovación, la internacionalidad y la interdisciplinariedad, que potencia el aprendizaje continuo, con una metodología actualizada de enseñanza, y que sitúa el talento y el espíritu emprendedor como uno de sus bienes más preciados.

Los estudiantes universitarios necesitan, hoy más que nunca, prepararse ante los nuevos retos que el desarrollo sostenible y la transformación digital plantean en una sociedad inmersa en plena revolución tecnológica y global.

Por ello, la Universidad Camilo José Cela (*https://www.ucjc.edu*) aboga por la generación y transferencia del conocimiento, pero también por la capacitación y potenciación de las nuevas habilidades de sus alumnos.

En un marco así, es indispensable potenciar el emprendimiento cooperativo. Los emprendedores tienen, y tendrán cada vez más, un papel determinante de liderazgo en el mercado laboral del futuro.

Debido a eso, la Universidad Camilo José Cela apuesta firmemente por el Grado en Emprendimiento y Gestión de Empresas y por el Máster en Emprendimiento de Impacto, pionero en nuestro país, donde los alumnos no forman parte de una clase sino de un equipo y una empresa, donde no hay lecciones, conviven el aprendizaje y la adquisición de competencias, y donde los profesores son también mentores.

Los estudiantes aprenden en entornos que promueven el desarrollo de proyectos y la innovación a través del lanzamiento y la gestión de nuevos negocios y equipos.

Durante sus estudios, los alumnos desarrollan, incuban y aceleran su propia startup, y presentan su proyecto como Trabajo Fin de Grado o de Máster ante un tribunal mixto de docentes, inversores y emprendedores de éxito.

Los alumnos aprenden en entornos que promueven el desarrollo de proyectos y la innovación

ECOSISTEMA UNIVERSITARIO EMPRENDEDOR

Desde el año 2012 la Institución Educativa SEK (*https://www.sek.es*), grupo al que pertenece la Universidad Camilo José Cela, ha impulsado diferentes proyectos de fomento del emprendimiento y ha sido pionera en la creación de la primera aceleradora vertical en el ámbito educativo, SEKLab EdTech Accelerator (*https://seklab.es*).

Durante todo el proceso de creación de proyectos, el alumno cuenta con el apoyo de las aceleradoras e incubadoras con las que la universidad colabora (SEKLab, Valhalla, UnLtd Spain, Conector Startup Acelerator o Wayra), donde se pueden realizar prácticas y aprender mediante metodologías basadas en experiencias reales.

Los alumnos del Grado en Emprendimiento y Gestión de Empresas realizan, además, un Study Abroad en EEUU, y podrán completar sus estudios en prestigiosas universidades de todo el mundo a través de convenios Erasmus y/o bilaterales.

20 AÑOS Universidad Camilo José Cela

918 153 131 / https://www.ucjc.edu

Pasos para elegir la mejor formación



FORMARSE HA DEJADO DE SER UNA NECESIDAD PARA CONVERTIRSE EN UNA OBLIGACIÓN. PLANIFICA QUÉ ESTUDIAR, CÓMO Y DÓNDE. VALORA EL MÉTODO DE ENSEÑANZA Y SUS SALIDAS LABORALES.

Si antes lo tenías claro, ahora más que nunca, debes formarte. Y nos referimos tanto a si quieres especializarte en algún área que ya controlas para convertirte en un 'superexperto' como si quieres darle una vuelta a tu vida y replantearte qué es lo que quieres hacer a partir de ahora. No te queremos asustar, pero el mercado laboral se va a endurecer y las exigencias para acceder a nuevos puestos o incluso, para escalar dentro de las organizaciones se va a poner cuesta arriba. Y para eso, siempre será mejor que empieces a reforzar tus conocimientos.

Y no lo decimos nosotros. Más del 40 por ciento de las compañías españolas tiene previsto o está valorando reducir su plantilla como consecuencia del impacto del Covid-19, según un informe de la consultora Willis Towers Watson. "Los perfiles relacionados con el trabajo manual, la cadena de producción y el soporte al negocio son los más susceptibles de perder su empleo en los próximos meses. Además, tres de cada cuatro empresas ha congelado las nuevas contrataciones planeadas. Y más de la mitad declara que prevé aplazar o reducir los incrementos salariales previstos y un 40% directamente ha congelado dichos incrementos".

Más del 40%
de las empresas tiene previsto o está valorando reducir su plantilla por el impacto del Covid-19.

PLANIFICA TU FORMACIÓN FUTURA COMO SI DE UN NEGOCIO SE TRATASE

Ana Álvaro, directora de admisiones de postgrado de ESIC (*https://www.esic.edu*), recomienda tomar la decisión de planificar tu formación futura con tiempo, "ya que te ayudará a ver distintas opciones, revisar la formación que pueda resultarte más interesante y garantizarte la disponibilidad de plaza. Por tanto, la principal recomendación sería empezar a mirar la formación futura con tiempo suficiente".

Si hablamos de un estudiante junior, recién licenciado, los factores a analizar para aclarar las ideas serían, entre otros, "la empleabilidad del programa elegido, la afinidad a esa profesión y, sobre todo, si se ve proyectado en esa profesión



en el futuro", afirma esta experta, que recomienda que, para aclarar las ideas, "el estudiante puede tener en cuenta diversos factores, como la empleabilidad de la carrera elegida, la afinidad a esa profesión e incluso, la localización: si está o no cerca de su hogar y las posibilidades de compaginar los estudios con la vida personal". En el caso de personas senior, que se encuentran posicionadas profesionalmente y que buscan seguir formándose –bien para reciclarse o bien para orientarse a puestos de mayor nivel de responsabilidad–, "es muy importante acudir a las entrevistas de admisión preparados con todas las preguntas necesarias, ya que la asesoría por el especialista ayudará a que esa persona se conozca mejor y juntos puedan identificar sus necesidades de cara a cubrir sus expectativas. En estos casos, es más fácil encaminar a los estudiantes y presentarles la oferta formativa, buscando qué título se ajusta más a ellos", afirma la directora de admisiones de postgrado de ESIC.

Como señalan desde la plataforma StudentFinance (*https://studentfinance.com/es*), reciclarse laboralmente, por ejemplo, en el sector de la tecnología de la información es una de las mejores alternativas de empleo para aquellos trabajadores que se han quedado sin trabajo o se encuentran inmersos en un expediente de regulación temporal de empleo (ERTE) ya que, pueden formarse en habilidades tecnológicas sin disponer de conocimientos informáticos previos a través de, por ejemplo, *bootcamps*, cursos que permitirán especializarte en pocos meses en diferentes tecnologías emergentes".

Valora la empleabilidad, la afinidad profesional y la localización de la formación que quieres realizar

eit Food | Regional Innovation Scheme

This activity has received funding from EIT Food, the innovation community on Food of the European Institute of Innovation and Technology (EIT), a body of the EU, under the Horizon 2020, the EU Framework Programme for Research and Innovation

BUSCAMOS MUJERES QUE LIDEREN
LA AGROALIMENTACIÓN

El Programa EWA ofrece a mujeres con ideas transformadoras en el campo de la agroalimentación la oportunidad de ponerlas en marcha.
Con una formación específica y personalizada que incluye Mentoring y Networking, este programa facilita además el acceso de las emprendedoras a financiación y a la amplia red de contactos de EIT Food.

Tú puedes ser una de ellas.
¡Regístrate ya!

eitfood.eu | CLCSouth@eitfood.eu

EWA Empowering Women in Agrifood







Las habilidades blandas

"Más allá de simplificar tareas y procesos, los continuos avances tecnológicos han provocado un cambio sin precedentes en el terreno laboral. Frente a las habilidades más técnicas (las que aluden a conocimientos y destrezas específicas para el desarrollo de una función), nos encontramos con las habilidades blandas o *soft skills*. Pensamiento crítico, creatividad, empatía, resolución de problemas... son algunas de esas *soft skills* con las que los profesionales deberán contar para afrontar con éxito su futuro laboral", aseguran desde B-Talent (*https://b-talent.com/es*).

"Vivimos una época con inflación en la oferta de formación *online*", sostiene **Juanjo Amorín**, CEO y fundador de Edix (*https://www.edix.com/es*), Instituto de Expertos Digitales de la UNIR (*https://www.unir.net*). que recomienda seguir estos tres pasos para elegir la mejor formación:

CLAVES PARA SABER QUÉ CURSO DEBES ELEGIR

En primer lugar, debes elegir el área de conocimiento que te puede hacer feliz y en el que puedes ser bueno. Por ejemplo, "si no te gustan los números, no hagas nada que tenga que ver con el *data*, por mucho que te digan que hay empleo, porque no serás feliz".

En segundo lugar, analiza la empleabilidad actual y futura a cinco años de las profesiones de la formación o formaciones que tengas en mente. Por ejemplo, "si esa profesión está ligada a una tecnología expansiva como puede ser Inteligencia Artificial, realidad virtual, *big data*, etc., tiene futuro, sino tendrá menos posibilidades de empleabilidad".

Y en tercer lugar, Amorín recomienda seleccionar la empresa de formación atendiendo a tres parámetros. Por un lado, la calidad del contenido de la formación. Para eso, "analiza bien las asignaturas y el material. Por otro, recuerda que las ofertas 100% empaquetadas son muy baratas, pero no son para todos los públicos y objetivos". Y el tercer parámetro de esta selección es que preguntes siempre ¿cómo te formas ahí? "y decide –aconseja este experto– si ese tipo de metodología encaja contigo, porque no todas las metodologías encajan por igual con las habilidades de las todas las personas".

También es importante que valores el nivel del profesorado que va a impartir la formación. No está de más que veas sus perfiles profesionales para saber qué estudios tienen, la experiencia laboral que atesoran, si participan en foros o si, por ejemplo, dan charlas especializadas. También analiza cómo será la formación que vas a recibir, es decir, si es teórica y/o práctica, el tipo de método formativo, etc. Y muy importante, trata de averiguar qué salidas tendrá lo que vas a estudiar y, en ese sentido, si el centro formativo tiene algún tipo de acuerdo con empresas y organizaciones en las que luego pudieses trabajar. Tampoco olvides valorar y comparar el precio de la formación y la forma de pago, así como las opciones de financiación. Y como en otros sectores, busca información en portales especializados y rankings, así como opiniones de otros alumnos para saber los pros y contras.

Fíjate en el nivel del profesorado, en el método de enseñanza y si tiene acuerdos con empresas para ofertas laborales

THE BRIDGE, GRAN APUESTA PRIVADA PARA CERRAR LA BRECHA DE COMPETENCIAS DIGITALES DE ESPAÑA



NUEVA INSTITUCIÓN FORMATIVA ESPECIALIZADA EN CIBERSEGURIDAD, 'DATA SCIENCE', DESARROLLO 'WEB' Y DISEÑO DE PRODUCTO DIGITAL UX/UI

Esta crisis ha dejado claro que los sistemas más apoyados en plataformas digitales son más flexibles y están mejor preparados. La formación intensiva, inmersiva y práctica en formato *bootcamp* que desarrolla The Bridge (*https://www.thebridge.tech*), centro de alto rendimiento digital, es ideal para aquellos emprendedores que quieren desarrollar nuevas habilidades para trabajar como *freelance* o se plantean hacerlo para involucrarse en nuevos proyectos. También es ideal para aquellos que quieren seguir aprendiendo con una formación práctica y aplicable con el objetivo de entrar en el mercado laboral o avanzar en sus estudios.

Asimismo, para aquellos trabajadores que quieren reforzar o ampliar sus conocimientos para hacer un *upskilling* (y optar a un mejor puesto dentro de su empresa o en otra en una especialización más afín) o un *reskilling* (porque quieren cambiar plenamente de profesión hacia una carrera con mayor proyección). Y también para desempleados o infraempleados, que tienen un trabajo intermitente y de baja calidad. Un curso intensivo en este centro de alto rendimiento les ayudará a iniciar una profesión donde poder crecer y desarrollar una carrera sin tener estudios en el área o conocimientos técnicos previos.

Además, The Bridge les ofrece un servicio de carreras profesionales, en el que les ponen en contacto con empresas, con mentores y profesionales de recursos humanos para promover su perfil en los procesos de selección de las empresas que buscan perfiles con competencias digitales. Les asesoran en el proceso de selección, simulando entrevistas competenciales, técnicas, evaluaciones de habilidades y pautas para negociar el salario, además de guiar a los alumnos durante todo el proceso de incorporación en su nuevo puesto de trabajo.

The Bridge también trabaja con empresas. En ese sentido, ha desarrollado formatos educativos para diferentes situaciones que se pueden dar en una compañía. Por ejemplo, para que los equipos humanos estén siempre actualizados, ofrece cursos de *upskilling* y de reskilling dirigidos a profesionales que necesitan un mayor grado de especialización para que puedan crecer en sus respectivos puestos y aumenten su productividad.

The Bridge colabora con empresas y universidades con programas para la mejora de perfiles

Además, ayuda a las empresas a encontrar candidatos bien formados para roles difíciles de cubrir. Incluso, desarrollan formaciones *bootcamp* específicas para formar a un grupo de personas seleccionadas por una empresa. También, ayuda a las universidades a alinear su oferta con el déficit de talento digital. Para ello, ha diseñado nuevos programas *bootcamp* en colaboración con instituciones educativas.

INICIATIVAS SOCIALES

Además de Women in Tech, una iniciativa de The Bridge, con la que consiguió que creciera el interés por las habilidades STEM, ahora ha puesto en marcha Ticket Into Tech, un programa dirigido a acelerar la formación digital y la inmersión laboral de desempleados y afectados por el infraempleo. Gracias a esta iniciativa, un desempleado o infraempleado puede acceder a los estudios de The Bridge y completar el pago –sin intereses– cuando empiece a trabajar (*http://ticket.thebridge.tech*).

THE BRIDGE DIGITAL TALENT ACCELERATOR

919 01 72 57 / https://www.thebridge.tech



Si quieres emprender, ¿qué puedes estudiar?

LO TIENES DECIDIDO: VAS A EMPRENDER. PERO, ¿POR DÓNDE EMPIEZAS? Y NO NOS REFERIMOS A QUÉ TIPO DE PROYECTOS VAS A PONER EN MARCHA, SINO QUÉ FORMACIÓN NECESITARÍAS TENER PARA EMPRENDER EN LAS MEJORES CONDICIONES

Las crisis son momentos de oportunidades. Y, tal vez, este sea el idóneo para llevar a la práctica ese proyecto empresarial en el que llevas pensando mucho tiempo.

En ese sentido, solo te vamos a dar un consejo: emprende en aquel sector o mercado en el que tengas experiencia y/o formación. Para todo lo demás, te recomendamos que eches vistazo a nuestra web (*www.emprendedores.es*). Porque aquí no te vamos a hablar del hecho en sí de emprender, sino sobre qué formación deberías tener si quieres emprender. Sí, has leído bien. Porque emprender no es solo poner en marcha un proyecto, que, ya de por sí es complejo y no está exento de riesgos, sino que además debes tener una serie de conocimientos previos que te servirán de base sobre el que se sustentará tu proyecto empresarial.



Autoempleo o emprendimiento

Como recomienda **Juan José Jiménez**, *senior manager* de Hays Executive (*https://www.hays.es*), "valora las posibilidades del autoempleo o emprendimiento, ya que con el teletrabajo los

asalariados se han dado cuenta de que pueden desempeñar sus funciones sin estar en una oficina física y, en algunos casos, con muchas funciones individuales a realizar. Trabajar por cuenta ajena históricamente ha generado una confianza y seguridad, pero las nuevas generaciones no valoran tanto la estabilidad profesional y quizás se lancen hacia el autoempleo, donde además de estrategia, formación y coherencia hará falta mucha marca personal".

Para explicar por qué quieres plantearte un cambio, "debes tomarte un tiempo para construir esa idea y generar argumentos sólidos. Puede ser que hayas pensado en una transición de carrera durante mucho tiempo y tengas clara la idea, pero todavía es más clave plasmar la estrategia en papel".



Para los perfiles más *seniors*, este experto recomienda plantearse qué has hecho en tu carrera, qué conocimientos tienes y qué contactos conservas. Será muy positivo que prepares todos los argumentos en base a toda la experiencia que acumulas sobre cómo la podrás aplicar a un nuevo puesto de trabajo o emprendiendo un proyecto.

