

emprende

Nº 16 noviembre 2016

CORREOS,
soluciones en
marketing
DIRECTO

HAWKERS,
REVOLUCIÓN EN
LAS GAFAS DE SOL

EL RINCÓN
DIGITAL DE
WEB.COM

**EMPRENDEDOR
ESPAÑOL,**
primera división

EMILIO BUTRAGUEÑO,
“competimos para ganar”



DECISIVO PARA TI, CLAVE I

El Executive MBA del IESE potencia todas tus capacidades para que llegues allá donde quieras con una formación práctica y profesional que te prepara para superar los desafíos del futuro. En el programa adquirirás conocimientos teóricos y prácticos de 400 casos y desarrollarás nuevas habilidades y conocimientos que aplicarás directamente en tu trabajo. Conocerás de primera mano el Executive MBA y a vivir la experiencia IESE asistiendo a una clase magistral o a un taller.

Ven a nuestro próximo Open Day en Madrid o Barcelona y vive la experiencia IESE. [\(i\)](#)

PROGRAMA DE EXECUTIVE MBA
BARCELONA - MADRID - SÃO PAULO

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



PARA TU EMPRESA

de te propongas: es una transformación personal
adquirirás conocimientos sólidos, trabajarás más
efectivamente en tu empresa. Te invitamos a que conozcas
el IESE magistral.



**Executive
MBA**

www.iese.edu/emba

Escuela Universitaria Real Madrid Universidad Europea, **LAS MEJORES PRÁCTICAS DE GESTIÓN AL SERVICIO DEL DEPORTE**

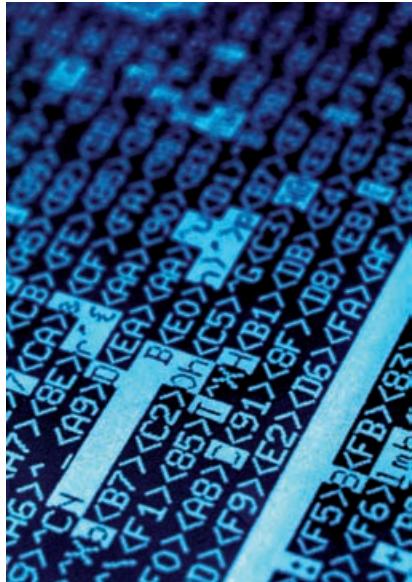


El compartir una tarde con un deportista de élite siempre es una experiencia singular, pero conocer a toda una leyenda como Emilio Butragueño hablar de la transformación del Real Madrid desde el año 1983 en que llegó al equipo hasta la actualidad, es verdaderamente un placer que pretendemos trasladar a nuestros lectores en este número de Emplea y Emprende.

Florentino Pérez ha protagonizado, con el apoyo de un extraordinario equipo, un proceso de cambio de tal magnitud que solo parándose a analizar las magnitudes y el tiempo transcurrido se puede explicar. ¿Saben que en la actualidad el área de marketing aporta una tercera parte de los ingresos del club que por cierto alcanza los 620 millones de euros? Ciento que lo deportivo condiciona al nivel de competición del Real Madrid, pero debemos reconocer que los cambios implantados en la organización y gestión del club son espectaculares. Conocer que 65 profesionales del Real Madrid forman parte del claustro de profesores de la Escuela o que más de 130 alumnos cursaron prácticas en el club es para frotarse los ojos.

El Real Madrid y su alianza con la Universidad Europea son toda una innovación en el mundo de la gestión deportiva que, de igual forma que se estudia en Harvard, reconoceremos en nuestras fronteras más allá de la propia rivalidad de la BBC y la MSN.

No se pierdan esta entrevista, en ella están las claves de una cultura de competitividad y lucha permanente por liderar y ganar que está muy arraigada en este extraordinario club todo un escaparate y ejemplo a seguir para millones de jóvenes que aspiran a ganar y a cambiar el mundo.



Sumario

Nº16 noviembre 2016



10

**DATA SCIENCE
AWARDS SPAIN 2016**

14

**CORREOS,
soluciones en
marketing directo**

Edita

CARMEDIA Comunicación, SL
Avda. Manoteras, 38 - 2^a 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

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.



20

**ENTREVISTA CON...
Emilio Butragueño**

26

**HAWKERS,
Revolución
en las gafas de sol**

30

**EMPRENDEDOR
español en primera división**

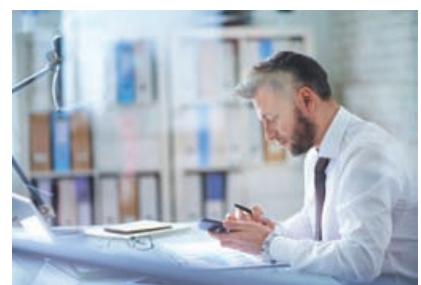
34

**CLAVES
para no frenar tu empleo**



42

**PERFIL
del expatriado**





WOSSEL, LA HERRAMIENTA TECNOLÓGICA QUE HARÁ ganar (más) dinero a medios y anunciantes

Esta startup de origen valenciano, que ya ha validado su modelo de negocio con influencers, se adentrará en los publishers (medios de comunicación, webs y blogs) a partir de la segunda quincena de noviembre.

SI PREGUNTAMOS A LAS MARCAS Y PUBLISHERS cómo ven el panorama publicitario digital, todas coinciden en afirmar que es "muy complicado". Tres son los factores principales: la sobreabundancia de espacios publicitarios que no generan ingresos suficientes para los medios, personas que son bombardeadas por anuncios que no les interesan y marcas que no consiguen rentabilizar la inversión publicitaria tal y como les gustaría. Según el estudio de abril de 2016 de IAB (Interactive Advertising Bureau), un banner debe mostrarse 1.000 veces para conseguir menos de 2 clics, por lo que, obviamente, algo no está funcionando como debería. Para ayudar a los medios, a las marcas y al comprador final ha nacido Wossel, una startup que ha desarrollado una potente herramienta tecnológica que convierte las fotos en "imágenes inteligentes", a través de las cuales, los usuarios pueden comprar los productos que están viendo en esos momentos en sus pantallas.

Esta novedosa tecnología supone una nueva forma de comprar en Internet. La persona que esté leyendo un contenido de su interés en una web o blog, tendrá la opción de comprar los productos exactos relacionados con el contenido gracias al sistema de multietiquetado. ¿Te imaginas estar leyendo un artículo sobre el estilo boho-chic y poder comprar directamente cualquiera de los productos que ves en la foto? ¡Ahora es posible!

[Leer más ►](#)

EL SECTOR IT ENCABEZA LAS LISTAS DE CREACIÓN DE EMPLEO

ECB ENGINEERING FIRM, consultora de selección de personal especializada en el reclutamiento de medios y altos cargos para el sector Ingeniería, vuelve a situar al sector IT y Big Data en la cabeza de las listas con más oportunidades y futuro en el mercado laboral. La compañía ha señalado al sector IT como una de las grandes apuestas de las empresas a corto y largo plazo. El sector, que en el año 2014 aportó el 4,4% del Producto Interior Bruto de nuestro país, vuelve a repuntar y a incrementar sus niveles de contratación e inversión tras el descenso que experimentó durante los años de crisis.

ECB Engineering Firm focaliza además la mayor parte de la inversión de IT en los proyectos de BI, Big Data y Data Science, siendo en estas ramas donde se encuentran las grandes oportunidades laborales. Las tendencias del mercado apuestan por el análisis de la información, por ello, las posiciones relacionadas con estas especializaciones son las más demandadas. Según los datos de la consultora de recursos humanos especializada en ingenierías, uno de los nuevos perfiles más demandados dentro del sector son los Developers de BI-Big Data y los Data Scientist. Los Desarrolladores Front-End también son altamente requeridos, especialmente aquellos perfiles que cuentan con conocimientos sobre lo que mejor funciona en términos de UX/UI. La posición de Scrum Master es otra de las grandes oportunidades laborales del sector, ya que la metodología Scrum es una de las más empleadas para la organización ágil de tareas y la entrega continua en proyectos de desarrollo en los que se opta por una comunicación constante con el cliente.

Telefónica

Elige todo

Cuando eliges
desconectarte para
conectarte con la vida,
tu mundo crece.

Tu mundo avanza y nosotros con él, por eso hemos invertido cerca de 6.600 millones de euros en I+D+I en 2015 para que tengas la mejor tecnología, una excelente experiencia de servicio y disfrutes de lo que realmente te importa.

Descubre más entrando en elgetodo.com

 movistar / O₂ / vivo / SON MARCAS DE TELEFÓNICA





LA PLATAFORMA ESPAÑOLA DE TICKETING NEVER EMPTY 'FICHA' POR EL MACCABI HAIFA ISRAELÍ

Never Empty es la única plataforma de ticketing en España para la adquisición de entradas mediante el modelo de precios dinámicos personalizados por subasta. Tras haber trabajado de la mano de grandes clubes de fútbol como el Atlético de Madrid, el Sevilla FC o el Málaga CF, a través de la optimización de asistencia a los partidos, esta startup con vocación internacional traspasa las fronteras hacia el mercado israelí. "Desde el inicio tuvimos presente la expansión internacional. Nos planteamos que si Never Empty solucionaba un problema específico en España, podría hacer lo mismo en cualquier

parte del mundo", afirma Matan Ganani, fundador y CEO de Never Empty. Por ello, desde ahora la plataforma española presta su servicio en Israel, convirtiéndose en la primera plataforma de ticketing con estas características en este país. Para comenzar este recorrido, se encargarán de optimizar la asistencia a los partidos del C.F. Maccabi Haifa. Never Empty permite a clubs y organizadores de eventos controlar en todo momento el precio final de las entradas. Este precio final es 100% dinámico con base en las pujas que los aficionados establecen por el precio que desean y están dispuestos a pagar.

PREMIADA EN ESPAÑA

la única tecnología que reproduce el sol en espacios cerrados



LA COMPAÑÍA ITM GLOBAL, a través de su producto Inndex.es, ha recibido el Premio Matelec a la Innovación gracias a la revolucionaria tecnología Coelux. Se trata de una nueva tecnología que imita a la perfección la luz solar, engañando al ojo humano y creando la ilusión de estar bajo un cielo azul. Una falsa ventana recrea, con un realismo desconocido hasta la fecha, imitando a la perfección el color típico del cielo, así como la sensación de atmósfera haciendo casi imposible reconocer que no estamos a cierto abierto. José Luis Pita, director general de ITM Global y promotor del proyecto Index.es ha destacado el tremendo impacto que esta tecnología tendrá para personas que por alguna necesidad tienen que pasar horas o días en espacios cerrados.

EL ECOSISTEMA STARTUP RECLAMA UNA REGULACIÓN QUE AVANCE AL RITMO DE LA INNOVACIÓN TECNOLÓGICA

Samaipata Ventures, fondo de venture capital liderado por el fundador de La Nevera Roja, José del Barrio, ha inaugurado el ciclo de desayunos de apoyo institucional al emprendimiento en España. El ciclo, que busca fomentar el encuentro entre el ecosistema startup español y representantes públicos, ha arrancado de la mano de Begoña Villacís, portavoz municipal de Ciudadanos en el Ayuntamiento de Madrid.

SAMAIPATA VENTURES BUSCA incentivar los encuentros periódicos entre representantes públicos y el ecosistema startup español, para dar a conocer los avances de la industria del emprendimiento y la innovación tecnológica, y motivar la continuidad del apoyo institucional a la creación de empresas.

Begoña Villacís, portavoz municipal de Ciudadanos en el Ayuntamiento de Madrid, ha reiterado la importancia del emprendimiento como única vía para la creación de empleo sostenibles en el futuro: "España no puede ni debe competir en costes salariales bajos; la única opción que tenemos es el emprendimiento, para apoyar la creación de nuevas empresas y nuevos puestos de empleo que pervivan".

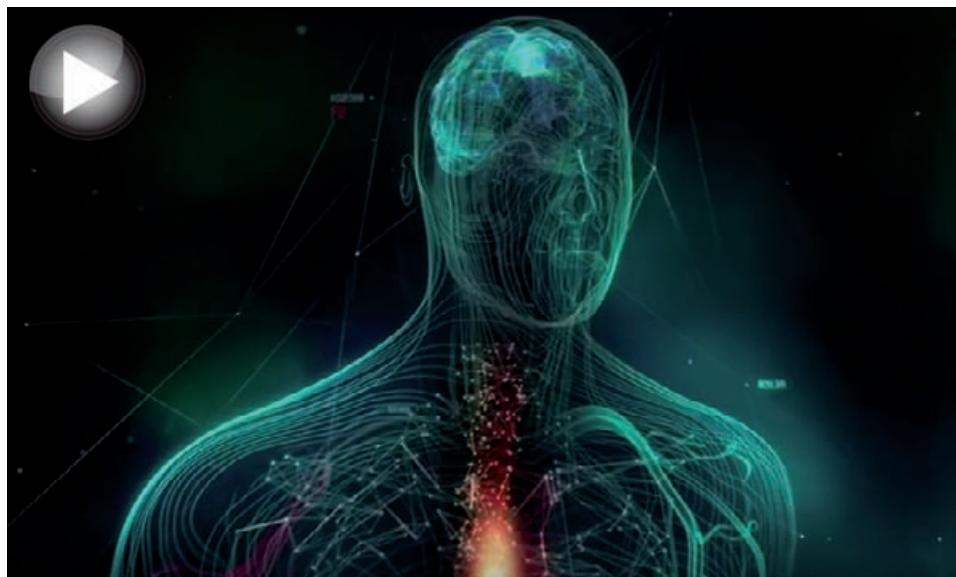


I PROGRAMA DE EMPRENDIMIENTO e innovación en la música

LA ESCUELA DE MÚSICA REINA SOFÍA, con el apoyo de la **Fundación Banco Sabadell** y de **Telefónica Open Future**, ha puesto en marcha el primer programa en España de emprendimiento e innovación en el campo de la música clásica, con un doble objetivo: proporcionar a los estudiantes de música las herramientas y habilidades para desarrollar su carrera artística, y acercar la música clásica a la sociedad, en particular al ciudadano digital. La puesta en marcha del programa "Innovación Musical y Emprendimiento" responde, principalmente, a la necesidad de adaptación del sector a una nueva situación marcada por la disminución de espectadores y recaudación, y por la progresiva irrupción de tecnologías emergentes que están revolucionando la forma de relacionarnos y de trabajar en red.

