

emplea y vende

Nº 19 junio 2017

ACCENTURE
TENDENCIAS
2017

Los jóvenes al poder,
HackForGood

BNEXT,
alternativa a la banca

FINTONIC,
éxito de las finanzas
PERSONALES

ALBERT BOSCH,
Housfy vende en 68 días por 1990 €



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

LOS NEGOCIOS DIGITALES AL PODER



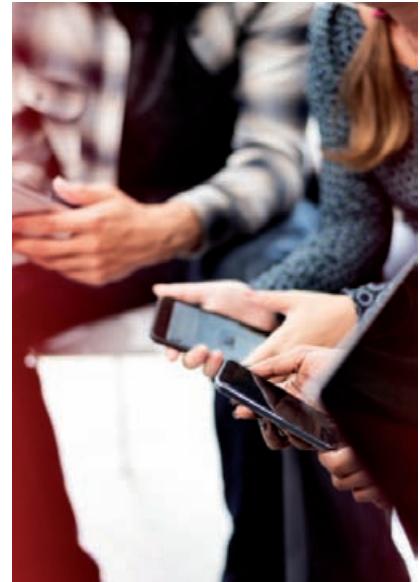
os negocios tienen en la transformación digital de las empresas y en el conocimiento digital de los socios fundadores y directivos las claves del éxito, precisamente en este nuevo magazin de Emplea y Emprende, aparecen en sus páginas éxitos como el de **Fintonic** que con su modelo innovador para las finanzas personales acaba de cerrar una ronda de 25 millones de euros y que **Housfy** se convierte en la primera inmobiliaria con un modelo de negocio digital que por 1.990 euros presta los mismos servicios que los competidores tradicionales son el mejor ejemplo de que no solo somos un país con altísima penetración de internet sino que vamos aplicando el conocimiento del mundo digital a los negocios y esa es la mejor noticia.

En la parte contraria, nos encontramos con cientos de miles de personas que a los 55 años se les aparta del mercado laboral y eso en los casos de que la formación se la adecuada nunca lo deberían consentir los empleadores ya que el talento no solo queda para los jóvenes y a estos profesionales los necesitamos, confiemos en ellos.



Sumario

Nº19 junio 2017



10

TELEFÓNICA
HackForGood

16

HOUSFY
Albert Bosch,
socio fundador

Edita
CARMEDIA Comunicación, SL
Miguel Hidalgo, 5
28043 Madrid, España.
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

EL RINCÓN DIGITAL
Gestión de crisis en RRSS

22

INSTITUTO
TECNOLÓGICO
TELEFÓNICA

26

ACCENTURE
Tendencias 2017

42

BNEXT
Tu otro banco



48

NEUROLIDERAZGO
Transformación digital





BARCELONA TECH CITY Y TELEFÓNICA SE ALÍAN para impulsar la ciudad como Hub de innovación

- Telefónica facilitará a las startups el acceso a las mejores redes de tecnología así como a nuevos negocios.
- La colaboración entre ambas entidades permitirá a los emprendedores beneficiarse de la cultura de innovación abierta de Telefónica.
- Barcelona Tech City representa a más de 450 empresas tecnológicas, entre las que figuran Edreams-Odigeo, Privalia, Trovit, Antai, Wallapop, Scytl, Airbnb o Uber.

TELEFÓNICA Y BARCELONA TECH CITY se han aliado para impulsar Barcelona como un Hub de innovación y ofrecer al conjunto de startups el acceso tanto a las mejores redes de tecnología e infraestructuras como a nuevos negocios y clientes en el ámbito empresarial.

El acuerdo de Telefónica con Barcelona Tech City se une a los proyectos de apoyo al tejido emprendedor y de creación de empleo que la compañía tiene en marcha en Barcelona y entre los que destacan Wayra, la aceleradora de startups de Telefónica Open Future_, dirigida a impulsar los proyectos innovadores de jóvenes emprendedores y las lanzaderas de empleo.

emplea y emprende 6

CORNERJOB LEVANTA UNA RONDA DE 19 MILLONES DE DÓLARES PARA CIMENTAR SU POSICIÓN DE LIDERAZGO

LA NUEVA RONDA ELEVA A 54 MILLONES

de dólares la financiación recibida por la compañía hasta la fecha.