En esa planificación es importante valorar –si lo puede hacer alguien externo a ti, mucho mejor– en qué eres bueno, es decir, en qué destacas. Y del mismo modo, en qué fallas, qué lagunas tienes. Y no solo en la parte de qué nuevos conocimientos deberías adquirir, sino también en qué habilidades y competencias deberías reforzar, añadir, sustituir o, incluso, eliminar.

También es importante tener una idea, aunque sea una mera noción, sobre en qué área o sector quieres emprender. Eso te permitirá afinar algo más la formación específica que requerirá el proyecto. No obstante, independientemente de en qué vayas a emprender, nunca está de más que tengas ciertos conocimientos en áreas claves de todo proyecto, como desarro-

Autoevalúate, para saber en qué áreas de conocimiento eres bueno y en cuáles tienes lagunas

"SOMOS ESPECIALISTAS EN CONSULTORÍA Y FORMACIÓN AMBIENTAL Y GEOESPACIAL"

< **Luis Quesada** Presidente de la Asociación Geoinnova.



¿Qué aporta Geoinnova? Como asociación, ofrecemos la oportunidad de generar y desarrollar proyectos a partir de las sinergias entre profesionales del sector ambiental y geoespacial. Al cliente le aportamos confianza y una gran experiencia para abordar proyectos geográficos de todo tipo.

¿Qué oferta formativa ofrece? En dos áreas que se interconectan: los Sistemas de Información Geógrafica con todas las tecnologías que les rodean, y la temática medioambiental. Son más de 70 cursos a través de una plataforma profesional *e-learning*. Además, impartimos docencia presencial *in company* o en nuestra sede de Pamplona. Ofrecemos cursos basados en ESRI, QGIS, GVSIG, FME, AutoCAD, InkScape, OpenLayers, Leaflet, GeoServer, PostGIS, etc.

¿Qué nivel adquieren los alumnos de Geoinnova? Toda nuestra formación está enfocada a la máxima empleabilidad y productividad de los profesionales. Es evidente, que el nivel final variará en función del propio nivel inicial del alumno y del curso, así como a la dedicación que se le otorgue. En Geoinnova consideramos un umbral mínimo del 70% de dedicación para considerar la formación como apta. Priorizamos el aprendizaje real de nuestros alumnos.

Hacéis consultoría especializada. ¿De qué tipo? Todo lo que tenga que ver con un corte geográfico y las disciplinas o profesiones necesarias que se han de tener en cuenta para desarrollar un proyecto de este estilo. Ofrecemos servicios de asesoría y consultoría, tanto a administraciones públicas, como a entidades privadas. Nos incorporamos en equipos como técnicos en SIG o expertos en temáticas ambientales y territoriales, elaborando proyectos, estudios o informes o bien asesorando en su tramitación.

Geo innova

948 117 137 / https://geoinnova.org



Si quieres emprender, lo recomendable es tener conocimientos mínimos en finanzas, ventas y negocio

Para aprobar, debes facturar

La Universidad de Mondragón (*www.mondragon.edu*) es pionera en España en crear el grado en liderazgo emprendedor e innovación (LEINN), donde los alumnos montan una empresa real. El objetivo es diseñar productos y servicios reales para facturar. La filosofía de esta formación se basa en aprender haciendo empresas y proyectos reales en equipo mientras los *LEINNers* viajan por el mundo (*https://gradoleinn.teamlabs.es*).

llo y estrategia de negocio, contabilidad y finanzas, gestión de equipos, marketing y ventas.

Diferentes instituciones ofrecen formación muy completa en esa línea. Por ejemplo, APTE, a través de su aula digital de formación, APTEForma (*www.apte.org/apteforma-aula-digital-formacion*), ofrece formación *online* a través de contenidos en distintos formatos como *MOOC*, píldoras formativas, videopíldoras, cursos de autoformación y guías e infografías, sobre temáticas relacionadas con tecnologías disruptivas y enfocadas a su aplicación en el entorno empresarial como *blockchain*, Inteligencia Artificial, ciberseguridad, industria 4.0., transformación digital, *edge computing*, *smart cities*, *big data*, realidad aumentada y fabricación e impresión en *3D*, entre otras. En el caso de Fundación Incyde (*www.incyde.org/oferta-formativa*), organiza encuentros, talleres y jornadas sobre creación y consolidación de empresas, sectoriales, comercio minorista, diversificación empresarial, innovación y nuevas tecnologías e industrias culturales y creativas, entre otros.

Digitalización y asesoramiento pyme

La EOI (*www.eoi.es/business-school*) cuenta con una serie de programas formativos de digitalización y asesoramiento pyme como parte de las medidas para contrarrestar los efectos del Covid-19 (*www.eoi.es/es/programasapoyocovid19*). “Con este proyecto se pretende atender en un primer momento a más de 1.000 pymes que requieran reorientar su modelo de negocio a un mundo digital y/o que requieran de un asesoramiento puntual sobre su estrategia, orientación al mercado, necesidades de restructuración financiera y acceso a líneas de apoyo en el marco del Covid-19”. A esta iniciativa se suman también los más de 100 programas de formación desarrollados por la EOI, orientados a más de 1.700 personas entre emprendedores, jóvenes en situación de desempleo, pymes y autónomos de todas las comunidades autónomas.

Universidades y escuelas de negocio también cuentan con programas específicos para la gestión de proyectos. Por ejemplo, el máster *in digital chief management* de IEBS (*www.iebschool.com*), que enseña a ejecutar la estrategia digital de una empresa y a implementar la innovación tecnológica para desarrollar modelos de negocio disruptivos. Otro es el máster en emprendimiento e innovación de EAE (*www.eae.es*), que ayuda a desarrollar nuevos proyectos con un alto potencial de



Fíjate en aquellos cursos en los que emprender un proyecto real también forme parte del temario de la asignatura

crecimiento. TecnoCampus (*www.tecnocampus.cat/es*) cuenta con un máster universitario en emprendimiento e innovación, que ayuda a desarrollar habilidades emprendedoras para ser creativos. El máster *online* de innovación y emprendimiento de OBS Business School (*https://obsbusiness.school/es*) ofrece las claves para alcanzar la competitividad empresarial mediante la innovación.

O el máster universitario en iniciativa emprendedora de la UC3M (*www.uc3m.es*), que capacita a los alumnos a identificar oportunidades y a desarrollar proyectos. También el máster en emprendimiento de la Universidad Complutense de Madrid (*www.ucm.es*), que ayuda a diseñar y lanzar nuevos productos y servicios. Otro es el máster de emprendedores (*www.masterdeemprendedores.com*) de Instituto Pensamiento Positivo, que da a conocer las claves para alcanzar el éxito en un proyecto. O el MBA en emprendimiento *online* (*www.unir.net*) de UNIR, que potencia las habilidades directivas y ayuda en la digitalización de los negocios tradicionales. También destaca el máster en emprendimiento de impacto de la Universidad Camilo José Cela (*www.ucjc.edu*).

EDUTECH: FORMACIÓN ‘PREMIUM’ Y DE CALIDAD

ÓSCAR FUENTES, CEO Y FUNDADOR DE IEBS, NOS HABLA DE LA PROPUESTA DE VALOR DE EDUTECH, GRUPO DE TECNOLOGÍA EDUCATIVA.



Edutech es una plataforma de tecnología educativa capaz de acometer cualquier proyecto con un enfoque de onmicanalidad. A partir de un contenido digital único, lo puede enviar al mercado con hasta nueve metodologías diferentes y con tres modelos de negocio distintos. Esto le permite a Edutech ser un *partner* para cualquier empresa que quiera digitalizar su modelo de negocio educativo como ya lo ha hecho, por ejemplo, para el club de la liga profesional de *eSports* eMonkeyz.

Uno de los proyectos de Edutech es IEBS (*www.iebschool.com*), escuela *premium* que ofrece numerosos valores añadidos a los alumnos más exigentes, como atención personalizada, seguimiento individualizado de mentores, servicios de apoyo a la empleabilidad, *networking* intensivo, etc. Citius Smart School (*www.citiuschool.com*) –otro de los proyectos de Edutech– es una escuela para personas que buscan la mejor calidad al mejor precio. Ofrece toda su oferta educativa por una suscripción mensual de 89 euros. También cuenta con Akademus (*www.akademus.es*), el Netflix de la formación, con un modelo de pago por visión y suscripción, como en las principales plataformas audiovisuales. Y Qschool.io (*www.qschool.io*) y Saleschool.es (*www.saleschool.es*), que dan un paso más al ofrecer formación *premium* y de calidad y donde los alumnos pagan si logran el éxito.

Edutech no entiende la educación de otra manera que no sea la de entregar un alto valor al alumno. Por eso, su *north star metric* (indicador que captura el valor que los productos y servicios de cada negocio ofrecen a los clientes.) es el número de alumnos que han finalizado su formación, porque “no solo buscamos alumnos sino alumnos satisfechos que acaben con éxito sus cursos”.

EduTech GROUP

675 757 393 / www.iebschool.com



Las mejores escuelas

TE OFRECEMOS UNA CUIDADA SELECCIÓN CON LOS MEJORES CENTROS E INSTITUCIONES QUE OFRECEN PLANES FORMATIVOS

APTE

La Asociación de Parques Científicos y Tecnológicos de España pone a disposición de los profesionales que trabajan en las entidades de los parques científicos y tecnológicos, APTEForma, aula digital de formación especializada en tecnologías disruptivas, con la que se podrá incrementar la competitividad de la empresa formando a sus trabajadores en *blockchain*, ciberseguridad, *big data*, realidad aumentada, transformación digital, entre otros contenidos, presentados en formatos atractivos, accesibles y gratuitos.
https://www.apte.org/apteforma
info@apte.org

AQUORA BUSINESS EDUCATION

Ofrece programas formativos enfocados al desarrollo profesional tanto *online* como presenciales en Alicante, Madrid, Valencia y Silicon Valley, entre otras. Desarrolla programas *in company* adaptados a las necesidades y alineados con sus objetivos estratégicos.
https://www.aquora.es
966 44 04 66

CENTRO EUROPEO DE MASTERS Y POSTGRADOS (CEMP)

Escuela *online* de másteres y postgrados centrada en sanidad, salud y deporte, que permite a los alumnos alcanzar la proyección profesional que buscan. Cuenta con un profesorado de prestigio internacional, formado por profesionales en activo, conectados al 100% con el mercado laboral, que

Escuelas de negocio, centros educativos, universidades e instituciones formativas

CENTRO EDUCATIVO	DIRECCIÓN WEB
42madrid - Fundación Telefónica	https://www.42madrid.com
AENOR Formación	https://www.aenor.com/formacion
Afundación (Abanca)	https://www.afundacion.org
APTEForma	https://www.apte.org/es
Aquora	https://www.aquora.es
Asociación Española de Escuelas de Dirección de Empresas (AEEDE)	http://www.aeede.es
Asociación Start UCM3 (Universidad Carlos III)	https://startuc3m.com
Aula Mentor	http://www.aulamentor.es
Barcelona Executive Business School (BEBS)	https://bebs.org
Basecamps	http://www.teamlabs.es/es
BCSM (Business Consulting School of Management)	https://bcsm.es
Cámara de Comercio de España	https://www.camara.es
Campus Training	https://www.campustraining.es
CEF (Centro de Estudios Financieros)	https://www.cef.es
Centro de Estudios Superiores de Estudios Financieros	https://www.cunef.edu
Centro Europeo de Masters y Postgrados (CEMP)	https://cemp.es
Centro Internacional Santander Emprendimiento (CISE)	https://www.cise.es
Centro Universitario de la Guardia Civil	https://www.cugc.es
Centro Universitario San Rafael-Nebrija	https://www.sanrafaelnebrija.com
Centro Universitario Villanueva	https://www.villanueva.edu
CEOE Formación	https://www.cerem.es
Cepade (Universidad Politécnica de Madrid)	https://www.ceoe.es/es/contenido/temas/formacion__
CEREM Escuela Internacional de Negocios	https://www.cepade.es
CESIF	https://www.cesif.es
CESTE Escuela Internacional de Negocios	https://www.ceste.es
CICE (Escuela Profesional de Nuevas Tecnologías)	https://www.cice.es
Climate-KIC	https://www.climate-kic.org
Cloud Incubator HUB	https://cincubator.com

ofrecen contenidos sobre casos reales. Su metodología apuesta por una formación flexible, práctica y centrada en la inserción laboral.
https://cemp.es

CLOUD INCUBATOR HUB

Incubadora y aceleradora centrada en startups del campo de las TIC. Para ello, organiza un programa semestral en sus instalaciones de Murcia, donde se promueve el trabajo colaborativo entre jóvenes emprendedores y expertos en muy diversas áreas.
http://cincubator.com
admin@cincubator.com

EDEM

Esta escuela de negocios, ubicada en Valencia, ofrece formación sobre emprendimiento y gestión empresarial en todas las fases de desarrollo del alumno, desde cursos de verano para preuniversitarios hasta de posgrado, pasando por programas específicos para alta dirección empresarial.
https://edem.eu
963 53 10 65

EIT CLIMATE KIC

Es la mayor iniciativa europea en materia de innovación, emprendimiento y acción climática con la misión de catalizar un cambio sistémico a través de la innovación. Las startups seleccionadas reciben financiación, *mentoring*, formación y acceso a una red global de inversores.
https://spain.climate-kic.org

EIT FOOD

Iniciativa de innovación alimentaria líder en Europa. Trabaja para hacer que el sistema alimentario sea más sostenible, saludable y de confianza. El consorcio cuenta con más de 60 entidades, incluidas industrias clave, empresas líderes en el sector, startups, centros de investigación y universidades. Promueve proyectos de innovación, emprendimiento, comunicación y educación para transformar el sistema agroalimentario.
https://www.eitfood.eu

EMPRENDE.ULL

Servicio gratuito de asesoramiento y apoyo de la Fundación General de la Universidad de La Laguna para emprendedores canarios. Convoca

CENTRO EDUCATIVO	DIRECCIÓN WEB
CLUB - MBA	http://www.club-mba.com
Comandia (Correos)	https://www.comandia.com
DGPyme	http://www.ipyme.org/es-ES/Paginas/Home.aspx
DM School	https://dmschool.es
DoinGlobal	https://doinglobal.com
EADA Business School	https://www.eada-masters.com
EADE	https://www.eade.es
EAE Business School	https://www.eae.es
EALDE Business School	https://www.ealde.es
EBS	http://www.ebs.es
EDEM Escuela de Empresarios	https://edem.eu/centro-universitario
EEME Business School	https://www.eeme.bs
EF Business School	https://efbs.edu.es
EFEM Escuela de Formación Empresarial	https://efem.es
EIE	https://eiespain.com
EIT Food	https://www.eitfood.eu
EIT InnoEnergy	https://www.innoenergy.com
EIX La Salle Technova Barcelona	http://technovabarcelona.com/emprendedor/preaccelerator
Elisava	https://www.elisava.net
Emprende.ull (Fundación General de la Universidad de La Laguna)	https://fg.ull.es/empleo/emprende-ull
Esade	https://www.esade.edu/es
Escola Emprenedors	http://www.escolaemprenedors.org
ESCP Business School	https://www.escpeurope.eu
Escuela de Hostelería Fundación Cruzcampo (Grupo Heineken)	https://fundacioncruzcampo.com/escueladehosteleria
Escuela de Negocios MBA	http://www.enegociosmba.com
Escuela de Negocios y Dirección	https://www.escueladenegociosydireccion.com
Escuela de Organización Industrial (EOI)	https://www.eoi.es
Escuela Europea de Negocios	https://escuelaeuropea.eu
Escuela Universitària de Turisme Barcelona	http://www.cetaedu.es
Escuela Universitaria de Turismo Altamira	http://euturismoaltamira.com
Esden Business School	https://esden.es
ESEI (International Business School In Barcelona)	http://www.eseibusinessschool.com
Esem Escuela Internacional de Dirección Empresarial	https://esem.es
ESERP Business School	https://es.eserp.com
ESEUNE	https://www.eseune.edu
Esic Business & Marketing School	https://www.esic.edu
ESNE (Escuela Universitaria de Diseño, Innovación y Tecnología)	https://www.esne.es

jornadas formativas y son PAE.
https://fg.ull.es/empleo/emprendimiento

EOI (ESCUELA DE ORGANIZACIÓN INDUSTRIAL)

