emplea y emprende

Nº 13 mayo 2016

Cómo EMPRENDER SIN ERRORES

GUÍA PARA emprender EN EE.UU.

UVINUM, la revolución del VINO

Entrevista, Álvaro Bernard Calidad Pascual

MiriadaX, cocina en el Celler de Can Roca

DECISIVO PARA TI, CLAVE P

El Executive MBA del IESE potencia todas tus capacidades para que llegues allá donc
y profesional que te prepara para superar los desafíos del futuro. En el programa adqu
de 400 casos y desarrollarás nuevas habilidades y conocimientos que aplicarás direct
de primera mano el Executive MBA y a vivir la experiencia IESE asistiendo a una clase

Ven a nuestro próximo Open Day en Madrid o Barcelona y vive la experiencia IESE.

PROGRAMA DE EXECUTIVE MBA
BARCELONA - MADRID - SÃO PAULO

IESE: BARCELONA · MADRID · MUNICH · NEW YORK · SAO PAULO

de te propongas: es una transformación personal
uirirás conocimientos sólidos, trabajarás más
tamente en tu empresa. Te invitamos a que conozcas
e magistral.

IESE
Business School
Universidad de Navarra

Executive
MBA

www.iese.edu/emba

editorial

DE FINANCIAR A LAS PYMES y emprendedores, no hablamos

El Servicio de Estudios del BBVA ha presentado con una gran repercusión mediática, su informe **"España | Hacia un mercado de trabajo más eficiente y equitativo"** en el que plantea toda una serie de reformas estructurales para conseguir reducir las cifras del paro y cualificar el empleo a crear.

Los propuestas más destacadas se centran en 1) disminuir el 7% el salario real de los españoles para incrementar la ocupación un 10,4% y de paso el PIB un 8,3% 2) los salarios deben depender mucho más de variables e incentivos 3) reducir las cotizaciones que deban pagar las empresas por sus trabajadores y que el Estado recupere la recaudación perdida mediante el aumento de los impuestos indirectos como el IVA 4) incentivar la prolongación de la vida laboral y vincular las pensiones al rendimiento 5) contrato único flexible, contrato temporal de máximo 2 años y el contrato de formación.

Además de valorar muy positivamente la Reforma Laboral del Gobierno, el Servicio de Estudios del BBVA propone reformas muy polémicas y como reducir las prestaciones por desempleo y eliminar el salario mínimo para los jóvenes.

Sin embargo, llama la atención que un gran banco como el BBVA, inmerso en todo un proceso de ajuste de personal y cierre de oficinas, con un claro estancamiento de los beneficios, haga estas propuestas olvidando que la razón de ser de la Banca ha sido siempre la concesión de crédito, capítulo imposible para pymes y emprendedores.

Muchos de los que forman parte de esa trágica pérdida de clase media en España, más de 3 millones de personas que ahora son clase baja, lo son, no solo por la crisis, también como consecuencia de haber avalado a sus pequeños negocios y empresas. Por eso nos gustaría que estos prestigiosos Servicios de Estudios nos presentaran con la misma seguridad y solvencia las recetas para que la banca permita que por sus tuberías fluya el crédito en lugar de estar secas y sean la causa del cierre de miles de pymes y pequeños negocios, pero de FINANCIAR A PYMES Y EMPRENDEDORES, NO HABLAMOS.

Sumario

Nº13 mayo 2016

10 MIRIADAX, disfruta de la experiencia

14 ENTREVISTA, Álvaro Bernard Calidad Pascual

22 UVINUM, la revolución del vino

30 GUÍA Emprender en EE.UU

32 MARCAS con responsabilidad

36 CERTIFICACIÓN Top Employers

40 CÓMO EMPRENDER sin errores

Edita
CARMEDIA Comunicación, SL
Avda. Manoteras, 38 - 2ª planta A-202
28050 Madrid, España.
Tlf.: +34 91 392 37 12
www.empleayemprende.com

Director editor: José Luis Prado
jlprado@empleayemprende.com

Redacción:
info@empleayemprende.com

Directora de arte: Ariana Prado
aprado@empleayemprende.com

Directora general: Carmen García-Blanco
cgblanco@empleayemprende.com

Directora de marketing: Clara Hernández
chernandez@empleayemprende.com

EMPLEAYEMPRENDE y la empresa editora no son responsables de la opinión de sus colaboradores y firmas invitadas. Los contenidos son propiedad de CARMEDIA Comunicación, S.L. y están protegidos de conformidad con la normativa de propiedad intelectual. Reservados todos los derechos.

MAHOU SAN MIGUEL lanza Rentabilibar

Se trata de una novedosa plataforma online que ofrece soluciones de valor a sus clientes hosteleros para incrementar la rentabilidad de sus establecimientos.
Formación, consejos e información práctica serán los contenidos disponibles en este espacio que estará enfocado tanto a la gestión del negocio como a acciones de marketing o tendencias del sector.
La cervecera destina, cada año, alrededor de un 25% de sus inversiones totales a apoyar a la Hostelería.

MAHOU SAN MIGUEL, compañía familiar 100% española y líder del sector cervecero en nuestro país, ha puesto en marcha Rentabilibar, una plataforma online con la que quiere contribuir a mejorar la rentabilidad de los establecimientos de Hostelería independiente. Este innovador proyecto, que se enmarca dentro de su compromiso con este sector, permite a la compañía ofrecer soluciones de valor y servicio personalizado a sus clientes. Asimismo, Rentabilibar está pensada para establecer con ellos una comunicación directa, continuada y personalizada, que aumente la cercanía, la escucha de sus necesidades e impulse la fidelización.
La plataforma es accesible desde cualquier dispositivo, a través de una web sencilla e intuitiva (www.rentabilibar.es) que ofrece a los profesionales de la restauración diferentes herramientas que les ayudarán a mejorar el rendimiento de sus establecimientos, a generar una mayor afluencia a los mismos y a formar a su equipo en diferentes ámbitos. Para lograrlo, se proporcionan contenidos exclusivos, ideados expresamente para la gestión exitosa de un negocio hostelero.

86 PROYECTOS DE 24 PAÍSES DISTINTOS OPTAN A LOS 110.000 EUROS DE ORIZONT

MÁS DE 350 PROYECTOS, provenientes de los 5 continentes, han contactado con la aceleradora agroalimentaria Orizont en la II edición de su convocatoria para financiar empresas agroalimentarias. De todas ellas, finalmente un total de 86, de 24 países distintos, han visto aprobada su solicitud y optarán a ser uno de las ocho startups escogidas para recibir una aportación de hasta 110.000 euros para su desarrollo.
La resolución tendrá lugar el próximo 9 de junio.

Telefónica
FUNDACIÓN

“Gano más campeonatos con la cabeza que con el cuerpo. El éxito es una actitud.”

#SOMOSCAPACESDETODO

Teresa Perales,
embajadora de Fundación Telefónica
ganadora de 22 medallas paralímpicas.

fundaciontelefonica.com
Despertando ideas se despierta el futuro

FUNDACIÓN TELEFÓNICA

Y TELEFÓNICA EDUCACIÓN DIGITAL PRESENTAN EMPLEO DIGITAL

EL AÑO PASADO 85.000 PUESTOS de trabajo relacionados con profesiones digitales se quedaron sin cubrir en España. Ante esta demanda laboral, Fundación Telefónica y Telefónica Educación Digital, en el marco de Todos incluidos, han puesto en marcha Empleo Digital, un programa que quiere ser intermediario entre estas nuevas oportunidades y los jóvenes que buscan empleo. El objetivo es que puedan aprender mediante una formación intensiva aquellas profesiones que demandan las empresas. Así se han programado cursos de Desarrollo web en Java, Desarrollo de portales web con LIFERAY, Desarrollo web con RUBY ON RAILS, Desarrollo web con PHP, Desarrollo de Aplicaciones móviles sobre sistemas operativos Android e IOS, cursos de Big Data, Programación de Videojuegos y cursos de Ciberseguridad. Para presentar esta nueva edición, jóvenes y empresas que demandan estos perfiles profesionales se reunieron el pasado 29 de abril en un encuentro, que contó con representantes de los principales agentes relacionados con este sector, para dar su primera oportunidad profesional a aquellos que quieren trabajar en un empleo digital.

GSK SE ADHIERE al Proyecto Unidos, para la plena integración laboral de los universitarios con discapacidad

CON SU ADHESIÓN, YA SON 27 LAS EMPRESAS QUE PARTICIPAN EN EL PROYECTO, JUNTO A 12 UNIVERSIDADES.

GSK SE HA ADHERIDO AL PROYECTO UNIDOS, una iniciativa de la Fundación Adecco que ya cuenta con el respaldo de otras 26 empresas líderes en nuestro país: Adecco, Airbus, Alten, Atos, Asefa, Allianz, Bombardier, Capgemini, Caadagua, Copasa, Everis, Ferrovial Agromán, DNV, Gas Natural Fenosa, Indra, Fujitsu, Mahou San Miguel, Orange, Insa, JYSK, REE, Santa Lucia, Philips, Siemens, Schneider y Talgo. El compromiso de GSK ha sido suscrito por Cristina Henríquez de Luna, Presidenta y Consejera Delegada de GSK Farma España, a través de un acuerdo con la Fundación Adecco, representada por su director general, Francisco Mesonero. Para Henríquez de Luna "los jóvenes son el motor del futuro y nuestro mercado laboral no puede permitirse desperdiciar su talento. En GSK tenemos plenamente constatado que un certificado de discapacidad no merma las competencias de un profesional, sino que, muy al contrario, las refuerza con valores y actitudes como el esfuerzo o la superación. Es por ello que apoyamos el proyecto Unidos, gracias al cual los universitarios con discapacidad pueden desarrollar su carrera en igualdad de condiciones".

EBURY ES DISTINGUIDA

CON EL PREMIO A LA MEJOR FINTECH EUROPEA ESPECIALIZADA EN PAGOS

La empresa fundada por los ingenieros españoles Juan Lobato y Salvador García supera un proceso de votación pública con más de 60.000 votos y es reconocida por un jurado con presencia de expertos de Deutsche Bank, Banco Santander, BBVA y Lloyds Banking Group.

Ebury, la empresa especializada en pagos internacionales e intercambio de divisas, enfocada al sector pyme con actividad exterior, ha sido distinguida con el Premio a la Mejor Fintech Europea especializada en Pagos, otorgado por la "2016 European Fintech Awards & Conference".

Los premios europeos FinTech 2016 son un reconocimiento a las innovaciones impulsadas por empresas de tecnología financiera. Además, sirven para reunir a inversores internacionales en este sector, empresas, expertos y directivos de instituciones financieras europeas consolidadas para estimular, multiplicar y acelerar el proceso de innovación.

"Estamos muy felices de haber recibido este premio, especialmente por el hecho de que han sido nuestros clientes y el mundo de la empresa y los negocios quienes nos han votado", explica el CTO de Ebury, Toby Young.

EUROFIRMS

entre las mejores empresas para las que trabajar según el ranking Best Workplaces 2016

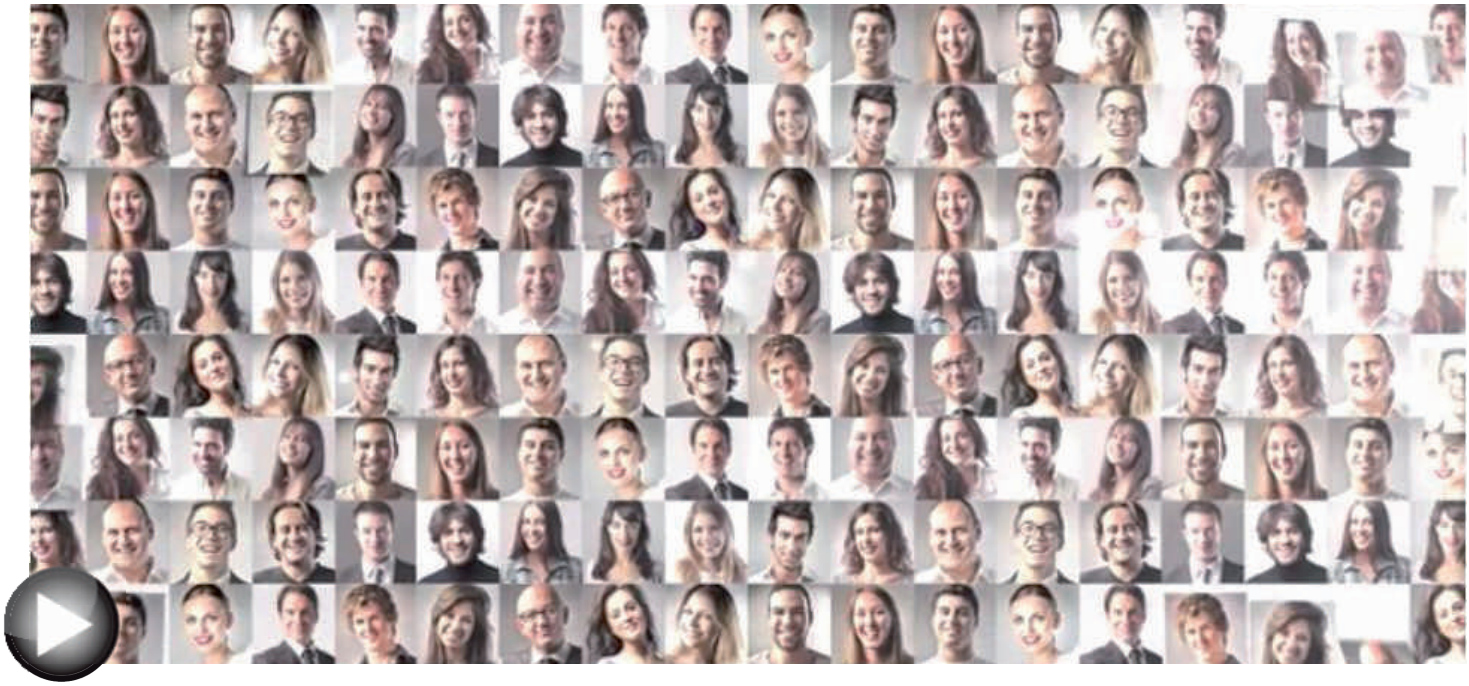
LA EMPRESA CATALANA de recursos humanos Eurofirms ha sido nombrada entre las mejoras empresas para las que trabajar en España, según la lista Best Workplaces España 2016, formada por 50 empresas. La compañía se ha posicionado en el 13º puesto dentro de la categoría de 100 a 250 trabajadores.