La plataforma líder en reclutamiento para puestos de alta rotación fundada por Miguel Vicente, Gerard Olivé, David Rodríguez y Mauro Maltagliati—ha recibido una nueva inversión de 19 millones de dólares, tras la ronda de serie B por valor de 25 millones de dólares anunciada en julio de 2016, con la que eleva su financiación total hasta los 54 millones de dólares. Participan como inversores en esta ronda Northzone, Randstad Innovation Fund, e.ventures, Samaipata Ventures, Caixa Capital Risc, Sabadell Venture Capital, Mediaset Italia, Mediaset España, Groupe TF1, 5M Ventures, Media Digital Ventures, Augesco Ventures y TV Azteca.

La nueva financiación permite a CornerJob seguir desarrollando sus servicios para agilizar la cadena de valor del mercado de empleo.

CornerJob, que ha recibido recientemente el premio Tech5 a la Start-Up de Crecimiento Más Rápido por parte de The Next Web y fue incluida entre las 10 apps destacadas de 2016 por la App Store de Apple.





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

#SOMOSCAPACESDETODO

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

fundaciontelefonica.com
Despertando ideas se despierta el futuro



MÁS DE 1.800 ASISTENTES EN LA XIV EDICIÓN DE HOY ES MARKETING

ESIC CELEBRÓ EL PASADO 25 DE MAYO la XIV edición de Hoy es Marketing, el mayor evento de Marketing y Management en España y gran foro de las últimas tendencias del mundo empresarial, la Comunicación y la Economía Digital. En este marco, destacados

profesores de la escuela de negocios y directivos de importantes empresas subrayaron que las compañías se encuentran en estos momentos en una encrucijada en el que las marcas, los consumidores, los equipos, la RSE y los algoritmos jugarán un nuevo papel.

ONTRUCK OBTIENE 10 MILLONES

de dólares en una ronda de financiación (serie A) liderada por Atomico

Con esta nueva entrada de capital, OnTruck reafirma su objetivo de reinventar el mercado europeo de la logística de transporte, un sector que genera más de 100.000 millones de dólares.



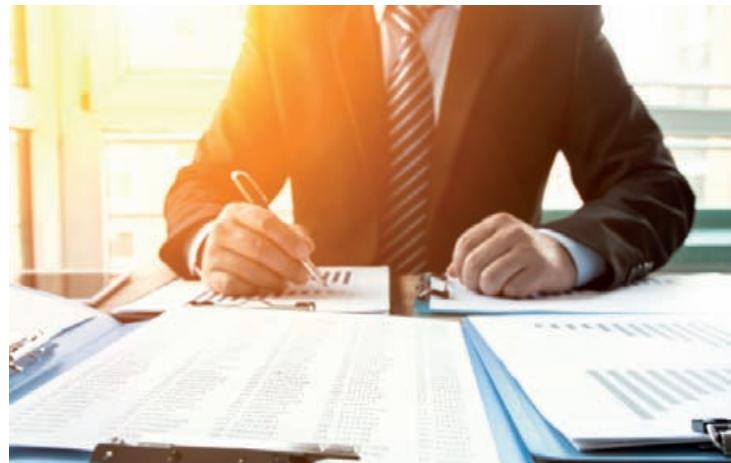
ONTRUCK, LA PRINCIPAL PLATAFORMA de logística on demand creada en España, que conecta directamente a empresas con transportistas profesionales, ha obtenido una ronda de financiación Serie A de 10 millones de dólares. La operación, liderada por Atomico, con sede en Londres, ha contado también con la participación del grupo inversor Idinvest y un gran grupo energético. En la ronda, que destaca por su amplia base de inversores -abarcá cuatro grandes mercados europeos-, también se incluye a los inversores existentes Point Nine Capital, La Famiglia y Samaipata Ventures.

SAMAIPATA VENTURES INVIERTE EN LA STARTUP COLVIN

Colvin, la startup catalana que permite comprar flores a domicilio de calidad, sin intermediarios y a un precio asequible, acaba de cerrar su segunda ronda de financiación con Samaipata Ventures, el primer fondo de inversión especializado en marketplaces y plataformas de ecommerce disruptivo, en fase semilla, en el sur de Europa.

SAMAIPATA VENTURES, fondo liderado por José del Barrio, creador de la aplicación para pedir comida a domicilio La Nevera Roja, ha apostado por el modelo de negocio de Colvin, que trabaja con proveedores y agricultores de proximidad con el objetivo de reducir el tiempo que tardan las flores en llegar al consumidor desde que son cortadas, de modo que consigan mayor calidad y duración.