Su objetivo es formar a las figuras líderes del cambio social para afrontar los retos de la revolución digital y la transición ecológica a través de la transformación digital, la sostenibilidad y el liderazgo empresarial. Con la cofinanciación del Fondo Social Europeo, ha impulsado a más de 52.000 emprendedores y fundado una red de 50 espacios *coworking* en distintas ciudades. Impulsa más de 100 programas de apoyo al emprendimiento y un programa de intercambio internacional.
https://www.eoi.es
91 349 56 00

ESPAITEC (PARQUE CIENTÍFICO Y TECNOLÓGICO DE LA UJI)

Actúa como conector (*hub*) del ecosistema para apoyar y hacer crecer a empresas innovadoras. Ofrece servicios centrados en desarrollar los modelos de negocio de las empresas asociadas y colabora con las áreas de transferencia y emprendimiento de la Universidad Jaume I (Castellón), dando apoyo al emprendimiento y acercando los resultados de la investigación científica a la sociedad.
https://espaitec.uji.es
espaitec@espaitec.uji.es

FUNDACIÓN ESTATAL PARA LA FORMACIÓN EN EL EMPLEO

Presta un servicio público dirigido a empresas y trabajadores. Ayuda a las empresas a formar a su plantilla, mediante la bonificación en las cuotas a la Seguridad Social y contribuye a que los trabajadores mejoren sus competencias para afrontar los cambios del mercado. Comprometida con el proceso de transformación digital, ofrece formación gratuita en competencias digitales.
http://www.fundae.es/empresas
http://www.fundae.es/trabajadores
91 119 54 30

FUNDACIÓN FELIPE SEGOVIA

Tiene como misión proyectar el pensamiento y los ideales educativos que inspiraron la obra del fundador de la Institución Educativa SEK, en beneficio de la mejora de la calidad de la educación, "para perfeccionar al ser

CENTRO EDUCATIVO	DIRECCIÓN WEB
ESNECA Business School	https://www.esneca.com
ESODE Business School	https://www.esodeformacion.com/formacion-para-empresas
Espaitec	https://espaitec.uji.es
EU Business School	https://www.euruni.edu
EUDE (Escuela Europea de Dirección y Empresa)	https://master.eude.es
Euroinnova Business School	https://www.euroinnova.edu.es
European Open Business School (EOBS)	https://www.eobs.es
Everis School	https://www.everisschool.com
FEMXA	https://www.cursosfemxa.es
FOESCO	http://www.foesco.com
Fundación de Estudios Financieros (FEF)	https://www.ieaf.es
Fundación Felipe Segovia	https://fundacionfelipesegovia.org
Fundación Formación y Futuro	https://fundacionff.com
Fundación General de la Universidad de Salamanca	https://fundacion.usal.es/es
Fundación ICIL	https://www.icil.org
Fundación Incyde	https://www.incyde.org
Fundación ONCE (Por Talento)	https://www.portalento.es
FUNDAE (Fundación Estatal para la Formación en el Empleo)	http://www.fundae.es
FUNDESEM	https://www.fundesem.es
Geoinnova	https://geoinnova.org
Global Business School Barcelona	https://www.global-business-school.org
GSE Barcelona (Graduate School of Economics)	https://www.barcelonagse.eu
IAB Spain	https://www.iabspain.es
IACI Instituto Alemán de Comercio Internacional	https://iaci.es
IC Innovación y Cualificación	https://www.innovacionycualificacion.com
ICEB	https://www.iceb-edu.com
ICEMD (de Esic)	https://www.icemd.com
ICEX-CECO	https://www.icex-ceco.es/portal
ID Digital School (Universidad Camilo José Cela)	https://iddigitalschool.com
IDE CESEM Instituto de Directivos de Empresa	https://business-school-ide-cesem-instituto-de.negocio.site
IDESIE Business School	https://idesie.com/contacto-idesie/
IE Business School / IE Law School / IE University	https://www.ie.edu/es/business-school https://www.ie.edu/es/law-school https://www.ie.edu/es/universidad
IEBSchool	https://www.iebschool.com
IED Barcelona	https://iedbarcelona.es
IED Madrid Moda (Centro Superior de Diseño)	https://moda.iedmadrid.com
IESE	https://www.iese.edu/es

humano y lograr una sociedad mejor". Desarrolla su actividad en torno al alumno y de acuerdo a la libertad y la educación, la investigación e innovación educativa y la dignificación de la función docente y del liderazgo para el aprendizaje.
info@ffsegovia.org
91 659 63 00

FUNDACIÓN FORMACIÓN Y FUTURO

Desarrolla el diseño de formaciones de alto interés para el futuro de las empresas, haciendo hincapié en la IA. Promueve actividades e iniciativas, a través de sus propios medios y/o sinergias establecidas y da cobertura a distintos programas formativos a través de los centros vinculados.
formacionyfuturo@fundacionff.com
902 255 200

GEOINNOVA

Esta entidad sin ánimo de lucro, creada por geógrafos, desarrolla sus actividades de consultoría, formación y educación ambiental junto a otros profesionales del medio ambiente y geoespacial. Colabora con empresas e instituciones públicas y privadas, nacionales e internacionales.
https://geoinnova.org
948 117 137

IEBS BUSINESS SCHOOL

Es la primera escuela de negocios nativa digital, con sedes en Madrid, Barcelona, CDMX y Montevideo. Su *Executive MBA in digital transformation* es un programa único e innovador para ejecutivos y directivos de alto nivel.
https://www.iebschool.com
900 828 976

IGEMA

Este centro de estudios universitarios, de Barcelona, cuenta con el 'Grado oficial universitario en administración y dirección de empresas' (ADE). Su metodología fomenta el talento y la creatividad e incorpora recursos prácticos para promover el emprendimiento.
https://www.igema.net
info@igema.net

INESEM BUSINESS SCHOOL

Escuela de negocios *online* ubicada en Granada con más de 90 másteres profesionales en gestión empresarial. Todos cuentan con una duración

CENTRO EDUCATIVO	DIRECCIÓN WEB
IESIDE	http://www.ieside.edu
IFFE Business School	https://www.iffe.es
IGEMA	https://www.igema.net
IMF Business School (Universidad de Nebrija)	https://www.imf-formacion.com/universidad-nebrija
IMMUNE INSTITUTE	https://immune.institute
Industriales Escuela de Negocios	https://www.ienupm.com
INEAF Business School	https://www.ineaf.es
INESDI Digital Business School	https://www.inesdi.com
INESEM (Instituto Europeo de Estudios Empresariales)	https://www.inesem.es
INFOVA (Instituto de Formación Avanzada)	https://www.infova.es
InnoEnergy	https://www.innoenergy.com
Institución Educativa SEK	https://www.sek.es
Instituto de Bolsas y Mercados (BME)	https://www.institutobme.es
Instituto de Ciencias Empresariales IMF (Universidad Camilo José Cela)	https://www.imfice.es
Instituto de Emprendimiento Avanzado	https://ieavanzado.com
Instituto de Estudios Bursátiles (IEB)	https://www.ieb.es
Instituto de Estudios Cajasol	https://www.institutocajasol.com
Instituto de Humanidades Francisco Petrarca	http://institutofrancescopetrarca.com
Instituto de Pensamiento Positivo	https://www.pensamientopositivo.org
Instituto Europeo de Educación	https://ieeducacion.com
Instituto Europeo de Postgrado	https://www.iep.edu.es
Instituto Nacional de Ciberseguridad (INCIBE)	https://www.incibe.es
Instituto Tecnológico de Telefónica	https://institutotecnologico.telefonica.com/home
Instituto Universitario de Investigación en Estudios Norteamericanos Benjamin Franklin	https://www.institutofranklin.net
Instituto Universitario de Tecnología Aplicada IMF (Universidad de Alcalá)	https://iuta.education
IOE Business School	https://www.grupoioe.es
Ironhack	https://www.ironhack.com/es
ISDI	https://www.isdi.edu
IUSC Centro de Estudios Superiores	https://www.iusc.es
KSchool	https://kschool.com
La Salle International Graduate School	https://www.lasalleigsmadrid.es
Lallita Pharma	https://lallitapharma.es
LEDE (La Escuela de Emprendedores)	http://www.laescueladeemprendedores.com
Les Roches Marbella	https://lesroches.edu/es/campus/marbella
Link by UMA-Atech (Universidad de Málaga)	https://www.link.uma.es
Madrid Internet of Things Institute (MIOTI)	https://www.mioti.es/es

media de 1.500 horas y sus precios no suelen superar los 1.500 euros.
https://www.inesem.es
958 050 205

INNOENERGY HIGHWAY

Aceleradora especializada en energía sostenible que ayuda a startups innovadoras a cambio de una participación en la empresa. Para ello, invierte y cuenta con una red de apoyo por toda Europa, entre otros servicios.
https://bc.innoenergy.com/for-start-ups

INSTITUCIÓN EDUCATIVA SEK

Esta institución aúna liderazgo, innovación pedagógica y más de 125 años de tradición e historia. Los Colegios Internacionales SEK cuentan con más de 5.500 estudiantes residentes y no residentes de entre 3 y 18 años de edad de más de 70 nacionalidades en sus centros de Madrid, Barcelona, Almería, Pontevedra, Dublín (Irlanda), Los Alpes (Francia) y Doha (Qatar).
infonuevosalumnos@sek.es
902 80 80 82

ISDI

El Instituto Superior para el Desarrollo de Internet es líder mundial en educación digital. En el momento de incertidumbre y cambio más acusado de la historia, profesionales, emprendedores, empresas e instituciones van a necesitar una guía en su transformación para ser competitivos. Te puedes convertir en un profesional digital con ISDI junto a expertos en activo de las empresas digitales de referencia. Y puedes elegir la mejor formación digital entre los programas orientados a profesionales, *managers* o *top executive*.
https://www.isdi.edu
900 814 144

MIOTI

Forma a los futuros expertos en Internet de las cosas, *data science* y tecnologías emergentes desde un enfoque práctico. Proporciona formación en las profesiones más demandas del mercado con la aplicación de casos reales. Para ello, cuenta con profesores que trabajan en las empresas más innovadoras y punteras en estas nuevas tecnologías. El objetivo es dotar de las habilidades

CENTRO EDUCATIVO	DIRECCIÓN WEB
Máxima Formación	https://www.maximaformacion.es
Mediastartups	http://mediastartupshub.com
Miriadax	https://miriadax.net/home
Miscursosyformacion.com	https://miscursosyformacion.com
Neoland	https://www.neoland.es
Nuclio Digital School	https://nuclio.school
OBS Business School	https://obsbusiness.school/es
Open Learning Spain	http://openlearningspain.com
Parque Científico Uva (Universidad de Valladolid)	http://www.parquecientificouva.es
Red Educa	https://www.rededuca.net
Red Española de Fundaciones Universidad Empresa	http://www.redfue.es
SCHILLER International University Madrid	https://www.schiller.edu/madrid
Spain Business School	https://www.spainbs.com
Startup Training	https://www.startuptrainning.com
Startup University	https://www.startupuniversity.es
TecnoCampus (Pompeu Fabra)	https://www.tecnocampus.cat/es/inicio
The Agile Program	http://www.theagileprogram.com
The PowerMBA	https://thepowermba.com/es
The Valley Digital Business School	https://thevalley.es
Tokio School	https://www.tokioschool.com
UADIN Business School	https://www.uadin.com
Udemy Business	https://business.udemy.com
UIBS (International University of Southern Europe Barcelona Business School)	https://www.uibs.org
UniEmpren	http://www.uniempren.es
UniMOOC	https://unimooc.com
Universidad a Distancia de Madrid	https://www.udima.es
Universidad Alfonso X El Sabio	https://www.uax.es
Universidad Alta Dirección Aden Business School (UFV)	https://www.aden.org
Universidad Antonio de Nebrija	https://www.nebrija.com
Universidad Autónoma de Madrid	http://www.uam.es
Universidad Camilo José Cela	https://www.ucjc.edu
Universidad Carlos III de Madrid	https://www.uc3m.es/Inicio
Universidad Católica de Ávila	https://www.ucavila.es
Universidad Católica de Valencia San Vicente Mártir	https://www.ucv.es
Universidad Católica San Antonio de Murcia	https://www.ucam.edu
Universidad CEU Cardenal Herrera	https://www.uchceu.es
Universidad CEU San Pablo	https://www.uspceu.com
Universidad Complutense de Madrid	https://www.ucm.es
Universidad Córdoba	http://www.uco.es

necesarias para saber resolver retos de negocio gracias a la inteligencia artificial o al IoT, para poder liderar el cambio en la empresa.
https://www.mioti.es/es

MONDRAGÓN UNIBERSITATEA

Cuenta con varios programas de formación enfocados al emprendimiento a nivel de grado, posgrado y formación para profesionales profesionales, como el Grado en liderazgo emprendedor e innovación (LEINN), el Máster universitario en internacionalización de organizaciones y el Máster internacional en intraemprendizaje e innovación colaborativa.
https://www.mondragon.edu/es
info@mondragon.edu
943 71 21 85

START UCM3

Asociación de emprendedores de la Universidad Carlos III, formada y dirigida por estudiantes. Busca impulsar y fomentar el emprendimiento dentro de la universidad a través de eventos, conferencias, talleres y otras actividades. Su comunidad *Starter* contiene ofertas de empleo en startups, eventos, recomendaciones y noticias sobre el entorno empresarial.
https://startuc3m.com
info@startuc3m.com

TOKIO SCHOOL

Centro de formación *online*, especializado en nuevas tecnologías: programación, redes, videojuegos, *SAP* y marketing digital. Con más de 500 alumnos al año, la escuela ofrece cursos, másteres y carreras profesionales enfocados al mercado laboral. Su innovadora metodología apuesta por una formación a medida e incluye prácticas en empresas. El centro es Cisco Networking Academy y Android Training Center y prepara a sus alumnos para que se presenten a certificaciones oficiales del sector.
https://www.tokioschool.com

UNIVERSIDAD CAMILO JOSÉ CELA

Es una universidad privada, plural, solidaria e independiente, fundada por Felipe Segovia Olmo, en Madrid. Su modelo de inspiración humanística e influencia internacional se asienta en la interdisciplinariedad entre todas las ciencias, en una fuerte vocación docente y en una clara orientación

CENTRO EDUCATIVO	DIRECCIÓN WEB
Universidad de Alcalá	https://www.uah.es/es
Universidad de Alicante	https://www.ua.es
Universidad de Almería	https://www.ual.es
Universidad de Burgos	https://www.ubu.es
Universidad de Cádiz	https://www.uca.es
Universidad de Cantabria	https://web.unican.es
Universidad de Castilla-La Mancha	https://www.uclm.es
Universidad de Deusto	https://www.deusto.es/cs/Satellite/deusto/es/universidad-deusto
Universidad de Extremadura	https://www.unex.es
Universidad de Granada	https://www.ugr.es
Universidad de Huelva	http://www.uhu.es
Universidad de Jaén	https://www.ujaen.es
Universidad de La Laguna	https://www.ull.es
Universidad de La Rioja	https://www.unirioja.es
Universidad de Las Palmas de Gran Canaria	https://www.ulpgc.es
Universidad de León	https://www.unileon.es
Universidad de Málaga	https://www.uma.es
Universidad de Mondragón	https://www.mondragon.edu/es/inicio
Universidad de Murcia	https://www.um.es
Universidad de Navarra	https://www.unav.edu
Universidad de Oviedo	http://www.uniovi.es
Universidad de Salamanca	https://www.usal.es
Universidad de Sevilla	https://www.us.es
Universidad de Valladolid	http://www.uva.es/export/sites/uva
Universidad de Zaragoza	https://www.unizar.es
Universidad del Atlántico Medio	http://www.universidadatlanticomedio.es
Universidad del País Vasco	https://www.ehu.eus/es
Universidad Europea de Madrid	https://universidadeuropea.es
Universidad Europea Miguel de Cervantes	https://www.uemc.es
Universidad Fernando Pessoa Canarias	https://www.ufpcanarias.es
Universidad Francisco de Vitoria	https://www.ufv.es
Universidad Internacional de Andalucía	https://www.unia.es
Universidad Internacional de La Rioja	https://www.unir.net
Universidad Internacional de Valencia	http://www.uimp.es
Universidad Internacional Menéndez Pelayo	https://www.universidadviu.es
Universidad Loyola Andalucía	https://www.uloyola.es
Universidad Miguel Hernández de Elche	https://www.umh.es
Universidad Nacional de Educación a Distancia	https://www.uned.es/universidad/inicio.html
Universidad Pablo de Olavide	https://www.upo.es/portal/impe/web/portada/index.html

aplicada a la investigación, la innovación y el emprendimiento.
info@ucjc.edu
918 15 31 31