Desde sus inicios Eurofirms se ha centrado en la calidad humana de su equipo, así como en la implantación de buenas prácticas en materia de Recursos Humanos, con el objetivo de mejorar la calidad de vida laboral de sus trabajadores.

Creada en 1991 en Cassà de la Selva (Girona), Eurofirms ha mantenido una evolución continuada en el tiempo, con crecimientos de dos dígitos, que la han posicionado como primera empresa de capital 100% español en el sector de los Recursos Humanos en España. El pasado 2015 obtuvo una facturación de 198,6 M€ y cuenta con un equipo de 340 trabajadores y una red de 77 delegaciones en España y Portugal.

telefónica Educación Digital

Disfruta de la experiencia



Miríada X es una iniciativa promovida por Telefónica Educación Digital -compañía especializada en ofrecer soluciones integrales de aprendizaje online para la Educación y Formación- y Universia -la mayor red de universidades de habla hispana y portuguesa- desde enero de 2013 con el fin de fomentar la difusión del conocimiento en abierto en el espacio iberoamericano de Educación Superior- para impulsar el conocimiento libre y gratuito transmitido y enriquecido en la red para el ámbito iberoamericano de Educación Superior.

Formación para TODOS

MIRÍADA X PONE A DISPOSICIÓN de cualquier interesado Cursos Online Masivos en Abierto (más conocidos como MOOC's) de forma gratuita a través de una plataforma abierta sin restricciones, sin condiciones, sin horarios, sin coste y total flexibilidad.

MÁS DE DOS MILLONES DE ALUMNOS EN EL MUNDO

Promoviendo el aprendizaje social y colaborativo mediante un modelo de formación gratuita y de calidad.

PROYECTO LÍDER

MiríadaX pone a disposición de 1.345 universidades iberoamericanas un espacio para transmitir conocimiento de forma libre y fomentar el intercambio de experiencias e ideas entre quienes lo reciben a través de la red.

Junto a las universidades afiliadas, MiríadaX ofrece una ingente y cualificada cantidad de cursos de muy diversas temáticas. Los cursos se pueden seguir según las disponibilidades de los alumnos y aprender desde lo más básico las materias que más interesan, profundizar en su conocimiento y desarrollar habilidades.

ESPAÑA, primer país europeo productor de MOOCs

EN SOLO TRES AÑOS, MiriadaX dispone de un catálogo de 430 cursos, 78 universidades adheridas y más de 1.800 docentes iberoamericanos, constituyéndose como la primera plataforma iberoamericana de MOOCs, con un crecimiento superior a las cien mil matriculaciones mensuales, lo que supone un 7,5% de crecimiento sostenido mensual en 2016.

España acredita una posición de liderazgo en producción de MOOCs con una cuota del 27% según los últimos datos facilitados por la Unión Europea.

MIRÍADA X LANZA INTRODUCCIÓN A LA cocina al vacío de El Celler de Can Roca

MiríadaX, ya dispone del primer MOOC universitario de cocina innovadora Introducción a la cocina al vacío de El Celler de Can Roca enmarcado en las actividades del Centro de Innovación de Gastronomía de Girona.

DESARROLLADO ÍNTEGRAMENTE en la cocina de El Celler de Can Roca y en la Masía (I+R) ha sido impartido por Salvador Brugués, cocinero especialista en la técnica de la cocción a baja temperatura.

La cocina al vacío, INNOVACIÓN Y VENTAJAS

Los alumnos se introducirán en la cocina a baja temperatura para seguidamente centrarse en la cocina al vacío: características generales de la técnica, usos, equipo, así como los utensilios necesarios para su práctica.

Se conocerán las principales diferencias entre cocciones directas e indirectas, haciendo especial hincapié en las ventajas que aporta y en la importancia de conseguir una relación tiempo-temperatura correctas, así como en las aplicaciones culinarias que se pueden realizar gracias a la técnica del vacío como, por ejemplo, impregnar, compactar o desairear.

LAS RECETAS DE El Celler de Can Roca y los ejemplos prácticos van a acompañar las explicaciones a lo largo de todo el curso dirigido por Salvador Brugués, Profesor en la Escuela de Hostelería Sant Narcís de Girona, es reconocido como el gran descubridor de la cocina al vacío, docente e investigador, mantiene una extensa relación profesional con Joan Roca.

EXCELENTE ACOGIDA

A pesar del reciente lanzamiento ya se han inscrito más de 13.000 alumnos de 14 nacionalidades diferentes como Colombia, México, Estados Unidos, Reino Unido, Holanda, Brasil, España, etc.

Alvaro Bernad

Director de Innovación Disruptiva y Desarrollo de Negocio de Calidad Pascual.

EYE: ¿Cuáles son los grandes retos a los que enfrenta Calidad Pascual desde el punto de vista de la Innovación?

AB: La innovación va a ser uno de los grandes motores de nuestro negocio en los próximos años. Por ello, trabajamos no sólo en la innovación en productos, sino también en innovación en servicios, procesos e incluso en crear nuevos modelos de negocio e innovar en los ya existentes. Uno de nuestros objetivos prioritarios, en este momento, es el de promover la transformación digital de Calidad Pascual para ser más eficientes en todo lo que hacemos, además de aprovechar las facilidades que aporta la tecnología para estrechar la relación con consumidores, clientes, proveedores y la sociedad en general. La idea es que en un periodo de cinco años la innovación que denominamos disruptiva nos aporte el 10% de nuestras ventas totales.

EYE: ¿Qué vínculos con redes externas de soporte a la innovación tiene Calidad Pascual?

AB: Hoy en día no tiene sentido innovar de manera aislada. Creemos firmemente que hay que establecer vínculos y sinergias con empresas, instituciones y personas que nos ayuden a innovar, a ser pioneros y a encontrar nuevas formas de crecer.

En este sentido, las aportaciones de algunos de nuestros 'partners' como Esteve, con el que hemos creado la sociedad BalanceLabs y puesto a disposición de consumidores con necesidades especiales de control de azúcar en su alimentación de toda la amplia gama de productos DiaBalance; o con IBM, proveedor que nos está ayudando en nuestra transformación digital, a la vez que nos da apoyo en Pascual Startup, resultan esenciales para la evolución positiva de nuestra compañía. Este tipo de alianzas con empresas como estas nos garantizan que seamos más eficientes en nuestros procesos y que tendremos la posibilidad de resolver mejor las necesidades de los consumidores.

"LA INNOVACIÓN VA A SER UNO DE LOS GRANDES MOTORES DE NUESTRO NEGOCIO EN LOS PRÓXIMOS AÑOS"

EYE: ¿Cómo se ha enfocado la innovación y el desarrollo desde una perspectiva de estructura orgánica y de recursos disponibles?

AB: Hemos creado el área de Innovación Disruptiva para enfocarnos hacia esas ideas o proyectos que pueden hacernos crecer en los próximos años. Además, la hemos dotado de los recursos necesarios para poder crecer de una manera rápida, y a la vez sostenible en el tiempo.

No obstante, la innovación no se circunscribe únicamente a este departamento pues involucra a toda nuestra compañía, por lo que trabajamos por incorporarla a todos nuestros productos y procesos. Estamos dispuestos a apostar de forma firme y decidida por la innovación porque la llevamos en nuestro ADN. Son ya más de 45 años en los que la innovación ha sido uno de nuestros pilares básicos y, hoy más que nunca, tenemos claro que lo va a seguir siendo. Queremos que la innovación surja también de la consolidación de la relación bidireccional con nuestros consumidores, clientes, proveedores y empleados fomentando que encuentren nuevas y mejores forma de acercarse a nosotros a través de las nuevas tecnologías y que Calidad Pascual sea capaz de satisfacer sus peticiones y necesidades.

EYE: ¿Qué opinión le merece el intra-emprendimiento y la creación de spin-off en una empresa?

AB: La innovación puede surgir de cualquier parte. Los empleados de Calidad Pascual combinan una amplia experiencia y un gran talento. Esta combinación, cuando se canaliza adecuadamente, puede dar grandes frutos aportando nuevas ideas y soluciones innovadoras para construir el negocio del futuro.

Al igual que hemos puesto en marcha iniciativas de innovación abierta fomentando el emprendimiento, en los próximos meses vamos a poner también una iniciativa formal para fomentar el intra-emprendimiento. Los proyectos innovadores necesitan su espacio para poder desarrollarse y alcanzar un grado de madurez que les permita pasar de ideas a negocios. Para que esto ocurra, hay diferentes modelos de gestión de la innovación. Crear un spin-off dentro de la compañía es una opción que ha dado muy buenos resultados en numerosas empresas. Por otra parte, que la innovación se mantenga dentro del modelo de gestión del negocio "tradicional" de una empresa ayuda a que la innovación sea del día a día. Por tanto, mientras estemos seguros de que la innovación no pasa a ser responsabilidad exclusiva de un área de la empresa, cualquier modelo es bueno.

"SON YA MÁS DE 45 AÑOS EN LOS QUE LA INNOVACIÓN HA SIDO UNO DE NUESTROS PILARES BÁSICOS"

"En Calidad Pascual pretendemos ser partícipes en aquellas ideas que ayuden a cambiar el sector agroalimentario en el futuro y ayudar a liderar ese cambio"

EYE: Calidad Pascual ha presentado sus Premios Pascual Startup, ¿cuál es el por qué y el para qué de estos premios?

AB: Pascual Startup es una iniciativa pionera en el sector agroalimentario en España con la que se pretende reconocer e impulsar las ideas innovadoras entre los emprendedores del sector. A través de ella queremos convertirnos en uno de los motores de la innovación colaborativa en nuestro país y, además, proporcionar apoyo a los emprendedores.

En Calidad Pascual pretendemos ser partícipes en aquellas ideas que ayuden a cambiar el sector agroalimentario en el futuro y ayudar a liderar ese cambio. Habrá premiados en tres categorías: innovación en productos y procesos relacionados con la nutrición y la salud; innovación que a través de las nuevas tecnologías fomente la comunicación bidireccional con nuestros clientes y, por último, iniciativas que mejoren el impacto medioambiental.

Las candidaturas se pueden presentar hasta el 19 de mayo. La entrega de premios será el 17 de junio en un evento en el que daremos a conocer el ganador de cada categoría.

Lo más importante no es sólo la aportación económica que recibirán los ganadores, sino que proporcionaremos apoyo y conocimiento para lograr que buenas iniciativas se conviertan en negocios exitosos.

> Las nuevas **TECNOLOGIAS** de información y comunicación han cambiado **EL PAPEL** del consumidor. Ahora son más **ACTIVOS**, tienen más claro aquello que necesitan y dispone de más **HERRAMIENTAS** para dialogar con empresas y marcas.

AL IGUAL QUE HEMOS PUESTO EN MARCHA INICIATIVAS DE INNOVACIÓN ABIERTA FOMENTANDO EL EMPRENDIMIENTO, EN LOS PRÓXIMOS MESES VAMOS A PONER TAMBIÉN UNA INICIATIVA FORMAL PARA FOMENTAR EL INTRA-EMPRENDIMIENTO.

EYE: Recientemente hablaba usted de innovaciones que faciliten la relación con el cliente, ¿cómo afecta la innovación a la relación con el cliente en un entorno de digitalización generalizada? ¿Cómo prevén mejorar su relación con el cliente?

AB: Las nuevas tecnologías de información y comunicación han cambiado el papel del consumidor. Ahora son más activos, tienen más claro aquello que necesitan y dispone de más herramientas para dialogar con empresas y marcas. Los medios digitales en general y las redes sociales en particular son el medio adecuado para conocer lo que quieren y, en este sentido, nos ayudan a identificar nuevas oportunidades. En DiaBalance estamos trabajando en un modelo relacional para satisfacer las necesidades de nuestros clientes: desde recibir en su domicilio todos los productos de la gama hasta recibir información sobre la diabetes, consejos y recomendaciones de expertos o participar en el proceso de innovación para desarrollar nuevos productos. La idea es que el resto de nuestras marcas puedan disponer de su propia plataforma en el futuro.

Nuestro plan es más ambicioso: nuestro deseo es convertirnos en una empresa que sea capaz de cubrir las necesidades de los consumidores y clientes con la máxima celeridad, haciéndoles partícipes de nuestras decisiones de innovación. Para conseguirlo, somos conscientes de que hay que afrontar con decisión un proceso de transformación digital que nos permita avanzar hacia esa meta.

UNIVERSIDAD FRANCISCO DE VITORIA

ufvmadrid

91 351 03 03
www.ufv.es

ADE + DERECHO (BILINGÜE) • ADMINISTRACIÓN Y DIRECCIÓN DE EMPRESAS • ADE (BILINGÜE) • ADE + MARKETING • ADE + MARKETING (BILINGÜE) • ADE + RELACIONES INTERNACIONALES • MARKETING • GASTRONOMÍA • DERECHO • DERECHO + RRII • DERECHO + RRLL Y RRHH • DERECHO + CRIMINOLOGÍA • CRIMINOLOGÍA • PERIODISMO • PERIODISMO + COMUNICACIÓN AUDIOVISUAL • PERIODISMO + RELACIONES INTERNACIONALES • COMUNICACIÓN AUDIOVISUAL • COMUNICACIÓN AUDIOVISUAL + PUBLICIDAD • COMUNICACIÓN AUDIOVISUAL + CREACIÓN

Ctra. Pozuelo - Majadahonda, Km. 1,800

Y NARRACIÓN DE VIDEOJUEGOS • PUBLICIDAD • PUBLICIDAD + MARKETING • BELLAS ARTES • BELLAS ARTES + DISEÑO • BELLAS ARTES + CREACIÓN Y NARRACIÓN DE VIDEOJUEGOS • DISEÑO • DISEÑO + PUBLICIDAD • CREACIÓN Y NARRACIÓN DE VIDEOJUEGOS • MEDICINA • BIOTECNOLOGÍA • BIOTECNOLOGÍA + FARMACIA • FARMACIA • PSICOLOGÍA • ENFERMERÍA • FISIOTERAPIA • ARQUITECTURA • INGENIERÍA INFORMÁTICA • EDUCACIÓN INFANTIL • EDUCACIÓN PRIMARIA • CIENCIAS DE LA ACTIVIDAD FÍSICA Y DEL DEPORTE

28223 Pozuelo de Alarcón (Madrid)

EL CONSUMO COLABORATIVO llega al sector legal español

Miguel Ángel Andrés Llamas, un joven abogado, ha desarrollado una iniciativa que traslada los principios del consumo colaborativo al área jurídica. Para ello ha creado demandamos.es, una iniciativa de emprendimiento social que pretende empoderar a la ciudadanía canalizando jurídicamente sus demandas y facilitando el acceso a la Justicia.