Esta es la segunda ronda de financiación que la startup cierra en tan solo 5 meses de operaciones, después de levantar a finales de 2016 una primera ronda de 300.000 euros entre capital público y privado.



NACE EMPRESARIUS, UNA NUEVA PLATAFORMA PARA AYUDAR A LOS PROFESIONALES AUTÓNOMOS

EMPRESARIUS SE PRESENTA como un portal de artículos de interés empresarial, que está dirigido exclusivamente a profesionales autónomos, empresarios y directivos que pretendan estar informados. La intención de este portal es mejorar la productividad, la presencia y el rendimiento de su empresa. Se trata de una página web, creada conjuntamente entre cuatro empresas, que quieren ser una plataforma y un referente informativo, para profesionales autónomos que quieran estar al día sobre todo lo referente a herramientas y noticias tecnológicas y de software (Apen); de sostenibilidad y economía circular (Eco-Circular); de marketing y comunicación digital (Online Valles) y de gestión, economía y derecho mercantil (Beta Legal).



eléfonica Hack For Good



HACKEAR por algo mejor

Más de 1500 hackers sociales de 23 universidades se reunieron en la 5^a edición de 'HackForGood', el encuentro para jóvenes desarrolladores con fines sociales, en el que Telefónica colabora a través de su red de cátedras universitarias.

JLP

Durante el Hackathon de marzo en quince sedes simultáneamente - Madrid, Barcelona, Valencia, Alicante, Murcia, Cartagena, Ciudad Real, Sevilla, Las Palmas, Cáceres, Salamanca, Valladolid, León y Vigo y la sede virtual Cloud Hacker-, se desarrollaron 150 aplicaciones tecnológicas que resuelven los 200 retos sociales propuestos previamente mediante el uso masivo de datos.

emplea y emprende 10

LOS JÓVENES
DESARROLLADORES,
DISEÑADORES, SOCIÓLOGOS, INGENIEROS - HAN TRABAJADO DÍA Y NOCHE DISEÑANDO APLICACIONES QUE RESUELVEN ESOS RETOS Y PODER CONSEGUIR LOS TRES PREMIOS ABSOLUTOS HACKFORGOOD, QUE HAN REPARTIDO 9.000 EUROS



os jóvenes desarrolladores, diseñadores, sociólogos, ingenieros - han trabajado día y noche diseñando aplicaciones que resuelven esos retos y poder conseguir los tres premios absolutos HackForGood, que han repartido 9.000 euros, entre las mejores propuestas a nivel nacional.

Premios Globales HackForGood

ESTE AÑO EL PRIMER PREMIO HackForGood Global (5.000€) fué para el equipo de Valencia "Semáforo para incidentes", cuya solución enriquece la información de una app del Ayuntamiento valenciano, que en la actualidad proporciona la posición geográfica de todos los semáforos de la ciudad. La propuesta ganadora consigue facilitar también el estado en el que se encuentra cada uno de ellos.



SEGUNDO PREMIO HackForGood Global (3.000€) ganado por el equipo de Vigo "Learnfordown", con un sistema para que las personas con Síndrome de Down aprendan a leer y a escribir, mediante una App Android, un equipo hardware (Joystick, botones, arduino, teclado) y un sistema de motorización mediante una interfaz web.



EL TERCER PREMIO HackForGood nacional (1.000 €) compartido para "Biocast" de Sevilla y "PicComunica" de Las Palmas de Gran Canaria. El primero consiste en un sistema predictivo de salud, que detecta patologías mediante técnicas Big Data. El segundo consigue mejorar la comunicación entre las personas autistas y sus cuidadores o familiares con una app y pictogramas.



PREMIO LUCA – HackForGood de Telefónica

El primer premio (1.000€) obtenido por el proyecto de Salamanca "Cafeteros Colombianos", que utilizando datos de Telefónica y datos abiertos desarrolla y representa en mapas varios indicadores socioeconómicos de Colombia.

El segundo Premio (600€) fue para "Colombia Connect", de la sede de Madrid, que con datos de Telefónica o datos abiertos construye varias caracterizaciones socioeconómicos del país y las combinan para proponer una aplicación que contribuye al desarrollo de zonas rurales.