UNIVERSIDAD DE MÁLAGA

Apuesta por el emprendimiento a través de su espacio de conexión entre la universidad y la empresa, Link By UMA, para fomentar la innovación, la creatividad y el emprendimiento.
http://www.uma.es
http://www.link.uma.es
emprende@uma.es
951 953 125 / 951 953 104

UNIVERSIDAD DEL PAÍS VASCO

Lleva a cabo varias iniciativas para trasladar a la realidad empresarial aquellos proyectos surgidos desde la universidad. Entre ellas, destaca un vivero de empresas o un programa de apoyo a los miembros de la comunidad que quieran emprender.
https://www.ehu.eus/es/web/ehualumni/emprendimiento

UNIVERSIDAD EUROPEA DE MADRID (UEM)

Además del grado en ADE, ofrece másteres y posgrados en materias como *business analytics*, comercio y relaciones económicas internacionales o gestión y planificación sanitaria para directivos de la salud, entre otros estudios en emprendimiento.
https://universidadeuropea.es
91 740 72 72

UNIVERSIDAD LOYOLA

Promovida por la Compañía de Jesús, y campus en Sevilla y Córdoba, ofrece 63 itinerarios de grado, 26 de máster y tres programas de doctorado. Además, en el ámbito de la formación *executive*, imparte junto a Esade el *corporate* MBA, dirigido a directivos que quieren transformar su carrera o su negocio.
https://www.uloyola.es
900 200 202
loyolaresponde@uloyola.es

UXER SCHOOL

Escuela de innovación, fundada en 2017 y premiada como cuarto mejor *bootcamp* de diseño del mundo, que ofrece formación en *design thinking* y *business design*, bajo los principios de formación flexible, enfocada al mundo laboral, con mentores expertos y una comunidad de profesionales y alumnos muy activa.
https://www.uxerschool.com
info@uxerschool.com

CENTRO EDUCATIVO	DIRECCIÓN WEB
Universidad Politécnica de Cartagena	https://www.upct.es
Universidad Politécnica de Madrid	https://www.upm.es/
Universidad Politécnica de Madrid (Departamento de Proyectos Arquitectónicos)	https://dpa-etsam.com
Universidad Politécnica de Madrid (Escuela de Postgrado Grupo de Ingeniería de Organización)	http://www.gio.upm.es
Universidad Politécnica de Madrid (Industriales Escuelas de Negocios)	https://www.ienupm.com
Universidad Pontificia Comillas	https://www.comillas.edu
Universidad Pontificia de Salamanca	https://www.upsa.es
Universidad Pública de Navarra	http://www.unavarra.es/portada
Universidad Rey Juan Carlos	https://www.urjc.es
Universidad San Jorge	https://www.usj.es
Universidade da Coruña	https://www.udc.es/es
Universidade de Santiago de Compostela	https://www.usc.gal/es
Universidade de Vigo	https://www.uvigo.gal/es
Universitat Abat Oliba CEU	https://www.uaoceu.es
Universitat Autònoma de Barcelona	https://www.uab.cat/es
Universitat de Barcelona	https://www.ub.edu/web/ub/es
Universitat de Girona	https://www.udg.edu/es
Universitat de les Illes Balears	https://www.uib.es/es
Universitat de Lleida	https://www.udl.cat/ca/es
Universitat de València	https://www.uv.es
Universitat de Vic	https://www.uvic.cat/es
Universitat Internacional de Catalunya	https://www.uic.es/es
Universitat Jaume I	https://www.uji.es
Universitat Oberta de Catalunya	https://www.uoc.edu/portal/es/index.html
Universitat Politècnica de Catalunya	https://www.upc.edu/es
Universitat Politècnica de Catalunya Marketing & Finanzas, Escuela de Negocios	https://www.euncet.es
Universitat Politècnica de València	http://www.upv.es
Universitat Politècnica de València Formación Online	https://www.upvx.es
Universitat Pompeu Fabra	https://www.upf.edu/es/inicio
Universitat Ramon Llull	https://www.url.edu/es
Universitat Rovira i Virgili	https://www.urv.cat/es
UPF Barcelona School of Management	https://www.bsm.upf.edu/es
UXER School	https://www.uxerschool.com
Zaragoza Logistics Center	https://www.zlc.edu.es/es
Zona Franca de Vigo	http://www.zfv.es/portal/index.html

CLOUD INCUBATOR HUB

aquora BUSINESS EDUCATION

eit Climate-KIC
Climate-KIC is supported by the EIT, a body of the European Union

Universidad del País Vasco · Euskal Herriko Unibertsitatea

L I N K
BY UMA-ATECH

Universidad Europea

MONDRAGON UNIBERTSITATEA

EDEM
Escuela de Empresarios

INESEM
Instituto Europeo de Estudios Empresariales

start_
EMPRENDEDORES | UC3M

<ISDI>

IGEMA
Centre d'Estudis Universitaris

KSCHOOL



Startups que reinventan la construcción

A través de la digitalización de procesos y generando nuevos materiales y métodos de trabajo, agilizan el trabajo y reducen costes.


01.

01. IA PARA PRESENTAR PROYECTOS DE OBRA

https://www.1build.com/

1build ofrece un servicio de software de inteligencia artificial que transforma rápidamente los planos de obras en una lista de la compra de los materiales necesarios para convertir el plano en un proyecto real y expone el coste que tendría realizarlo, contando con el material y la mano de obra necesarias. La idea es ayudar a las promotoras a disponer de un presupuesto real de la inversión necesaria para desarrollar sus proyectos, pero también facilitarles el acceso a licitaciones y concursos, al ponerles en mejor disposición a la hora de ganar una oferta. Para obtener una estimación precisa basta con realizar una encuesta en la plataforma, cargar los planos y describir el proyecto en unos clics. La plataforma genera los documentos necesarios y un equipo de expertos asesora para ganar la oferta.

02. UN SAAS PARA GESTIONAR DEFECTOS INMOBILIARIOS

https://www.planradar.com/es/

La startup austriaca PlanRadar digitaliza el proceso de construcción con su software de documentación y comunicación. Una herramienta muy especial por la facilidad con la que se pueden comunicar los defectos de los proyectos, ahorrando así tiempo y dinero en todo el proceso de construcción. Todos los profesionales que intervienen en la obra, sean obreros, el director de la misma o el promotor, pueden registrar defectos sobre el plano y asignar un ticket a la persona responsable desde el Smartphone o la tablet. Automáticamente, el responsable recibe una alerta. Esta comunicación directa reduce enormemente la incidencia de errores en las tareas y en su documentación y mejora el proceso de control de calidad.

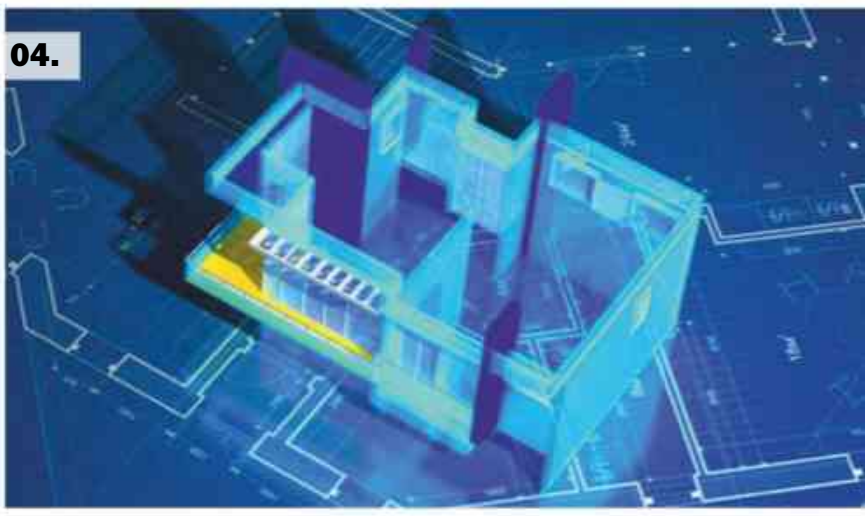

02.


03.

03. ANÁLISIS PREDICTIVO PARA CALCULAR EL COSTE DE NUEVOS PROYECTOS

https://bldbox.com/

BldBox es una plataforma de Inteligencia Artificial capaz de calcular el coste de construir un proyecto casi de forma inmediata a partir del análisis de otros proyectos gemelos. Desarrollada en San Francisco, la herramienta tira de su histórico de datos para predecir (en base a la ubicación, los incrementos de costes vigentes y otros parámetros) el coste de la obra en su conjunto y etapa por etapa.


04.



05.


06.


07.

04. TECNOLOGÍA PARA CUMPLIR LA NORMATIVA DE EDIFICACIÓN

https://morta.io/

Esta plataforma británica facilita el cumplimiento normativo de las obras implementando la metodología BIM de forma colaborativa. A través de ella, todos los partícipes de un proyecto pueden aportar y compartir información en todas las fases del mismo: desde el diseño y la construcción hasta su mantenimiento. Con Morta se define de forma colaborativa quién tiene que hacer cada tarea, cuándo y cómo debe hacerlo. El trabajo se va verificando también de forma colaborativa. Los trabajos realizados reciben comentarios sobre cómo mejorarlos y qué reglas no se han seguido. Se eliminan así los errores y valores incorrectos que habitualmente se producen en la implementación de las obras.

05. SUBASTA DE SUMINISTROS DE CONSTRUCCIÓN A GRANEL

www.schuettflix.de/

La alemana Schüttflix ha desarrollado el primer mercado digital para comprar suministros de construcción a granel. Suministros de materiales como arena, roca triturada y grava que habitualmente se compran en mercados muy fragmentados y que a través de esta aplicación se pueden obtener de forma rápida y al mejor precio; Shüttflix ofrece información al comprador sobre los proveedores que pueden proporcionarle el material a tiempo y una comparativa sobre los precios a los que puede comprarlo. La aplicación garantiza la entrega puntual en 4 horas (opera en toda Alemania) y permite realizar un seguimiento sobre plano de cómo van las entregas en todo momento.

06. PLÁSTICO RECICLADO PARA CONSTRUIR GRAVA ARTIFICIAL

https://arqlite.com/

Con sede en Argentina, Arqlite resuelve el problema del exceso de plásticos reutilizándolos y transformándolos en un producto clave para la construcción: la grava, pero en este caso grava artificial. Una grava, dicen, diez veces más aislante que la tradicional (tanto desde el punto de vista térmico como acústico) y un 66% más ligera que la convencional. Que sea más ligera no sólo afecta al peso de las estructuras fabricadas, sino que también la hace más manejable en el proceso de construcción y, lo más importante, en el transporte, en el que se consigue también un sustancial ahorro de costes.

07. UN ENJAMBRE DE PEQUEÑOS ROBOTS PARA AGILIZAR LAS OBRAS

https://semblr.tech/

Semblr Technologies propone una forma de construir edificios absolutamente disruptiva: apoyar el trabajo de poner ladrillo sobre ladrillo con un equipo de pequeños robots que van realizando las tareas más repetitivas y las más peligrosas, ya que evita el trabajo humano en las alturas. Sus fundadores están convencidos de que están creando el futuro de la construcción a pie de obra. “Nuestro flujo de trabajo BIM orientado a robots, combinado con nuestros equipos de robots de construcción en el sitio, permiten un proceso de construcción totalmente digital desde el diseño hasta la fabricación hasta su finalización. Reducimos la mano de obra en un 90% y ofrecemos documentación específica del tiempo del proceso de construcción”, aseguran.

Las startups más rompedoras del mes

Una selección de empresas disruptivas por la tecnología que han desarrollado o por un cambio en los modelos de negocio del sector.


01.



02.

01. UNA NUEVA FORMA DE COMPRAR ARTE

https://artinres.com/how-it-works

Art in Res propone un modelo de negocio bastante diferente a lo habitual en estas plataformas. Su idea es que cualquiera pueda convertirse en un coleccionista de arte, a partir de dos premisas. La primera, por las facilidades de pago. Compras una obra y empiezas a disfrutarla en el salón de tu casa desde el minuto uno pero la vas pagando por cuotas mensuales a lo largo de dos años. Si en ese tiempo no te convence, la devuelves y escoges otra. La segunda premisa es generar comunidad. Los usuarios pueden ver cómo trabaja cada artista y visitarles en el estudio si lo desean.

02. PRODUCTOS DE HIGIENE FEMENINA ECOLÓGICOS

https://myfreda.com/

Freda es una startup especializada en productos ecológicos para la higiene íntima de las mujeres: tampones, salvaslips, toallitas íntimas... creadas con componentes naturales en un proceso de producción respetuoso con el medio ambiente. Se pueden adquirir con un modelo de suscripción de cajitas que se pueden personalizar al gusto de cada cliente.

03. UN INTÉRPRETE DE LOS EXÁMENES MÉDICOS

https://medicus.ai/

Con el acceso a Internet todos hemos buscado información médica que no siempre es completamente fiable. Y lo peor, a menudo se interpreta mal. Para los curiosos que quieren saber más sobre lo que significan los indicadores de los resultados de sus análisis de sangre, esta aplicación les viene como anillo al dedo. Basta escanear los análisis de sangre y Medicus los convierte en información visual muy fácil de comprender por parte de cualquier paciente. Además, a partir de la información que introduce el usuario respondiendo a un cuestionario confidencial, la aplicación ofrece recomendaciones personalizadas para el cuidado de su salud.


03.

04. EL DIRECTO AL CONSUMIDOR DE LAS DESTILERÍAS DE BEBIDAS ESPIRITUOSAS

https://flaviar.com/

Flaviar es un club para los amantes de las bebidas espirituosas más exclusivas. Sus fundadores buscan a través de todo el mundo las versiones más finas, raras y únicas de whisky escocés, irlandés, americano, japonés, bourbon, ron, ginebra,


04.


05.


06.


07.

tequila y mezcal, coñac, vodka... y se lo ofrecen a los socios del club directamente desde el productor. Dicen que en el mercado hay más de 15.000 espirituosos diferentes y que cada año abren cientos de destilerías artesanales, pero la mayoría de estas bebidas son inalcanzables para el público porque no están ni en puntos de venta tradicionales ni en los bares de copas. Con esta iniciativa, ponen a estos productores locales en el mercado mundial y ayudan al amante de estas bebidas a descubrir y probar con más frecuencia nuevos sabores. El club ofrece información sobre los espirituosos, acceso a eventos exclusivos, recomendaciones personalizadas, cajas degustación, etiquetas privadas, embotellados exclusivos y experiencias únicas.

05. UNA EDITORIAL BASADA EN IA QUE DETECTA FUTUROS BEST SELLERS

www.inkitt.com

Inkitt es la primera editorial de libros basada en Inteligencia Artificial. Su objetivo es detectar los próximos bestsellers y para ello cuenta con un algoritmo de inteligencia artificial que analiza el comportamiento de los lectores mientras leen los libros publicados en ella. Cualquier autor puede subir sus libros y dejar que sean los lectores, con sus comentarios y su lectura, los que lo pongan en la posición de pasar a un siguiente nivel, que puede ser, publicarse en GALATEA, una aplicación propiedad de Inkitt que adapta las novelas a experiencias inmersivas gracias a un equipo de escritores, especialistas en efectos visuales y diseñadores de sonido. También existe la posibilidad de firmar un contrato para que el libro en cuestión salga en versión papel o libro electrónico. Todo depende del potencial de ventas que detecte el algoritmo. Dice que tiene una tasa de éxito del 65%; o dicho más sencillo, el 65% de los libros que detecta el algoritmo pasan a ocupar los primeros puestos entre los más vendidos en Amazon.