CH

Demandamos es una plataforma colaborativa que permite a los clientes de servicios jurídicos conectar sus problemáticas vía web para optimizar sus recursos y reducir los costes judiciales favoreciendo la constitución legal de grupos de afectados y explorar el potencial de las acciones de clase (grupo) que preveé la legislación.

En los países anglosajones existen algunos precedentes de herramientas web que aplican los principios del consumo colaborativo al sector de los servicios jurídicos. En España, el proyecto demandamos.es se ha propuesto innovar en el sector legal a fin de que los clientes de servicios jurídicos puedan compartir procedimientos y optimizar sus recursos a través de internet.

Para ello, explica Miguel Ángel Andrés Llamas, abogado y responsable de esta startup, hay que superar numerosos obstáculos: "La Justicia española está muy retrasada en materia de acciones colectivas. Las class actions (acciones de grupo) están reguladas tímidamente en la Ley, pero además su práctica ha sido escasa.

HACIA EL CONSUMO LEGAL COLABORATIVO

El consumo legal colaborativo (o abogacía colaborativa) tiene múltiples aplicaciones que la startup demanDamos va a explorar.
En numerosas ocasiones las grandes empresas cometen fraudes de un importe pequeño, y los consumidores no se arriesgan a iniciar procedimientos judiciales porque los posibles costes son mayores que el importe reclamado. La plataforma colaborativa demanDamos pretende agrupar esas reclamaciones individuales para compartir procesos judiciales, lo que permite reducir los costes (procurador, abogado, perito, etc.).
Además, los demandantes, al aportar pequeñas cantidades, conforman una caja de resistencia, de manera que no sólo financian los honorarios de los profesionales intervinientes, sino que también cubren un posible riesgo de condena en costas.

Continúa leyendo ▸▸

EMPRENDIMIENTO social

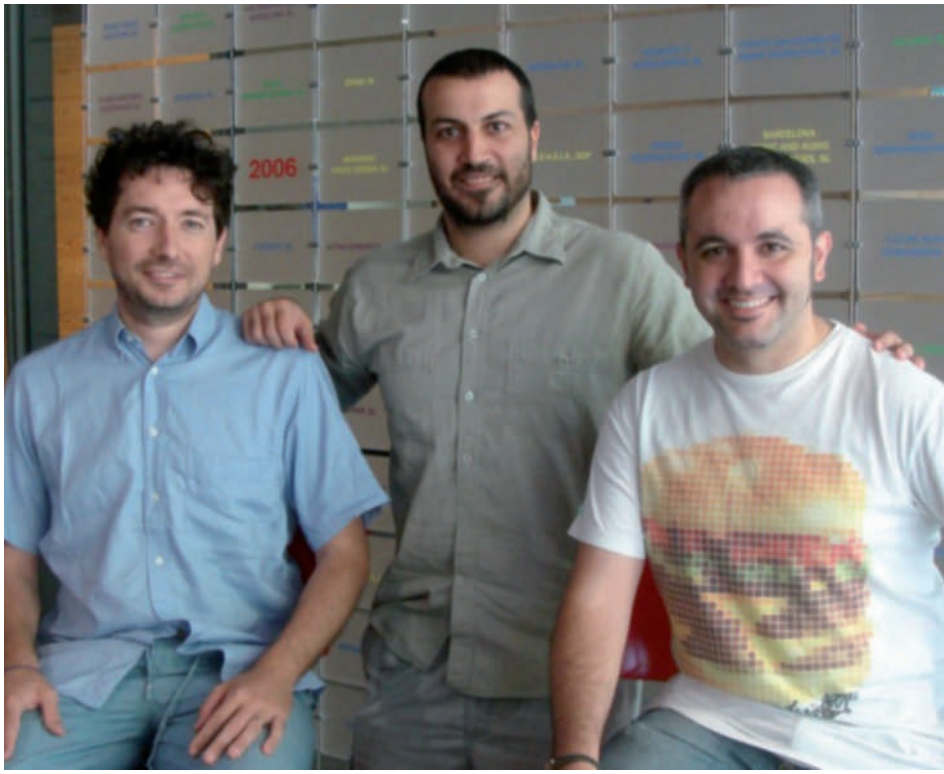
DEMANDAMOS.ES se presenta como una iniciativa de emprendimiento social. Su objetivo es empoderar a los ciudadanos para traducir sus demandas sociales en acciones judiciales, inspirándose en un principio común de protección de la parte débil.
Se trata de facilitar el acceso a la Justicia de los ciudadanos con independencia de sus recursos económicos para perseguir el interés general y contribuir a la efectiva realización del Estado Social y Democrático de Derecho.
Del mismo modo, la posibilidad de acumular las acciones individuales de los ciudadanos tiene un efecto beneficioso para la Administración de Justicia. "En la actualidad, por ejemplo, los Juzgados se hayan saturados por las reclamaciones judiciales de cláusula suelo, que son idénticas, pero se presentan de manera individual. Si los clientes de cada banco se agruparan en un solo procedimiento, la Justicia iría mucho más rápida para todos. En fraudes sucesivos las cosas deben hacerse de otra manera", concluye Andrés Llamas.
El consumo legal colaborativo ya es una realidad Demandamos.es no puede considerarse sólo el futuro de la abogacía, sino que ya es presente. Por ejemplo, en breve se va a presentar una macrodemanda contra la entidad Unicaja Banco para impugnar el Método 365/360, una práctica abusiva de calcular intereses en préstamos hipotecarios. Según Andrés Llamas: "En este caso los clientes se constituyeron como Grupo de consumidores afectados y el Juzgado de lo Mercantil nº1 de Málaga ha permitido que todos los clientes hipotecarios del banco se sumen a la demanda, algo que pueden hacer a través del portal web. Decenas de miles de clientes van a poder demandar conjuntamente y a bajo coste".
Más información www.demandamos.es

UVINUM, la startup que revolucionó el mercado del vino

"Uvinum es la respuesta a las necesidades del nuevo consumidor, que busca en un solo espacio el vino que necesita, provenga de dónde provenga, siempre al mejor precio y en las mejores condiciones de entrega" asegura Nico Bour, CEO de la compañía.

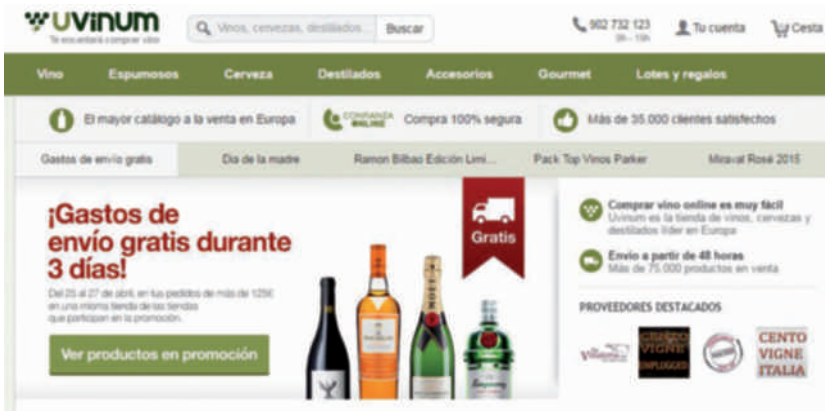
Consolidada como el primer ecommerce europeo de vino y destilados, la española Uvinum cierra 2015 con unas ventas de 8,5 millones de euros –un 58% más que el año anterior– y un total de 115.000 clientes españoles y europeos, que han reportado por encima del medio millón de referencias vendidas. Tras seis años de actividad con una progresión constante, la compañía espera seguir creciendo al 50% en el presente ejercicio y consolidar su presencia y marca.

Uvinum, que comercializa en 14 países un catálogo de 65.000 productos a base de vinos, destilados, cervezas y productos gourmet, mantiene un crecimiento constante gracias al aumento de la compra a través de dispositivos móviles, que en países como Reino Unido ya suponen el 35% del total de ventas.



Una expansión imparable que ha llevado a la empresa a cerrar el año 2015 con datos espectaculares

- 8,5M de ventas, procedentes de sus operaciones en España como primer mercado, seguido de Reino Unido, Francia y Alemania, Portugal, Italia y Países Bajos.
- Con la colaboración de más de 100 partners
- Oferta más de 65.000 referencias
- A un total de 115.000 consumidores, 30.000 de los cuales se han generado en el último año.



Marketplace GLOBAL

CONFIGURADO COMO un Marketplace global, eficaz y seguro, el éxito de Uvinum se debe sobre todo a la interactividad que permite a sus usuarios:

- Pueden registrar su valoración en la ficha de cada producto
- Consultar al servicio de personal shopper para disfrutar de atención personalizada y en tiempo real
- Disponer de una útil App desde la que escanear la etiqueta de una botella para obtener información y efectuar la compra.

Pero, además, los privilegiados acuerdos con bodegas y distribuidores permiten a Uvinum ofrecer siempre la mejor relación calidad-precio y promociones muy competitivas como, por ejemplo, la tarifa plana de gastos de envío para seis productos, implementada el pasado año. Unas condiciones que han impulsado a la compañía a superar el medio millón de referencias vendidas.

LA START UP QUE REVOLUCIONÓ EL MERCADO DEL VINO

UVINUM NACIÓ EN DICIEMBRE DE 2009 de la mano de tres emprendedores con amplia experiencia en tecnología, y bastantes nociones en el sector enológico. Ubicados en Barcelona, Nico Bour, Albert García y Albert López quisieron con ello impulsar un sector con una distribución demasiado cerrada y local.

Con el apoyo de importantes inversores y business angels como Cabiedes&Partners, Grupo Intercom, el fundador de Softonic, Tomás Diago, Andreu Rodríguez de Reus Building, Famitex o STS inversiones, Uvinum ha cerrado tres rondas de financiación y continúa apostando por el crecimiento internacional, con la ambición de convertirse en el mayor mercado online de vino en el mundo: "En España, la venta online de vino no supera los 100 millones de euros; en el Reino Unido sobrepasa los 1.300 millones. Por eso nuestra capacidad de crecimiento es aún exponencial y tenemos el sueño de alcanzar el millón de clientes, aunque aún falta bastante", concluye Nico Bour. www.uvinum.es

Entrevista NICO BOUR, CEO & Cofundador Uvinum

¿Qué aporta Uvinum al mercado?

Uvinum aporta transparencia. En un sector con una distribución tan cerrada y fraccionada, Uvinum es la respuesta a las necesidades del nuevo consumidor, que puede encontrar en un solo espacio el vino que necesita, provenga de dónde provenga, siempre al mejor precio y en las mejores condiciones de entrega. Además, le ayudamos a planificar su compra, y a ampliar sus conocimientos mediante asesoramiento y prescripción por parte de usuarios y expertos.

¿Cómo valora los años de actividad de la compañía?

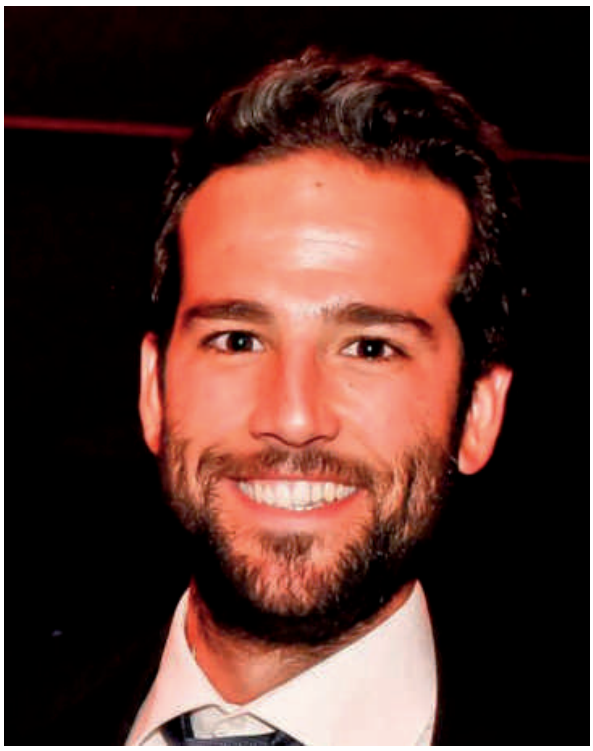
Estos 6 años han sido intensos, apasionados y muy cambiantes. El mercado al final te va mostrando tus errores y aciertos, y la clave es potenciar tus virtudes y mejorar tus defectos. Lo que más nos motiva es trabajar junto a un gran equipo humano –formado a día de hoy por 24 excelentes profesionales– y, lógicamente, haber podido servir con éxito a más de 115.000 clientes de toda Europa. Tenemos el sueño del millón de clientes, aunque aún falta bastante (aunque cada vez menos).

¿Qué hace falta para emprender con éxito en España?
Los emprendedores en España tienen talento y ganas, pero quizá hace falta algo más de coraje y ambición. Asimismo, faltan más políticas de apoyo a los emprendedores, ya que las medidas que se proponen nunca acaban por materializarse. Otro problema es el tamaño del mercado nacional, que se queda pequeño. En el caso del vino, la venta online no supera los 100 millones de euros, cuando en Reino Unido sobrepasa los 1.300 millones. Por esta razón, desde el primer día, Uvinum apunta al mercado europeo, por ahora.

¿Con qué obstáculos se topa un emprendedor para desarrollar su negocio?
Se topa con múltiples obstáculos para emprender. Desconocimiento, falta de formación/experiencia en muchas áreas, falta de financiación, etc. Pero el emprendedor, al final, es como el que practica el Decatlón: tiene que saber hacer 1.000 cosas y de la mejor forma posible. Es cuestión de no desanimarse y romper barreras y retos, porque todo puede hacerse y todo puede solucionarse. Como digo, es cuestión de ganas, ambición y talento.

¿Cree que ha mejorado la situación para los emprendedores desde que Uvinum nació?
No me cabe duda. Desde que fundamos Uvinum, a finales de 2009, el emprendedor se ha convertido casi en una "figura" mediática, alabada por muchos, lo que a veces contribuye a banalizar lo complicadísimo que es emprender. De todas formas, la situación hoy es mucho mejor, con más reconocimiento, más financiación, mercados más grandes, etc. Pero que sea mejor no significa que sea más fácil. Para emprender se deben tener las ganas, la capacidad de sufrimiento y el carácter necesarios.