Este proyecto formativo tiene como objetivos proporcionar a los estudiantes de música clásica las herramientas y habilidades de emprendimiento necesarias para desarrollar una carrera en el cambiante y competitivo mundo de la música, así como acercar esta al público y a la sociedad, promoviendo la convivencia y el entendimiento de las personas.

Más de 300 científicos participaron en los primeros premios de Big Data de España



os Premios Data Science Awards 2016, son los primeros creados en España para reconocer las mejores iniciativas tanto particulares como empresariales y de periodismo de datos en el ámbito del Big Data.

Con el objetivo de dar a conocer e impulsar la práctica de Data Science, los galardones cuentan con tres premios: el de mejor Data Scientist, que cuenta a su vez con las categorías de Analítica de Datos, Ingeniería de Datos y Visualización de datos; mejor iniciativa empresarial en Big Data y mejor trabajo periodístico de datos. La participación en esta primera edición contó con más de 300 científicos de datos, además de una veintena de empresas y periodistas de distintos ámbitos.

Continúa leyendo ►

Banco Santander, Lorenzo Lara (diario Marca) y Marcos González (Join SP), Tableros Tradema, Antonio Pita (Liberbank) e Íñigo González (Mobile One2One), ganadores de la primera edición de los Data Science Awards Spain 2016.



“Con los Data Science Awards queremos ser los primeros en reconocer el enorme talento que existe en España.

—Carme Artigas, CEO de Synergic Partners



“Necesitamos comunicar los datos de manera que las personas sean capaces de tomar decisiones.

—Roger Magoulas, Director de Investigación de O'Reilly

CATEGORIAS Y PREMIOS:

PREMIO MEJOR DATA SCIENTIST DE ESPAÑA 2016:

- Especialidad Analítica de datos: Sr Antonio Pita Lozano, Head of business analytics en Liberbank.
- Especialidad Ingeniería de datos: Sr. Iñigo González Ponce, Big Data & Machine Learning Product Owner en Mobile One2One.
- Especialidad Visualización de datos: Desierto.

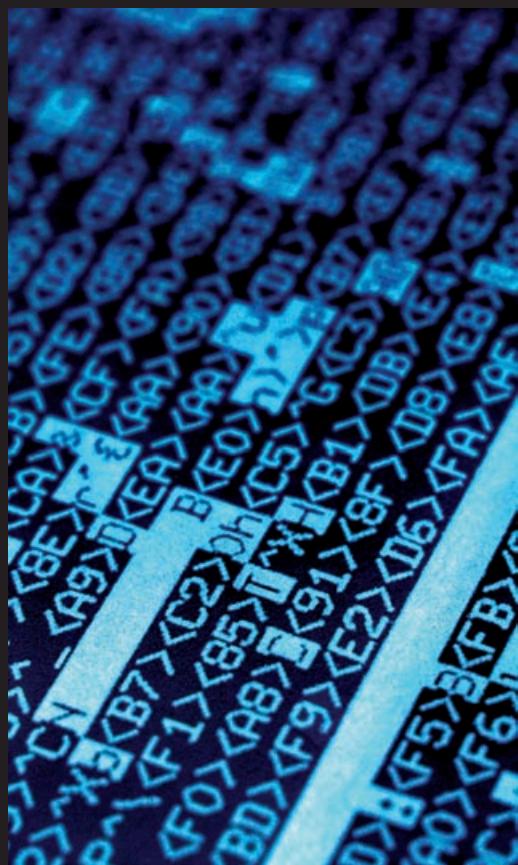
Tres especialidades se premian en esta categoría: Data Scientist, data Engineer y Data Visualization. Todas ellas clave en la ciencia de datos. La innovación y originalidad, así como la rigurosidad en la metodología y la aplicabilidad en el desarrollo de los retos.

PREMIO MEJOR INICIATIVA EMPRESARIAL

BIG DATA DE ESPAÑA 2016:

- Tableros Tradema S.L. Galardonada por su labor en el desarrollo de la industria 4.0, adaptando su proceso de producción en tiempo real a los resultados de los análisis de datos de los parámetros de fabricación.

Este premio reconoce a las empresas pioneras en la adopción del Big Data. Se premian las iniciativas más innovadoras que combinan un mejor balance entre el uso de la tecnología y la generación del valor de negocio.



PREMIO ESPECIAL DEL JURADO A LA

MEJOR ESTRATEGIA CORPORATIVA DE BIG

DATA DE ESPAÑA 2016:

- Banco Santander España. Galardonado por desarrollar el proyecto más completo de transformación digital y de estrategia basada en Big Data. El proyecto no solo abarca las disciplinas técnicas, sino que lleva asociado un programa de transformación estructural y cultural dentro de la compañía con un desarrollo completo de programas de formación para empleados y clientes.



PREMIO MEJOR TRABAJO DE PERIODISMO DE DATOS DE ESPAÑA 2016:

- Marcos González Coto (Join SP) y Lorenzo Lara Rodríguez (diario deportivo Marca) con el trabajo "Predicción de la final de la Champions League 2016" en el que, tras un análisis de las trayectorias y técnicas de juegos de los equipos de la final, predijeron cuál sería el resultado del encuentro aplicando técnicas de análisis predictivo de datos.

Este premio reconoce la labor de los periodistas pioneros en la comunicación basada en datos. Donde la importancia de las fuentes, el tratamiento de datos, su análisis mediante herramientas Big Data, la claridad en la exposición y la visualización de los mismos es clave.

El jurado ►



PUEDES VENDER O...



**Correos te ofrece todas las
herramientas de Marketing Directo
necesarias para que tu negocio
crezca tanto como tú quiera.**

PUEDES VENDER MÁS.

LA DIFERENCIA ES EL MARKETING DIRECTO.



correoasdrecto.es

Te ayudamos a vender más, a más clientes.





QUÉ, a QUIÉN, DÓNDE, CUÁNTO y CUÁNDΟ

Las soluciones de Correos en marketing directo.



Correos ha desarrollado todo un conjunto de servicios para llegar de forma personal, directa y eficaz a los clientes y mercados objetivos que deseas.

Desde la seguridad y garantía de sus infraestructuras y servicios, Correos ha conseguido convertirse en el mejor partner de las empresas para desarrollar campañas de marketing directo en todas sus fases.

Correos Directo dispone de un conjunto de productos y servicios adaptados al tamaño de cada empresa que, por separado o combinados entre sí, permiten desarrollar de forma sencilla, campañas de marketing directo globales.

Personaliza, interactúa y fideliza

AJUSTAR LOS MENSAJES según las características de los clientes mediante la publicidad personalizada aumenta la efectividad de apertura y respuesta por parte de los clientes. Ello permite conocer sus intereses y adaptar las siguientes comunicaciones a través de ofertas especiales incentivada con el objetivo de mantener relaciones estables y duraderas.

Campañas integrales, creativas y rentables

PRODUCTOS Y SERVICIOS para adecuar a los mercados, negocios y clientes con un alto componente de creatividad para captar más fácilmente su atención aumentando el recuerdo permitiendo conocer mediante acciones de medición la rentabilidad y servir de base para los futuros envíos.



Análisis y segmentación

CON EL OBJETIVO DE CONSEGUIR que la comunicación comercial sea directa y eficaz, se aplican técnicas analíticas y geomarketing para obtener la segmentación del target más adecuado para cada campaña.

Información eficaz

DISPONER DE LOS CONTACTOS objetivos fiables es fundamental, para ello **Correos Directo** dispone de servicios para el tratamiento, depuración y mejora de las bases de datos. También es posible dirigirse a nuevos mercados a partir de direcciones de calidad.



Los productos de Correos Directo se adaptan a las necesidades de cada negocio con campañas que se pueden realizar directamente a través de acciones de PUBLICORREO ÓPTIMO, PUBLICORREO PREMIUM, PUBLICORREO INTERNACIONAL, PUBLIBUZÓN Y PUBLICITY

Para complementar y optimizar las campañas Correos Directo pone a disposición de las empresas **CORREOS TARGET, CORREOS DATA Y CORREOS ADD**

5 CONSEJOS DE WEB.COM

para que tu página web pueda ser vista en todos los dispositivos móviles



El líder de marketing digital en Estados Unidos te ofrece tips valiosísimos que lograrán colocar tu sitio por delante de los competidores al hacerte visible en cualquier dispositivo.

José Manuel Ruiz Caro – General Manager Latin Web.com

eb.com, la empresa líder de creación de sitios web y campañas de marketing digital en Estados Unidos, llega a España para ayudar a las PYMES a transformar su negocio usando Internet.

Con más de 3.4 millones de clientes en todo el mundo y 20 años de experiencia trabajando con PYMES para lograr su desarrollo y éxito Online, Web.com nos explica por qué es necesario que tu negocio tenga una página web adaptable a dispositivos móviles (lo que se conoce como diseño Responsivo) y nos ofrece 5 consejos básicos para garantizarnos la visibilidad y usabilidad de nuestra página web en cualquier dispositivo.

EL RETO DE LA VISUALIZACIÓN PERFECTA

Hoy en día, tener una página web totalmente adaptable a nuestros móviles y tablets es importante porque la mayoría de búsquedas que se realizan en Internet se hacen desde estos dispositivos. Si tus clientes no pueden ver bien el sitio web de tu negocio desde sus smartphones o tabletas, es posible que se decidan por la competencia.



Continúa leyendo ►



web.com®

CONSEJOS para un diseño adaptable

¿Cuáles son los puntos fundamentales que debes tener en cuenta si quieres ofrecer a tus clientes una experiencia satisfactoria de tu página web en cualquier dispositivo? Web.com nos aconseja lo siguiente:

TIEMPOS DE CARGA RÁPIDOS. Evita demasiados elementos en la web e imágenes pesadas. La página debe cargarse de manera casi inmediata para evitar que la navegación a través de móviles sea pesada. Solo piensa qué haces cuando estás buscando algo y la página tarda un minuto en cargarse...

INFORMACIÓN DE CONTACTO A LA MANO. Los usuarios buscan desde su celular una vía rápida para llegar a tus datos: teléfono, dirección, horas de servicio. Por eso, es importante que estén disponibles en la página de inicio o no más lejos que a un clic. Añade botón de llamada para agilizar el contacto directo desde smartphones, es una magnífica forma de facilitar al usuario el trabajo.

NAVEGACIÓN LO MÁS SIMPLE POSIBLE. ¿Te ha pasado que estás navegando y quieras pinchar en una pestaña y pulsas la de al lado? Evita que los links estén muy pegados, asegúrate de que los botones sean pocos, claros y grandes, y sé lo más transparente posible en cuanto a la información de cada uno.

FORMULARIOS SENCILLOS Y AGRADABLES. Escribir en un celular no es tan rápido ni sencillo como en un teclado. Por eso, simplifica los formularios, disminuye la cantidad de campos y pasos, solicita la información básica necesaria para establecer contacto con el usuario y ayúdalos con la función “autocomplete”.

REFERENCIAS RELEVANTES. Asegúrate de que las páginas de referencia que ayudan a los usuarios a llegar a tu web ofrecen la información más exacta sobre tu negocio. De nada sirve optimizar tu sitio para móviles si los usuarios no pueden llegar porque en Google o en un directorio digital tu actividad no está lo suficientemente clara.



Continúa leyendo ►



**91 351 03 03
www.ufv.es**

ADE+DERECHO•ADE•ADEBILINGÜE•ADEBILINGÜE+MARKETING•ADEBILINGÜE+RRII•MARKETING
• GASTRONOMÍA • DERECHO • DERECHO + RRII • DERECHO + CRIMINOLOGÍA • CRIMINOLOGÍA
• MEDICINA • BIOTECNOLOGÍA • BIOTECNOLOGÍA + FARMACIA • BIOMEDICINA • FARMACIA •
PSICOLOGÍA • ENFERMERÍA • FISIOTERAPIA • PERIODISMO • PERIODISMO + COM. AUDIOVISUAL •
PERIODISMO + RRII • COMUNICACIÓN AUDIOVISUAL • COMUNICACIÓN AUDIOVISUAL + PUBLICIDAD

MÁS DEL
25%
DE NUESTROS ALUMNOS
DISFRUTAN
DE UNA BECA



líDERes
en
TRATO PERSONAL

- COMUNICACIÓN AUDIOVISUAL + CREACIÓN 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 • ARQUITECTURA • INGENIERÍA INFORMÁTICA • EDUCACIÓN INFANTIL • EDUCACIÓN
- PRIMARIA • CIENCIAS DE LA ACTIVIDAD FÍSICA Y DEL DEPORTE

Emilio Butragueño

Director General de la Escuela Universitaria Real Madrid Universidad Europea.

EN SU CONDICIÓN de Director General de la Escuela Universitaria Real Madrid Universidad Europea, Emilio Butragueño nos recibe en lo que seguramente es como una segunda casa, el Estadio Santiago Bernabéu.