06. UNA HERRAMIENTA DE IA QUE SE ANTICIPA A LAS ESTAFAS EN TARJETAS

www.fraugster.com

Otra plataforma que se anticipa al futuro gracias al aprendizaje automático. En este caso el software aprende del comportamiento del consumidor en este tipo de transacciones y es capaz de anticiparse a futuras estafas que puedan sufrir los consumidores a través de sus tarjetas. Y lo hace con una rapidez impresionante: dicen que en menos de 15 milisegundos sabe ya cuándo una transacción es fraudulenta, con lo que podría convertirse en un perfecto aliado para reducir los millones de estafas que se producen a diario en las transacciones de comercio electrónico.

07. UN PESO DE ANIMALES BASADO EN MEDICIÓN ÓPTICA

www.wuggl.com

Sí, has leído bien. Wuggl es capaz de calcular el peso de los animales vivos realizando una medición óptica. De forma mucho más precisa y con menos esfuerzo. Está enfocado sobre todo para pesar cerdos, animales que habitualmente pesan más de 100 kilos, facilitando así el trabajo de las granjas en las que se crían. Es un equipo de medición que consta de un dispositivo portátil, un teléfono inteligente, un accesorio de sensor 3D y una aplicación móvil. También se puede utilizar adquiriendo un complemento de hardware para smartphones.

ALIVIO EN LA CRISIS

Moratoria en el pago de alquileres de locales

Entre las medidas aprobadas en las últimas semanas por el Consejo de Ministros, se encuentra una de especial interés para muchos emprendedores: la moratoria en el pago de alquileres de los locales comerciales ligados a una actividad empresarial.



El cese de actividad o la brusca caída de los ingresos están afectando a muchos negocios. Tanto es así que numerosos autónomos y pequeños empresarios se declaran incapaces de afrontar el pago del alquiler de un local que, en estos momentos, no están explotando. Para aliviar esta situación, el Gobierno favorece la posibilidad de aplicar una moratoria en el pago de los alguileres. Según establece el decreto ley que lo regula: "Con el fin de aliviar los costes operativos de las pymes y autónomos que hayan visto reducirse significativamente sus ingresos como consecuencia del COVID-19, se establece un mecanismo para la renegociación y aplazamiento del pago de alquileres de locales de negocio a grandes tenedores o empresas públicas".

El decreto ley regula un procedimiento para modular el pago de las rentas de los alquileres de locales que se extiende hasta los dos años. Así, establece que las pymes y autónomos cuya actividad se haya suspendido o reducido "drásticamente" y no puedan asumir el pago puedan llegar a un "acuerdo" para aplazarlo. Así, podrá solicitar al propietario del local, siempre que sea un gran tenedor –titular de más de diez inmuebles– o una entidad pública de vivienda, la concesión de una moratoria en el pago del alquiler que se aplicará "de forma automática".

> Pymes y autónomos podrán solicitar al propietario de un local la concesión de una moratoria que se aplicará "de forma automática"

LIMITACIÓN TEMPORAL

Este aplazamiento afectará al periodo de tiempo que dure el estado de alarma y sus posibles prórrogas y a las mensualidades siguientes, que tendrán que ser prorrogadas de una en una si durante ese periodo el impacto económico de la crisis del coronavirus sigue afectando al negocio de forma significativa. El texto del Gobierno aclara, no obstante, que estas prórrogas no podrán superar nunca los cuatro meses.

El pago del alquiler se podrá aplazar sin penalización ni intereses mediante el fraccionamiento de las cuotas en un plazo de dos años.

LA OPCIÓN DE LA FIANZA

En el caso de pequeños propietarios, pymes y autónomos, podrán solicitar al arrendador, en el plazo de un mes, un aplazamiento temporal y extraordinario en el pago de la renta. En este caso se permitirá el uso de la fianza para que el arrendatario pueda afrontar el pago del alquiler con más liquidez.

ENTIDADES DESTACADAS

ADVENTUREES
www.adventureros.es
911 93 00 61

SOCIAL NIUS
socialnius.com
910 22 43 67

ENAGÁS
www.emprende.enagas.es
91 709 92 00

GIJÓN IMPULSA
impulsa.gijon.es
984 84 71 00

PREVISIÓN MALLORQUINA
www.previsionmallorquina.com
900 103 057

NOTICIAS DESTACADAS

Prosegur busca startups para crear espacios libres de coronavirus

Prosegur lanza un reto a las start-ups, sin importar su lugar de procedencia, para encontrar soluciones de seguridad que permitan generar espacios de trabajo libres de COVID-19 y, por tanto, seguros. El objetivo del reto es diseñar soluciones efectivas que puedan combinarse entre sí y permitan construir una propuesta integral para el cliente final.

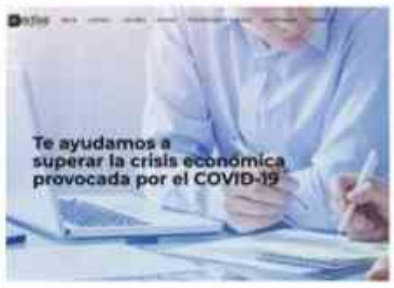
El reto se enfoca en tres ámbitos prioritarios: el control de flujos de personas; el control de accesos y los sistemas de validación de identidad, y sistemas de seguimiento de la salud mediante plataformas Command & Control.

Las empresas seleccionadas tendrán la oportunidad de desarrollar sus soluciones y firmar un contrato de proveedor con Prosegur.



Reactiva Alcobendas ayuda a los emprendedores

El Ayuntamiento de Alcobendas, en colaboración con la asociación de empresarios AICA, han puesto en marcha una oficina de ayuda y orientación dirigida especialmente a autónomos, pymes y empresas de la ciudad. Con el nombre ReActiva Alcobendas se ha habilitado una web (https://reactiva-alcobendas.es/) y el teléfono 91 654 14 11.



Curso online gratuito para mujeres menores de 30

Cloud Incubator Hub de la Universidad Politécnica de Cartagena (UPCT) y el Instituto de Promoción de Talavera han lanzado, bajo la marca Mommypreneurs, una nueva edición del curso Diseño Web, Comercio Electrónico y Marketing Digital, que será online, y gratuito. Mommypreneurs es un proyecto internacional que tiene como objetivo reforzar las competencias de las jóvenes mujeres menores de 30 años, formándolas en nuevas competencias digitales y empresariales para mejorar profesionalmente en su trabajo, potenciar su reincorporación al mercado laboral o crear su propia empresa. El plazo de inscripción estará abierto hasta el 11 de mayo de 2020.

Los RIS Innovation Prize abren la inscripción

Hasta el 10 de mayo tienes de plazo para presentar tu candidatura a los RIS Innovation Prizes, uno de los concursos más importantes para las startups del sector agroalimentario de Europa del Sur y del Este.

Los premios se conceden a las empresas emergentes más innovadoras y tienen como objetivo fomentar el desarrollo de nuevos productos y servicios que contribuyan a transformar nuestro sistema alimentario, haciéndolo más saludable y más sostenible.





Soluciones para reducir la huella digital del sector tecnológico

Digital Future Society, impulsada por la Vicepresidencia Tercera del Gobierno - Ministerio de Asuntos Económicos y Transformación Digital, Mobile World Capital Barcelona (MWCapital) y Red.es, lanza el reto "¿Cómo podemos reducir la huella ambiental del sector tecnológico para responder a la emergencia climática?" en colaboración con el Ayuntamiento de Barcelona.

Si estás interesado en participar, la convocatoria permanecerá abierta hasta el próximo 5 de junio.

IGAPE
informa@igape.es
900 815 600

AYUNTAMIENTO DE SANTANDER
http://agenciadesarrollo.ayto-santander.es

AIRBUS
https://airbus-bizlab.com

INTELECTIUM
www.intelectium.com
932 72 46 40

AXA
www.axa.es/seguros-empresas

PROFESIÓN EMERGENTE

Cómo formarte para ser científico de datos

La ciencia de datos se está convirtiéndose en una de las profesiones más prometedoras de hoy en día por su gran demanda. Pero, ¿qué es un *data scientist*? ¿cuáles son sus funciones? ¿cómo se forma? ¿qué papel ocupa en la empresa moderna?



Un *data scientist*, o científico de datos, es un nuevo perfil profesional que está cobrando una gran relevancia en la nueva empresa, y muy especialmente en el entorno startupero. Se trata de una figura que cuena con una alta demanda y una remuneración considerable.

Pero, más concretamente, ¿en qué consisten sus funciones? La tarea principal de este profesional consiste en obtener conocimiento a partir de los datos para conseguir una aplicación práctica en la empresa. Debe analizar un gran volumen de datos procedentes de orígenes muy diversos y heterogéneos. Además, se le exige poseer visión de negocio para ser capaz de extraer y transmitir recomendaciones de utilidad empresarial.

UN PERFIL QUE SE HA PUESTO DE MODA

Su visión va más allá del *business intelligence*, tiene una relación cercana con el campo del *Big Data*, además de estar formado en matemáticas, estadística y dominar diferentes lenguajes de programación.

> Las funciones del'data scientist' van más allá del 'business intelligence' y tiene una relación cercana con el 'big data'

El gran interés por los datos está haciendo que, en muy poco tiempo, haya surgido una gran demanda de un perfil que hasta ahora prácticamente no existía. Se trata de un profesional que requiere amplios conocimientos estadísticos que un programador no suele tener y conocimientos informáticos que los que suele carecer un estadístico.

En un gran número de casos, los *data scientist* se han formado de forma autodidacta. Esto hace que sus orígenes profesionales sean muy diversos. Se estima que el 32% de los científicos de datos en activo vienen del mundo de las matemáticas y la estadística, el 19% de la ingeniería informática y el 16% de otras ingenierías.

OFERTA FORMATIVA

En los últimos tiempos, han surgido diversas posibilidades para formarse en esta materia. Podemos encontrar posgrados, másteres o cursos de especialización en muchas universidades,tanto públicas como privadas.

Este tipo de formación, a diferencia de lo que se aprende en grados como la estadística o las matemáticas, se diferencia por su mayor y lógica orientación hacia el mundo de la empresa. No debemos olvidar que la mayor parte del trabajo de los científicos de datos está en empresas que buscan rentabilizar y sacar partido de sus bases de datos.

CENTROS DESTACADOS:

ESPAITEC
www.espaitec.uji.es
964 38 73 90

IGEMA
www.igema.net
934 91 41 12

UXER SCHOOL
www.uxerschool.com
info@uxerschool.com

UNIVERSIDAD DE MÁLAGA
www.link.uma.es
951 953 104

CLOUB INCUBATOR HUB
https://cincubator.com
968 338 940

EL CONSEJO DE LOS EXPERTOS

Cuando HBR declaró en 2012 que la de científico de datos es “la profesión más sexy del siglo XXI” yo no me sentí más atractivo, porque no me enteré. Como doctorando en las últimas etapas de una tesis en Biología del Desarrollo, sin embargo, me había ido convirtiendo en uno ante las necesidades de la revolución de la secuenciación genómica. Hoy, más de 20 ediciones del máster en Data Science de KSchool después, tengo unas pocas cosas claras:

· Empieza con Python, pero ten en mente que deberás aprender muchos otros lenguajes.

· Aprovecha la infinidad de recursos online disponibles. Entre ellos destaca Datacamp.

· Orienta tu aprendizaje en base a proyectos. Proponte un objetivo y aprende lo necesario para hacerlo realidad. Nadie puede ser experto en todo, y saber qué quieres conseguir te ayudará a priorizar.

· Consigue un mentor. Nadie puede aprender por ti, pero que alguien te reoriente cuando estás atascado te ahorrará tiempo y frustración.

· Busca profesores excelentes. No te conformes con enteradillos de LinkedIn.

DANIEL MATEOS SAN MARTÍN
Director académico del máster en Data Science de KSchool.

Es común ver cómo profesionales de Business Intelligence se orientan al tratamiento técnico de datos, la búsqueda de KPIs mágicos que por fin pongan rumbo a una compañía o a la elaboración de informes, *dashboards,* etc.
El objetivo del Científico de Datos no es analizar datos, sino mejorar la toma de decisiones gracias a la información. El principal enemigo es, precisamente, el dato. Un dato puede ser un maravilloso parapeto para justificar decisiones injustificables, una señal confusa o una gran excusa. Un par de datos ciertos, según se expongan o interpreten, pueden construir una gran mentira; en pro de un dato se pueden cometer grandes desatinos. Los datos en sí no son nada y por eso el Científico de Datos debe trascender al trabajo técnico incorporando a sus prioridades la evangelización y formación para construir equipos preparados para el uso eficaz de la información. Y es que hay algo mucho peor que no tener información, no saber utilizarla. Un mal dato tiene poco recorrido, un buen dato mal interpretado puede suponer la autodestrucción.

ALFREDO R. CEBRIÁN
CEO y cofundador de Cuatroochenta

Una de las claves a la hora de formarse como científico de datos es saber especializarse en un ámbito en concreto y diferenciarse. La ciencia de datos necesita de equipos transdisciplinares por la cantidad de habilidades que necesita a la hora de llevarse a cabo. Una de esas especializaciones, es el smart data. Mientras que el big data se centra en recopilar y almacenar una gran cantidad de datos, el smart data se enfoca en el valor de los datos en cuanto a su uso concreto.

No solo es interesante en la formación de un científico de datos aprender los lenguajes de programación necesarios, como Python, R o SQL, o tener bases en estadística, Machine Learning o Deep Learning. Se necesitan nociones básicas de todas las habilidades requeridas en el campo de la ciencia de datos, pero, sigue siendo un campo de conocimiento muy amplio y ambiguo. Es esencial ser versátil, pero por otra parte también lo es tener una especialidad concreta que suponga una valor añadido. Y una de las más potentes es el smart data.

TERESA MONDRÍA TEROL
Resp. de Comunicación en Start UC3M

La alta demanda de profesionales en Data Science es consecuencia del nuevo enfoque data-driven que están adoptado las empresas en la ya conocida como Era del Big Data. Ya no se trata de tomar decisiones de negocio en base a la intuición o la experiencia profesional, sino en la información de los datos que seamos capaces de recoger e interpretar. El científico de datos es un perfil relativamente reciente que deberá estar dispuesto a adoptar una actitud de aprendizaje continuo y a dominar distintas disciplinas, pero ¿qué necesita? En 2018, un estudio de Kaggle reveló que el 83% de los data scientists programaban en Python. Si bien es cierto que la programación es esencial, solo es una parte de un amplio abanico de conocimientos requeridos. El uso de herramientas específicas de análisis, un dominio técnico de las matemáticas, la estadística o la informática, y un carácter curioso y resolutivo serán esenciales para los futuros científicos de datos. Además, el *expertise* en el área de negocio o el conocimiento profundo de la industria en la que se trabajará será fundamental.

DIEGO GARCÍA
Director Académico de Mioti

UNIVERSIDAD DEL PAÍS VASCO
www.emprendedoreszitek.com
688 673 648

UNIVERSIDAD EUROPEA DE MADRID
www.universidadeuropea.es
917 40 72 72

EOI
www.eoi.es
913 495 600

APTE
www.apte.org/es
951 231 306

IEBS
www.iebschool.com
931 833 199

FINANZAS

El reto de encontrar financiación tras el Covid-19



Pymes y autónomos son dos de los principales actores de la economía española, y a la vez están entre los más vulnerables, por lo que se han convertido en grandes protagonistas de la crisis económica provocada por el COVID-19 en España.

Ante esta situación, son muchas las ayudas y prestaciones que se han aprobado desde que se decretara el estado de alarma el 14 de marzo de 2020 para tratar de mitigar los efectos del COVID-19, y desde muchos ámbitos. Destacamos la siguiente flexibilización del cese de actividad y los ERTE, así como el aplazamiento de impuestos y las cotizaciones a la seguridad social, entre otras medidas.

Pero quizás la que ha sido más relevante es la cesión a la banca, que ha preconcebido más de 70.000 millones en créditos destinados a autónomos, pymes y grandes empresas. La Línea de Avales se aprobó con una dotación de hasta 100.000 millones de euros, a través de las líneas ICO, sumadas a las ayudas autonómicas para trabajadores autónomos y pymes. En concreto se ha aprobado dos tramos:

Primer tramo, activado por Acuerdo de Consejo de Ministros de 24 de marzo de 2020: 20.000 millones de euros, divididos en dos subtramos:

> Para gestionar las financiación de sus negocios, las pymes y los autónomos precisan siempre la ayuda y el soporte de una buena asesoría

• Hasta 10.000 millones de euros para renovaciones y nuevos préstamos concedidos a autónomos y pymes.
• Hasta 10.000 millones de euros para renovaciones y nuevos préstamos concedidos a empresas que no reúnan la condición de pyme.