El tercer premio (400€) fue conseguido "Ubica_Bot", de la sede de Barcelona, que combina datos de Telefónica con la tecnología bot hasta obtener información útil sobre afluencia de personas en diferentes zona del país, simplemente chateando.

Además, uno de los miembros de los equipos ganadores recibirá una beca de Telefónica para integrarse en el equipo de Big Data for Social Good de LUCA luca-d3.com.



eléfonica Hack For Good

PREMIOS HACKFORGOOD

Think Big Fundación Telefónica

D e entre los 25 proyectos ganadores "Think Big Locales", se seleccionarán los dos premios Hackforgood Think Big de Fundación Telefónica, cuyos ganadores disfrutarán de un fin de semana formativo en emprendimiento social y el acceso garantizado al programa Think Big, en el que los jóvenes obtendrán financiación de hasta 3.000 euros para sus proyectos, apoyo personalizado de un mentor y otras formaciones online y presenciales en emprendimiento social e innovación.



PREMIOS

Formativos HackForGood



Uno de los integrantes del equipo ganador de cada sede recibirá una beca para cursar el máster en Ingeniería del Software y Sistemas Informáticos de la UNIR. Asimismo, todos los hackers que hayan presentado un proyecto recibirán un descuento del 50% para el Máster MBA on-Line y Máster en Dirección de Sistemas de Información, on-Line de la UPM. Además, todos los hackers están invitados a participar en el nanoMOOC "Siete habilidades clave en la era digital" que comenzará el próximo 21 de marzo.

PREMIOS de continuidad

EL PRÓXIMO 20 DE SEPTIEMBRE tendrá lugar en el Espacio Telefónica de Madrid el HackForGood Big Day, que reunirá a los equipos ganadores de las 15 sedes y premiará a los proyectos que mejor hayan evolucionado durante estos próximos meses. Los tres ganadores se llevarán premios de: 8.000€, 3.000€ y 1.000€ y el premio Telefónica Open Future que les facilitará que sigan desarrollando y haciendo crecer sus proyectos.

Todos estos galardones se complementan con una gran cantidad de premios locales ofrecidos a los ganadores en cada una de las sedes (más información sobre los premios locales en www.HackForGood.net). Politécnica de Madrid, Complutense de Madrid, UNIR, Pontificia de Comillas, Rey Juan Carlos, Politécnica de Cataluña, Pompeu Fabra, UOC, Politécnica de Valencia, y las de Alicante, la Católica de Murcia, Politécnica de Cartagena, la de Castilla-La Mancha, Sevilla, Las Palmas de Gran Canaria, Extremadura, Valladolid, León y Vigo. Además, también impulsan esta iniciativa la Escuela Universitaria de Diseño-ESNE, la Universidad Europea de Madrid, la Universidad de Salamanca y la Universidad Camilo José Cela. HackForGood es un evento promovido por Telefónica y organizado junto a la ETSI de Telecomunicación de la Universidad Politécnica de Madrid, la Fundación HazloPosible y la startup MashmeTV con el apoyo de la Red de Cátedras Telefónica.

HackForGood es un evento promovido por Telefónica y organizado junto a la ETSI de Telecomunicación de la Universidad Politécnica de Madrid, la Fundación HazloPosible y la startup MashmeTV con el apoyo de la Red de Cátedras Telefónica.



HACKFORGOOD ES UN EVENTO PROMOVIDO POR TELEFÓNICA Y ORGANIZADO JUNTO A LA ETSI DE TELECOMUNICACIÓN DE LA UNIVERSIDAD POLITÉCNICA DE MADRID, LA FUNDACIÓN HAZLOPOSIBLE Y LA STARTUP MASHMETV CON EL APOYO DE LA RED DE CÁTEDRAS TELEFÓNICA.

ÉXITO del PROGRAMA EMPRENDEDOR **DE LANZADERA**



La aceleradora valenciana puso a disposición de los interesados un programa para proyectos maduros y otro para proyectos en fase inicial de desarrollo.

LANZADERA, la aceleradora de Juan Roig para promover el liderazgo emprendedor y la creación de empresas, han concluido con gran éxito sus programas para emprendedores. Éstos van dirigidas tanto a aquellas personas o equipos que tengan un proyecto empresarial desarrollado, como a los que tengan un proyecto en fase de desarrollo, sin importar el sector o la procedencia.

Las diferencias son claras, el Programa Lanzadera va dirigido a startups con proyectos que necesitan ser ace-

lerados; mientras que el Programa Garaje está enfocado a startups que necesitan de un proceso de incubación.