EYE- La Escuela Universitaria Real Madrid Universidad Europea es un proyecto internacional para formar líderes y que trasciende los límites del deporte que ha cambiado desde sus origines hasta la actualidad en una iniciativa absolutamente original y ambiciosa

EB- En realidad los principios hay que situarlos en el año 2006, con la llegada de Florentino al club se produce una gran transformación. Aporta toda su experiencia al club y estructura al Real Madrid como una organización moderna con profesionales de primer nivel en cada departamento. El presupuesto del club era de 120 millones de euros que en solo tres años se triplica hasta los 360 millones de euros, la transformación dio lugar al interés de la Escuela de negocios de Harvard que enviaron a dos profesores para estudiar dos casos de éxito sobre el Real Madrid que hoy se estudian en su Escuela.

La profesionalización del Real Madrid fue también muy observada por otros clubes de gran nivel. Aquí surge verdaderamente el origen de la Escuela Universitaria, si Harvard desarrolla dos casos basados en el éxito de esta transformación y los grandes clubes mundiales se fijan en nuestro modelo ¿por qué no hacemos algo nosotros en el mundo de la educación?



66 COMPETIMOS PARA SER LOS
MEJORES Y AHORA FORMAMOS
A LOS MEJORES 99

AL NO SER EXPERTOS EN IMPARTIR las materias educativas se busca un compañero de viaje y se alcanza el acuerdo con la Universidad Europea que tiene un valor añadido de su presencia en más de 60 países lo que nos garantizaba la internacionalización.

El nuevo mandato de Florentino en 2009 acelera el proyecto que se desarrolla con gran empuje como parte de los principios del club, competimos para ganar, competimos para ser los mejores y ahora vamos a formar a los mejores. Empieza el plan de trabajo con la Universidad Europea.

La Escuela en los 3 últimos años ha tenido los datos son espectaculares duplicando el número de alumnos. Con un nuevo equipo más rodado y unido que basa sus programas en dos direcciones, la académica que asume la UE y director que aporta el Real Madrid con experiencia en cada temática que forma parte de la organización.

Los principales directores de las áreas en el Real Madrid, Comercial, Marketing, Comunicación, Servicios Médicos, Servicios Jurídicos participan en los diferentes Masters. Un dato muy importante es que en el claustro de profesores hay 65 profesionales del Real Madrid.



FLORENTINO PÉREZ LLEGA Y ABRE UN NUEVO CAMINO EN LA GESTIÓN DE LOS CLUBES



**65
PROFESIONALES
DEL REAL MADRID
ESTAN EN EL
CLAUSTRO DE
PROFESORES**

Los alumnos tienen la oportunidad única de recibir directamente de los profesionales del club las enseñanzas.

EYE- La internacionalización ¿cómo están influyendo las comunicaciones y las redes sociales en el conocimiento de la Escuela?

EB- Seguro que ha tenido un gran impacto y ello lo prueba el interés desde los diferentes países. Hay que destacar el ámbito de la formación de personas a los que no solo deberíamos aportar los conocimientos sino un marco de actuación.

Para ello elegimos 5 grandes valores que tienen mucho que ver con el Real Madrid pero que hemos querido que formen parte de la cultura de la Escuela.

EL EMPRENDIMIENTO

Aquellos que se relacionen con nosotros sean capaces de confiar en sí mismo y tener el coraje de desarrollarlas, este club se ha caracterizado por tener personas así, Santiago Bernabéu llegó al Real Madrid en 1943 y 1947 había conseguido que hubiera un estadio para 125,000 personas en plena post guerra donde no había ni cemento. Florentino llega y abre un nuevo camino en la gestión de los clubes, la Escuela es un claro ejemplo.

Adicionalmente se ha puesto en **MARCHA** un programa de prácticas de forma que el pasado año más de **130 alumnos** hicieron prácticas en el club. Esto nos permite **GARANTIZAR** la mejor formación y que hace muy difícil encontrar modelos **EQUIVALENTES**.





“**EL REAL MADRID AYUDA CON LA PRESENCIA DE SUS PROFESIONALES, AHÍ ES CIERTO QUE EN ESA PARTE EL CLUB AYUDA Y SE INVOLUCRA. PRETENDEMOS OFRECER A LOS ALUMNOS LO QUE DENOMINADOS EXPERIENCIA REAL MADRID**”

EL TRABAJO EN EQUIPO

Esto está muy arraigado en el Real Madrid, el trabajo en equipo es esencial donde los individualismos y el talento de cada cual se integra para el bien común. El individualista es por definición un egoísta que no defiende al grupo. Hoy en día hay que ser un gran jugador de equipo. Esto es fundamental en las relaciones humanas.

“HOY LAS ESTRELLAS SON GRANDES JUGADORES DE EQUIPO”

EL LIDERAZGO

El Real Madrid y la Universidad Europea tienen mentalidad de liderazgo y queremos que los chicos la adquieran para ser líderes de sus organizaciones y de su sector y que aspiren a eso.

“QUEREMOS LIDERES PARA SUS ORGANIZACIONES”

LA EXCELENCIA

Hay que intentar ser mejor cada día, este club, que fue elegido por la FIFA como el mejor del siglo pasado es como la ciudad de Nueva York nunca duerme en el objetivo de ser mejores. Es cierto que a veces nos sentimos con alguna insatisfacción, pero es cierto que nos acerca a nuestro objetivo permanente de ganar títulos de que los seguidores se sientan orgullosos de que sean cada vez más numerosos en el mundo que la mayoría de los chicos quieran jugar en el Real Madrid por los valores asociados al club. No nos gusta el conformismo, no nos gustan aquellos que no dan lo máximo para conseguir los objetivos.

“NUESTRO OBJETIVO PERMANENTE ES GANAR Y SER LOS MEJORES”

LA INTEGRIDAD

Todo lo anterior debe estar envuelto en algo que sea ejemplar para la sociedad, que no haya trampas que respetemos las reglas y a los demás. Que seamos capaces de competir al máximo nivel, pero con nobleza y dentro de las reglas. Pensamos que todo aquel que dirige empresas deben aspirar con su comportamiento a ser ejemplar, son espejos para mucha gente.

“COMPETIR AL MÁXIMO NIVEL, PERO CON NOBLEZA Y CON REGLAS”



EYE- Esta Escuela es impensable sin Florentino Pérez, ¿en qué medida la presencia de Vd, es fundamental para el proyecto?

EB- No aquí todos intentamos ayudar, es importante considerar que el alumno se siente atraído por la marca Real Madrid, el alumno quiere hacer un master en Gestión Deportiva y le atrae el prestigio del club que solo con su presencia transmite calidad. A partir de ahí se establece una relación con la Escuela el proceso de admisión, la entrevista como son los profesores, como la Escuela resuelve los problemas esto es una clara aportación de la Universidad Europea.

El Real Madrid ayuda con la presencia de sus profesionales, ahí es cierto que en esa parte el club ayuda y se involucra. Pretendemos ofrecer a los alumnos lo que denominados experiencia Real Madrid. Ahí el club es muy activo, eso ha aportado valor y enriquecido el proyecto.

Por parte de la UE tenemos una gran aportación a través de la presencia de Cristina González con la que mantenemos una relación permanente en el proceso de coordinación y gestión.

EYE- Esta iniciativa es enormemente positiva y ejemplarizante para cantidad de personas que se sienten atraídas por la parte deportiva pero que no habían pensado en ir más allá de su objetivo deportivo, ¿en qué medida el éxito de la Escuela está arrastrando a deportistas que han pasado por las diferentes categorías del Real Madrid?

EB- Personalmente tengo muy claro que me gustaría que todos los deportistas estudiaran conceptualmente, nosotros lo intentamos con nuestros chicos. Tenemos un Convenio con la Universidad Europea para fomentar el estudio implementando planes de estudio flexibles que puedan compatibilizar su práctica deportiva, entrenamientos, partidos.

La formación es absolutamente fundamental y en ese concepto la Universidad es moderna y flexible. La Escuela ofrece masters por lo que se accede a partir del nivel de formación universitaria, pero hay casos como Víctor es entrenador de fútbol en el Deportivo, Olympiakos fue alumno de la Escuela como Toni, Director deportivo del Getafe, si ha habido jugadores que han pasado por la Escuela.

Continúa leyendo ➤

NOS HA ENCANTADO COMPARTIR Y CONOCER ESTA REALIDAD APASIONANTE CONTADA POR UN ACTOR DE EXCEPCIÓN, EMILIO BUTRAGUEÑO.

Escuela Universitaria Real Madrid Universidad Europea

LA REFERENCIA MUNDIAL EN FORMACIÓN PARA EL MUNDO DEL DEPORTE



Sus programas de calidad y su fuerte competitividad internacional, ha sido reconocida por MBA SPORTS MANAGEMENT entre los 10 mejores programas del mundo y los cuatro mejores de Europa en Sports Business International.

14 programas de postgrado cubriendo todas las áreas de especialización, gestión y derecho, marketing y comunicación, actividad física y salud.

Más de 1.200 alumnos a nivel nacional e internacional de 45 nacionalidades con 375 profesores, 65 que aporta el Real Madrid y 5.000 alumni son algunos de sus principales activos.

Ceremonia de la 10^a promoción

**"14 programas de
postgrado cubriendo
todas las áreas de
especialización,
gestión y derecho,
marketing y
comunicación,
actividad física y salud"**



NACIDOS EN INTERNET para revolucionar la industria DE LAS GAFAS DE SOL



La firma española nacida en Internet con el objetivo de revolucionar la industria de las gafas de sol tiene una propuesta clara: gafas de marca y calidad a un precio justo.
APGB

SU ESTRATEGIA DIGITAL HA REVOLUCIONADO LAS REDES SOCIALES, lo que les llevó a lograr un oro en los premios Eficacia y a ser reconocidos por Facebook como la empresa con el mejor rendimiento publicitario en EMEA. También fueron seleccionados por Google como pioneros del programa para empresas españolas con alto potencial y fueron caso de estudio en Twitter por haber realizado la campaña de crowdfunding con mayor número de inversores en la historia de España. Además, Hawkers Co. ha sido galardonado con el Premio Nacional de Marketing 2016 y el premio a la Innovación 2016 de la Cámara de Comercio de Alicante.

En solo dos años se han convertido en una de las marcas más valoradas y reconocidas por los jóvenes de todo el mundo, lo que les ha llevado a facturar 40 millones de euros en 2015 y a vender en más de 50 países, con previsiones de superar los 70 millones en 2016.





Estrategia PRINCIPAL

DESDE QUE NACIÓ EN 2014,

Hawkers ha basado su estrategia principal en darse a conocer utilizando las redes sociales. Comenzaron en Facebook y Twitter donde tienen más de 4 millones de seguidores, aunque en dos años han diversificado mucho más y tienen perfiles en todas las redes que puedas imaginar. Gracias a ellas, han podido transmitir su mensaje directamente a su público objetivo de un modo auténtico y sin intermediarios. El uso de esta tecnología les ha permitido hablar de tú a tú con sus clientes y ofrecer una atención personalizada que les ha valido el cariño de su público y la admiración de otras firmas.

"Hawkers realiza numerosos concursos y sorteos, logrando una interacción impresionante por parte de sus usuarios. Con ello, además de una conversión altísima, han logrado convertirse en la empresa con más Trending Topic en España"

CONTENIDO DINÁMICO y fiel a su imagen

Para ello, además de ofrecer contenido dinámico y fiel a su imagen de marca constantemente, se han servido de la publicidad en redes sociales para llegar a más potenciales clientes y no dejar a los actuales que se olviden de ellos. Hawkers mola, y lo saben. Lo que empezó con una inversión de 300 euros en Facebook y Twitter para probar los resultados y el funcionamiento de los diferentes tipos, canales y plataformas de publicidad, les ha llevado a poder invertir mucho más diariamente y a interactuar con sus seguidores continuamente. Tanto es así, que fueron la primera empresa española en realizar publicidad en Instagram en Europa -cuyo perfil cuenta con más de 425.000 fans- y son beta tester para esta red social. Es decir, Hawkers tiene acceso a productos especiales antes que el resto de las marcas y el equipo de Instagram cuenta con la opinión de Hawkers para que prueben nuevos servicios y prestaciones antes de sacarlas al mercado.

Continúa leyendo ►



HAWKERS LLEGA A LAS TIENDAS FÍSICAS



andando un giro a su estrategia comercial para acercarse a su público más joven a través de la venta en tiendas físicas. Si bien su canal de venta principal seguirá siendo su página web www.hawkersco.com, las gafas de la última colección que más ha gustado a los seguidores de Hawkers en las redes sociales se comercializa en algunas tiendas físicas seleccionadas de Pull&Bear de todo el mundo.

Se trata de la primera vez que Hawkers, líder online en gafas de sol, desvela su estrategia en tiendas físicas a través de una gran cadena de retail.

Según Álex Moreno, CEO de Hawkers: "Con la venta física queremos relacionarnos más directamente con nuestros clientes para que puedan probarse las gafas y disfrutar de una experiencia de compra más tradicional". Y añade "No obstante, nuestro punto fuerte sigue siendo la venta online, donde reside la verdadera esencia del universo Hawkers". Esta nueva estrategia se integra dentro de los planes de internacionalización de la marca, que este año 2016 ha puesto el foco en replicar el modelo de negocio que ha triunfado en España, Italia o Australia y llevar la revolución a países como Alemania, Reino Unido y Estados Unidos.

Breve resumen DEL AÑO 2015

- Más de 3,5 millones de gafas vendidas en más de 50 países.
- Facturación de 40 millones de euros (esperan cerrar 2016 con 70 millones de euros)
- Hawkers se expande abriendo oficinas en Los Ángeles, Hong Kong y Barcelona.
- Case-Study para Facebook y Twitter, siendo la empresa con más Trending Topics de España y ha sido invitado a participar de forma activa en el programa Google.
- Premios Eficacia, Premio Nacional de MKT en dos categorías, Premio Ford a la innovación y premio Especial de PayPal a la Mejor Historia de éxito, Premio de Actualidad Económica.