"En España faltan políticas de apoyo a los emprendedores"



ALEJANDRO Artacho,

Fundador de Spotahome.

Spotahome es una plataforma on line donde los propietarios de inmuebles ponen éstos a disposición de posibles arrendatarios para que reserven alojamiento. En Emplea y Emprende hemos entrevistado a Alejandro Artacho, uno de sus fundadores, para conocer a fondo su experiencia como emprendedor.

EYE: ¿Cómo surgió la idea de Spotahome? Cuéntenos la historia de su lanzamiento y cómo obtuvieron la financiación necesaria.

AA: Los 4 fundadores que empezamos la aventura a comienzos de 2014, Bryan Mc Eire, Hugo Monteiro, Bruno Bianchi y yo, Alejandro Artacho, ya trabajábamos en el sector inmobiliario en diferentes países. Todo lo que existía en el sector eran páginas de clasificados y agencias inmobiliarias locales. Entonces, ante el auge de plataformas de alquileres de corto plazo como AirBnB or HomeAway, entre otras, nos dimos cuenta que la gente estaba acostumbrada a alquilar sin necesidad de ver las casas durante un corto período de tiempo (fin de semana o una semana incluso); por lo que, ¿qué pasa con todos aquellos que necesitan una vivienda para vivir durante varios meses? ¿Por qué tienen que perder el tiempo viendo pisos cuando ni siquiera viven en la ciudad? ¿O si vivieran en la misma y no tienen tiempo? Con Spotahome, enviamos a locales a cada una de las casas haciendo fotos, videos y planos y recogiendo toda la información posible, ahora no tienes necesidad de ver las casas in situ y ¡es la primera vez que en menos de 5 minutos puedes alquilar una casa para cuantos meses necesites!

Lanzamos la web el 5 de marzo de 2014 y en menos de 2 horas ¡recibimos la primera reserva de un japonés que reservó durante 15 meses! Cuando tuvimos esto, me fui a Londres a conseguir a los primeros inversores. Conseguimos a Howzat Partners (primeros inversores de Trivago) y a angels de Silicon Valley y además cerramos un family and friends con varios amigos y familiares. A partir de ahí, ya hemos cerrado varias rondas de inversión con inversores de Estados Unidos y de diferentes países de Europa.

"ESTAMOS EN CINCO CIUDADES ESPAÑOLAS Y EN 5 PAÍSES EUROPEOS: ITALIA, FRANCIA, BÉLGICA, REINO UNIDO E IRLANDA"

SPOTAHOME

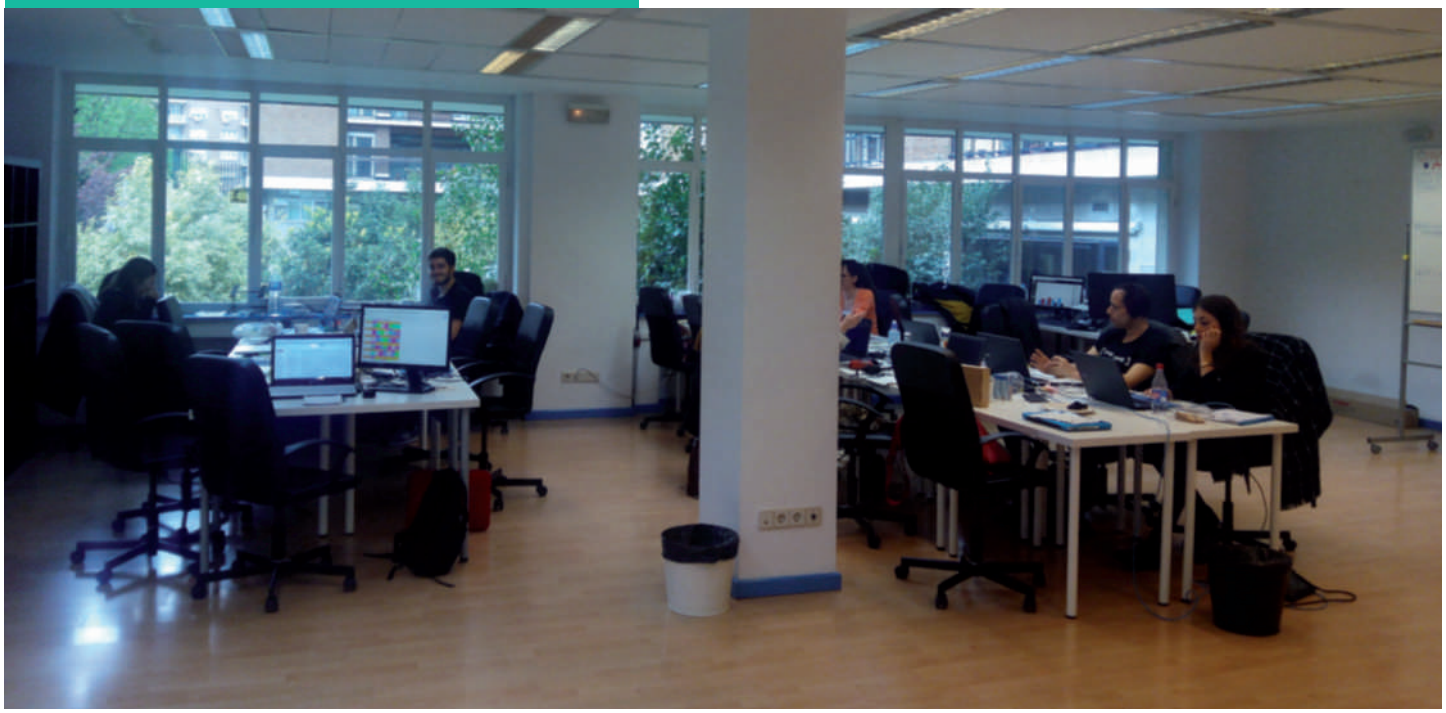
"Antes de que existiese Spotahome, la gente tenía que estar necesariamente en el lugar de destino para ver y alquilar las casas. Implicaba mudanza unas semanas antes, con el coste que eso conlleva y la pérdida de tiempo"

EYE: ¿A qué mercados se dirige Spotahome y qué perfil tienen sus clientes?

AA: Ahora mismo estamos en cinco ciudades españolas y en 5 países europeos: Italia, Francia, Bélgica, Reino Unido e Irlanda, pero no tenemos límite y queremos proveer de este nuevo servicio en tantos países como tiene el mundo.

Como marketplace, nuestros clientes son tanto los propietarios como los inquilinos. Hemos tenido alquileres de inquilinos de 130 nacionalidades diferentes. Dentro de las miles de reservas cerradas, hemos tenido desde estudiantes erasmus hasta personas jubiladas que se mudan unos meses a alguna ciudad. Entre medias, hemos tenido familias enteras, mascotas incluidas, que han alquilado casas estando en la misma ciudad o mudándose a otras. Aunque la gran mayoría son estudiantes y jóvenes profesionales que necesitan mudarse tanto a nivel nacional como en el extranjero o que incluso están en la misma ciudad. La única condición es que el alquiler sea a partir de 30 días de duración. Además, pueden alquilar con varios meses de antelación para quitarse uno de sus mayores problemas.

Desde el punto de vista de los propietarios, les facilitamos todo el proceso, les hacemos la vida más fácil. La mayoría son medianos y grandes propietarios o gestores de propiedad ya que, al gestionar bastantes propiedades, les supone un enorme ahorro de tiempo y dinero: no tienen que realizar visitas de sus pisos para alquilarlos ni estar contestando todo el día a repetitivos emails y llamadas telefónicas. Nosotros les gestionamos toda la comunicación con posibles inquilinos. Ahora los propietarios pueden estar en la playa de vacaciones mientras reciben reservas en el móvil para los siguientes meses. Ahora, en abril de 2016, ¡ya están recibiendo reservas para 2017!



EYE: ¿Qué recorrido tiene el mercado del alquiler a medio - largo plazo a nivel internacional?

AA: Es un mercado con mucho potencial y de continuo crecimiento, debido a varios factores. Por un lado, la globalización: cada vez es más común el movimiento internacional, tanto por motivos laborales (las empresas son cada vez más globales), como por la búsqueda de los jóvenes de experiencia internacional durante los primeros años en el mercado laboral. Pero también la globalización entre centros de estudios universitarios o de formación: intercambio Erasmus o fuera de Europa, MBAs, etc.

Por otro lado, existe una tendencia cada vez más obvia hacia el alquiler, causada por la nueva visión de los jóvenes, que tendemos a parecernos más al resto de Europa, donde la vivienda se ve como una necesidad a cubrir, en lugar de estar relacionada al prestigio social o a una inversión a largo plazo. Los jóvenes de hoy vivimos más al día. Además, los altos precios de compra de vivienda fomentan el alquiler.

EYE: Usted ha declarado su interés por "hacer el mundo más pequeño" ¿Qué aporta Spotahome en este sentido? ¿Tiene en mente nuevas iniciativas empresariales en esta dirección?

AA: Antes de que existiese Spotahome, la gente tenía que estar necesariamente en el lugar de destino para ver y alquilar las casas. Implicaba mudanza unas semanas antes, con el coste que eso conlleva y la pérdida de tiempo. Ahora, desde tu lugar de origen o cualquier parte del mundo puedes alquilar tu casa a través de tu móvil en menos de 5 minutos. Buscar alojamiento es uno de los principales problemas y estrés de la gente; solucionar esto y facilitarle la vida a las personas a nivel mundial es lo que llamo hacer el mundo más pequeño.

Antes de Spotahome, creé junto con Bryan otra startup enfocada a facilitar el encontrar trabajo en cualquier parte del mundo de una forma mucho más sencilla. Así que llevo en la sangre el hacer de este planeta un lugar más sencillo y eficiente en el que vivir.

"Creo que a nivel gubernamental estamos muy a la cola en cuanto a trámites administrativos. Todo debería ser mucho más sencillo y más barato"

> ...POR LA NUEVA VISIÓN DE LOS JÓVENES, QUE TENDEMOS A PARECERNOS MÁS AL RESTO DE EUROPA, LA VIVIENDA SE VE COMO UNA NECESIDAD A CUBRIR, EN LUGAR DE ESTAR RELACIONADA AL PRESTIGIO SOCIAL O A UNA INVERSIÓN A LARGO PLAZO

SPOTAHOME

EYE: ¿Qué aporta su experiencia internacional en China a este proyecto?

AA: El gobierno Chino me dio alojamiento a través de una beca y me instalé en una residencia universitaria. Yo no sabía nada de chino, nos juntamos tres estudiantes que queríamos vivir juntos y el proceso de búsqueda de piso lo hicimos a través de un agente inmobiliario que nos cobró un pastón (un mes entero de alquiler). No sabíamos hablar el idioma, así que, un amigo nepalí nos traducía todo el papeleo y nos ayudó con toda la gestión y… ¡sorpresa! le tuvimos que pagar por el "servicio", ¡y además tardamos un mes en alquilar el piso! Durante mis tres años en China, me mudé muchas veces y el proceso era larguísimo y súper tedioso (y eso que al final ya hablaba Chino!). Eso me aportó mi experiencia en China: darme cuenta que se podían romper las barreras lingüísticas y de todo el proceso de reserva de alquiler.

Continúa leyendo ▸▸

GUÍA PARA emprender en EE.UU.

Founders&Tips lanza una nueva guía para emprender en Estados Unidos, una guía muy personal contada en primera persona por más de 20 emprendedores de éxito afincados en Estados Unidos, y en la que los emprendedores tocan todos los temas: la oportunidades que hay allí, su ecosistema único, las oportunidades comerciales y de financiación, cómo ir allí, costes, temas operativos, errores...

APGB

Alejandro Cremades
Onevest

Alfonso de la Nuez
UserZoom

Ariel Camus
TouristEye

Bernardo Hernández
ex-Flickr, ex-Google

David Boronat
Multiplica

Elies Campo
ex-WhatsApp

Francesc Riverola
FXStreet

Iker Marcaide
PeerTransfer

Javier de la Torre
CartoDB

Javier Megías
Startupxplore

Jorge Mata
ClippingBook y Myalert

Juan Carlos Riveiro
Viviny

TRIUNFAR EN ESTADOS UNIDOS

TRIUNFAR EN ESTADOS UNIDOS NO ES FÁCIL, así que esta guía ha buscado y recopilado diversos casos de éxito, consejos y experiencias de emprendedores de éxito en Estados Unidos a los que se ha entrevistado en Founders&tips. Esta guía es única porque se ha elaborado a partir de la experiencia real de más de 20 emprendedores españoles que te ayudarán a decidir si quieres emprender en Estados Unidos.

No hay emprendedor tecnológico que no siga la actualidad de Silicon Valley, son la referencia, con un ecosistema único y generan un foco de atracción de emprendedores que quieren ir a llevar a cabo su proyecto a Estados Unidos y ser los próximos Steve Jobs o Mark Zuckerberg.

Por eso Founders&tips ha lanzado una guía para emprender en Estados Unidos, que aportará toda la información necesaria para conocer el ambiente que allí se respira, sus dificultades y cómo superarlas para ir a emprender allí. Esta guía está pensada para todo emprendedor que está pensando ir a iniciar un proyecto o abrir oficinas en Estados Unidos.

La oportunidad de emprender en Estados Unidos

Descubre las oportunidades que ofrece Estados Unidos a los emprendedores y cuál es el momento óptimo para dar el salto.

EEUU, un ecosistema único

Aprende como es la cultura emprendedora de Estados Unidos, la ambición, la competitividad de un ecosistema único.

Conseguir financiación e inversión en Estados Unidos

Conoce para que start-ups es recomendable buscar financiación en Estados unidos, como es el acceso al capital, a que valoraciones y en qué condiciones.

Partnerships y ventas en Estados Unidos

Estudia las diferentes opciones para conseguir un partner para nuestra start-up y conseguir vender en Estados Unidos.

Acceso a potenciales adquisiciones en Estados Unidos

Encuentra las claves para poner en venta tu empresa y conoce cómo funciona el acceso a los posibles compradores.

Consejos antes de decidir ir a Estados Unidos

Reflexiona sobre si éste es el mejor momento para que tu start-up viaje a Estados Unidos. Válete de la experiencia y consejos de emprendedores de éxito.

Cómo Emprender en Estados Unidos

Conoce todas las claves para emprender en Estados Unidos: conseguir socios, visado, gestionar el timming, los costes, etc.

Errores al emprender en Estados Unidos

Evita errores que otros ya cometieron antes cuando decidieron emprender en Estados Unidos. Emprendedores de éxito te explican en este capítulo qué no se debe hacer.