El programa Lanzadera va dirigido a proyectos emprendedores que tengan entre 6 y 24 meses de vida desde su lanzamiento y ofrece durante nueve meses asesoramiento y mentoring personalizado, un modelo de gestión contrastado y hasta 200.000 euros de financiación en formato de préstamo.



PROGRAMA GARAJE

AL SEGUNDO, el Programa Garaje, podrán optar proyectos emprendedores en fase embrionaria y ofrece 11 meses de incubación para trabajar en una primera versión de producto, validar la propuesta aportada a través de entrevistas con clientes y proveedores e implementar el modelo de negocio. Todo ello, con una media de 36.500 euros de financiación.

Para ello, es necesario inscribirse en la web www.lanzadera.es. El plazo finalizará el próximo 31 de marzo y de todos los equipos inscritos en ambos programas se realizará una selección que se completará con entrevistas. El Director General de Lanzadera, Javier Jiménez, ha destacado que "las convocatorias abiertas para ambos programas son una gran oportunidad para poder desarrollar proyectos e ideas de negocio con muchas garantías de éxito, en Lanzadera les dotamos de las herramientas necesarias en cada caso, de mentores cualificados, de un espacio de trabajo de vanguardia y de financiación para acelerar su crecimiento". Jiménez recomienda, "enviar cuanto antes el proyecto y no esperar a los últimos días, para que las prisas o los pequeños detalles de última hora no impidan convertir los sueños y potenciales proyectos e ideas de negocio de los emprendedores, en una realidad productiva".

NOVEDADES abiertas en el mayor POLO EMPRENDEDOR DEL Mediterráneo

Lo programa de aceleración con el que comenzó Lanzadera en el año 2013 se vio reforzado, en 2015, con la creación del programa de incubación Garaje, de apoyo a emprendedores con proyectos menos maduros. Asimismo, en 2016, la aceleradora puso en marcha Campus, un programa orientado a alumnos que finalizan sus estudios en EDEM Escuela de Empresarios y que necesitan también de incubación o aclaración para sus proyectos empresariales. En todos ellos se ofrece a los emprendedores formación específica y acorde a las necesidades de cada proyecto, en las instalaciones de Marina de Empresas, el mayor polo emprendedor del Mediterráneo, y se les enseña un modelo de gestión contrastado y de éxito, el Modelo de Calidad Total, basado en el trabajo productivo, el esfuerzo y el liderazgo.

A lo largo de su existencia, Lanzadera ha impulsado 55 empresas que ya están funcionando en el mercado, éstas han generado 169 empleos directos y ha aportado una financiación global de 10,4 millones de euros. En estos momentos, se está acelerando a un total de 45 equipos de diferentes sectores que están cumpliendo su sueño emprendedor y en Marina de Empresas hay alrededor de 200 emprendedores trabajando y haciendo crecer sus empresas.

Con el fin de que a las convocatorias a los Programas Lanzadera y Garaje de este 2017-2018 pudieran concurrir equipos y personas con mayores garantías de éxito en el proceso de selección, Lanzadera puso en marcha el pasado mes de diciembre de 2016 la campaña "Impacientes". Ésta consistió en una apertura de pre-inscripción, tanto a la incubadora Garaje como al programa de aceleración Lanzadera, en la que se animaba a todos aquellos que tuvieran un proyecto a enviarlo, para ofrecer consejos de mejora y enfocarlos de cara a cada una de las convocatorias oficiales de los programas.

Con la campaña, Lanzadera se quiso anticipar a la fecha de apertura de programas y ha evaluado y devuelto feedback de mejora a esos proyectos que quieran aplicar durante todo el año, con la finalidad de que pudieran avanzar, enfocar o superar algunas barreras en sus proyectos.

OBJETIVO: REINVENTAR el modelo de las agencias inmobiliarias



Housfy, es la primera agencia inmobiliaria on line que nace desde un modelo de poner en contacto a compradores y vendedores. Después de sus excelentes resultados en Barcelona, expande su negocio a Madrid.

JLP

EL MODELO HOUSFY

Housfy elimina la intermediación de las agencias tradicionales ofreciendo expertos y sobre todo las herramientas más avanzadas para que los vendedores y compradores realicen el proceso de compraventa directamente. Desde el ofrecimiento de una valoración gratuita el proceso de comercialización y cierre de las operaciones se resume en tres puntos básicos.