Segundo tramo, activado por Acuerdo de Consejo de Ministros de 10 de abril: 20.000 millones de euros adicionales para renovaciones y nuevos préstamos a autónomos y pymes.

AMPLIA COBERTURA

También se ha ampliado la cobertura de la Línea de Avales del ICO para cubrir pagarés del Mercado Alternativo de Renta Fija, fomentando así el mantenimiento de las fuentes de liquidez proporcionadas por los mercados de capitales. Asimismo, se aumenta la capacidad de las sociedades de garantía recíproca de las comunidades autónomas, mediante un reforzamiento de los reavales concedidos por la Compañía Española de Refinazamiento, S.A. (CERSA) y se garantiza que la línea podrá liberarse hasta el 31 de diciembre de 2020.

Por otro lado, el Gobierno aprobó en el Consejo de Ministros del día 5 de mayo una nueva línea de créditos ICO, por valor de unos 24.000 millones de euros, destinada a dar liquidez a las pequeñas y medianas empresas y a los autónomos.

En todo, caso la ayuda y el soporte de una buena asesoría se hace imprescindible.

DESPACHOS RECOMENDADOS

ESCURA
www.escura.com
93 494 01 31

JDA EXPERT LEGALTAX
www.jda.es
93 860 03 70

MATEOS LEGAL
www.mateos.com
93 476 00 50

SPANISH VAT SERVICES
www.spanishvat.es
91 599 52 49

TARINAS
www.tarinas.com
93 115 51 11

EL CONSEJO DE LOS EXPERTOS

El Gobierno aprobó las líneas ICO de financiación para empresas avaladas por el Estado en un 80%, éstas habrán evaluado sus necesidades de financiación con previsiones de facturación nulas o mínimas. Para cada sector este período de parálisis de actividad va a ser diferente, en algunos casos serán 60/90 días, pero en otros –como el sector turístico- puede alargarse varios meses.

Pensemos que no será “el día después” sino “el período después” ya que el proceso de recuperación económica será lento y progresivo. Aconsejamos ser muy prudentes y pecar por exceso ya que además estas financiaciones lo son a cinco años y la comisión de cancelación –en su caso- no supondría una grave penalización. Hay que tener en cuenta además el posible aumento de impagados.

El tipo de interés es el 1,5% aunque algunas Entidades han aplicado tipos superiores e incluso solicitando avales personales. Deberían servir para ayudar a las empresas y no para beneficiar a la banca.

MIQUEL VALLS DURÁN
Fundador de Miquel Valls Economistes

Todas las empresas, en mayor o menor medida, por la situación generada por el COVID19, necesitan de financiación para ganar tiempo hasta que se pueda activar de nuevo la economía.

Tenerse que financiar no es sinónimo de una mala gestión empresarial, ya que esta financiación se tiene que buscar por una falta de ingresos, sin posibilidad de corregirlos, debido a la obligación de cerrar las empresas por el estado de alarma.

Todas las entidades públicas han puesto en marcha programas de financiación, principalmente canalizadas a través de las entidades bancarias, en donde han ofrecido su aval para garantizar que el crédito no quede frenado por falta de garantías.

El problema está, en que, por cuestiones de exceso de burocracia, esta financiación no está llegando de una manera rápida y por lo tanto está perdiendo la efectividad necesaria.

Que llegue a tiempo es esencial para la subsistencia del tejido empresarial.

JAVIER QUÍLEZ GARCÍA
Socio-Director en GEFICE-ASESORES DE EMPRESA

Hoy más que nunca se hace imprescindible que los “estados financieros” (Balance y PyG) sean revisados por un profesional que pueda ofrecer alternativas, que facilite a la empresa a obtener la financiación que precisa. Pese a que el Gobierno ha ofrecido avalar los préstamos ICO en un 80 %, a los bancos les preocupa que sus clientes no cumplan los requisitos, y como consecuencia de ello el Estado pueda denegar dicho aval en caso de insolvencia.
¿Qué aspectos analizan los departamentos de riesgos de los Bancos? Es necesario conocerlos para realizar actuaciones previas a la petición de financiación, ya que en ocasiones la obtención o no de financiación depende de acciones como la condonación de una deuda por parte del socio, la conversión de un préstamo en “aportación para compensar pérdidas”, en formalizar un préstamo participativo, o realizar una ampliación de capital mediante capitalización de deuda; todo ello acompañado de un presupuesto de tesorería realista y un “business plan” optimista, puede asegurar el éxito.

AXEL YILDIZ KALAYCI
Socio Director en Font & Yildiz

ALIER ABOGADOS
www.alierabogados.com
91 205 44 25

ASESORÍA NÁPOLES
www.asesorianapoles.es
93 468 58 10

CASTELLANA CONSULTORES
www.castellanaconsultores.com
91359 54 03

CONTAMAR
www.contamar.es
91 691 24 56

FORUM JURÍDICO
www.forumjuricoabogados.com
91 442 61 29

knowsquare

LOS RESÚMENES DE KNOW SQUARE, EN EMPRENDEDORES. Publicamos aquí un extracto de los mejores libros de gestión. En esta ocasión, los finalistas de los Premios Know Square.

La biblioteca del emprendedor en tiempos de cambios

Las buenas lecturas otorgan una visión profunda del mundo que nos permite tomar decisiones de calado en la vida y los negocios. ¿Por dónde empezar? Cualquiera de los diez finalistas al *Premio Know Squuare al Mejor Libro de Empresa de 2019* puede ser una buen opción.

Por Clara Palacios





Mundo Orwell
Ángel Gómez de Ágreda
Ganador Premio Know Square 2018



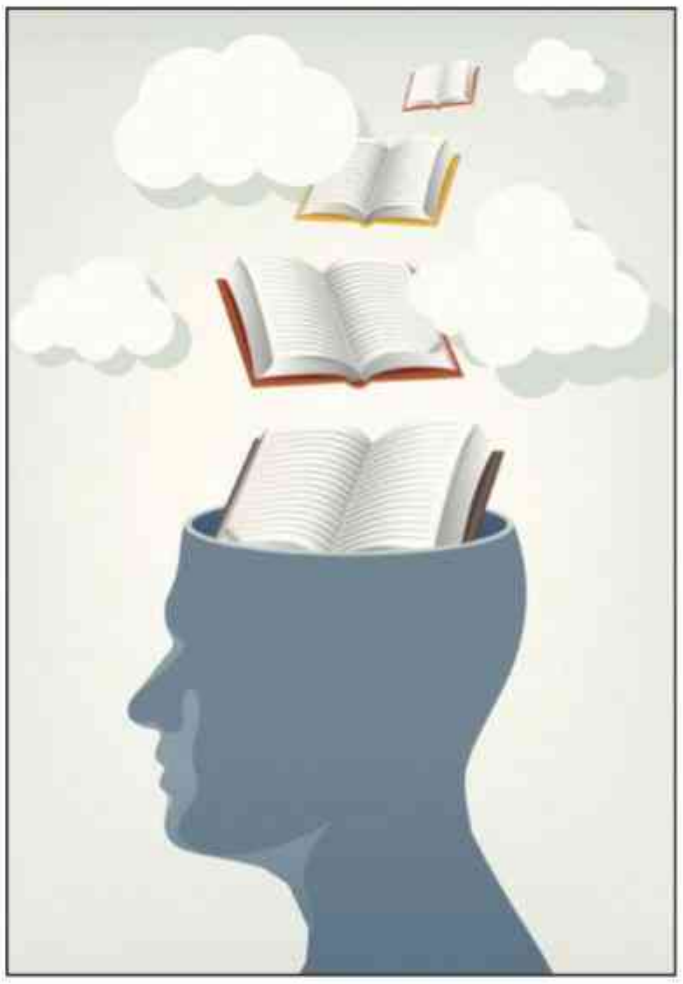
Quizás, si pudiéramos vivir dos veces, todo sería distinto... O quizás no, porque el hombre, parece siempre tender hacia lo mismo, un mundo lleno de excesos. Contar con un manual de supervivencia para esta nueva realidad se hace casi imprescindible. Solamente por ahora podemos tomar notas desde la trinchera de este mundo en guerra, donde los *silver surfers* o aquellos que cuentan ya con canas, parecen ser los únicos en tener las respuestas del puzle infinito, de mil opciones y mil elecciones, que es nuestro porvenir. Nunca funcionará una era de la humanidad, donde solamente se cuente con la mente de los justos, o mejor dicho de los moralistas, porque solamente si comprendemos al otro y deseamos hacerlo, estaremos más fuera y a la vez más dentro, avanzando y entendiendo que lo que de verdad importa, es el ser humano.

Este mensaje no surge por la pandemia, ni es culpa del coronavirus, sino que son los propios títulos de los libros seleccionados por los *Premios Know Square 2019* quienes lanzan este mensaje. Un mensaje

cargado de urgencia y premura porque, ante las amenazas de un mundo cambiante, se impone la adaptación y la transformación.

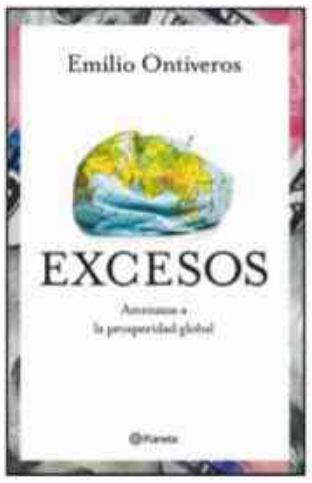
Las lecturas de esta nueva edición muestran un mundo previo a la pandemia, pero mandan un mensaje que puede, y quizás debe, emplearse ahora más que nunca: debemos entender que tenemos que adaptarnos si queremos sobrevivir. La respuesta no está muy lejos y se basa en contar con la experiencia de nuestros mayores. Las lecciones aprendidas de generaciones pasadas pueden ayudar para sostener un mundo que se desquebraja y donde hay que pensar en la sostenibilidad, no ya solo material, sino mental, reciclando ideas. Hay que frenar en seco y observar lo que ocurre ante la velocidad del cambio y la transcendencia del mundo de la modernidad. Se debería contar con más tiempo para pensar, pero parece que el mundo ha tomado la iniciativa por nosotros y nos ha regalado la cuarentena. Sin embargo, ¿esto nos está sirviendo realmente para ser conscientes de lo que tenemos? La vida nos regala una segunda oportunidad para darnos cuenta.

Lo que nos muestran estos libros no se aleja de las tendencias de lectura del año pasado. Se reclama la necesidad de entender una nueva humanidad que se enfrenta a los retos de la tecnología y del futuro, donde se debe valorar el potencial que como hombres tenemos y explotarlo para conseguir nuestras metas, ajenos a divisiones y enfrentamientos. Aplicar el conocimiento, adaptándolo a nuevas circunstancias, midiéndolo, analizándolo y empleando diferentes herramientas y metodologías. Pero esto no se puede hacer si no se hace primero una radiografía de la situación en general de lo que está ocurriendo a nuestro alrededor. Debemos





Eso nunca funcionará
Marc Randolph
Ed. Planeta



Excesos
Emilio Ontiveros
Ed. Planeta



La era de la Humanidad
Marc Vidal
Ed. Ariel



La mente de los justos
Jonathan Haidt
Ed. Deusto

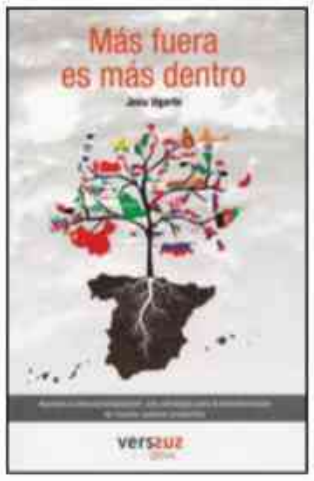
aprender del ayer y de lo que tenemos para evitar caer en los errores del pasado, pausarnos y reflexionar. Se necesita contar con valor, experiencia, herramientas, capacidades y sobre todo con una mentalidad renovada adaptada al mundo que está por venir. Y quizás ahora más que nunca.

Son la mirada a un nuevo futuro, a una realidad que se asoma a un destino incierto de tiempos revueltos marcados por la polaridad, la

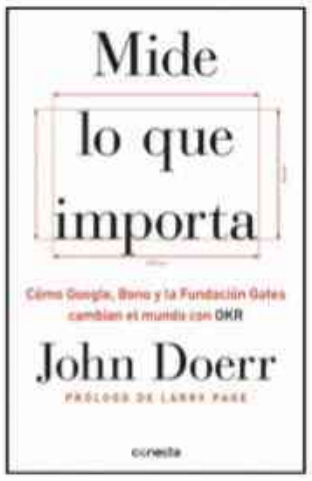
DEBEMOS APRENDER DE LOS ERRORES DEL AYER, PAUSARNOS Y REFLEXIONAR

interdependencia y la aceleración. Un mercado global lleno de desigualdades y barreras que, si ya antes necesitaba transformarse, ahor tras la pandemia mucho más y que nos reclama la necesidad de replantearnos nuevas medidas y estrategias. Hay que ver el poder de las pequeñas ideas, de seguir las recetas de grandes trasgresores para marcar una nueva revolución, para ser rebeldes navegando en un mundo de piratas. Pero no hay que olvidar también las metodologías y herramientas de análisis capaces de medir los impactos y variaciones de nuestros negocios, proyectos e inversiones, como fórmulas para dar una nueva vida a nuestras propuestas.

Con un futuro laboral incierto, acentuado por la pandemia y amenazada la prosperidad global, hay que reconvertirse. Es el momento de la transformación personal para mayores de 40 pero también para los emprendedores. Crear un mundo nuevo, pero apoyados por las herramientas del futuro. No sólo atendiendo a las oportunidades materiales, sino también a las espirituales. Un



Más fuera es más dentro
Josu Ugarte
Ed. Verssus



Mide lo que importa
John Doerr
Ed. Conecta



Notas desde la trinchera
Marcos de Quinto
Ed. Deusto



Silver Surfers
Raquel Roca
Ray Lid



Vivir dos veces
Alex Aranzabal Kartajaya
Ed. Conecta

cambio supone una revolución que debe partir de uno mismo, de su convencimiento, esfuerzo y tesón, y nada se consigue si no se cree en lo que se hace y en la capacidad personal para hacerlo. Potenciar el cambio, nace de uno mismo y sólo así se podrá contagiar al resto.

La tecnología, en estos tiempos de coronavirus, se ha convertido en nuestra salvación, pero también en un dilema. El debate sobre el supuesto control y seguimiento de los ciudadanos, con el uso (o abuso) de sus datos, suscitan un debate que como ya nos pronosticaban, no ha hecho más que empezar y simplemente se ha potenciado gracias (o por desgracia) a la pandemia. Un nuevo tiempo, implica nuevas medidas y quizás un mundo hiperconectado, no es más que la consecuencia de una nueva realidad, a la que no hay que temer, sino simplemente adaptarse.

En definitiva, estos libros hablan de la realidad, pero también de humanidad, de entender lo que nos divide, pero también el valor de lo que tenemos. Del valor de nuestras vidas y del potencial



LA TECNOLOGÍA, EN ESTOS TIEMPOS DE CORONAVIRUS, SE HA CONVERTIDO EN NUESTRA SALVACIÓN

que se pueda dar a personas que si bien antes estaban consideradas en el ocaso, ahora representan nuevos amaneceres. Se ofrecen alternativas narrando experiencias personales y presentando propuestas de cómo enfrentarse al mundo futuro, así como herramientas de actuación. Nos ponen en alerta sobre un mundo cambiante, donde lo digital nos puede empoderar, pero a la vez perjudicar.

Son llamadas, alertas del mundo cambiante que, si bien no pudimos oír a tiempo antes del desastre, debemos utilizar para este nuevo futuro que nos espera.