La experiencia personal

Se consciente de lo que supone emprender en Estados Unidos también en el plano personal. Emprendedores que han triunfado en ese país explican lo que supuso para ellos el cambio.

El 63% de los consumidores penaliza a las marcas que no considera responsables

Asistimos a una nueva generación de consumidores críticos, que valoran de forma creciente el comportamiento ético de las marcas. **APGB**

Concretamente, un 50% deja de adquirir el producto o servicio en cuestión, mientras que un 13% va más allá y emite opiniones negativas en foros y redes sociales, llegando incluso a recoger firmas en contra de la marca, si cree que vulnera derechos fundamentales.

El consumo responsable se ha incrementado 1 punto porcentual con respecto al año pasado y es mayor entre los encuestados menores de 40 años, descendiendo a partir de esta edad.

El 60% de los encuestados afirma desconocer el significado de las siglas "RSE"; sin embargo, los resultados arrojan que sí comprenden el concepto, sin ser conscientes de ello.

Así, un 96% de los encuestados considera que las empresas tienen la misma responsabilidad que el Gobierno a la hora de dar respuesta a los retos del entorno: desempleo, desigualdad social, sostenibilidad medioambiental, corrupción…

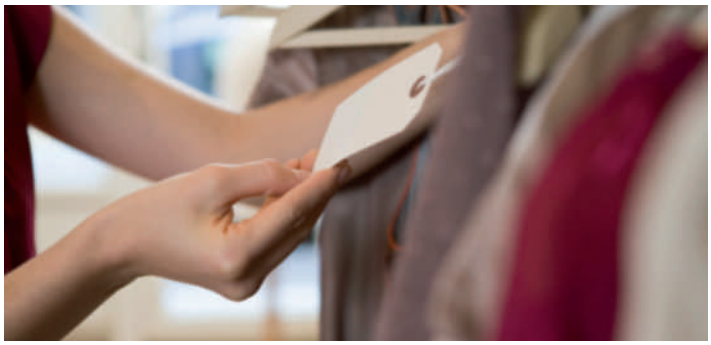
"ADEMÁS, LLAMA LA ATENCIÓN EL ACTIVO PAPEL QUE LOS CIUDADANOS SE OTORGAN A SÍ MISMOS COMO AGENTES RESPONSABLES: CREEN QUE, TRAS GOBIERNO Y EMPRESAS, SON EL TERCER ACTOR SOCIAL QUE DEBE ASUMIR UNA MAYOR RESPONSABILIDAD."

Por sexto año consecutivo, la Fundación Adecco presenta el informe "El ciudadano y la RSE", un análisis que ha dado voz a 600 ciudadanos mayores de edad residentes en nuestro país. Nuevamente, este trabajo ha profundizado en el grado de conocimiento y penetración del concepto de RSE entre la ciudadanía y, más concretamente, entre los consumidores. Tras 6 ediciones realizando este trabajo, una conclusión se antoja evidente: asistimos a una nueva generación de consumidores críticos que valoran cada vez más el comportamiento ético de las marcas. Ya no se conforman con que sean asequibles o satisfagan sus necesidades inmediatas, sino que les exigen una conducta responsable con el entorno en el que operan: medioambiente, trato a los trabajadores, relación con la ciudadanía, etc.

LA RSE se instala en la conciencia ciudadana

UN AÑO MÁS, el concepto de RSE se presenta desconocido para la mayoría de los ciudadanos: un 60% afirma no estar familiarizado con las siglas y no entender su significado. Sin embargo, los resultados arrojan que el concepto sí está instalado en la conciencia ciudadana, aunque no sean conscientes de ello.

"EL 56% DE LOS ENCUESTADOS CON EMPLEO OPINA QUE TRABAJA EN UNA EMPRESA SOCIALMENTE RESPONSABLE. SIN EMBARGO, UN 60% CONSIDERA QUE LAS COMPAÑÍAS NACIONALES ESTÁN POR DEBAJO DE LAS EUROPEAS EN LA ESCALA DE RESPONSABILIDAD"

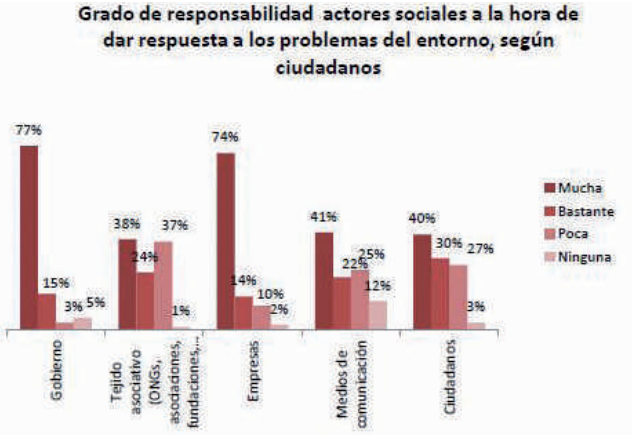


Grado de responsabilidad actores sociales a la hora de dar respuesta a los problemas del entorno, según ciudadanos

DE ESTA FORMA, un 96% de los encuestados considera que las empresas tienen la misma responsabilidad que el Gobierno a la hora de dar respuesta a los retos del entorno: desempleo, desigualdad social, sostenibilidad medioambiental, corrupción, etc. Concretamente, un 92% y un 88% cree que los poderes públicos y las empresas tienen mucha o bastante responsabilidad, respectivamente.

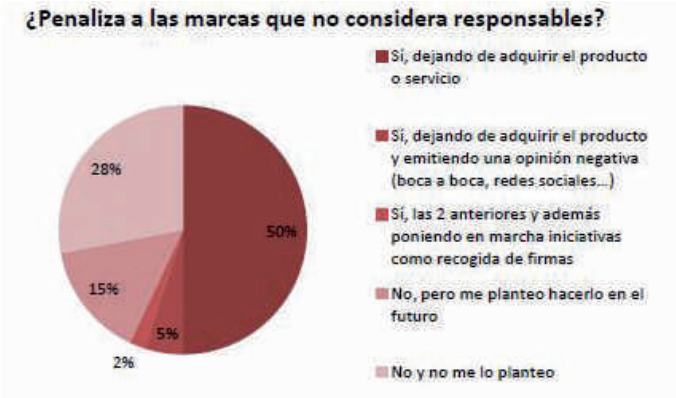
En tercer lugar, llama la atención el activo papel que los ciudadanos se otorgan a sí mismos como agentes responsables: un 70% cree que la ciudadanía tiene mucha o bastante responsabilidad cuando se trata de reaccionar ante los desafíos que plantea la sociedad. De este modo, los ciudadanos se convierten en el tercer actor social que debe asumir una mayor responsabilidad, según los propios encuestados.

Los medios de comunicación serían el cuarto agente más responsable, a la luz de las respuestas de los encuestados: un 63% considera que tienen mucha o bastante responsabilidad. Por último, el tejido asociativo (ONGs, asociaciones, fundaciones) se sitúa en el quinto lugar del ránking de responsabilidad, con un 62%.



Fuente: Encuesta El ciudadano y la RSE. Fundación Adecco.

SANCIÓN A LAS
marcas no responsables



Fuente: Encuesta El ciudadano y la RSE. Fundación Adecco.

Los ciudadanos no sólo sitúan a las empresas en el segundo lugar del ranking de responsabilidad, en un plano teórico, sino que llevan este planteamiento a sus actos. Así, es significativo el alto porcentaje (63%) de consumidores que penaliza a las marcas que no considera responsables. Concretamente, un 50% deja de adquirir el producto o servicio en cuestión, mientras que un 10% no sólo deja de comprarlo sino que emite opiniones negativas en foros y redes sociales. Un 3% va más allá y, además de lo anterior, pone en marcha iniciativas como recogida de firmas o protestas en contra de la marca. Por último, un 10% no penaliza a las marcas en función de su responsabilidad, pero se plantea hacerlo en el futuro, seguido de un 27% que no lo hace y no lo contempla en un corto plazo.

Consumidores Y o Millenials nacidos a partir de 1980	Consumidores baby-boomers nacidos entre 1946 y 1965
Versátiles: no dudan en dejar de adquirir un producto o servicio tras una mala experiencia. Prueban diferentes marcas y modifican de forma constante sus hábitos de consumo.	**Asiduos**: manifiestan una mayor fidelidad a la marca, que se refleja en hábitos de compra más rutinarios.
Online: son nativos digitales, multipantalla y omnicanal. Prefieren internet a la televisión convencional.	**Offline**: las NT no están tan integradas en su día a día. Se informan a través de la publicidad en televisión convencional, el periódico, etc
Universales: adquieren productos y servicios de cualquier parte del mundo, ya sea por internet o a través de App	**Locales**: se sienten más cómodos comprando bajo la modalidad presencial y tienden a desconfiar del consumo online.
Sociales: comparten su opinión en Redes Sociales y son altamente sensibles a las experiencias de otros usuarios.	Cara a cara: emiten sus opiniones, fundamentalmente, a través del boca a boca, primando las experiencias cara a cara.
Nuevos valores: se inclinan por compartir en lugar de *poseer*, exigiendo nuevos valores como la transparencia, el diálogo o el compromiso social.	**Valores tradicionales**: se fijan en *lo que siempre ha* funcionado, poniendo el foco en el precio del producto, la atención al cliente o la cercanía del establecimiento con respecto a su vivienda.

Fuente: Encuesta El ciudadano y la RSE. Fundación Adecco.

Es significativo cómo el consumo responsable ha aumentado 1 punto porcentual con respecto al año pasado, cuando un 49% de los encuestados descartaba a las marcas menos responsables, dejando de adquirirla.

LOS JÓVENES,
los más críticos

POR FRANJAS DE EDAD, es destacable el hecho de que las generaciones más jóvenes son las más exigentes con el comportamiento de las marcas, mientras que entre los mayores de 40 años esta exigencia se vuelve más laxa.

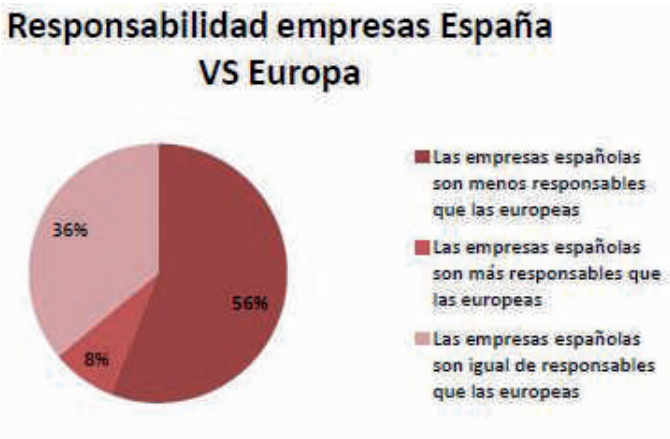
Así, un 70% de los consumidores entre 18 y 35 años sancionan a las marcas menos responsables, mientras que la cifra desciende al 52% a partir de la citada edad.

Continúa leyendo ▸▸

NUESTRAS EMPRESAS,
en buena estima

MÁS DE LA MITAD de los encuestados con empleo (56%) opina que la empresa en la que trabaja es socialmente responsable, aunque un 44% destaca lo contrario. En este sentido, las prácticas responsables más conocidas por los encuestados, relativas a las empresas donde trabajan, son, por este orden, la conciliación, la contratación de personas con discapacidad y el voluntariado corporativo.

Continúa leyendo ▸▸



Fuente: Encuesta Fundación Adecco.

73 COMPAÑÍAS SON

certificadas como Top Employers en España

por las condiciones excelentes que ofrecen a sus empleados

APGB

- Aumenta un 16% el número de compañías certificadas.
- El 95% de estas compañías son entidades multinacionales que operan en una media de 78 países.
- El talento está de nuevo en movimiento: la rotación voluntaria aumenta un 2%.
- La flexibilidad, la movilidad y la diversidad se consolidan como prioridades de la gestión del talento.
- 1.072 compañías con 6 millones de empleados han sido certificadas como Top Employers en 102 países.

"Nuestro cuestionario es una herramienta muy exigente solo válida para las empresas con los estándares de Recursos Humanos más exigentes. Únicamente las empresas que ofrecen condiciones excelentes de desarrollo a sus empleados pueden cumplir con estos parámetros", explica Salvador Ibáñez, Country Manager de Top Employers Institute en España.

HA AUMENTADO UN 16% el número de empresas certificadas respecto al año pasado. El 95% de estas organizaciones son multinacionales que operan en una media de 78 países y tienen una media de 70.000 empleados. Para conseguir la certificación como Top Employers, estas compañías han superado una encuesta en la que se evalúan y auditan 585 buenas prácticas de Recursos Humanos en áreas como estrategia de talento, planificación de la plantilla, on-boarding, aprendizaje y desarrollo, gestión del desempeño, desarrollo del liderazgo, gestión de carrera y sucesión, compensación y beneficios, y cultura de empresa.

El talento, de nuevo
EN MOVIMIENTO

EL EXHAUSTIVO ANÁLISIS realizado por Top Employers Institute en las 73 empresas certificadas en España evidencia que el talento está de nuevo en movimiento: la rotación voluntaria ha aumentado del 2% en 2015 al 4% en 2016.
Para atraer y comprometer al talento en este nuevo escenario, las empresas Top Employers han intensificado el uso de innovadores métodos de desarrollo profesional como:

- El aprendizaje electrónico
- El coaching
- El mentoring
- Los buddies
- Las experiencias de aprendizaje colaborativo
- Las simulaciones y juegos de formación
- El uso de los medios sociales como las wikis o las redes sociales.

"En nuestro análisis -explica Salvador Ibáñez-, hemos detectado también que la flexibilidad, la movilidad y la diversidad se consolidan como tres de las principales prioridades de la estrategia del talento. De hecho, las empresas apuestan por la movilidad a nivel internacional integrada en una gestión del talento cada vez más coherente en todas las regiones en las que operan".

1.072 compañías, 102 países, 6 millones de empleados

1.072 compañías con 6 millones de empleados de todo el mundo han sido certificadas como Top Employers 2016 en 102 países.

Lista completa de las 73 empresas Top Employers España 2016

CLIC AQUÍ

26 empresas TOP EMPLOYERS EUROPE en España

26 de las empresas Top Employers España son además Top Employers Europe, una certificación que consiguen las organizaciones que han sido certificadas al menos en 5 países del continente. Ha aumentado en un 18% el número de empresas Top Employers España certificadas en Europa respecto a 2015.