1.- Captación de compradores

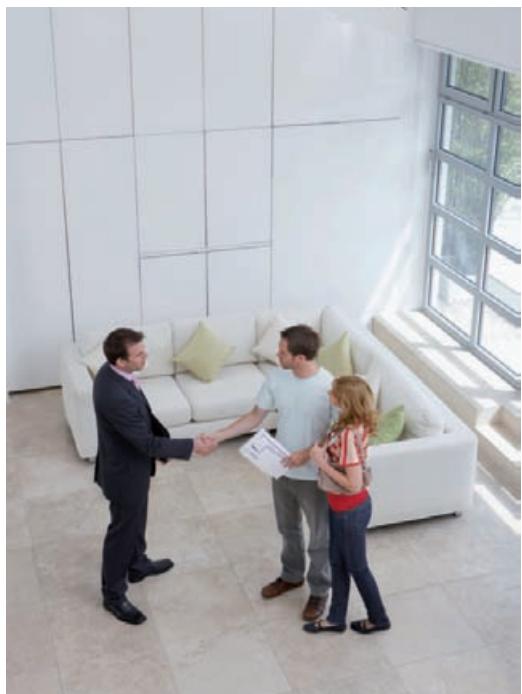
- Visitas de expertos, estudio de mercado para fijar la banda de precios
- Plan de marketing incluyendo reportaje fotográfico, materiales de venta y publicación de las operaciones en los portales inmobiliarios.
- Se realizan las gestiones de las visitas y la representación de los clientes

2.- Visitas con los compradores

- Control integral de cada operación a través de web y app
- Gestión de las visitas con los compradores verificados
- Recepción de las ofertas directas de potenciales compradores

3.- Cierre de las operaciones

- Verificación de los trámites legales
- Preparación de la documentación y contratos
- Gestión de financiación premium para compradores
- Acompañamiento a las firmas ante Notario



UN MODELO con tarifa plana

Housfy funciona con una tarifa plana de 1.990€ por todos los servicios por lo que se demuestra que el ahorro medio se sitúa sobre los 12.000 euros comparando con los honorarios que las inmobiliarias tradicionales cobran por las mismas operaciones de compraventa. El pago único de 1.990 euros carece de riesgos para los clientes ya que se pagan al cerrar la venta.

El compromiso con los clientes es cerrar las operaciones en un máximo de 90 días, hasta la fecha la media de cierre de las operaciones se sitúa en 68 días.

Comisión Agencia

Costes visitas

Proveedores

12.000€ ahorro

Agencia



PLANES de expansión

HOUSFY ES UNA STARTUP fundada por Carlos Blanco, Albert Bosch (ex Grupalia) y Miguel A. Mora (Yaencontre.com) que han decidido expandir Housfy a Madrid y Comunidad después de

la excelente experiencia y la gran tracción conseguida en Barcelona. Los socios gestionan la primera ronda de financiación en la que tienen depositadas grandes expectativas.



Albert Bosch

CEO y socio fundador de Housfy con Carlos Blanco y Miguel A. Mora

ES UN DESTACADO emprendedor con experiencia en el mundo de las startup, ex Groupalia, conocedor del mundo inmobiliario y que considera **Housfy** un modelo ganador "Empresas como Wallapop nos han enseñado que nosotros mismos podemos vender camisas, Housfy lo hace con las casas".

EYE ¿Cuando surge la idea de crear **Housfy** y con qué objetivos y una breve referencia a sus socios **Carlos Blanco y Miguel A. Mora**?

AB Me di cuenta que el sector inmobiliario era muy tradicional, así que empecé a investigar cómo podía darle la vuelta. Después de meses analizándolo y valorar distintas opciones decidí que había que digitalizar el sector de la compraventa. En todo este proceso me cruzo con Carlos Blanco y su incubadora Nuclio, quienes habían reflexionado sobre una idea de negocio muy parecida. Decidimos ponerlo en marcha juntos y así nació Housfy.



“Housfy es una plataforma que conecta vendedores y compradores directamente y por lo tanto somos clientes de los portales inmobiliarios”

EYE ¿Qué balance hace de la primera experiencia en el mercado de Barcelona?

AB Muy positiva. El mercado está reaccionando tan bien que estamos captando más pisos de lo que esperábamos y con mucha más rapidez. De hecho, nuestra media de venta se sitúa en 68 días, por debajo de los 90 que nos habíamos marcado como objetivo. Así que la experiencia está siendo muy buena.