Actualmente, Hawkers cuenta con **celebrities** como Paula Echevarría, Steve Aoki, Andrés Velencoso, Ricky Rubio o Luis Suárez, habiendo realizado colaboraciones con **algunas de las compañías más prestigiosas** del mundo como Los Lakers, Playstation, Ford, BBVA, Samsung, Pachá o Mercedes-Benz.

SE ADENTRA en el mercado INFANTIL

EN SEPTIEMBRE HAWKERS ha dado un paso más en su andadura empresarial. Es la primera vez que la compañía ilicitana apuesta por lanzar una colección destinada a un target tan concreto como el mundo infantil. Si en esta ocasión ha decidido aventurarse en este mercado es porque Hawkers ha visto una gran oportunidad para introducir un producto de calidad avalado por la reputación de la compañía en el segmento de mercado de las gafas de sol.

Hawkers amplía así su estrategia empresarial intensificando su esfuerzo para seguir avanzando en su objetivo principal, revolucionar el mercado de las gafas de sol y seguir diferenciándose del resto de las marcas del segmento. Detrás de esta acción sin precedentes en la historia de la compañía está una diversificación homogénea, que además le permite a la empresa aprovechar plenamente todos sus recursos productivos.



I lanzamiento de la marca está respaldado por los pilares fundamentales de la compañía: el trato directo al cliente, sin necesidad de intermediarios, y una apuesta muy fuerte por las redes sociales, un sistema que ha situado a la compañía como la segunda marca del mundo con más "likes" en Facebook.

Continúa leyendo ►



Y CIERRA UNA RONDA DE 50 MILLONES DE EUROS, UNA DE LAS MÁS GRANDES DE EUROPA

LA INVERSIÓN, que es la primera que Hawkers acepta recibir después de dos años y medio de aventura en solitario, irá destinada a financiar la consolidación internacional en países como Italia, Alemania, Australia, Francia, Portugal o Reino Unido, donde ya está arrasando, así como la entrada en nuevos mercados y el desarrollo de nuevos proyectos siempre disruptivos en la línea que caracteriza a Hawkers. Su estrategia de 'Smart Value' Fashion les permitirá convertirse en líderes globales de la industria óptica.

Continúa leyendo ►



e emprender en España



EL EMPRENDEDOR ESPAÑOL ya juega en primera división

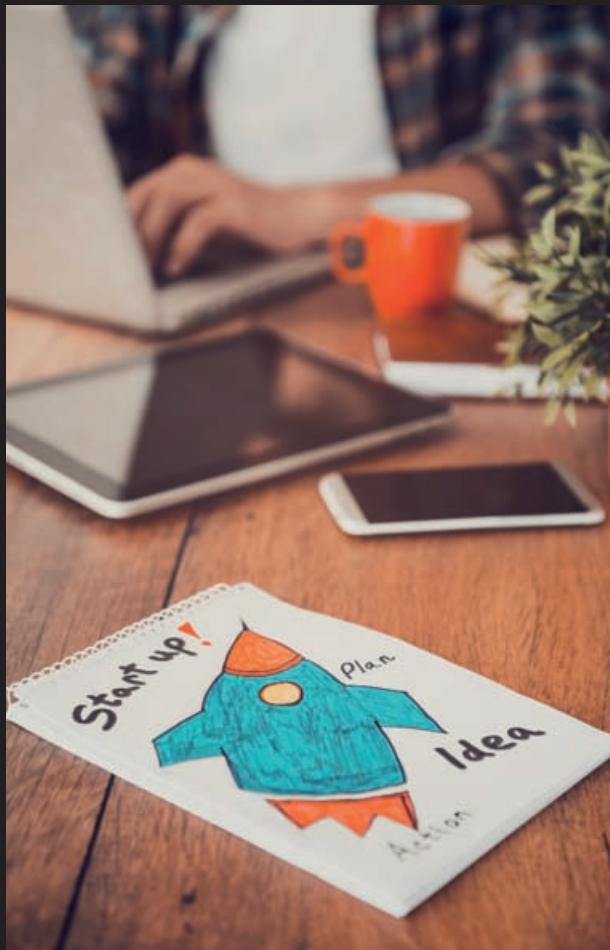
Sólo en 2015 se crearon en España más de 2.500 startups, según Startupxplore. Entre estos proyectos que comienzan a ver la luz, se encuentran ideas disruptivas que pretender dar respuestas a nuevas necesidades en ámbitos como el de la alimentación, la salud, los nuevos medios de comunicación, las finanzas, la moda, la energía, la educación o los viajes. ¿Cómo son estas startups? ¿Qué ofrecen? ¿Cómo son los emprendedores que las respaldan? ¿Crean tejido empresarial?

APGB



MAPA DEL EMPRENDIMIENTO

PARA DAR RESPUESTA A ESTAS PREGUNTAS, ver cómo ha cambiado en este último año el emprendimiento en España y analizar el perfil del emprendedor en nuestro país, Spain Startup ha presentado el estudio Mapa del emprendimiento 2016. Para la elaboración del informe se han tenido en cuenta los más de 3.160 proyectos presentados a la Startup Competition, la cifra más alta alcanzada en todas las ediciones, de los que un 61% proceden de España, un 20% de Latinoamérica, un 11% de Europa y un 8% de otros países. Tras comparar los datos de los proyectos, una de las principales conclusiones es que el emprendimiento en España se fortalece como generador de empleo. Un 51% de los emprendedores ya había montado antes un proyecto profesional y un 5% ha creado más de cinco a lo largo de toda su trayectoria. Además, ha aumentado el número de empleados en las startups españolas y un 21% cuentan ya con una plantilla de 5 a 10 empleados (un 5% más que en 2015).



PRINCIPALES conclusiones

- Se consolida y legitima el concepto de startup como opción profesional y generador de riqueza y empleo. Un 51% de los emprendedores ya había montado antes un proyecto y un 21% de las startups cuenta con una plantilla de 5 a 10 empleados.
- Mayor ambición del emprendedor: Se triplica la cantidad de empresas que esperan facturar este año entre 150.000 y 500.000 euros, frente al 5% que lo consiguió el año pasado. Entre sus prioridades buscan: financiación, visibilidad, partnerships estratégicos, clientes y atraer talento.
- Ver una oportunidad de negocio constituye el principal motivo para poner en marcha una startup en España. Apenas un 1% estaba desempleado.
- El retrato robot del emprendedor en España es un hombre de 34 años con formación universitaria (97%), ingeniero en un 45% de los casos. La mujer representa tan sólo un 17% y preferentemente decide emprender para cambiar su trayectoria profesional.
- La reducción de tasas e impuestos para startups, facilitar el acceso a fondos económicos, beneficios fiscales para inversores y la flexibilidad en la contratación de personal son las principales regulaciones que piden los emprendedores al próximo Gobierno.

e emprender en España



D e hecho, la apuesta por el emprendimiento se afianza en España como una opción laboral meditada, no fruto de una necesidad: sólo un 1% de los emprendedores estaba antes en situación de desempleo y un 56% trabajaba previamente por cuenta ajena. Asimismo, según los datos analizados, el principal motivo para poner en marcha un proyecto no es otro que haber visto una oportunidad real de negocio, según lo afirman 8 de cada 10 emprendedores.

En paralelo, los emprendedores son cada vez más ambiciosos. En este sentido, se ha triplicado la cantidad de empresas que esperan facturar a cierre de este año entre 150.000 y 500.000 euros, frente al 5% que consiguió alcanzar esta cifra en 2015. En España la mitad de las startups existentes están relacionadas con el sector servicios, mientras que en Europa el rey es el software. Para poner en marcha estos proyectos, más de la mitad de los emprendedores recurren a sus propios recursos, por lo que no es de extrañar que la financiación siga siendo el principal reto al que se enfrentan. No obstante, en España el modelo de financiación de las startups se profesionaliza y un 19% de los recursos proceden ya de fondos privados, créditos bancarios y crowdfunding.

South Summit



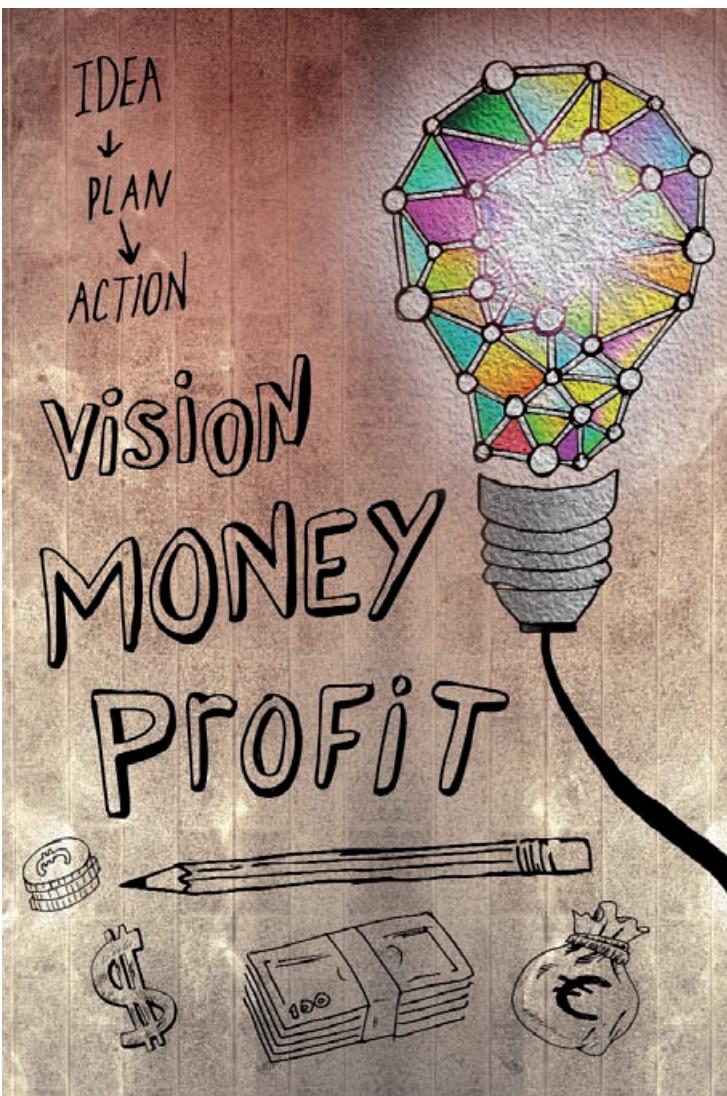
PERO NO ES EL ÚNICO OBJETIVO que persiguen los emprendedores, 7 de cada 10 están preocupados por generar visibilidad para su proyecto, conseguir socios estratégicos o nuevos clientes y un 40% está también interesado en atraer talento.

Estas nuevas inquietudes demuestran, según María Benjumea, fundadora de Spain Startup-South Summit, que "la mentalidad del emprendedor español va poco a poco cambiando y ya no sólo busca capital. El creciente interés de empresas y corporaciones líderes por atraer nuevas ideas, obliga a los emprendedores a luchar por darse a conocer, encontrar partners estratégicos o contar con profesionales de calidad en sus equipos".

Retrato robot DEL EMPRENDEDOR

EN ESPAÑA, QUIENES SE DECIDEN a crear una startup son hombres de 34 años y con formación universitaria (97%), en concreto ingenieros en un 45% de los casos. Mientras que la mujer representa tan sólo un 17% de los proyectos presentados, el mismo porcentaje que el año pasado. Ellas deciden apostar por su propia idea con el fin de tener un cambio de rumbo en su trayectoria profesional en un 23% de los casos, frente a un 15% de los hombres.

Además las startups que están lideradas por mujeres fallan menos, en concreto sólo un 48% fracasaron frente a un 66% de las de los hombres. Quizá se trate de que las emprendedoras son más conservadoras a la hora de gestionar los recursos de los que disponen. En función de los resultados obtenidos son más atrevidas en la cantidad de financiación que demandan (la mitad de ellas solicita entre 50.000 y 500.000 euros), a la vez que más cautelosas en la estimación de sus ingresos, puesto que un 30% prevé facturar menos de 50.000 euros.



De emprendedor A EMPRESARIO

PERO, ¿EXISTE UNA OPORTUNIDAD en España para fortalecer la transición de emprendedor a empresario? Si atendemos al nivel de desarrollo, la mitad de estos proyectos tiene entre uno y tres años y sólo un 17% de las iniciativas españolas ya han alcanzado la fase 'growth'.

Esta visión cortoplacista, que busca obtener resultados en poco tiempo, explica que un 62% de las iniciativas haya fracasado, mientras que 1 de cada 4 fue vendida. ¿La venta es sinónimo de éxito? No siempre debería serlo, puesto que esta tendencia dificulta que los emprendedores se conviertan en profesionales de la creación y no del desarrollo de sus proyectos.

El Gobierno juega aquí un papel fundamental al ser responsable, en opinión de los emprendedores, de poner en marcha algunos cambios en el ámbito de la regulación para facilitar el proceso de desarrollo de una nueva idea. Para un 73%, la principal mejora consiste en reducir las tasas e impuestos exigidas a las startups y 7 de cada 10 también ve necesario facilitar el acceso a fondos económicos. Además, un 41% exige beneficios fiscales y flexibilidad en la contratación.

Ficha metodológica ►



5 CUESTIONES QUE FRENAN tu desarrollo profesional, y que solemos pasar por alto



David Monge,
director general
de Nexian.

Tres de cada cinco perfiles profesionales, fallan en algún momento de su carrera al pasar por alto estos puntos.