LISTA COMPLETA DE LAS 26 EMPRESAS TOP EMPLOYERS EUROPE EN ESPAÑA:

Abbott Laboratories, Accenture, Avanade, British American Tobacco, BSH Electrodomésticos, Chiesi, Danone, DHL Express, Goodyear Dunlop, Heineken, ING, Japan Tobacco International– JTI, Makro, Mantequerías Arias, McDonald's, MSD, Olympus, Orange, PageGroup, PepsiCo, Philip Morris, Roche Farma, SABIC, Saint-Gobain, Technip, Valeo.

Directivos líderes del cambio.
Empleados más motivados y con menos estrés.
Organizaciones más eficientes y competitivas.

Mindfulness # Coaching # Liderazgo # Motivación

Pº Castellana, 135. Madrid
Tel: +34 91 297 54 65
e-mail: execoach@execoach.es
www.execoach.es

execoach
DESARROLLO DEL TALENTO

CÓMO EVITAR los errores a la hora de EMPRENDER

Ocho de cada diez ideas que lanzan al mercado las grandes empresas fracasan y la razón estriba en que no daban respuesta a una necesidad real de los clientes, aseguran los expertos.

APGB

La clave de pasar de una "buena idea" a un " negocio sostenible" es confrontarla lo antes posible con el mercado, sin necesidad de invertir mucho tiempo y dinero.

ESPAÑA VIVE UN MOMENTO DULCE en lo que se refiere a emprendimiento de base tecnológica, con numerosas iniciativas, algunas de ellas muy potentes, que están atrayendo la atención de inversores y atacando mercados de escala. Sin embargo, y lejos de lo que a simple vista pueda parecer, emprender no es tarea fácil y lo más normal es que la mayoría de las ideas de negocio terminen en fracaso.

Con el fin de explorar los secretos que hacen posible que una idea brillante se transforme en un negocio sostenible, el Fórum de Jóvenes de ADEFAM, la Asociación para el Desarrollo de la Empresa Familiar de Madrid, se reunió con un grupo de emprendedores españoles de éxito en el Campus Madrid de Google.

Enrique de Mateo, cofundador de IGENERIS, una empresa especializada en ayudar a las empresas a descubrir nuevas oportunidades de negocio, "ocho de cada diez ideas que lanzan al mercado las grandes empresas fracasan, pero lo mismo ocurre con la mayoría de startups, a pesar de que muchas de ellas hayan sido capaces de levantar fondos del mercado", y la razón de su fracaso estriba en que "las ideas de negocio que concibieron no daban respuesta a una necesidad real de los clientes". Por tanto, para cualquier empresa, incluidas las startups, el reto es conseguir pasar de "tener una buena idea" a "desarrollar un negocio sostenible".

Para lograrlo, De Mateo recomendó a las empresas "salir con las nuevas ideas lo antes posible al mercado y testar su aceptación por adelantado", antes de invertir mucho tiempo y dinero en un empeño que, con mucha probabilidad, resultará baldío. Además, para minimizar el riesgo y multiplicar las posibilidades de éxito, recomendó "lanzar muchas ideas de negocio a la vez, porque la mayor parte de ellas fracasará". Para este emprendedor de éxito, que ayuda a importantes marcas en el mundo a desarrollar ideas disruptivas de negocio, lo importante es "identificar las hipótesis sobre las que se sustenta el nuevo modelo de negocio concebido", y para ello emplea PMV (Productos Mínimos Viables) que permiten verificar, a partir de una reducida inversión de dinero y tiempo, si el mercado está interesado en las nuevas ideas empresariales. "Lanzar una campaña de marketing online es algo que se puede hacer en tan solo una hora, y nos permitirá corregir o desechar una idea de negocio", explica De Mateo.

STARTUPS, estructuras vulnerables

SOBRE LAS DIFICULTADES intrínsecas al emprendimiento se refirieron prácticamente todos los ponentes. Miguel Arias, COO de CartoDB, especializada en análisis geoespacial, que trabaja para instituciones tan importantes como la Nasa, National Geografic, BBVA o la propia Google, describió la actitud emprendedora como "estar al borde del abismo". "Emprender no es sólo tener una idea brillante o ser audaz, sino que es un camino en el que te enfrentas a la incertidumbre, y la clave está en ir modulando las respuestas que vas dando esa situación tan vulnerable". Para este emprendedor, "la línea entre acertar y fallar es muy fina, y al final todo se reduce a mantener una actitud que definió como "una perseverancia inteligente". Arias explicó que los nuevos negocios, para abrirse camino en el mercado, tienen que ser "recurrentes, escalables e interesar a la gente".

Continúa leyendo ▸▸

¿CÓMO SERÁ el director de una empresa en unos años?:

Tecnológico, pasional y con habilidades sociales y profesionales.

APGB

La Salle-URL ha analizado en un decálogo cómo es el ADE para una nueva generación que será el futuro directivo de muchas empresas actuales y de nueva creación

El futuro cambia y en muchos casos se considera que ya está aquí. La tecnología avanza y toda la sociedad y las empresas se tienen que adaptar a entornos variables y en constante movimiento. Últimamente se habla mucho del fin de la titulitis y cómo las empresas tecnológicas ya no valoran los estudios sino lo que se sabe hacer.

Desde el Grado en Dirección de Empresas Tecnológicas de La Salle-URL, puesto en marcha en 2002, se ha analizado cuales son estas características que tiene que aportar un joven licenciado y futuro directivo de empresas actuales o de nueva generación. El equipo estaba liderado por Christopher Kennett, director del grado y con 20 años de experiencia en investigación, docencia y gestión de programas en el campo de Business and Management Studies a nivel internacional.

DECÁLOGO del ADE para una nueva generación

1 TECNOLOGÍA

Todas las organizaciones existen en un entorno digital y en mayor o menor medida se han vuelto dependientes de la tecnología. Los estudiantes necesitan entender cómo aplicar tecnologías para crear estrategias con impacto, cómo aprender y aplicar nuevas herramientas, y cómo hacer frente al cambio constante. Las habilidades técnicas son a menudo subestimadas en la universidad (gestionar una base de datos, analizar los datos, construir y gestionar una web o app, gestionar el contenido multimedia o redes sociales, etc) cuando son habilidades que las empresas necesitan ahora y en el futuro.

2 UNA VISIÓN VERDADERAMENTE INTERNACIONAL

ESTUDIAR EN INGLÉS es importante, pero tener una visión internacional va mucho más allá. Para trabajar en entornos multiculturales los estudiantes necesitan una base del día a día, adquirir experiencia internacional viajando a nuevos países, descubrir nuevas culturas y entender cómo los negocios suceden en un contexto global.

3 HABILIDADES PRÁCTICAS DE NEGOCIOS

EL CONOCIMIENTO ES VITAL y los estándares académicos son la piedra angular de las universidades. Pero los graduados tienen que ser capaces de hacer realidad las cosas y hacer que sucedan cosas en el mundo real. Los estudiantes deben trabajar en estrecha colaboración con empresas de diferente tipo para entender lo que se espera de ellos en su primer día de trabajo. Los profesores tienen que guiarlos a través de este proceso, dándoles el feedback en este camino para asegurar que los estudiantes agregan valor. Ellos están ahí para aprender, pero la mejor manera de aprender es crear la diferencia.

4 EL DESARROLLO DE HABILIDADES INTERPERSONALES ES ESENCIAL

LOS ESTUDIANTES NECESITAN entender que las cosas más complejas que tendrán que gestionar son las personas. Las personas son el activo fundamental para cualquier organización y por eso, una comunicación efectiva, la inteligencia emocional y la empatía son esenciales para trabajar exitosamente en equipos y liderarlos.

5 SÉ UNA PERSONA, NO UN NÚMERO

PARA AYUDAR A LOS ESTUDIANTES a desarrollarse como personas, los profesores universitarios necesitan conocer a sus estudiantes. Los estudiantes necesitan feedback y asesoramiento, apoyo y comprensión, no burocracia y anonimato.

6 LA CREATIVIDAD NO ESTÁ MUERTA

DEMASIADOS ESTUDIANTES llegan a la universidad después de haber tenido la creatividad fuera de ellos. La universidad es un tiempo para volver a descubrir la creatividad de pensamiento libre que todos llevamos dentro. Es un espacio para la experimentación, para identificar y evaluar nuevas oportunidades, para intentar y fallar, para forzar nuestros límites y volver a descubrirse a uno mismo. Las empresas necesitan personas que piensen diferente para que puedan innovar, y los programas de negocios deben ayudar a los estudiantes a desbloquear esta creatividad oculta.

7 MENTALIDAD EMPRESARIAL

LOS ESTUDIANTES NECESITAN aprender a pensar como un empresario, y los programas de negocios deben proporcionar los ecosistemas en los que los estudiantes puedan desarrollar y poner a prueba sus ideas, y si es posible, crear realmente startups. Pensar como un empresario significa ver oportunidades donde otros ven problemas, desentrañar situaciones complejas para encontrar soluciones prácticas, desarrollar una red sólida de colaboradores, experimentar y persistir, desde un enfoque constructivo del fracaso. Una profunda comprensión de la importancia de la tecnología y la innovación es fundamental en estos procesos. Incluso las empresas establecidas necesitan "intraemprendedores" para impulsar sus empresas hacia delante.

8 ENCUENTRA TU PASIÓN

UNO DE LOS PRIMEROS mensajes a dar a los estudiantes es que al menos que haya identificado ya su pasión, su principal trabajo durante sus estudios es encontrarla y hacer aquello que les inspira. Los estudiantes Millenial están buscando significado, para crear la diferencia, para aprender y crecer. Encontrar por lo que realmente estás apasionado significa que el trabajo deja de ser una obligación y empieza a ser una razón de ser. Una vez más, los profesores no pueden ayudar a sus estudiantes a encontrar su pasión, si no saben quiénes son como persona.

9 MARCA LA DIFERENCIA

LOS PROGRAMAS DE NEGOCIO están educando a los líderes del futuro, por lo tanto deben tener un fuerte compromiso ético para hacer que nuestra sociedad sea un lugar mejor para vivir. La enseñanza de la ética es una pequeña parte. Tenemos que colaborar, respetarnos mutuamente y a nuestro medio ambiente, empatizar y ayudar a los demás, para competir pero de una manera constructiva. Por encima de todo lo que se necesita es humildad, un valor que muchos programas de negocios parecen haber perdido en la lucha por el estatus de élite.

10 AMPLÍA TU VISIÓN Y HAZ QUE TU HORIZONTE CREZCA

LOS ESTUDIANTES DE NEGOCIOS tienen que ser capaces de unir las piezas del complejo mundo de la gestión de las organizaciones, los mercados, y los cambios en las políticas económicas, culturales y sociales para que puedan ver el panorama y la imagen general de la que forman parte. Sólo entonces pueden tratar de influir en ese panorama y hacer una contribución significativa.

Nace la Cátedra Irene Vázquez
EMPRESA CENTRADA EN LA PERSONA, DE LA UNIVERSIDAD FRANCISCO DE VITORIA

La Universidad Francisco de Vitoria, a través del Instituto de Desarrollo Directivo Integral, ha presentado la nueva Cátedra Irene Vázquez – Empresa Centrada en la Persona. Al acto de la firma del convenio para su desarrollo han acudido D. Daniel Sada, rector de la UFV, D. José Antonio Verdejo, secretario general de la UFV, D. José María Michavila, socio fundador de MA Abogados y patrocinador de la Cátedra.

CH

ESTA CÁTEDRA TENDRÁ como fin la investigación en el desarrollo de metodologías y proyectos de formación que permitan implementar programas de transformación de las personas, equipos y organizaciones. Además, tendrá como uno de sus objetivos divulgar estos conocimientos en el mundo empresarial, de forma que la Universidad pueda contribuir a humanizar la empresa y la sociedad, desde una perspectiva humanista y centrada en la persona.

IDDI, DIEZ AÑOS DE EXPERIENCIA EN INVESTIGACIÓN Y FORMACIÓN

En más de una década de trabajo con empresas, el Instituto de Desarrollo de Directivo Integral de la UFV ha ofrecido con éxito diversos programas de desarrollo directivo y liderazgo y un modelo propio de coaching, el Coaching Dialógico. Esta metodología ofrece a las empresas un cambio que, poniendo el foco en las relaciones, haga que el encuentro y su lógica del bien común sean una realidad.

EN RECUERDO DE IRENE VÁZQUEZ ROMERO

Irene Vázquez, profesora y doctoranda en la Universidad Francisco de Vitoria, falleció el pasado 22 de noviembre de 2013. Estaba preparando su tesis doctoral en torno a C.S. Lewis. "Buscando el núcleo de su tesis doctoral, Irene quiso vincular los conceptos de «inteligencia de la realidad» e «inteligencia de la fe» conforme a la experiencia biográfica, académica y espiritual de C. S. Lewis", explica Álvaro Abellán, Profesor adjunto y vicedecano de Innovación Docente en la Facultad de Comunicación.

WAYRA ABRE una nueva convocatoria para acelerar startups que apuesten por el entorno digital

Los aspirantes a entrar en Wayra, la aceleradora corporativa de Telefónica Open Future_, podrán optar a desarrollar su idea en las academias de Caracas (Venezuela), Lima (Perú), España (Madrid y Barcelona), Santiago de Chile (Chile) y Munich (Alemania).

HASTA EL 8 DE MAYO estará abierta la convocatoria enfocada a emprendedores que tengan un proyecto con base tecnológica, haciendo especial hincapié en aquellas soluciones que estén basadas en el Internet de las Cosas (IoT), la tecnología Cloud, la infraestructura de red y el Big Data.
Para acceder a la convocatoria, sólo hay que ir a:
www.wayra.openfuture.org

ABIERTO EL PLAZO PARA EL CONCURSO DE STARTUPS CODE_N16

Descubriendo la disrupción digital

- Los participantes tienen hasta el 31 de mayo de 2016 para poder presentarse a cualquiera de las cuatro áreas del concurso: Applied FinTechs, Movilidad conectada, HealthTech y Fotónica 4.0.
- 50 finalistas presentarán sus modelos de negocio en CODE_n new.New Festival, donde podrán establecer contactos de negocio y ganar un premio de 30.000 €.
- Los patrocinadores de las diferentes áreas del concurso serán empresas líderes.
- Hewlett Packard Enterprise se convierte en un nuevo socio del festival.