EYE ¿En términos de captación de clientes y en número de operaciones que datos avalan lo que denominan como gran tracción conseguida en este mercado?

AB En los 5 meses que llevamos de actividad ya tenemos **más de 150 pisos en cartera**, nuestros clientes están ahorrando una media de 12.000 euros en comisiones de agencia y el grado de satisfacción es muy elevado, así lo demuestra el feedback que tenemos tanto de vendedores como de compradores. Otros datos serían la media de venta ya mencionada de 68 días y el número de visitas. Teniendo en cuenta que un piso necesita una media de 30 visitas para ser vendido, estamos concentrando estas visitas en pocos días, por lo que la rapidez de la venta aumenta.

EYE Además del plan de expansión al importante mercado de Madrid, expandirse al resto de España ¿es solo un problema de financiación?

AB No se trata de un problema de financiación sino de ir paso a paso. Damos mucha importancia a conocer el negocio local de cada ciudad, ya que es necesario estudiarlo para poder ofrecer un servicio óptimo a los vendedores y compradores de cada zona. Por esa razón, si nos expandiéramos de golpe a todo el territorio español perderíamos el control para poder ayudar a vender los inmuebles de forma correcta.

EYE Entre sus socios está Miguel A. Mora (Yaencontre.com) ¿son negocios complementarios o confluentes?

AB Son negocios complementarios. Housfy es una plataforma que conecta vendedores y compradores directamente y por lo tanto somos clientes de los portales inmobiliarios, ya que es donde publicamos nuestras propiedades. Esto está directamente relacionado con nuestra estrategia de marketing online que trata de publicar los pisos en el mayor número de portales posibles, cosa que nos da más visibilidad y, por lo tanto, captamos un mayor número de potenciales compradores.

EYE ¿Considera que HOUSFY, desde su modelo innovador, puede agitar un mercado tan atomizado como el de las agencias inmobiliarias en España?

AB Ya lo está haciendo. No solo los datos nos dan la razón, sino que es un sector en pleno cambio y tanto la digitaliza-

ción como todas las empresas proptech tendremos un papel muy importante en dar la vuelta a la percepción de este mercado. Un ejemplo de ello lo encontramos en las agencias de viajes que hace un tiempo vieron como su actividad se desplazaba a internet, dónde adoptaron un nuevo modelo que ahora ya nos parece habitual. Aunque sea un mercado tan tradicional, iniciativas como Housfy han llegado para reinvertirlo y en unos años la compraventa de pisos será un concepto totalmente renovado.

EYE ¿Es posible ofrecer servicios de calidad incluidos los de reportajes fotográficos por 1.990 euros? ¿El modelo de negocio es sostenible desde este precio?

AB Totalmente. Todos nuestros **reportajes fotográficos** son profesionales cosa que nos permite conseguir el doble de contactos de los que tiene una agencia tradicional. Como el número de contactos es mayor, vendemos más rápido, cosa que rentabiliza nuestro modelo.

EYE Finalmente, los mercados inmobiliarios son muy diferentes según cada país, pero ¿hay planes de internacionalización?

AB Sí, hace unos días **atterrizábamos en Madrid** donde ya sumamos más de 10 pisos en cartera en muy poco tiempo. El próximo objetivo es establecernos en otras ciudades importantes como Valencia, Sevilla, Bilbao... y luego hacia países de fuera del territorio español como por ejemplo Francia.

Albert Boch y Miguel A. Mora.





7 TIPS PARA GESTIONAR una crisis en redes sociales

Una situación de crisis en redes sociales puede aparecer en el momento que menos te lo esperas y ocurren más habitualmente de lo que piensas.

Sara Aguilar Blasco. Community Manager. Web.com España.



Para gestionar una crisis hay que elaborar un plan antes de que está llegue a nosotros, como un plan de evacuación ante un incendio, es algo que ya debe estar elaborado con anterioridad. Si tenemos un plan de acción definido, podremos evitar "quemarnos" durante la crisis o ante cualquier dificultad que pueda aparecer en tu marca.

Por eso te dejamos estos consejos para que puedas manejar un momento de crisis en tu comunidad social.

1. Crear un plan de acción

Como hemos dicho antes, este proceso debe prepararse mucho antes de que la situación delicada ocurra con tu marca. Las redes sociales son un medio que cambia de forma rápida y es muy común que coja a las marcas por sorpresa. Ten un plan de acción listo para afrontar una crisis.