APGB

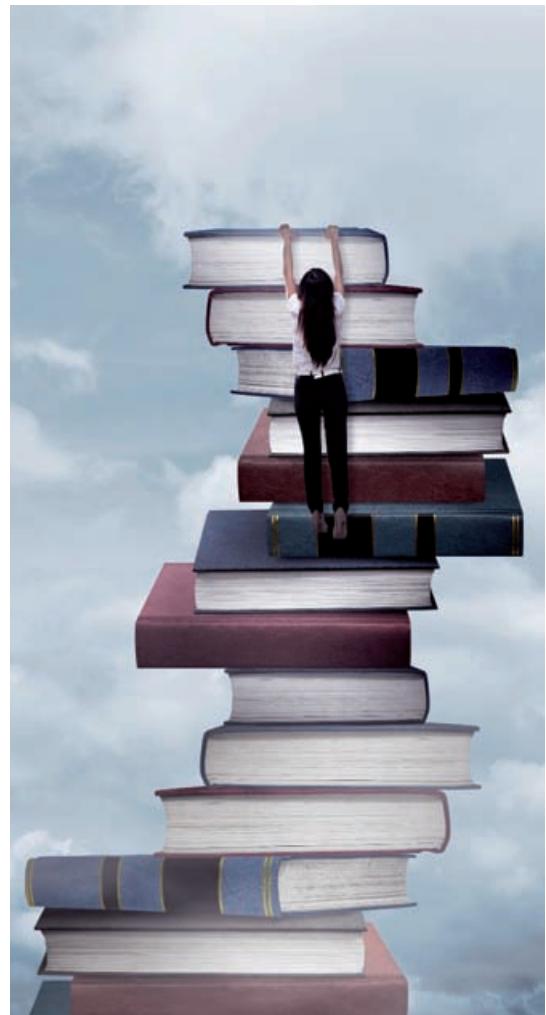
a red nacional de RRHH Nexian, con 24 oficinas repartidas por todo el país, ha alertado sobre 5 cuestiones básicas para desarrollarse correctamente en el entorno laboral y a los que no solemos prestar atención. Un hecho que supone que tres de cada cinco profesionales fallen en algún momento de su carrera, generalmente sin percibirlo.

"Muchos profesionales, afirma David Monge, director general de Nexian, salen de la universidad con grandes conocimientos técnicos, pero desconocen las cualidades personales básicas para desarrollarse con éxito en el mundo de la empresa".

Con el objetivo de llamar la atención sobre esta cuestión, han elaborado un informe que recoge los aspectos básicos que requiere todo trabajador para llegar a ser un profesional de éxito:

1. ERES LO QUE ESCRIBES. ERES COMO ESCRIBES

NO DOMINAR LA REDACCIÓN es uno de los errores que con mayor facilidad descuidamos y es un reflejo claro de un tipo de personalidad. Las faltas ortográficas, los errores gramaticales, el uso incorrecto de las mayúsculas, de los signos de puntuación, etc. son un claro ejemplo de falta de cuidado en los detalles, de escasa atención, de poca preparación o de desprecio por las normas establecidas. Si no deseas fomentar estas ideas sobre ti mismo, ten cuidado con este aspecto.



2. LO QUE MARCA LA DIFERENCIA NO ES QUÉ HACES SINO CÓMO LO HACES

"SE ELIGE A LOS PROFESIONALES por lo que saben hacer, pero mucho más por cómo lo hacen", afirma Monge. La necesidad de formarse permanentemente es clave para ser un trabajador de éxito. En este sentido, los títulos son cada vez menos importantes frente a las habilidades y competencias adquiridas y la actitud general antes las circunstancias que se dan día a día en el entorno laboral.



3. CUIDA TUS HABILIDADES DE PRESENTACIÓN

EN UN ENTORNO CADA VEZ MÁS DIGITAL y más visual, un profesional debe ser capaz de transmitir, tanto a un compañero, colaborador, superior o cliente aquello que piensa y siente, de forma verbal y no verbal. En el entorno actual, con estructuras cada vez más horizontales, es imprescindible saber exponer nuestras ideas con soltura y concreción, sin crear malestar a quienes no piensan de igual forma sino con creatividad y confianza.



4. CONSTRUYE tu red de contactos

ÉSTOS TE AYUDARÁN A MEJORAR TUS RELACIONES PROFESIONALES, a acceder a espacios de interés relacionados con tu actividad, o a encontrar información valiosa para ti. Para ello recuerda mantener una actitud amable, honesta y extrovertida, y no dar motivos de desconfianza.

5. ACCIONAR SÍ; reaccionar no

DEJA DE ESPERAR A QUE SEAN OTROS QUIENES te ofrezcan ese puesto; no esperes a que te asciendan para aprender ese tema que te diferenciaría del resto, no esperes a llegar a esa posición para desarrollar todo tu potencial, no esperes a que el cliente te llame para cerrar una venta...

Esperar, tener una actitud pasivo o dejar la iniciativa a otros es una forma de auto-limitarse, y en un mundo tan competitivo, siempre es preferible tomar la iniciativa y ser proactivo ante los desafíos diarios.



LA UTILIZACIÓN DE LA gamificación para la formación aumenta UN 18% EN ESPAÑA

APGB



La gamificación, la utilización de los juegos en los procesos de formación en las empresas, es una tendencia en auge.

Metodologías como las simulaciones, los videojuegos, los 'role plays' o los juegos de mesa se han consolidado en las empresas Top Employers en España.

DE HECHO, EL USO DE LA GAMIFICACIÓN en formación ha aumentado un 18% (del 63% de compañías certificadas que la tenían implantada en 2015 al 81% de este año).

"La gamificación aumenta el atractivo de los procesos de aprendizaje, la diversión, la motivación, la capacidad de retener conceptos y la adquisición de habilidades. Lo que hicimos como niños, aprender jugando, también es posible cuando somos adultos, experimentando, corrigiendo y repitiendo lo adquirido hasta interiorizarlo. Es un enfoque muy efectivo que ayuda a mejorar la aplicabilidad de la formación recibida en el puesto de trabajo", explica Salvador Ibáñez, Country Manager de **Top Employers Institute** en España.

- Se ha consolidado el uso de estrategias de aprendizaje como las simulaciones, los videojuegos, los 'role plays' o los juegos de mesa.
- La gamificación aumenta el atractivo de la formación, la motivación, la capacidad de retener conceptos y la adquisición de habilidades.
- Un 81% de las empresas Top Employers en España ya ha implantado la gamificación para sus procesos de aprendizaje.
- SEAT, Novartis, KPMG y Chiesi son buenos ejemplos de compañías que cuentan con innovadoras iniciativas de gamificación.





CHIESI, KPMG, SEAT Y NOVARTIS son buenos ejemplos de compañías que han puesto en marcha **INNOVADORAS INICIATIVAS** de gamificación con objetivos **TAN DIVERSOS COMO MEJORAR** el proceso de **INTEGRACIÓN** de los **NUEVOS EMPLEADOS**, promover los **HÁBITOS DE VIDA SALUDABLES** o realizar simulaciones de todo el **PROCESO DE NEGOCIO**.

Implantación de tecnologías ESPECÍFICAS

EL CRECIENTE USO de este tipo de metodologías en las empresas va acompañado de la implantación de tecnologías específicas para las simulaciones y los juegos de formación. Un 55% de las compañías Top Employers en España ha implantado ya estas tecnologías específicas (un 15% más que el año pasado).

Los juegos se están consolidando incluso como forma de evaluar las competencias y destrezas de los líderes, con un incremento del 25% de las empresas certificadas que los usan con este objetivo (del 43% de 2015 al 68% actual).



CHIESI: pequeños juegos para mejorar la INTEGRACIÓN

DESDE EL DEPARTAMENTO DE PERSONAS de la compañía farmacéutica Chiesi, usan la gamificación en uno de los procesos más importantes del ciclo de vida laboral de las personas: la acogida. Cuando tienen nuevas incorporaciones, promueven y mejoran el proceso de integración a través de pequeños juegos basados en información proveniente de datos de la compañía, de su modelo de personas y de sus valores. Esto supone un elemento de motivación y de diversión. Además, se consigue que el proceso de aprendizaje sea más efectivo y ameno. Chiesi también cuenta con formaciones en nuevos productos y en habilidades que usan la gamificación con el fin de mejorar la aplicabilidad de la formación recibida en el puesto de trabajo.

KPMG: un aprendizaje más ameno y EFECTIVO

EN KPMG, UTILIZAN LA GAMIFICACIÓN para distintos ámbitos, que van desde el conocimiento de la firma y los servicios que prestan a sus clientes hasta el desarrollo de capacidades comerciales, la gestión del tiempo, la protección de la información o la prevención de riesgos laborales. Todas estas soluciones aplican los principios de la gamificación, es decir, trasladan a la formación los componentes del juego para lograr experiencias de aprendizaje más amenas y efectivas. De esta forma, se crea una metáfora lúdica o un mundo ambientado en el que el participante protagoniza las acciones a realizar y con sus decisiones avanza en el proceso de aprendizaje.

Continúa leyendo ►

SEAT: simular todo el proceso de NEGOCIO

EL SEMINARIO DE APRENDIZAJE "The Business Management" de la compañía automovilística SEAT permite experimentar cómo es el funcionamiento de una empresa dentro de un entorno competitivo. Se trabaja en tres ámbitos: planificación de negocio, desarrollo del negocio y evaluación de resultados. Todo el proceso de negocio se consigue simular mediante un cómodo y didáctico panel de sobremesa. Los miembros de cada grupo asumen los roles determinantes de dirección de una empresa – producción, ventas y finanzas –, las responsabilidades que les corresponden y las negociaciones necesarias para llevarlo a cabo.

Continúa leyendo ►



NOVARTIS: juegos para una vida SALUDABLE

DESDE LA COMPAÑÍA FARMACÉUTICA Novartis apuestan por llegar a sus colaboradores de formas diversas y que generen impacto, adaptándose a los cambios del entorno y a las distintas necesidades personales.

Hoy en día para gestionar el conocimiento y la formación continua, en Novartis utilizan, entre otras herramientas, la gamificación y las plataformas de aprendizaje virtuales avanzadas que permiten al empleado gestionar su propia formación las 24 horas del día los 7 días de la semana desde cualquier dispositivo móvil.

Continúa leyendo ►

**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



DIRECTIVAS, ¿se ha roto el techo de cristal?



A diferencia de hace unas décadas, la presencia de la mujer en las empresas es un hecho, siendo en algunas prácticamente igual o incluso superior a la del hombre. Sin embargo, pese a la tendencia al alza, este hecho no se ve reflejado en la cantidad de mujeres que ocupan los altos cargos de las compañías.

Lorena García Cuéllar -
Directora del Departamento de Industria de Hutz & Posner

El porcentaje de presencia femenina en los consejos de administración de las empresas del IBEX 35 ha aumentado casi diez puntos en los últimos 6 años, alcanzando un 19,83% en febrero de este mismo año, una cifra similar a la media europea, según los datos del Ministerio de Igualdad. No obstante, aún queda un largo camino para conseguir alcanzar el objetivo del 40% en los consejos de administración, establecido en la Ley de Igualdad española del

año 2007. Dentro del panorama internacional, España ocupa la vigésimo quinta posición en términos de igualdad de género, según los datos reflejados en el Global Gender Gap Report del Foro Económico Mundial. A la cabeza, se encuentran los países nórdicos y algunas de las grandes economías de Europa. Por el contrario, la desigualdad entre géneros queda especialmente presente en los países africanos y en Oriente Próximo.

ALGUNOS DE LOS SECTORES CON MENOR PRESENCIA FEMENINA SON LOS DE INGENIERÍA, LOGÍSTICA, CONSTRUCCIÓN, INDUSTRIA Y TRANSPORTE

HAY QUE DESTACAR TAMBIÉN que la presencia de la mujer no es igual en todos los sectores. Desde siempre, en el mercado laboral ha habido una tendencia a creer que las trabajadoras del género femenino son más aptas para determinados puestos, pensamiento que aún a día de hoy sigue existiendo. Algunos de los sectores con menor presencia femenina son los de ingeniería, logística, construcción, industria y transporte, ámbitos habitualmente ligados a los hombres. Muchas de las empresas tecnológicas, sumamente importantes en la era digital, cuentan con unas cuo-

tas del 90% de hombres frente al 10% de mujeres. Sin embargo y como punto positivo en el camino hacia la igualdad, desde las consultoras de selección hemos comenzado a notar una tendencia de sectores mayoritariamente masculinos a la contratación de mujeres. Así por ejemplo, dentro de las ingenierías, el sector IT es uno de los que más evidencia este repunte, lo que puede deberse al hecho de que se trata de una de las ramas más actuales de la ingeniería o a que consideran el aumento de la presencia femenina un cambio beneficioso para el negocio.



En el **lado opuesto** se encuentran los trabajos relacionados con **recursos humanos**, finanzas, pharma, **marketing** y ventas, donde las mujeres tienen una mayor **presencia en los cargos directivos** y su papel es más **destacado**. Aunque aún en **estos casos**, los más altos directivos de estas áreas siguen **siendo hombres**.

n cualquier caso, en este aspecto también hemos de tener en cuenta que hombres y mujeres tienen cierta predisposición por trabajar en determinados sectores, bien por la tradición laboral de estos a lo largo de los años o bien por otros factores como los estereotipos sociales. Este hecho se refleja en la variación del número de candidaturas que reciben las empresas de estos sectores por género, llegando en ocasiones a ser esta diferencia muy significativa. Por ello, la menor presencia femenina en puestos directivos en algunas ocasiones se debe también a una menor presencia de mujeres en el resto de puestos de distinto rango.

El perfil de edad de una mujer directiva oscila entre los 35 y 60 años, que se enfrenta con uno de los principales obstáculos presentes en el camino al ascenso en su profesión: la conciliación familiar y laboral, que aún se sigue viendo como un problema exclusivo del género femenino. Si bien en los últimos años se han realizado diversas políticas enfocadas a aumentar la flexibilidad en este sentido y fomentar la igualdad en el reparto de las tareas con el hombre, lo cierto es que el problema está lejos de ser resuelto.