Mas Info: **www.code-n.org/contest**

FUNDACIÓN CAJA DE INGENIEROS PREMIA LAS IDEAS MÁS INNOVADORAS

EN LA IV EDICIÓN DE SUS PREMIOS EMPRENDEDURÍA

- **La entidad distingue el talento y la excelencia de nuevos proyectos profesionales relacionados con el ámbito de la Ciencia, la Tecnología y la Innovación.**
- **La Fundación otorgará 5.000€ a cada uno de los tres proyectos ganadores.**

LOS INTERESADOS PUEDEN CONSULTAR las bases del concurso, descargar el formulario de inscripción y presentar ya sus propuestas en la página web oficial de la Fundación Caja de Ingenieros hasta el próximo 30 de octubre del 2016.

Chema San Segundo

Abogado, escritor y sobre todo TRANX>misor, creador de conceptos, think maker, chatarrero del conocimiento y enamorado de la capacidad de creación humana. Inspira a todo el que pasa por delante y se deja cariñosamente.

Entre otros, NESTLÉ, IBM, DEUTSCHE BANK, ESADE, OGILVY & BASSAT, COLOMER GROUP, BACARDI, UAB, EL PAÍS-SANTILLANA, IUP, UEX, TMB, MEMORA, VODAFONE, MRW, ALCAMPO, MUTUA GENERAL, INDRA, PHILIP MORRIS, CSIC...

CEREBROS TAG

Os dije que ya no leemos como antes. Hace tiempo que se ha acabado aquello de la "m" con la "a"…"ma" y también se ha acabado leer como nos habían enseñado: de forma secuencial desde la izquierda hacia la derecha siguiendo un orden implacable.

Leemos a golpe de flash, de impactos. Se acabó la secuencialidad. Estamos ante la alteración de la estructura gramatical. Todo el mundo se está licuando y, por lo tanto, las palabras tenían que sufrir el mismo proceso. Las frases se han licuado, alterado, desmembrado… Nuestros ojos ven la realidad de otro modo. Ven las palabras de otro modo. Ven las frases de otro modo. En realidad, ven trozos de información, impactos, golpes, inputs, TAGS…

De la mano de Big Data, de la mano de Internet, de la mano de los blogs… aparecen estas nubes de palabras que ofrecen al visitante-espectador un resumen de lo que se va a encontrar en esa página o en ese artículo. No es una frase… es una nube. Una nube de palabras que recogen lo más significativo del sitio.

Y nuestro cerebro tan plástico siempre, tan adaptable siempre se ha acostumbrado a ver la información organizada en nubes y en tags.

En realidad, el nuevo orden se basa en la intensidad de presencia de cada palabra o concepto en el site o en el artículo. De este modo tienes una primera impresión de lo que te vas a encontrar y decidir si te interesa o no o bien ir directamente al link de los conceptos que necesites. Este nuevo orden se basa en la "densidad" de un determinado concepto, en las veces que se repite el mismo en ese site.

De algún modo, la realidad se ha condensado en una especie de "Aleph" y todo desfila delante de nosotros en escaparates nodulares de conceptos. Y nuestro cerebro comienza, por lo tanto, a acostumbrarse y a funcionar de otro modo.

Llegados a este punto podemos hacer dos cosas. Seguir como si no pasase nada o aprovechar esa novedad para ir a favor de la corriente y utilizar ese nuevo orden gramatical y conceptual como una verdadera técnica de innovación.

Ordenar las cosas de otro modo ya es, en sí misma, una poderosa técnica de innovación. Normalmente preferimos que las cosas que nos rodean se mantengan situadas de una determinada manera estable. Nos genera seguridad. Nos da tranquilidad. De este modo, dejamos que todo siga y siga. Cosas, conceptos e ideas se quedan estancados salvo que hagamos algo; salvo que nos atrevamos a colocarlos de otro modo aunque sea simplemente para ver qué sucede.

Las nubes de tags hacen un gran trabajo para nosotros. Sin que tengamos que hacer nada de nada ofrecen un desfile diferente delante de nuestros ojos.

De una forma totalmente automática y simple nos abren los ojos a un mundo nuevo. Es como si, de repente, nuestro comedor se amontonase en un rincón y las mesas, sillas y cuadros se organizasen de un modo diferente…sin tener que sudar colocándolas de otro modo. Supone ver nuestro comedor de otro modo… Y sin mover un dedo.

Al resultar tan sencillo no nos damos ni cuenta. Como todo el proceso es automático y se realiza sin nuestra intervención nos parece totalmente natural que aparezcan están nubes de tags en cada página o en cada blog que visitamos. Están ahí. Forman parte del paisaje de la web.

Así que, sin hacer nada, tenemos la ocasión y la oportunidad de contemplar las cosas de otro modo. Podemos dar un paso más y poner algo de nuestra parte. Podemos tomar parte activa en esta nueva revolución de TAGS. Podemos comenzar a usar los tags para activar nuestra mente creativa e innovadora. ¿Cómo?

Continúa leyendo ▸▸

LÍNEAS DE FINANCIACIÓN Enisa 2016 ya disponibles

EL CONSEJO DE MINISTROS DE FECHA 29 DE ABRIL DE 2016 HA APROBADO UN ACUERDO PARA LA FIRMA DE TRES CONVENIOS ENTRE EL MINISTERIO DE INDUSTRIA, ENERGÍA Y TURISMO Y ENISA.

El Ministerio de Industria, Energía y Turismo destina más de 98 M € para financiar a pymes y Emprendedores.

APGB

Se destinan a este fin 98,319 millones de euros. La financiación de Enisa se estima que alcanzará a más de 900 proyectos empresariales, induciendo una inversión de 700 millones de euros.

Las líneas de financiación de Enisa, a través de préstamos participativos, están destinadas a proporcionar financiación a largo plazo a emprendedores y empresas que contribuyan a la generación de empleo en sectores de alto potencial y futuro en los próximos años.

El Consejo de Ministros ha aprobado un acuerdo para la firma de tres convenios entre el Ministerio de Industria, Energía y Turismo y Enisa, empresa dependiente de este Ministerio, para la financiación de proyectos empresariales promovidos por pymes y emprendedores, con objeto de impulsar la creación, crecimiento y consolidación de las empresas y contribuir a la generación de empleo.

"SE DESTINAN A ESTE FIN 98,319 MILLONES DE EUROS. LA FINANCIACIÓN DE ENISA SE ESTIMA QUE ALCANZARÁ A MÁS DE 900 PROYECTOS EMPRESARIALES, INDUCIENDO UNA INVERSIÓN DE 700 MILLONES DE EUROS"

PRÉSTAMOS participativos

LOS PRÉSTAMOS PARTICIPATIVOS se distribuirán entre las diferentes líneas de financiación destinadas a Jóvenes Emprendedores, Emprendedores y Pymes, sin exigir más garantías que las del propio proyecto empresarial, con importes desde 25.000 € a 1.500.000 €.

El número de operaciones desembolsadas en 2015 a través de estas líneas ha sido 700, con una inversión de 90.325.000 €.

La cartera histórica de Enisa asciende a más de 4.400 préstamos desembolsados por un importe de más de 740 millones de euros.

Rosa Cañamero
SOCIA EXECOACH.
www.execoach.es

EL CIERRE DE VENTA EXITOSO

EL CIERRE DE UNA VENTA es como el momento de tirar a puerta en un partido de fútbol, de nada sirve que durante el partido hayas hecho muy buenas jugadas, si llegado el momento de marcar un gol no te decides a tirar a puerta, bien sea porque no identificas el momento, o porque no sabes cómo o quizás porque no tienes suficientes agallas, al menos, para intentarlo.

El momento clave de una venta es el cierre, sin embargo, no todos, cuando ejercemos nuestro rol de comercial, estamos preparados para realizarlo de la manera más exitosa.

Una de las razones por la que esto ocurre, es porque no estamos pendientes de las señales de cierre que nos está mandando el cliente. Hay momentos en los que ya no necesita que le den más argumentos, lo que necesita es que le guíen para tomar la decisión final, sin embargo en más del 70 % de las ocasiones no nos damos cuenta y seguimos argumentando, corriendo el peligro de cansar al cliente y de que éste decida irse sin realizar la compra.

En otras ocasiones, sí detectamos estas señales de cierre, pero el nerviosismo y el miedo al fracaso se convierten en una barrera infranqueable que nos impide atrevernos a realizar ese cierre exitoso.

Leer las señales de compra del cliente es fundamental, por eso, hay que estar muy pendiente tanto de su lenguaje verbal, como de su lenguaje no verbal, con ambos, en algún momento, nos puede estar diciendo que ya está listo para comprar. Por ejemplo, cuando empieza a leer la propuesta que le hemos hecho y vemos como asiente con la cabeza, o cuando se dirige a nosotros y empieza a indagar más sobre las garantías, las fechas de impartición o las condiciones de pago.

"LEER LAS SEÑALES **DE COMPRA** DEL CLIENTE ES FUNDAMENTAL, POR ESO, HAY QUE ESTAR MUY **PENDIENTE** TANTO DE SU LENGUAJE VERBAL, COMO DE SU LENGUAJE NO VERBAL"

Para vencer el nerviosismo y perderle el miedo al cierre de la venta es necesario que sintamos, de verdad, que tenemos en nuestras manos un producto o servicio, con el que le estamos aportando a nuestro cliente desde la más auténtica honestidad y sinceridad, la solución para cubrir la necesidad que tiene. Yo me suelo preguntar, si este cliente fuera mi padre o mi hijo ¿le vendería este servicio? Y si la respuesta es Sí, siento como mi poder negociador se eleva exponencialmente.

Otro aspecto que nos puede dar mucha seguridad a la hora de cerrar una venta es conocer alguna técnica en las que poder apoyarnos, para encontrar esa adecuada pregunta que haga que no se nos escape un solo cliente sin comprar.

Una de las técnicas que mejor funciona es la técnica: "El cierre anticipando la posesión".

Esta técnica va directamente al inconsciente el cliente. Los estudios de neurociencia nos dicen que nuestro cerebro no distingue lo que ha vivido de manera real de lo que ha imaginado vividamente. Y es en esto en lo que se apoya esta técnica para invitar al cliente a que "imagine" los beneficios que va a tener cuando disfrute de este producto o servicio en su vida. Para ayudarle a conectar con esa posesión del producto, tenemos que utilizar palabras que le ayuden a percibir los beneficios de este producto a través de todos sus sentidos: "Cómo se verá esto en la empresa", "como se va a sentir" o "qué le dirán sus colaboradores, sus clientes".

Está demostrado que cuando una persona puede visualizar los beneficios de algo, esto incrementa sus ganas de poseerlo.

Te propongo que en tu siguiente venta, estés muy pendiente de las señales de cierre que te manda tu cliente y cuando identifiques que es el momento adecuado, cojas aire, y sin miedo, con mucha decisión y apoyándote en la técnica de cierre más adecuada, procedas conscientemente al cierre de esa venta. ¡Te garantizo que el gol lo tienes asegurado!

AUARA, el agua con sentido

Tres jóvenes emprendedores españoles, un arquitecto y dos ingenieros, con amplia experiencia en ONG's crearon Auara en 2015, una nueva empresa social con ánimo de lucro y comprometida con proyectos sociales.

Auara es el nombre que los etíopes dan a las tormentas de arena en el desierto. El desierto de Afar, en Etiopía, es el lugar más cálido y seco del planeta, es una zona en la que se producen "Auaras" con frecuencia. Por otro lado Auara, recuerda el sonido de la palabra "agua".

La actividad de Auara se centra en la comercialización de agua mineral embotellada. Les distingue el destino que se da a cada euro de los beneficios generados en la empresa ya que se destina al 100% a financiar y colaborar directamente en proyectos sociales localizados en zonas geográficas muy desfavorecidas y con extrema pobreza.

Les guían los valores esenciales de responsabilidad, no sólo social, sino también medioambiental. Esta es la primera marca de agua social con eco-conciencia en España, que nació para ayudar a paliar la escasez de agua que tienen las personas que viven en la pobreza extrema, y a la vez, tratar de reducir el impacto ambiental de las botellas de agua que consumimos…

Auara es un agua mineral de alta calidad con mineralización débil, baja en sodio y alcalina, proveniente del manantial Los Barrancos, en León. Su extracción de los acuíferos y manantiales se controla de forma estricta, comprobando la reposición natural del agua para evitar el agotamiento de los recursos naturales.

CONCIENCIA MEDIOAMBIENTAL

LAS BOTELLAS DE AUARA están producidas España usando un 100% de PET reciclado (rPET), siendo la primera marca en España que lo convierte en su materia prima. La idea era dar una segunda vida a materiales ya utilizados por lo que éstos no debían provenir de la extracción de nuevos recursos fósiles.

El diseño de la botella, además, ha tenido en consideración la búsqueda de la eficiencia del almacenamiento para optimizar el transporte consiguiendo que se amplíe la capacidad de botellas por palet hasta un 20% más que en un formato tradicional.

AUARA

PROYECTOS sociales

- No hace donaciones a ongs
- Se comprometen con proyectos concretos
- Co-finan, Co-gestionan y se implican

SEGUIMIENTO de los proyectos

AURA SELECCIONA SOCIOS locales presentes en los lugares donde se ponen en marcha los proyectos realizando un seguimiento de cada uno de ellos. La transparencia es uno de sus valores, por esto facilitarán que los consumidores puedan conocer a qué proyectos se destinan los fondos provenientes de los beneficios de Auara.

A través de la web, los consumidores podrán conocer los proyectos con los que colaboran a través de AUARA, quiénes son sus socios locales, dónde se desarrollan estos proyectos, quienes viven allí y por qué los necesitan.

AUARA se distribuirá de inicio a través de Calidad Pascual, proveedor logístico para la marca que le permitirá su distribución por toda la península. Se distribuirá en España y no se exportará para evitar un mayor impacto medioambiental derivado del transporte.

Libros

La empresa más feliz del mundo

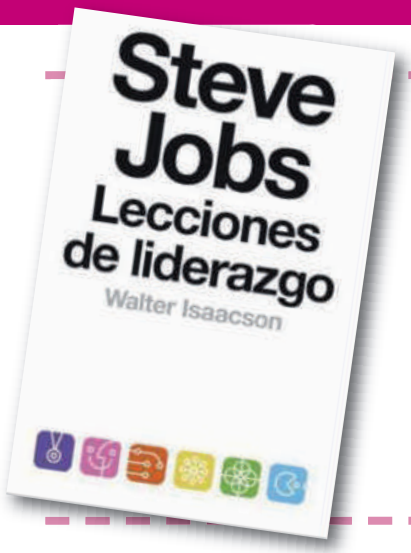
La historia de un biólogo que repentinamente hereda de su padre dos librerías en la ciudad de Barcelona. El protagonista, después de estudiar el funcionamiento de ambas, decide efectuar unos cambios en la forma de gestionar al personal e instaurando unos sencillos cambios para fomentar la motivación y la implicación de los empleados en el futuro de la empresa.