La globalización, la supervivencia, la experiencia, el humanismo, la espiritualidad, la tecnología, la aplicabilidad, la adaptación, la espiritualidad, el reinventarse… son alternativas o quizás las únicas soluciones para lo que está por venir. El planeta ya nos venía avisando que esto que vivimos ahora podía pasar, nos lo muestran los libros de los Premios de este año. Identificar estas tendencias, es y será, clave para adelantarnos al futuro, pero para ello solamente tenemos que leer ¿te animas?

Lo más leído en nuestra web



Pág. 90

OPORTUNIDADES PARA EMPRENDER EN LA DESESCALADA Y EL POST COVID-19

Pág. 92

IDEAS BASADAS EN NECESIDADES MUY REALES



Pág. 94

¿SABES CÓMO CAPTAR 1 MILLÓN DE EUROS? PREGÚNTANOS CÓMO



Pág. 96

QUÉ HABILIDADES NECESITAS SI ERES UN EMPRENDEDOR POR NECESIDAD



Pág. 98

SEIS DATOS QUE NO DEBES OLVIDAR COMPARTIR CON GOOGLE SI ERES PYME





8 Oportunidades para emprender en la desescalada y el post Covid-19

Los expertos han identificado una serie de oportunidades que constituirán buenas oportunidades de negocio en la actual situación.

1. TELETRABAJO

Las empresas deberán seleccionar un buen proveedor de este tipo de servicios y formar a sus empleados. La oportunidad está relacionada con la consultoría y formación para ayudar a establecer los protocolos de trabajo remoto.

2. ACCESO A LA SANIDAD

Las oportunidades están relacionadas con el diagnóstico online. El mercado ya dispone de plataformas de telemedicina, que permiten el diagnóstico médico en tiempo real a distancia en campos como la radiología, la cardiología, la oftalmología y la dermatología, y que facilitan, además, el seguimiento de tratamientos. Las oportunidades Las oportunidades están relacionadas con los sistemas de big data y de gestión de datos complejos.

3. IMPRESIÓN 3D

Los desafíos del coronavirus han abierto un nuevo foco de empleo de las impresoras 3D, llevando a cabo la bio-impresión y la impresión de herramientas y objetos de salud. La previsión también indica que este uso se puede extrapolar a diferentes objetos.

4. AYUDA A MAYORES Y COLECTIVOS DESFAVORECIDOS

Según datos del INE, en España hay más de dos millones de hogares unipersonales de mayores de 65 años. La startup Yasyt Robotics ha creado un robot que asiste la comunidad geriátrica; Renacer Digital provee una metodología para afrontar la brecha tecnológica de las personas mayores... En la misma línea, se desarrollarán herramientas con potendial en la era PostCovid-19.

5. BIENESTAR EN CASA

La crisis ha provocado el cierre temporal de negocios relacionados con el deporte y bienestar de las personas. Algunos han lanzado actividades online para que sus usuarios hagan deporte con regularidad. Pese a todo, Innova Institute de La Salle-URL ha detectado la oportunidad de desarrollar más iniciativas relacionadas con la alimentación y dietas personalizadas, consultas de nutrición, entrenamientos y seguimiento de los deportistas profesionales y amateurs, etc.

6. OCIO Y ENTRETENIMIENTO

El entretenimiento digital se disparó con la cuarentena, que obligó a las familias a replantear sus actividades de ocio. La imposibilidad de llevar a cabo actividades al aire libre, estar en contacto con la naturaleza y jugar con amigos han sido un reto para los niños, obligados a cambiar sus hábitos de distracción. Por ello, muchas aplicaciones educativas infantiles han ofrecido contenido premium de manera gratuita. En el PostCovid-19 esta tendencia seguirá creciendo y será el momento de emprender en la creación de contenidos que vinculen el entretenimiento con la educación infantil.

7. ACCESO A LA CULTURA

Todos los espectáculos culturales se han visto afectado: museos, cines, teatros, bibliotecas, academias... Se han cancelado giras, conciertos, ferias y festivales. La transición hacia lo digital ha sido forzada y acelerada en el caso de la cultura. El PostCovid vivirá la recuperación cultural en vivo, pero también abrirá oportunidades para consolidar lo hecho durante el confinamiento.

8. LOGÍSTICA Y SUPPLY CHAIN

La imposibilidad de acceder a China ha impactado en los suministros y ha puesto de manifiesto la necesidad de un enfoque centralizado de producción. Ha crecido la necesidad de un abastecimiento rastreable en múltiples geografías y proveedores. En esta línea, hay oportunidades para crear plataformas globales que usen 5G, robótica y blockchain para conectar múltiples compradores con múltiples proveedores de manera confiable.

Cosas buenas que han aprendido los emprendedores de la crisis



→ **El valor tiene premio.** "El miedo ayuda a ver antes el peligro, pero te puede bloquear mentalmente. Los días que estuve pensando que perdía el equipo que tiene hoy la empresa, no tuve capacidad de hacer otra cosa que buscar a quién le echaba la culpa", declara Carlos Ferrando, CEO de Closca Design. Más adelante recapacitó y, en lugar de dedicarse a buscar culpables, aceleró el diseño de un nuevo producto presentado al mercado en plena crisis.

→ **Si sobrevives, serás más fuerte.** "Es una motivación extra navegar en estas aguas, así que lo positivo es que vamos a tener que llevar a nuestras startups a unos niveles de eficiencia óptimos si queremos sobrevivir y esto nos hará mas fuertes para competir contra los grandes a la vuelta", declara Sergio Orozco, CEO de Triporate .

→ **La importancia de planificar y tener un plan B y C.** Ricard Garriga dice haber aprendido a anticipar escenarios futuros. "Esto es lo que nos ha salvado", declara después de ver cómo su empresa ha triplicado resultaods por disponer de un plan B. Atribuye el mérito, no obstante, a sus inversores extranjeros, quienes le alertaron de la gravedad de la crisis que se avecinaba. "Pensé que estaban de broma, pero cuando me lo argumentaron, ya vi la trascendencia del momento".

→ **El valor de la transparencia.** La mejor fórmula para conseguir la alineación del equipo al proyecto es una comunicación fluida. El problema es que la confianza no se gana de la noche a la mañana, "hay que cultivarla siempre, en los momentos malos y los buenos", dice Garriga.

→ **El equipo te apoya.** Lidiar con un equipo en tiempos de crisis es difícil. La razón la explica Garriga de esta forma. "Te toca tomar decisiones rápidas y sin estar seguro de que vas a acertar. Decir a un equipo que te acompañe en este viaje donde ni tu sabes dónde vas y que si te equivocas hay que coger otra dirección, es complicado. Yo he tenido suerte y me han apoyado en todo momento, gracias a ello superé el vértigo porque la verdad es que he pasado muchísimo miedo".

→ **De nada sirve centrarse en la perdida.** Es la enseñanza principal que ha extraído de esta crisis Edu Carrera, emprendedor al frente de Snowplay . "No solo debemos aceptar que lo podemos tener todo, sino que en algún momento lo podemos perder. Sin embargo, de nada sirve centrarse en la pérdida; la vida no es justa. Está llena de casualidades, pero también de causalidades: nuestra actitud tiene efecto en los demás. Centrémonos en el valor que podemos aportar, en el "para qué", más que en el "por qué" de las cosas. Si logramos hacer eso no tengo ninguna duda de que saldremos fortalecidos. En la vida, a veces tienes que salirte del camino establecido, aunque eso suponga que vas a encontrar con muchos más baches, los emprendedores sabemos mucho de eso".



El papel crucial de la Inteligencia Artificial en esta crisis

Ejemplos como los de Taiwán o Corea del Sur confirman que la Inteligencia Artificial está siendo tan decisiva como la medicina para prevenir o detener la pandemia. Al menos esa es la opinión de Xabi Uribe-Etxebarria, fundador y CEO de Sherpa.ai, artífice de la plataforma en la que se apoya el Gobierno Vasco para gestionar la crisis sanitaria.

El Gobierno Vasco trabaja con Sherpa. ai, líder mundial en servicios de Inteligencia Artificial (IA). Lo que ha desarrollado de forma altruista la compañía fundada por Xabi Uribe-Etxebarria para controlar la pandemia en Euskadi, ha sido una plataforma que utiliza algoritmos de Inteligencia Artificial capaces, entre otras cosas, de predecir "las necesidades futuras de las UCIs. En concreto, es capaz de predecir por territorio el número de UCIs necesarias de los siguientes siete días, por lo que se ayuda a las autoridades a preparar los recursos necesarios en cada momento (mascarillas, respiradores, fármacos, etc) y así evitar que sobren en un centro de salud y que falten en otro". Esta herramienta también es capaz de reconocer patrones del virus, además de identificar datos como tendencias de infectados o futuros focos, entre otras funcionalidades.

Ideas basadas en necesidades muy reales

Empresas que buscan solucionar necesidades reales son muchas, la mayoría, pero no todas tienen el mismo impacto. Aquí se recogen ejemplos de soluciones que ayudan a muchos.



ANTICIPAR ATAQUES INFORMÁTICOS

4iQ es un proyecto cuya misión es prevenir los ataques cibernéticos, un riesgo que cuesta miles de millones de euros anualmente. La solución que propone 4iQ es recopilar información de identidad expuesta que se encuentra en fuentes abiertas en la web superficial, social, profunda y oscura. También ayuda a proteger a los consumidores contra el robo de identidad y la adquisición de cuentas.

ELEGIR LA MEJOR HIPOTECA

En España se solicitan a diario 1.500 hipotecas. Asimismo, en nuestro país hay 37 entidades financieras que ofrecen hipotecas como producto. Con la solución de Trioteca puedes saber a tiempo real y sin moverte de casa cuál de esas entidades te ofrece mejores condiciones antes de contratarla. Además de ser un útil comparador, Trioteca ayuda también a entender 'la letra pequeña' de lo que te proponen. Asimismo, un equipo de expertos acompaña al usuario en todo el proceso aclarando dudas, desde la comprensión de las condiciones hasta las cláusulas y sus vinculaciones y la gestión de los trámites.

MEJORAR LA SALUD FINANCIERA

El ahorro familiar en nuestro país está en mínimos históricos desde 1964. Para mejorar la salud financiera de los ciudadanos y ayudarles a ahorrar poco a poco surge la solución de Arbor Fintech una app que, vinculada a la cuenta corriente el usuario, le ayuda a ahorrar sin apenas darse cuenta guardando de forma recurrente mínimas cantidades diarias. Durante los dos primeros meses de su utilización, la media de ahorro oscila entre los 45 y los 50 euros pero, según los impulsores de la aplicación, a los tres meses el usuario ya es capaz de

6 FRANQUICIAS POR 10.000 EUROS (O MENOS) PARA ESTE 2020

Son modelos de negocio donde o bien prescinden del local para operar o exploran vías para aligerar la carga económica de contar con un espacio físico para la actividad.

EPICKIDS LAB: 10.000 EUROS

Esta escuela de emprendimiento infantil desde 5 a 18 años propone un concepto de negocio donde el emprendedor comienza la actividad en una sala en un coworking para empezar con 30 metros cuadrados. Inicialmente puede empezar a llenar grupos de alumnos y, cuando tenga una masa crítica de alumnos todos los días, puede coger un local.

APP INFORMÁTICA: 6.000 EUROS

Especializadas en la venta y reparación de productos informáticos y tecnología digital, la cadena aglutina diversas ventajas competitivas: la fuerza de una cadena con más de 680 establecimientos, la página web más visitada del sector, 7.000 referencias y un excelente desarrollo logístico. Por otro lado, bonifican al asociado con un 5% por éxito de ventas.

ahorrar una media de 80 euros cada mes.

MEJORAR LA COMPETENCIA LECTORA DE LOS NIÑOS

Fiction Express es una plataforma que mejora la competencia lectora desde edades tempranas. Se basa en el interés creciente en modelos educativos que logren resultados medibles en todas las disciplinas, no solamente las relativas a STEM y/o matemáticas. Fiction Express es una de las empresas que consiguen dar resultados cuantificables y una de las pocas que lo logra en una disciplina históricamente difícil de medir como es la lectura. Tiene clientes en 20 países de Europa, América Latina y Asia, siendo un referente de EdTech dentro del sector de educación internacional.

PARA LA GESTIÓN DEL NEGOCIO DE LOS AUTÓNOMOS

Una inmensa mayoría de los autónomos adolece de la formación y habilidades necesarias para gestionar su negocio. Para ayudar a este colectivo se lanzó Nomo, plataforma digital dirigida a autónomos y freelancers y que aúna en una app todos los servicios y herramientas vinculados a la gestión del negocio, los impuestos y los servicios financieros de estos profesionales.

QUE LOS ADOLESCENTES USEN LAS REDES DE FORMA SEGURA

Con el surgimiento de las redes sociales, las personas han comenzado a compartir información privada y personal que es sensible a ser utilizada por terceros sin su conocimiento. En este contexto nace PESEDIA, una nueva red social desarrollada por investigadores de la Universidad Politécnica de Valencia haciendo uso de la Inteligencia Artificial con la inclusión de diferentes juegos educativos. La red, enfocada sobre todo a los adolescentes, advierte de forma gráfica sobre los riesgos de la información que va a publicar.

ACCESIBILIDAD UNIVERSAL

La Ciudad Accesible se ha convertido en el buscador de la accesibilidad en internet más completo del mundo compuesto por cuatro portales interactivos y numerosas web donde se conecta el ciudadano, la administración, los profesionales y otras entidades generando un debate y ofreciendo soluciones técnicas y buenas prácticas sobre accesibilidad.

Los negocios que Ronaldinho deja desatendidos con su paso por prisión

Ronaldinho, el ex-astro brasileño del fútfol, y su hermano Roberto han pasado recientemente por prisión. Pero, ¿a que no sabías que el azulgrana tiene una faceta emprendedora? ¿Cuáles son sus negocios? En 2017 creó su propia línea de vinos llamada Wine of Champions. Con la ayuda del empresario italiano Fabio Cordella, han creado botellas con etiquetas de los 11 mejores jugadores de la historia (a su entender).
Más ambicioso es su incursión en el mundo de las criptomonedas a través de su proyecto Ronaldinho Soccer Coin (RSC), con una fuerte conexión con el mundo del fútbol.



COOK & PLAY: 4.000 EUROS

Franquicia de educación que promociona hábitos saludables a través de clases de cocina donde los niños se divierten al tiempo que desarrollan todo su potencial. Para ello, cuenta con un método pedagógico en el que la cocina es un vehículo para potenciar diferentes habilidades como el trabajo el equipo, la creatividad o la psicomotricidad fina.

ARTESANITOS: 7.900 EUROS

El objetivo de la cadena es desarrollar la creatividad de los niños con actividades de cerámica en los centros educativos. Los más pequeños aprendan jugando a la vez que desarrollan la motricidad fina utilizando un barro especialmente diseñado para sus manos. Las actividades cuentan con un alto contenido emocional que permite unir a padres e hijos.

PROPERTY BUYERS BY SOMRIE: DESDE 4.500 EUROS

Con este concepto de personal shopper inmobiliario, pionero en España, no se cuenta con una cartera de viviendas establecida. A petición de su cliente , el PSI busca y le ofrece las propiedades más adecuadas a sus necesidades, sin olvidar que opera en la zona o sector que conoce, lo que facilita su labor y eficacia.

NEXIAN: DE 2.000 A 6.000 EUROS

Aporta soluciones integrales en la gestión y el desarrollo de las personas dentro de las organizaciones y ofrece respuestas específicas en trabajo temporal, formación, consultoría y selección.
Para tejer su red, buscan a un franquiciado con “vocación comercial, cartera de clientes y orientado al área de los recursos humanos”.

¿Sabes cómo captar 1 millón de euros? Pregúntanos cómo

Frontity, plataforma que permite a desarrolladores crear webs de WordPress utilizando React, ha cerrado una ronda de financiación por valor de un millón de euros.



EL EQUIPO DE FRONTITY, liderado por sus fundadores, Pablo Postigo y Luis Herranz, destinarán la inversión en seguir desarrollando unas funcionalidades que necesita el mercado.

La operación ha estado liderada por el fondo de venture capital K Fund y Automattic, la propietaria de WordPress.com, WooCommerce o Tumblr, entre otros.

Durante el último año, Frontity ha estado trabajando en un *framework* de código abierto que facilita a desarrolladores crear webs de WordPress con React, una librería de JavaScript para el desarrollo de interfaces de usuario. Una atractiva idea que ha llamado la atención de los inversores y que les ha servido para conseguir esta inyección de capital.