Continúa leyendo ►



“Global Mobility Trends Survey 2015”. **EL PERFIL DEL EMPLEADO EXPATRIADO:** Hombre, de mediana edad y con familia

APGB



- Estados Unidos, Europa y Asia son las zonas de origen más habituales de los expatriados.
- Las oportunidades de expatriación se dan principalmente en áreas de trabajo relacionadas con la energía y en períodos largos de tiempo, generalmente entre 2 y 3 años.
- Las compañías asiáticas han registrado el mayor incremento en el envío de empleados expatriados, mientras que las europeas son las que menos al descender del 10 al 8 por ciento.
- La comunicación previa es el punto débil en los procesos de expatriados: El 38% de los encuestados recibió únicamente una comunicación antes de la salida.
- Las principales áreas de comunicación con los expatriados se centran en compensación (80%), gestión de mudanza (67%) y beneficios en su seguro de salud (65%). Estas tres áreas son de gran importancia para los expatriados.

“La reducción de costes (63%), la expansión a otros países (39%) y la competencia por el talento (38%) son los factores clave que llevan a las empresas a invertir en programas de expatriación, según determina este estudio”

LAS PERSONAS QUE TRABAJAN FUERA de su país de origen cumplen, en su mayoría, con tres requisitos: son hombres (81%), de mediana edad (el 59% pertenece a la franja de edad de entre los 35 y los 54 años) y tienen familia (73%). Estas son algunas de las conclusiones que se desprenden del informe “Global Mobility Trends Survey 2015”, realizado por Cigna y el Consejo Nacional de Comercio Exterior (NFTC).

De acuerdo con los resultados de la encuesta, realizada a más de 2.700 expatriados pertenecientes a 156 países, la mayoría de ellos deja a sus familias en el país de origen por diversas razones siendo la principal el lugar de asignación que suele estar situado en mercados emergentes o en una ubicación remota, lo que condiciona a los expatriados para llevarse a su familia al país de asignación. De hecho, el 37% de los encuestados afirma que no se llevaría a sus hijos durante la expatriación.

Continúa leyendo ►



Origen y destino DE LOS EXPATRIADOS



ESTADOS UNIDOS, EUROPA Y ASIA son las zonas de origen más habituales de los expatriados con 42%, 23% y 14%, respectivamente. Aunque la mayoría de los expatriados todavía proviene de Estados Unidos, esta cifra se ha visto reducida en cerca de un 10% en los últimos dos años. Las normas tributarias estadounidenses pueden ser una razón de esta disminución, ya que la expatriación de nacionales estadounidenses resulta más costosa que la de otros países.

PERO, ¿A DÓNDE SE TRASLADAN? Asia, América Central y África subsahariana son los continentes donde más crecieron los expatriados mientras que las zonas más desarrolladas como Europa, Oriente Medio y Norte de África fueron las que descendieron hasta el 19% y 16%, respectivamente.

Una diferencia clave a destacar en este informe, elaborado para comprender mejor cómo los empleados y sus familias experimentan, perciben y valoran los programas de expatriación, es que mientras en 2013 uno de cada cuatro encuestados aseguró que se marchaba al extranjero porque tenía que hacerlo, no porque realmente quisiera, en 2015 esta proporción se ha reducido en un 12,5%. Además, el número de empleados que ha estado en cinco o más asignaciones internacionales ha aumentado al 25% en comparación con el 18% de 2013.



Los resultados de la encuesta demuestran que la movilidad global ya no es solo una obligación económica, sino que es un estilo de vida que evoluciona.

¿Por qué las empresas invierten en programas de expatriación?

La reducción de costes (63%), la expansión a otros países (39%) y la competencia por el talento (38%) son los factores clave que llevan a las empresas a invertir en programas de expatriación, según determina este estudio. Así, las compañías asiáticas son las que mayor incremento en el envío de expatriados registró mientras que las empresas europeas son las que menos.





Más del 70% UTILIZA SERVICIOS MÉDICOS EN EL extranjero

EL SEGURO MÉDICO ES UNA DE LAS GRANDES PREOCUPACIONES de los expatriados y el 65% de las comunicaciones que reciben de las empresas se centran en detallar los beneficios del mismo. De hecho, entre los principales hallazgos del estudio destaca la preparación médica antes de la expatriación y el cuidado de la salud durante la misma.



La comunicación, el punto débil en los procesos de expatriación

LOS RESULTADOS DE LA ENCUESTA liderada por Cigna reflejan que todavía existen ciertas lagunas entre lo que la empresa y el expatriado declaran sobre la comunicación recibida durante el proceso. Las comunicaciones - antes, duran-

te y después de la asignación - son fundamentales para los expatriados y el éxito de su misión, y las respuestas a la encuesta indican que las empresas pecan por defecto en muchas ocasiones.

ALGUNAS CLAVES:

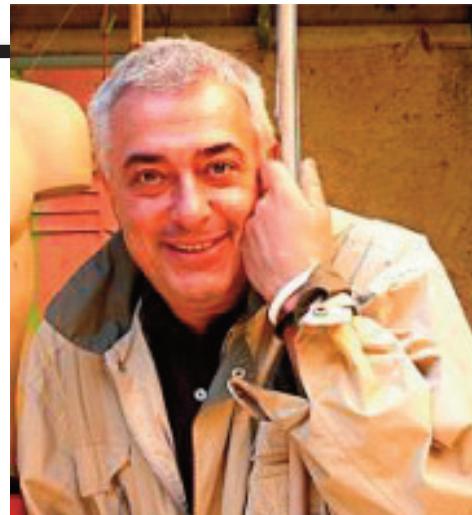
- El 38% de los encuestados recibió una única comunicación antes de la salida y casi un tercio recibió dos o tres únicamente.
- Más del 75% recibió información sobre las ventajas del programa de movilidad durante la expatriación. De este grupo, uno de cada cuatro recibió mensajes de forma trimestral.
- El correo electrónico y las llamadas telefónicas al departamento de recursos humanos fueron las dos principales formas de comunicación con 90% y 70%, respectivamente.

Continúa leyendo ►

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...



“ARENA BAJO LOS PIES”

Pisar arena. Caminar. Sentir los pies...dejar que los pensamientos se depositen sin rumbo fijo.

Pequeños placeres que no podemos permitirnos cada día y que, ahora, recordamos del verano que nos ha abandonado. Quiero subrayar esas dos palabras: PEQUEÑOS PLACERES.

Llevo muchos años aprendiendo a tientas diferentes técnicas y metodologías para incrementar la creatividad y la innovación. Cada temporada aparecen nuevas propuestas que aprovechan mejor nuestra capacidad innata de imaginar, de fantasear y de crear.

Poco a poco voy descubriendo que cada técnica pone el acento en un determinado procedimiento más o menor riguroso y pautado. Es cierto que ofrecer recetas muy controladas y probadas da una sensación de seguridad a los que desean probar suerte. No seríamos capaces de cocinar unas buenas croquetas solo contando con indicaciones genéricas como “utiliza harina, huevos y aceite”. Con esas instrucciones no llegaríamos a ninguna parte. Mancharíamos la cocina y nos sentiríamos frustrados y perdidos.

Del mismo modo, las sucesivas técnicas de innovación cuidan muchísimo que su “receta” sea clara, concisa, concreta y detallada. Alabo que sea así. Agradezco que sea así. Valoro muchísimo el esfuerzo de las personas o empresas que han logrado desarrollar metodologías para que puedan ser usadas para idear a lo largo y ancho del mundo.

Sin embargo echo algo en falta. Como buen mediterráneo, echo en falta el aire puro, los atardeceres, los paseos, la arena bajo los pies. Es decir, todos los métodos que nos llegan de más allá de nuestras fronteras están perfectamente investigados y estructura-

dos. Son herramientas poderosas y, al mismo tiempo, son herramientas que carecen –todas ellas– de estos ingredientes más mediterráneos.

De algún modo estoy sugiriendo una “dieta mediterránea” en nuestros procedimientos empresariales y directivos a la hora de crear. Sugiero y propongo completar las poderosas técnicas existentes con elementos propios de nuestra cultura: paciencia, tiempo, desgranar las horas, mirar al horizonte, pasear, conversar, tomar algo, tomar unas tapas, beber un buen vino, alargar las horas, fantasear, reír, bromear, sentarse en un rincón, disfrutar de la tarde, mirar las estrellas, hacer la siesta, ...

Soy partidario de colocar junto a los procesos estructurados, mediados y pautados otro tipo de aliño que se oriente más hacia el tan tradido y llevado hemisferio derecho.

En nuestra cultura somos expertos intuitivos en dicho hemisferio. Sin embargo no nos atrevemos a ponerlo encima de la mesa cuando estamos trabajando en nuestras empresas, en nuestras organizaciones y con nuestros equipos.

No he visto nunca a un grupo de directivos parar una reunión “seria” para aliñar una ensalada con buen aceite de oliva y tomar un vino blanco fresquito para seguir con la tarea. No he visto nunca que se pare para hacer la siesta o para dejar que el sol de la tarde se vaya tumbando sobre la sala. No veo jamones para cortar a mano en las salas repletas de ordenadores, presentaciones, expedientes, resúmenes, análisis, cálculos y estudios.

[Continúa leyendo ►](#)

BECAS BIFRUTAS ZERO:

hasta 100.000 euros para ayudar a los más jóvenes a realizar sus sueños y proyectos

- En la web de Bifrutas los jóvenes emprendedores pueden subir sus ideas y cada mes un jurado elegirá el proyecto o proyectos ganadores de una de las Becas Bifrutas Zero.
- La revolución Zero llega a Bifrutas. Ahora, tu Bifrutas de siempre en versión zero materia grasa y sin azúcares añadidos, adaptándose a los nuevos hábitos de alimentación saludables.

BIFRUTAS LANZA LAS BECAS BIFRUTAS ZERO para ayudar a los jóvenes a cumplir sus sueños y proyectos. Bifrutas se posiciona, así, como una marca activa, que pregunta, escucha y ayuda los jóvenes... a los que les sobran las ganas, pero les falta la 'pasta'.

Si tienes una buena idea... ¡Zero límites con Bifrutas! "La misión de las 'Becas Bifrutas Zero' es facilitar y ayudar a que los jóvenes puedan hacer realidad sus pasiones apoyando y apostando por sus ideas e iniciativas; sean cuales sean", afirma Roberto Herranz, director de marketing de la Unidad de Negocio de Productos Saludables de Calidad Pascual.



La marca de Calidad Pascual hace un 'refreshing' y lanza nueva campaña, dirigida al público joven, de la mano de los youtubers de moda: Mangel, Yellow Mellow y Elvisa.

APGB

Un ESPÍRITU emprendedor que Bifrutas quiere transmitir a los JÓVENES, dándoles el PRIMER empujón hacia sus sueños y PASIONES.

En la web de Bifrutas, los jóvenes emprendedores pueden colgar su proyecto, con una breve descripción y/o vídeo y cada mes, un jurado elegirá el proyecto o los proyectos ganadores. Además, habrá un premio final de 20.000 euros para la mejor idea presentada hasta julio de 2017. En total, 100.000 euros en ayudas para los proyectos más innovadores y ambiciosos.

¡La revolución de las Becas Bifrutas Zero ya ha comenzado! Más de 1.000 proyectos han optado a una de las becas el pasado mes de septiembre y los ganadores han sido: Beauty for refugees, Titan Desert, Nuestro primer disco E.P y Un canal de bajo presupuesto.

La Universidad Francisco de Vitoria DISPONE DE UN AMPLIO PROGRAMA DE becas para estudiar un postgrado

En un mercado tan competitivo como el que nos movemos actualmente, cada vez son más las empresas que demandan un perfil de profesional con la inquietud de reciclarse a través de postgrados de especialización.

JLP



EXISTEN OTROS PROGRAMAS de beca específicos para otros programas máster como sucede con la **BECA Máster Universitario en Prevención de Riesgos Laborales** cuyo objetivo es facilitar el acceso a un título de Máster Universitario a los Técnicos Superiores en Prevención de Riesgos Laborales en atención a las competencias previamente adquiridas en materia preventiva, o la **Beca UFV Data** para alumnos del Máster Universitario en Tecnología de Análisis de Fuentes Abiertas.

Continúa leyendo ►

Además, la convergencia Bolonia obliga a que los graduados universitarios de determinadas titulaciones realicen másteres habilitantes para el ejercicio de su profesión. La **Universidad Francisco de Vitoria**, consciente de esta realidad, cuenta con un **ambicioso programa de becas** cuyo objetivo en unos casos es contribuir a la igualdad de oportunidades en la formación de postgrado, como sucede con la **Beca General de Postgrado** y, en otros, ayudar a egresados universitarios con un rendimiento académico sobresaliente, como es el caso de la **Beca de Excelencia**.

Asimismo, la Universidad Francisco de Vitoria hace un especial hincapié en la promoción de programas de relevancia e impacto social, entre cuyos ejemplos destaca la **Beca Liderazgo Acción Política** para el estudio del Máster Universitario en Acción Política, Fortalecimiento Institucional y Participación Ciudadana en Estado de Derecho, cuya finalidad es contribuir a la formación de futuros líderes democráticos. El porcentaje de esta beca puede además verse incrementado si la candidatura viene avalada por una fundación, think tank y/u organización del Tercer Sector que destaque por su contribución a la promoción de democracias de calidad.