Autor: David Tomás - Precio: 11 €

Los líderes comen al final

Gran Best Seller en Estados Unidos. Autor consagrado con alto perfil mediático (uno de los videos TED más vistos) ¿Por qué tan pocas personas dicen "amo mi trabajo"? Imagine un mundo donde todas las personas se levantasen inspiradas y con ganas de ir a trabajar, se sintiesen valoradas durante el día y regresasen a sus hogares satisfechos.

Autor: Simon Sinek - Precio: 18 €



Steve Jobs. Lecciones de liderazgo

El nombre de Steve Jobs es sinónimo de innovación, liderazgo y éxito. Su personalidad arrolladora, su intuición para los negocios y su carisma hicieron de él un gurú de la tecnología, que logró convertir a su empresa, Apple, en la compañía de innovación tecnológica más importante del mundo. Lideró desde la dirección de Apple la revolución de la industria musical y de telefonía. Consiguió una simbiosis poco habitual al crear productos de culto que se han convertido en productos de masas.

Autor: Walter Isaacson - Precio: 7,90 €

Eres un Gran Comunicador (pero aún no lo sabes): El arte de hacer llegar las ideas a su destino

Estrategias para elaborar y pronunciar intervenciones orales, discursos, presentaciones y exposiciones de manera eficaz y persuasiva.

Autor: Pau García-Milá - Precio: 11,90 €

SemRush

Es mucho más que un software para keywords: es un blog con un interesantísimo (y variado) contenido sobre marketing y social media. Podemos encontramos con material de diversos autores, por lo que podríamos decir que los mejores se pasan por SemRush para hablar sobre aquello que mejor dominan.

TheNewNow

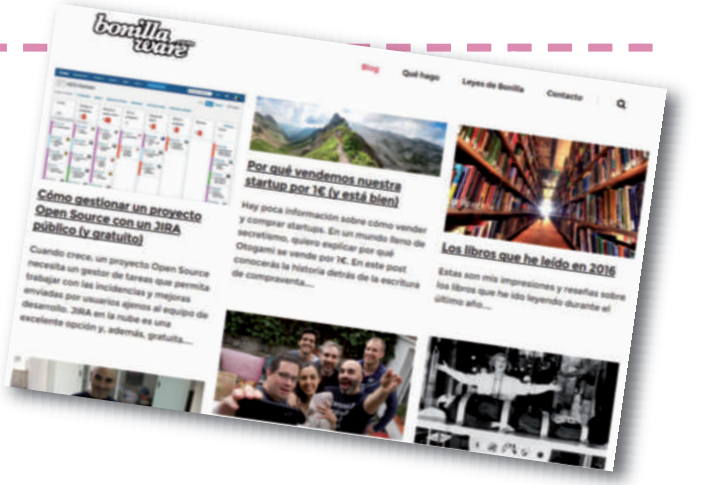
El nuevo blog que ha puesto en marcha Vodafone España centrado en temas de Innovación. El objetivo del blog es convertirse en un canal de referencia a la hora de conocer nuevas tendencias tecnológicas, proyectos singulares que van cobrando protagonismo en la industria o ideas que se encuentran en una fase muy inicial pero que están llamadas a revolucionar la sociedad.

Javier Echaleku

Javier Echaleku es CEO y fundador de Logocomunica, agencia especializada de comercio electrónico y socio fundador de varias tiendas online (Calzadoo, Lois Online, Yoloflipo). Su blog es "Javier Echaleku": Twitter: @echaleku.

David Bonilla

David Bonilla es consultor autónomo e independiente de marketing estratégico aplicado a Tecnologías de la Información. Su blog es "Bonillaware": Twitter: @david_bonilla



apps

Apptónomo

se trata de una guía para el proceso de darse de alta como trabajador autónomo. Desde los pasos necesarios, así como los papeles a presentar, hasta las posibilidaddes de bonificaciones y ayudas a las que acogerse.

DevoluIVA

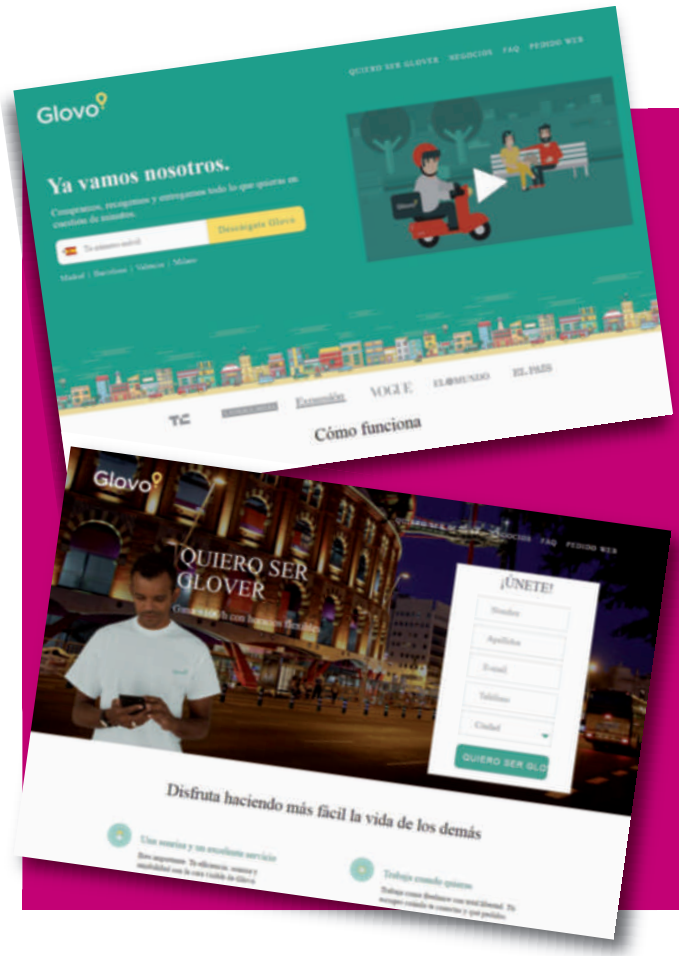
gestiona los gastos y las facturas para poder desgravar el IVA. Localiza a través del GPS el lugar del gasto para saber toda la información: si es un restaurante, una estación de servicio, etc.

Pocket

Herramienta de lectura ideal para almacenar el contenido que encontramos en Internet pero que no tenemos tiempo de leer. Permite guardar artículos para consultarlos en cualquier momento. Podemos etiquetar y categorizar la información y está integrado con múltiples plataformas como Twitter, Flipboard o Feedly, entre muchas otras. Disponible en IOS y ANDROID.

Everypost

Aplicación ideal para publicar de forma fácil y rápida contenido multimedia en múltiples plataformas sociales. Es la herramienta más demandada por Community Managers, profesionales del Marketing Social, Pequeñas y medianas empresas y agencias digitales. Disponible en IOS y ANDROID.

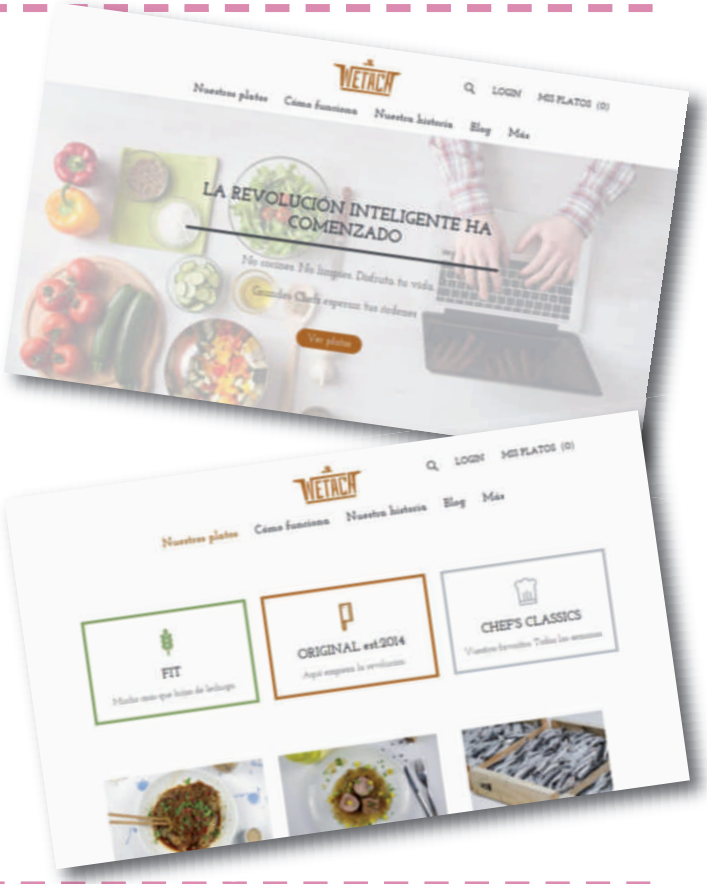


Glovo, toda la ciudad a domicilio

Tienes una cena en casa de unos amigos y no tienes un hueco para comprar una botella de vino, o simplemente tienes que hacer un regalo y no te apetece salir a la calle… pues la app Glovo es tu solución. Creada en 2015, Glovo es la primera app de mensajería y recadería "on-demand", colaborativa, local, urbana y exprés en España. Permite a sus clientes enviar u obtener cualquier producto en menos de una hora conectando a los usuarios con mensajeros independientes ("Glovers") y permitiendo adquirir productos de cualquier establecimiento de su ciudad, así como enviar paquetes urgentes. Una vez hecho el pedido, el usuario puede seguir a tiempo real el estado de su pedido mediante la señal GPS de su mensajero. DISPONIBLE PARA IOS Y ANDROID.

Wetaca, la forma más inteligente de comer

"Llegas a tu casa, has trabajado 12 horas y estás destrozado. Lo único que te apetece es llevarte algo rápido a la boca y tirarte en el sofá. Abres la nevera. Nada y acabas comiendo lo primero que pillas", esto es lo que les ocurría a los fundadores de esta startup, Andrés Casal y Efrén Álvarez, y así nació en 2014 Wetaca. Ofrece comida casera a domicilio, cocinada, entre otros, por Efrén Álvarez, cofundador de Wetaca y participante de la primera edición de Masterchef. Envasan la comida en porciones individuales, que tienen un precio medio de cinco euros. Cada jueves sorprenden en su web con 12 platos nuevos, donde puedes elegir tu menú de la semana, además, al estar envasados al vacío se conservan sin problema en la nevera y solo tendrás que sacar la ración de cada día y calentarla en el microondas. En definitiva, comida de mamá todos los días del año.



I FERIA NACIONAL DE FRANQUICIAS Y EMPRENDEDORES EN MURCIA

Fecha: 12 de mayo de 2016
Lugar: hotel NH Amistad Murcia

El próximo 12 de mayo el hotel NH Amistad Murcia concentrará más de 50 cadenas de franquicia bajo la popular feria de franquicias FranquiShop, que ha elegido Murcia para celebrar su 21° entrega a nivel nacional.

FranquiShop mantiene su efectivo formato, diseñado para agilizar el encuentro entre franquicias y emprendedores. Para ello, pone a disposición de los asistentes toda la información sobre las cadenas participantes en **www.franquishop.com**, espacio donde podrán inscribirse de forma totalmente gratuita y desde el que gestionarán su agenda personalizada de reuniones. Gracias a este servicio, el usuario puede reservar online, con antelación a la celebración de la feria, las franjas horarias en las que desea ser atendido por los conceptos de negocio de la sección "Franquicias Participantes" que más se ajusten a sus intereses.

Go App

Fecha: Hasta el 22 de junio

Concurso para premiar a las apps móviles que contribuyan a mejorar la vida en las ciudades.

Google presenta Go App, un concurso organizado en colaboración con apps4Citizens y algunos ayuntamientos y gobiernos autonómicos de nuestro país, cuyo objetivo es que las instituciones involucradas pongan a disposición de la ciudadanía las herramientas y datos en abierto suficientes para que los participantes aporten soluciones a problemáticas de diverso orden creando aplicaciones móviles.
www.goapp.apps4citizens.org

La segunda edición de "Sustainable Sunday" llega a Barcelona

El evento tendrá lugar el 22 de mayo en CosmoCaixa con entrada libre y gratuita. La jornada es la antesala a las conferencias profesionales que se celebran el 23 y 24 de mayo en el Campus Norte de IESE.

Con esta iniciativa, Sustainable Brands Barcelona quiere acercar a la ciudadanía la sostenibilidad de una forma sencilla, divertida y para toda la familia.

Los asistentes podrán disfrutar de un día diferente lleno de actividades culturales, talleres, mesas redondas, presentación de proyectos innovadores y proyecciones de cine.

Basf, Samsung, Abertis, Acciona y CocaCola apoyan esta jornada como sponsors.

¿Cómo convertir la sostenibilidad en algo "sexy" para los ciudadanos? Esta peculiar pregunta es el punto de partida de Sustainable Sunday. Esta iniciativa, que forma parte del proyecto **Sustainable Brands Barcelona** liderado por Sandra Pina y su equipo de la consultora Quiero salvar el mundo haciendo marketing, tiene como objetivo que los ciudadanos redescubran su ciudad bajo una mirada sostenible.
Durante esta jornada, los asistentes conocerán nuevas alternativas y soluciones a los actuales problemas sociales y medioambientales.

BIZBARCELONA

Fecha: 1 y 2 de junio de 2016
Lugar: Recinto Montjuic, Barcelona

Cita para emprendedores que quieran encontrar nuevas ideas y proyectos de negocio.
BIZEMPRÈN
En esta área los emprendedores como tú encontraréis soluciones, inspiración y financiación para materializar vuestras ideas y proyectos de negocio.
BIZPIMES
Foro de conocimiento y soluciones para promover la capacidad de crecer, innovar y exportar de las pequeñas y medianas empresas como la tuya, lo que redunda en la creación de empleo.
BIZECONOMIA SOCIAL
Si eres un emprendedor social que quiere innovar en modelos de negocio alejados de los tradicionales, en esta área se abordarán temas relacionados con la economía colaborativa: el hecho de compartir recursos, de poder hacer más con menos.

thin bike

schindelhauer

COMPRA
exclusiva
en
www.bikeandbici.com
Bike and Bici
SCHWALBE
KOJAK