RESOLVER UN PROBLEMA, LA CLAVE DE TODO

"Actualmente, es el único *framework* basado en React diseñado exclusivamente para este CMS, que utiliza el 35,8% de las páginas web del mundo. Utilizar WordPress para la gestión del contenido y React para el *front-end* tiene numerosas ventajas en cuanto a rendimiento web y experiencia de usuario, pero los pasos necesarios para crear un web con ambas tecnologías no son sencillos. Esto es precisamente lo que resolvemos nosotros, al simplificar el proceso y aportar una gran ventaja al no requerir ninguna configuración adicional", explica **Pablo Postigo**, fundador junto a **Luis Herranz**, de Frontity.

ESTOS EMPRENDEDORES HAN DEMOSTRADO QUE, SIEMPRE QUE HAY UN PROBLEMA, HAY UNA OPORTUNIDAD

La compañía de estos jóvenes emprendedores destinará esta inversión, principalmente, a continuar el desarrollo del *framework*, a desarrollar nuevas funcionalidades y a hacer crecer su comunidad. "Además, contar con el apoyo de Automattic nos permitirá colaborar con algunos de sus clientes y proyectos de mayor envergadura. En los próximos años, vamos a ver una tendencia cada vez mayor hacia este tipo de arquitecturas, llamadas *headless* o desacopladas, y React va a tener un papel clave en WordPress. Queremos que Frontity sea el framework de referencia y una comunidad en la que los desarrolladores puedan colaborar, aprender y compartir", afirma Postigo.

En 2015, con el nombre de Worona, estos dos emprendedores comenzaron con un plugin para convertir blogs de WordPress en aplicaciones móviles nativas. Dos años después, ya como Frontity, decidieron apostar por la web y comenzar a trabajar con medios de WordPress para mejorar el rendimiento de webs y experiencia del usuario en dispositivos móviles.

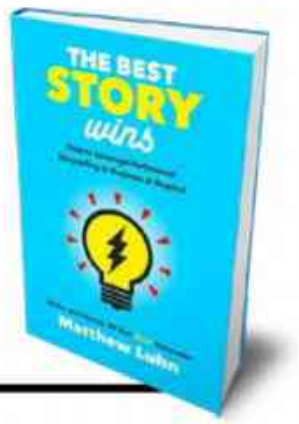
APOYO DEL MERCADO

Por entonces, crearon un tema de WordPress basado en React específicamente para sus necesidades. En 2018, participaon en el programa de SeedRocket y consiguieron respaldo financiero para seguir desarrollando su *framework* interno de React para medios de WordPress.

El año pasado, la compañía decidió convertir ese *framework* en un proyecto de código abierto para facilitar la creación de web de WordPress con React. Ese mismo año, fueron seleccionados para participar en el programa de aceleración Google for Startups Residency, dirigido a startups de base tecnológica en fase de crecimiento a las que se les ofrece acceso a conexiones globales, productos y expertos de Google. Desde entonces, Frontity opera 100% de forma remota. "Desde que lanzamos el *framework*, más de 250 desarrolladores se han unido a la comunidad y están utilizando Frontity para sus proyectos web", subraya.

¡Un buen ejemplo para emprendedores en busca de financiaicón!

¡Fuera sándwiches! La anécdota de Steve Jobs para implantar en tu empresa



Después de que Steve Jobs fuera despedido de su propia empresa, el gurú de la tecnología se embarcó en otra aventura, esta vez en el mundo audiovisual. 1989 Jobs firmó un convenio con el estudio Colossal Pictures para la creación de comerciales televisivos y películas promocionales bajo el nombre de Pixar.

El primer proyecto sobre la mesa fue *Toy Story*, historia de animación sobre unos juguetes con vida propia. *Toy Story* apareció en 1995 siendo un éxito en taquilla. El deseo por repetir el éxito hizo que los directivos se preguntaran si Pixar también debería hacer películas de acción, programas de TV o incluso videojuegos. Los empleados de Pixar creían estar preparados para dar el salto a una compañía de entretenimiento audiovisual global. Pero había uno que discrepaba en esta estrategia. Sin duda, esa fue **Steve Jobs**.

Para no perder el sentido de la realidad, el creador de Apple contó una historia que mantuvo el rumbo y salvó de la bancarrota a la empresa. La historia la ha publicado **Matthew Luhn** en su libro *The best story wins*, y comienza así: "Cuando Apple nació, al equipo nos encantaba ir a comer sándwiches en un puesto de Silicon Valley. Aunque era una tienda pequeña servía los mejores sándwiches de la zona". Los sándwiches estaban tan ricos que incluso esperaban 45 minutos en la fila para conseguir uno. Pero a medida que la tienda de sándwiches creció en popularidad, los propietarios comenzaron a servir cafés y pasteles para competir con Starbucks y Krispy Kreme. Algunos pensarán que este es el camino correcto que toda empresa debe seguir. Pero su café y pasteles eran mediocres, y los sándwiches dejaron de hacerse con mimo. Entonces Jobs y sus compañeros no volvieron allí. Poco a poco, el local fue perdiendo público y cerró. La moraleja es clara: *zapatero a tus zapatos*. Aunque Toy Story fue un gran éxito, si Pixar hubiera empezado a hacer películas fuera de la animación, se habría separado tanto de la raíz de su proyecto, que el riesgo de perderlo todo hubiera sido alto. "Necesitábamos concentrarnos en hacer muy buenas películas familiares animadas", aconsejó Jobs.



Steve Jobs, convenció a Pixar centratse en las películas de animación y no diversificar sin sentido sus producciones.

Ranking de las 5.000 mayores empresas de España



Emprendedores.es publica por primera vez el prestigioso 'Ranking de las 5.000 mayores empresas de España 2020', elaborado por la consultora especializada Iberinform. Se trata de una herramienta fundamental para conocer quiénes son, cuánto facturan, el nombre de su primer directivo y datos de contacto de las principales compañías de nuestro país. ¡Descárgalo gratis en nuestra web!



Qué habilidades necesitas si eres un emprendedor por necesidad

Los emprendedores por necesidad suelen carecer de cualidades como la pasión por lo que hacen, la tolerancia al fracaso o la creatividad. La buena noticia: estas habilidades se pueden desarrollar.

PREPARA A TU ENTORNO PERSONAL

Ponemos este consejo en primer lugar porque a menudo la gente olvida que la falta de apoyo familiar puede suponer un obstáculo insalvable. Además del aspecto económico, un nuevo proyecto implica una dedicación casi absoluta, y es importante que los que te rodean te apoyen y te entiendan. Debes recordarles que es una carrera a medio plazo que beneficiará a toda la familia.

PIENSA EN GRANDE

Normalmente, por el propio origen del emprendimiento (por ejemplo, la mera subsistencia económica), las ideas suelen ser conservadoras, aunque hay un axioma irrefutable: Si piensas en pequeño, te quedarás pequeño. Para no desaparecer, piensa en evolucionar y crecer. Debes atar muy bien tu gestión precisamente por el hecho de haberte visto forzado a dar el paso de emprender. Aunque tiendas a un pequeño tamaño, plantéate el objetivo de ampliar las miras para mejorar la competitividad. No olvides que, como recomiendan los expertos, por ser un microemprendedor no tienes por qué eliminar la ambición de crecer.

SE RÁPIDO Y VELOZ EN LA IMPLANTACIÓN DE TUS PLANES EMPRESARIALES

En el caso de un emprendedor por necesidad, no es tan importante tener una calidad excelente en la ejecución como ser el primero en hacerlo bien. Si buscas obsesivamente el mercado de la excelencia, lo más seguro es que cuando llegues la clave sea ya el precio. Conclusión: lánzate antes de que el mercado se deprecie. Además, para ser veloz, muchas veces debes olvidar el detalle. Es una recomendación que debes seguir, sobre todo al principio, hasta que te posiciones en el sector.

AMPLÍA TU TOLERANCIA A LA FRUSTRACIÓN

La mejor manera es asumir que, en la gran mayoría de las ocasiones, las primeras ideas nunca son las que se acaban implantando y que antes de consolidar tu negocio es posible que tengas dos o tres caídas importantes. Los expertos recomiendan reunirse con empresarios experimentados en foros gremiales y empresariales, donde recibir auténticas lecciones magistrales prácticas: Siempre da miedo meter la pata, pero cuando hablas con gente que ya lo ha hecho, te das cuenta que son muchos los que comienzan mal. Ya lo dice el refrán: el que no tropieza y cae no avanza camino. Los empresarios de éxito se han levantado de media 2,5 veces. Es una carrera de medio fondo.

CÁRGATE DE ILUSIÓN

Es importante mantener la ilusión del primer día durante todo el tiempo porque no fracasan las ideas sino la persistencia para ponerlas en práctica. A este tipo de emprendedor le suele faltar la pasión, no se involucra lo suficiente, pero la necesidad también aprieta y la falta de pasión la puede suplir por la dedicación, la constancia y la perseverancia. Esta persona no puede olvidar que es alguien capaz de cualquier cosa para salir de una situación y que tiene, por tanto, una capacidad de supervivencia tremenda.

Qué aporta el rugby al mundo de la empresa

“A diferencia de otros deportes, en el rugby no valen los individualismos. Si un jugador desempeña mal su rol, el de al lado tampoco puede hacer su papel”. Lo afirma Jaime Nava, ex capitán de la Selección Nacional de Rugby y ahora CEO de all&Go.

A **Jaime Nava** le viene muy bien lo que vivió con la Selección Nacional de Rugby en el último mundial de Japón para trasladar, a sus charlas ante emprendedores, valores como el esfuerzo, la resistencia, la frustración, el trabajo en equipo y, sobre todo, la resiliencia.
Ahora, con 36 años, y tras su paso como concursante de MasterChef que le ha dado una popularidad que nunca tuvo, Nava ha montado una empresa donde todos los integrantes están relacionados con esta disciplina deportiva. La compañía se llama All&go, enfocada a la organización de eventos corporativos y charlas en la que se busca aplicar los valores del rugby a la gestión empresarial.

CENTRANDO EL TIRO

El responsable de reunirse con las empresas e impartir las charlas suele ser Jaime Nava quien, tirando de su experiencia como jugador profesional, expone el potencial y los valores del rugby útiles para apuntalar cualquier organización.
La forma que tiene Nava de arengar a los equipos es bastante conocida por los usuarios de la red, donde cuelgan varios vídeos del capitán animando en el vestuario a ‘los leones’, de la selección. “Los vídeos se hicieron virales porque el rugby tiene esa cultura de equipo que atrae a mucha gente y que tiene que ver con el factor emocional. El rugby tiene una cosa que tienen todos los deportes, pero que en éste está más marcado: una cultura de valores y de equipo muy muy fuerte. Aquí cada jugador tiene un rol concreto que desempeñar dentro del terreno de juego y, si no lo hace bien, impide el desempeño del papel del compañero. Eso es lo que lo diferencia de otros deportes colectivos como el baloncesto o el fútbol, donde una individualidad puede marcar la diferencia y el resultado del partido, como ocurre con un Messi o un Cristiano Ronaldo. En el rugby no hay cabida para los personalismos y si el violín no da bien la primera nota, toda la sinfonía se estropea”.
La fuerza del equipo, sumada a otros valores como la pasión, el esfuerzo, el compromiso, la lealtad, la generosidad o la resiliencia son los que, en opinión de Nava, hacen tan valioso el paralelismo entre el mundo del rugby y las organizaciones. “Quiero abordar sin tapujos los miedos que sentimos al cambio, por qué nos cuesta tanto reinventarnos, las inseguridades, los miedos que nos sobrevienen...", afirma.



Jaime Nava, ex jugador de rugby y consultor, fomenta en las empresas la cultura colaborativa.

Nuestros podcast

Emprendedores ha empezado una colaboración con el canal de podcast ‘Masterminds’, realizado por el profesor y emprendedor Franc Carreras a través de nuestra web (www. empren dedores.es). Clemente Cebrián, co-fundador de El Ganso, ha sido el último de los entrevistados. ¡No te lo pierdas!

Seis datos que no debes olvidar compartir con Google si eres pyme

Darle a Google justo la información que sus usuarios necesitan es fundamental para aumentar la visibilidad de las pymes. Según el último análisis elaborado por qdqmedia, estos datos son:



Google se ha convertido en una herramienta indispensable para atraer clientes a tu negocio. Estudia con detalle los datos que le aportas.

1. UBICACIÓN DEL NEGOCIO

Cuando los usuarios buscan información en Google sobre un producto o servicio, con frecuencia lo hacen acotando su búsqueda al nombre y el tipo de producto o el nombre del negocio. Pero sea cual sea el criterio de búsqueda, es muy frecuente que éste se combine con criterios de proximidad. Para cumplir con el objetivo de ofrecer información sobre la proximidad, la ubicación del negocio es clave. Es esencial introducir la dirección física de manera correcta y aportar ubicaciones de referencia que faciliten su llegada y localización.

2. DESCRIPCIÓN DEL NEGOCIO

Los usuarios que recurren al buscador lo hacen desde dos perspectivas opuestas. La de quienes conocen alguno, o más detalles, sobre el negocio, o el producto que buscan; nombre del negocio, a qué se dedican, referencias previas... y los que no conocen ningún dato, pero buscan determinado tipo de negocio o producto.

3. HORARIOS DE APERTURA Y CANALES DE CONTACTO

A los usuarios les sirve de poco que un negocio dispense el producto buscado si la ubicación está en otra ciudad o el ecommerce no está correctamente descrito. Si, además, no hay diversos métodos de contacto para que los usuarios puedan disipar sus posibles dudas a través de una aproximación directa con la marca, es muy posible que el potencial cliente siga buscando. El horario de apertura bien descrito se convierte en algo tan crítico como un número de teléfono de contacto, un correo electrónico, o un link al web chat del site. Algo tan sencillo como incluir el número de teléfono de contacto entre sus datos esenciales puede incentivar el contacto del usuario con la marca cuando éste se encuentra buscando un producto.

4. SITIO WEB

Si bien la página web del sitio no esté entre las más buscadas en Google, es igualmente indispensable para el usuario y para la marca. Generar tráfico hacia la web ya es un logro importante y, dependiendo de la eficacia de los contenidos, se puede favorecer el incremento de la tasa de conversión de visita a compra efectiva.

5. VALORACIONES DE LOS USUARIOS

Las valoraciones están obteniendo cada vez más peso en la toma de decisiones de los consumidores, que buscan en sitios especializados si una marca tiene prescriptores, ya sea por la calidad de sus productos, por su rapidez en el servicio o incluso por la calidad en la atención al cliente. De ahí que sea cada vez más importante no solo incluir valoraciones de fácil acceso en Google sobre estos aspectos destacados, sino también obtener buenas valoraciones en cada interacción con los usuarios.

6. CONTENIDOS COMPLEMENTARIOS

Si se trata de una tienda, las fotos de los productos son esenciales; si es un restaurante, imágenes del lugar, así como una descripción detallada de la carta y los menús del día. La inclusión de imágenes, videos o un site específico para publicar ofertas o eventos es algo a tener en cuenta porque cuando los potenciales clientes solicitan información al buscador, con frecuencia optan por prestar más atención a quienes se muestran de forma más completa. En el mundo digital es sencillo que el potencial cliente cliquee "al siguiente" negocio del buscador, de manera que cuanta más información atractiva se le ofrezca desde el primer contacto, mejor.

FOTOS: ISTOCK Y GETTY

Emprendedores

SUSCRÍBETE

A LA REVISTA NÚMERO 1 DE ECONOMÍA



20% DESCUENTO

12 NÚMEROS POR 29 €

(AHORRO 7 €)

CONTACTO:

www.emprendedores.es

Quitarte preocupaciones es elaborar un plan para ponértelo más fácil.

Naturgy

Un plan que incluye medidas como: **aplazar facturas hasta 12 meses sin intereses**, asegurar el suministro a todos los clientes, especialmente a los vulnerables, y regalar **"CuidamosTuEnergía"**, un servicio que incluye **reparaciones eléctricas y de gas**, al **personal sanitario**, **fuerzas** y **cuerpos de seguridad**, **ejército** y **bomberos**. Y todos en Naturgy, seguiremos trabajando para ponértelo algo más fácil.

Infórmate en naturgy.es