<< LOS PROGRAMAS DE BECAS PERMANECEN VIGENTES HASTA AGOTAR LA DOTACIÓN PRESUPUESTARIA ASIGNADA Y, EN TODO CASO, ANTES DEL INICIO DE LAS CLASES DEL PROGRAMA CORRESPONDIENTE. PARA MÁS INFORMACIÓN, CONSULTAR www.postgrado.ufv.es/becas/becas-ufv/ o contactar con [postgrado@ufv.es >>](mailto:postgrado@ufv.es)



Hasta 9 años con 7 de carencia para proyectos de EXPANSIÓN

Fondos públicos para proyectos de expansión o de mejora del sistema productivo.

- Con la línea Enisa Competitividad 2016.
- Para pymes con un proyecto viable técnica y económicamente.
- Entre 25.000€ y 1.5M de euros.

“PLAZO MÁXIMO DE AMORTIZACIÓN DE 9 AÑOS, CON HASTA 7 AÑOS DE CARENCIA DEL PRINCIPAL”

ONTRUCK CIERRA SU PRIMERA RONDA DE FINANCIACIÓN POR VALOR DE 2 MILLONES DE EUROS

nTruck, el primer marketplace profesional de transporte de mercancía por carretera, ha cerrado con éxito su primera ronda de financiación de 2 millones de euros. La empresa, que está revolucionando el sector de transporte de mercancías regional, ha captado el interés de tres importantes fondos de inversión dentro del ecosistema emprendedor europeo: Point Nine Capital, con sede en Berlín; el fondo británico Local Globe; y Samaipata Ventures, liderado por José del Barrio.



Continúa leyendo ►

BBVA ofrecerá líneas DE FINANCIACIÓN A LOS JÓVENES empresarios de Madrid

- BBVA y la Asociación de Jóvenes Empresarios de Madrid (AJE) han firmado un convenio de colaboración para ofrecer condiciones financieras preferentes a las empresas asociadas y acciones de formación para los jóvenes empresarios.
- El objetivo del convenio es poner a disposición de las empresas y autónomos asociados líneas de financiación preferente con el fin de impulsar a los jóvenes madrileños en su crecimiento y expansión.
- Con este acuerdo los asociados podrán beneficiarse de las soluciones que BBVA está desarrollando para sus clientes tales como Commerce360 y SmartPay, aplicaciones que facilitan la gestión diaria y, a la vez, ponen a su alcance los instrumentos necesarios para hacer crecer su negocio.

Un acuerdo en beneficio de los jóvenes empresarios madrileños

Gracias al convenio financiero y de patrocinio, BBVA pone a disposición de los miembros de la asociación un amplio conjunto de productos y servicios para apoyar las necesidades financieras de los jóvenes asociados, así como otras derivadas de su actividad diaria.

ICO COMERCIAL – A Euribor (negativo) + 2,30

- Para autónomos y empresas.
- Anticipa facturas de tu actividad en territorio nacional.
- Hasta un máximo de 12,5M€ por empresa.



WORLDCOO CIERRA una nueva ronda de inversión de 2,3M€ liderada por MNEXT (Javier Faus) y CAIXA CAPITAL RISC

- Mnex, vehículo privado propiedad de Javier Faus (Meridia Capital), y Caixa Capital Risc, la gestora de capital riesgo de "la Caixa", se presentan como principales inversores, junto con el fondo de inversión italiano Faro.
- Hasta la fecha, Worldco ha financiado 83 proyectos solidarios y de cooperación.
- 1,3M € provienen del programa marco de investigación e innovación europeo Horizon 2020.

Worldco, la startup española que permite a las compañías de e-commerce y a los bancos financiar proyectos sociales y de cooperación a través de sus usuarios, acaba de anunciar una ampliación de capital por valor de 2,3M€ de fondos provenientes de Mnex, Caixa Capital Risc-la gestora de capital riesgo de "la Caixa"- y otros inversores particulares, como el italiano Alessandro Bianchi.

Además, en los últimos meses la compañía ha sido una de las nueve empresas españolas reconocidas por el programa de investigación e innovación de la Comisión Europea, Horizon 2020, con una subvención de 1,3M€. Estas inversiones se suman a las ya realizadas anteriormente por Delta Partners, Ona Capital y Banc Sabadell, además de inversores particulares y otros business angels.

La compañía destinará esta inversión a extender el negocio a diversos países europeos.

Rosa Cañamero

SOCIA DIRECTORA EXECOACH.

www.execoach.es



“ ¿DÓNDE QUEDAN
LAS PERSONAS EN LA
INDUSTRIA 4.0?



LA INDUSTRIA 4.0 ES UN CONCEPTO NUEVO aún en vía de desarrollo, que sin duda marcará importantes cambios en la sociedad los próximos años. Igual que en el siglo XVIII vino marcado por el desarrollo de la máquina de vapor, el siglo XIX por la electricidad y el siglo XX por la automatización, en el siglo XXI estamos viviendo la llamada cuarta revolución Industrial cuyo núcleo es el desarrollo de la fábrica inteligente. Son muchos los beneficios que se obtienen en la Industria 4.0; la digitalización de los procesos de negocio en tiempo real, una mayor transparencia entre las empresas -factor clave para que la tecnología de un salto-, mayor conectividad entre distintas máquinas incluso de distintos proveedores, mayor flexibilidad en programación y en los procesos industriales, permitiéndonos reducir los errores, la automatización de pequeños y grandes negocios, que permita llegar a costas de productividad que contrarresten la producción en países low cost, y sobre todo fabricar productos en función de los requerimientos del consumidor y no basados en producción en masa por economías de escala, se producirá lo que se consume.

**"LA NEUROCIENCIA
NO CREE QUE LOS
ROBOTS PUEDAN
DESPLAZAR A
LAS PERSONAS
PORQUE NO SE PUEDEN
CONSTRUIR ROBOTS CON
INTELIGENCIA
EMOCIONAL"**



La historia nos dice que todos las revoluciones industriales han tenido ventajas, y vemos que por supuesto también ésta, que estamos viviendo en el s. XXI, pero tendrá alguna desventaja que debamos prever para hacer bien su proceso de implantación. Se me plantea una cuestión: Si en las industrias cada vez hay más presencia de "inteligencia artificial", y la presencia humana se hace cada vez más prescindible: ¿Dónde quedarán las personas? ¿Conseguirán los robots desplazar a los humanos de las fábricas? Paralelo a este proceso de crear "inteligencia artificial" para ponerla al servicio del hombre, están los avances que cada vez más rápido se están haciendo en el campo de la neurociencia y que nos permiten conocer de manera precisa la biología cerebral. Y la respuesta que la neurociencia da a esta cuestión es que los robots pueden ganar a los humanos en muchas cosas, pero que quedan espacios en los que los humanos tienen ventaja. La neurociencia no cree que los robots puedan desplazar a las personas porque no se pueden construir robots con inteligencia emocional. Clave para decidir, influir, negociar, liderar y en definitiva alcanzar objetivos y metas de la manera más efectiva. Los robots siempre estarán al servicio del hombre, para que éste pueda trabajar en mejores condiciones y pueda elegir esos puestos en los que aportar más valor al negocio; serán los trabajos rutinarios y los de mayor acción física los que queden relegados a los robots.

Por tanto podemos concluir que la Industria 4.0 se acerca a las plantas de fabricación para convertirlas en fábricas inteligentes en las que personas y robots trabajen juntos en un mismo espacio, sin vallas entre máquinas y hombres, pero siendo ambos imprescindibles e insustituibles.

KYOCERA convierte el 'TODO INCLUIDO' en su tarifa plana FLEXPLAN

Buscar fórmulas para dotar de mayor oportunidades a las organizaciones es una de las máximas de KYOCERA, una compañía innovadora, que crece de la mano de sus clientes, tratando de proporcionar a estos de ventajas competitivas, implementando las mejores y más revolucionarias fórmulas del mercado.

KYOCERA, innovación para liderar la ERA DIGITAL



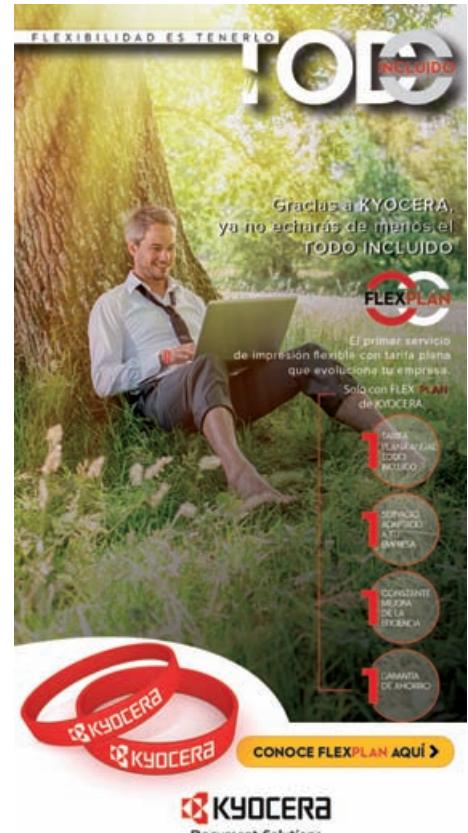
LA INNOVACIÓN SIEMPRE con un objetivo: desarrollar las soluciones más avanzadas, que permitan a nuestros clientes dar un paso más allá en el camino hacia la eficiencia y la productividad. Fruto de ese espíritu innovador nace FlexPlan, el primer servicio de impresión flexible pensado para tener absolutamente controlados los costes. Las sorpresas en los costes son ya cosa del pasado.

¿TIENES UNA TARIFA de impresión a tu medida?

Expresar al máximo la capacidad de inversión y minimizar los costes son tesituras que las empresas se plantean cada día, procurando una mejor eficiencia en todos los ámbitos que puedan contemplar. Un objetivo del que no escapa el ámbito de la impresión.

La mayoría de organizaciones no cuentan con una tarifa de impresión que concuerde perfectamente con sus necesidades reales. Son muchas las ocasiones en las que los gastos se disparan por incidencias técnicas, multitud de impresiones innecesarias y una mala gestión de los equipos. Para muchos negocios es imposible controlar cómo y cuándo van a tener un mayor volumen de impresión, produciéndose así lapsos de tiempo en los que las impresiones se disparan de forma incontrolada y como consecuencia, los costes.

Continúa leyendo ►



FLEXPLAN, la primera tarifa plana de impresión

QUE LA IMPRESIÓN y todos los procesos relacionados y dependientes de ella sean un problema menor del que preocuparse: eso es lo que ha conseguido KYOCERA con FlexPlan.

Una única factura, un único proveedor de servicios y una única cuota de servicio, pagando lo mismo cada mes; es esta la apuesta por un modelo en el que los costes estarán siempre controlados; sin costes por copia, sin mínimos ni excesos y sin cargos extra.

“El primer servicio de impresión flexible con tarifa plana que evoluciona con tu negocio”

SE TRATA DEL PRIMER SERVICIO de impresión flexible; una tarifa plana con una cuota fija mensual que cubre todas las necesidades de gestión e impresión de documentos de forma inteligente, eficaz, segura y flexible. Además, hablamos de un servicio revisable cada año, adaptándose al consumo de cada organización particular, sin regularizaciones ni costes de exceso.



HARDWARE



SOFTWARE



FORMACIÓN

Flexibilidad para aumentar o reducir el número de equipos. Equipos altamente productivos y de coste de funcionamiento muy reducido. Siempre nuevos.

Incluye la instalación de soluciones de gestión documental KYOCERA: para la reducción de costes y gestión proactiva del parque de impresión.

Recomendaciones en políticas de impresión, flujo de gestión de documentos e impacto medioambiental. Instrucciones sobre el manejo de los equipos y sus funcionalidades...



INSTALACIÓN



MANTENIMIENTO

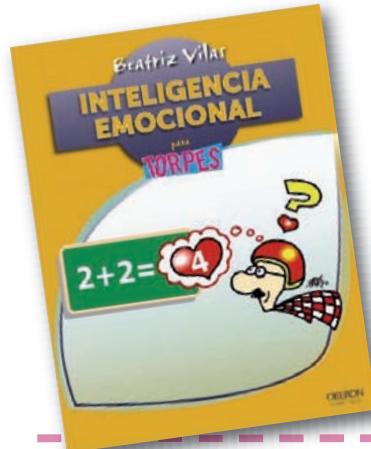
Entrega e instalación de equipos propios y adaptados completamente a las necesidades del cliente...

Servicio in-situ todo incluido. El servicio de mantenimiento de KYOCERA incluye los consumibles (tóner y kits de mantenimiento), piezas de repuesto, desplazamientos e intervenciones técnicas necesarias para garantizar el correcto funcionamiento de los equipos.



CONSUMIBLES

KYOCERA incluye todos los recambios y consumibles necesarios para el correcto funcionamiento de los dispositivos, olvídate de la gestión de los mismo gracias al servicio proactivo de KYOCERA.



Inteligencia Emocional (Torpes 2.0)

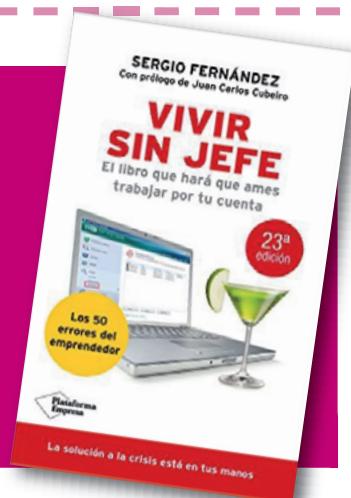
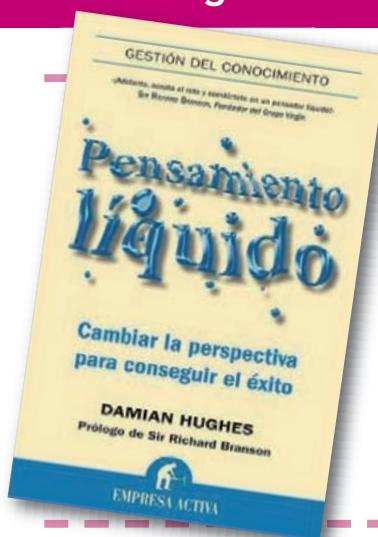
¿Estás harto de mantener malas relaciones emocionales en tu vida? ¿Hasta qué punto es importante nuestro coeficiente intelectual? ¿Cuál es la razón de ser una persona preparada curricularmente pero no saber gestionar tus relaciones? Beatriz Vilas nos da las claves para gestionar tus emociones y comenzar a ser feliz en tus relaciones personales y profesionales.

Autor: Beatriz Vilas Garro - Precio: 15,50 €

Vivir Sin Jefe (Empresa)

Hay muchas personas que desarrollan trabajos como empleados por los que no sienten ninguna pasión, que los mantienen sólo por conseguir la remuneración de final de mes. Por otra parte están los emprendedores, gente que ha puesto en marcha una aventura empresarial y que suele atravesar todo tipo de problemas, excesos o dificultades hasta, si logran salir adelante, llegar a ver cumplido su sueño.

Autor: Sergio Fernández López - Precio: 19 €



Pensamiento líquido (Gestión del conocimiento)

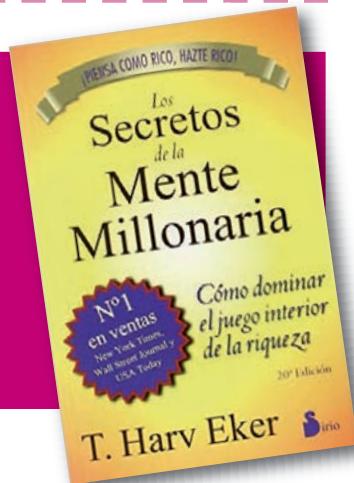
Un libro ágil y práctico para abrir tu mente y explorar nuevas posibilidades. El concepto de "pensamiento líquido" surge por oposición a lo que el gurú de la creatividad, Edward de Bono, llama "pensamiento sólido" que es la incapacidad de ver las cosas desde distintas perspectivas.

Autor: Damian Hughes - Precio: 12,35 €

Los secretos de la mente millonaria

Todos tenemos un patrón personal del dinero arraigado en nuestro subconsciente, y es este patrón, lo que determina nuestra vida financiera. Puedes saberlo todo sobre mercadotecnia, ventas, negociaciones, acciones, propiedad inmobiliaria y finanzas en general.

Autor: T. Harv Eker - Precio: 11,95 €





Face Entrepreneurship

El blog de Face Entrepreneurship publica a diario artículos de interés ofreciendo un contenido relevante para emprendedores. Dan una perspectiva amplia del interesante mundo de las 'startups' tanto en España como en el resto de Europa. Esta información llega de manos de profesionales con gran experiencia en este campo.

Blog by Adecco

El blog de Adecco dedica una sección de gran interés para todo aquel que busque inspiración en el mundo laboral. Además, disponen de un espacio sólo para emprendedores con consejos y mejores prácticas.



Diario de Emprendedores

En este blog se puede encontrar información de interés para emprendedores, desde ejemplos de 'startups' exitosas, entrevistas con emprendedores, ideas y ejemplos de negocio, herramientas muy interesantes para emprendedores y formas de financiación. Sus publicaciones son muy regulares, vale la pena seguirles la pista.

Loogic

Un blog muy completo con gran variedad de temas, todos relacionados con los negocios, como 'startups', inversiones, Ecommerce y Crowdfunding. En la sección 'Startups' se publican artículos regularmente y todos traen la información más fresca del mundo de los emprendedores.





Any.do

Te permite realizar listas de tareas y gestionarlas fácilmente. Tiene la particularidad de compartirse en grupo y sincronizarse, para que todos tengan asignada su labor. También permite gestionar tus listas personales con tus proyectos de trabajo además de las que compartes.

Slack

Te ayudará a crear una intranet, en donde cada empleado o voluntario podrá comunicarse de manera privada. Por si fuera poco, la aplicación también nos permite comunicarnos con clientes y enviarles documentos de forma privada.



Sign Easy

Te permite importar documentos de cualquier extensión para que puedas firmarlos digitalmente. Una vez firmados, podrás enviarlos o guardarlos en la nube, a través de Google Drive o Google Drop Box.

Anfix

Se trata de una aplicación especialmente diseñada para llevar adelante las cuentas de tu negocio. Es un simple programa de contabilidad que funciona completamente en la nube. De forma fácil y segura, podremos controlar las finanzas y asegurarnos de que todo marche bien.





Alison

Este sitio web ofrece cursos gratuitos de las más grandes compañías de internet como Google y Microsoft. Su gran potencial lo demuestran los casi 6 millones de usuarios y sus 600 cursos que van desde economía, desarrollo de habilidades empresariales hasta conocimiento general como enfermedades, idiomas, entre otras.



Kutztown University

Esta Universidad ubicada en Pensilvania tiene más de 100 cursos gratuitos, los cuales manejan temas extremadamente importantes para cada emprendedor en su proyecto. Se ofrecen cursos de modelos de negocio, contabilidad, manejo de operaciones, y gerencia.



Coursera

Se puede decir que esta plataforma es una de las más completas y con más asistentes en el mundo. Con 115 aliados, más de 10 millones de suscriptores y con alrededor de 865 cursos, se puede decir con toda tranquilidad que Coursera es una herramienta indispensable para todo emprendedor. El gran beneficio de esta plataforma es su variedad y la posibilidad de certificarse.

Myownbusiness

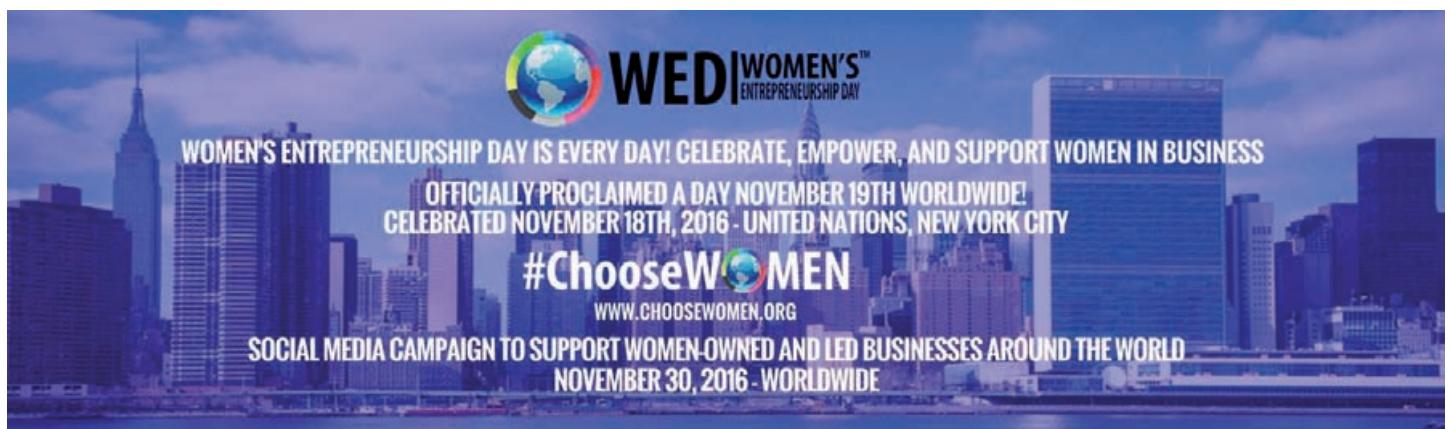
Ofrece diferentes cursos acerca de cómo desarrollar un plan de negocios, adquirir habilidades de negociación, licencias y permisos, entre otros. Es una de las páginas más completas respecto al tema de emprendimiento y creación de empresa.



Celebra el Women's Entrepreneurship Day

El Día de la Mujer Emprendedora- Women's Entrepreneurship Day (WED) es un movimiento global con origen en Naciones Unidas y que coincide con la Semana Global del Emprendimiento (GEW).

ESTE AÑO, EL EVENTO SE LLEVARÁ A CABO en Madrid el día 18 de noviembre. Este encuentro está enmarcado dentro de las actividades de **Ellas BizLab**, la tranquilizadora de startups promovida por Ellas Al Cuadrado cuyo objetivo es explorar y construir juntas nuevos modelos de empresa digital a través de los cuales las mujeres puedan transformar ideas innovadoras en proyectos sostenibles y autofinanciados que les permitan vivir una existencia equilibrada, lejos de ritmos frenéticos y poco humanos que convierten el emprendimiento en una opción profesional muy hostil.

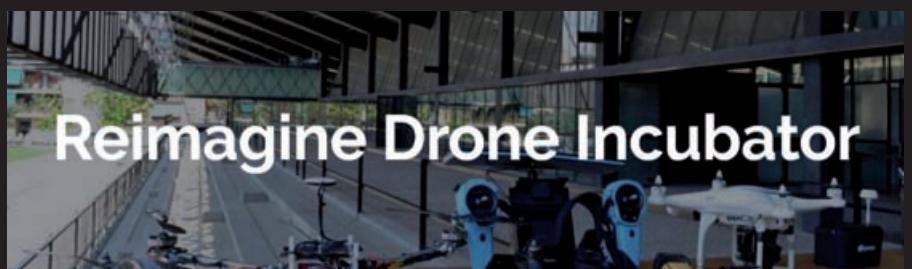


Reimagine Drone inicia su actividad y abre el plazo de inscripciones para su incubadora

EL PROGRAMA

GESTIONADO por

Brinc e Incubio ofrece a emprendedores de todo el mundo acceso a recursos de creación de prototipos, además de un plan de estudios en línea personalizado y asesorías técnicas.



Hasta el 25 de noviembre se pueden presentar las solicitudes para ser una de las 15 empresas

que entrarán en el programa de pre-incubación, de donde saldrán las 3 finalistas.

Si tienes una idea de empresa innovadora, presenta tu candidatura a los Premios InÍciate 2016

LOS "PREMIOS INÍCIATE 2016", impulsados por el Gobierno de Navarra, quieren reconocer la iniciativa y la innovación e impulsar la detección de ideas de negocio y el desarrollo de proyectos empresariales.

El concurso está abierto a todas aquellas personas que posean un proyecto o idea de empresa innovadores, de cualquier punto de la geografía estatal, y también a doctores y doctoras o personas que estén desarrollando una tesis doctoral que pueda ser la base de una nueva empresa.

Puedes consultar [aquí las bases del concurso](#). Presentación de candidaturas **HASTA EL 28 DE NOVIEMBRE**.

SE ESTABLECEN TRES MODALIDADES DE PREMIOS.

Las modalidades "Premio al mejor proyecto innovador" y "Premio al mejor proyecto innovador universitario" contemplan un premio consistente en una estancia gratuita de seis meses en el Vivero Innovación de CEIN y la preselección del proyecto para participar en la quinta edición del programa Impulso Emprendedor del Gobierno de Navarra que gestiona CEIN. Además, los proyectos ganadores en las dos categorías optarán a un único primer premio de 10.000 euros y un único segundo premio de 3.000 euros, destinados a la creación de la empresa, que debe constituirse en Navarra. La tercera modalidad es la denominada "Premio tesis doctoral emprendedora", categoría en la que se seleccionarán y premiarán 10 tesis doctorales, que participarán en un programa formativo orientado a valorar sus posibilidades comerciales.

PRESENTACIÓN EMPRENDEDORES SOCIALES ASHOKA 2016

**DESCUBRE QUIÉNES SON LOS 4 NUEVOS EMPRENDEDORES SOCIALES DE ASHOKA,
QUE ESTÁN REVOLUCIONANDO...**

- ... la educación a través de sus profesores.
- ... los derechos de las mujeres y las niñas.
- ... el sector de la moda hacia una industria textil sostenible.
- ... las aulas de tecnología para empoderar a los jóvenes.



**EL 1 DE DICIEMBRE EN EL TEATRO DE LAS NAVES DEL ESPAÑOL (MATADERO) EN LA
PLAZA LEGAZPI 8.
IMPRESCINDIBLE CONFIRMAR ASISTENCIA.**



Dedícate a hacer lo que te gusta, nosotros nos encargamos de tu pyme en Internet

SITIOS WEB A LA MEDIDA DE TU NEGOCIO



Una web con hosting, dominio y cuentas de correos empresariales



Más visibilidad con tu presencia en Google Mi Negocio



Sencillo de navegar para tus potenciales clientes



Diseño atractivo y adaptable a cualquier dispositivo



Contenido optimizado para buscadores como Google



Soporte permanente para actualizar tu web cuando quieras



"Mi centro veterinario ha crecido mucho desde que abrí hace 10 años. Necesitaba una presencia en Internet más potente, acorde con mi negocio, y la necesitaba ya. Llamé a Web.com y ellos se encargaron de todo en tiempo récord. Desde entonces, muchos clientes me visitan porque llegaron a mí a través de la página web. ¡Y seguimos creciendo!"

**Juliana Calle,
Centro Veterinario V.I.Pet**

Si deseas aprender cómo Web.com puede ayudar a tu negocio a tener éxito en Internet, habla con uno de nuestros asesores digitales.

Incluso si ya tienes una página web, te ofrecemos un completo servicio de optimización para que tus clientes te encuentren más fácil cuando busquen tu productos o servicios en línea.

¡Llámanos y crece tú también con Web.com!

España: 91 060 2214
Llama gratis: 900 670 024
Visítanos en www.web.com

web.com™
Ayudando a las PYMES a tener éxito en línea desde 1997



MASS
TECHNOLOGY



Suscríbete en
www.massbienestar.com

COMPRA
exclusiva
en
www.bikeandbici.com

Bike and Bici
thin bike
schindelhauer