2. Pensar antes de actuar

Muchas veces una situación de crisis puede prevenirse si las marcas dan un paso atrás y analizan lo que están haciendo. Al planear tu contenido, pon a un miembro del equipo a jugar el papel de abogado del diablo durante las sesiones creativas, de esta forma podrá criticar y apuntar que podría salir mal.

3. Presta atención a las conversaciones en redes

Aprovecha el directo, aprovecha el instante donde ves la comunicación real y activa que están teniendo en tu comunidad. De esta forma podrás conocer lo que se está hablando sobre tu empresa y los temas que interesan a tu público objetivo.

4. Analiza la crisis

Algo muy importante a tener en cuenta es que debes saber en qué se basa exactamente la crisis. Debes preguntarte ¿cómo se ha originado?, ¿cómo ha podido afectar a mi público? y ¿por qué otros usuarios han decidido involucrarse? Conocer estos factores te ayudará a elaborar una respuesta satisfactoria.

5. Reconoce el error

En las redes sociales la velocidad importa mucho. Tan pronto como descubras el problema, lo mejor es asumirlo de forma radical, reconócelo y actúa en consecuencia. La transparencia es la base de la ciencia en la gestión de una crisis. Lo peor que puedes hacer es ignorar el problema, porque si piensas que el tiempo se lo acabará llevando, no va a ser así.

6. Observa y responde

Si estás en medio de una crisis en redes sociales, lo más importante es escuchar a tus fans y clientes.

Respóndeles a cada uno de una forma personal e individual de forma que el público note tu esfuerzo y que de verdad el cliente es lo más importante para ti.

Si por el contrario haces un copia y pega de respuesta institucional, llorará sobre tu tejado, ya que no personalizar ante una crisis, hará ver que solo te importa tu marca y no tus clientes..

7. Sé "likeable"

Ponerte en los zapatos de tus seguidores y clientes te ayudará a ver la crisis desde otra perspectiva. Decir "lo siento" puede tener un efecto muy positivo en situaciones difíciles. ¡Cuida tus modales y reconoce tus errores!

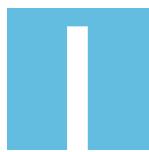
El ingrediente clave en toda la estrategia es la comunicación. Una crisis en redes sociales puede dañar tu reputación, sobre todo ten comunicación tanto interna como externa ante una situación de crisis.

Tampoco les va a gustar a ninguno de tus empleados, o equipo de trabajo, estar envuelto en una situación así, ya que pueden llegar a tener vergüenza de su propia compañía.

Así que tu mejor herramienta es la comunicación con tus clientes, con tus seguidores y con tus empleados.

¡ASUMIR ERRORES ES ASUMIR VICTORIAS!





Instituto Tecnológico Telefónica

NACE

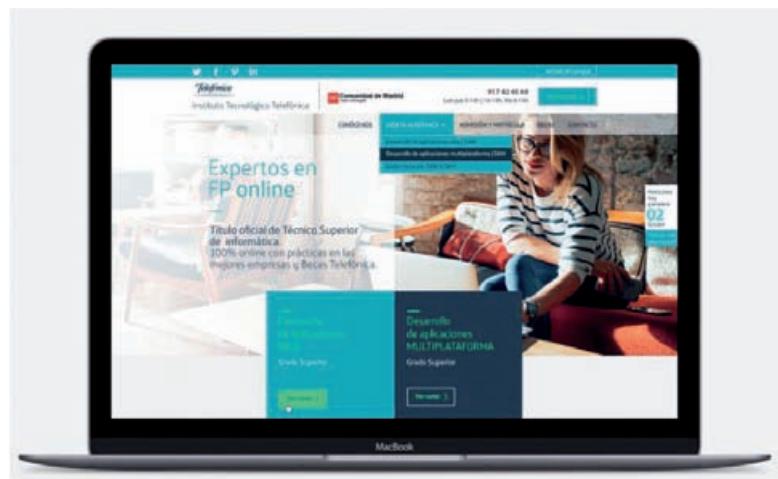
Instituto Tecnológico Telefónica

CAROLINA JEUX, CEO TELEFÓNICA EDUCACIÓN DIGITAL

“A DÍA DE HOY, EXISTE un desequilibrio entre la oferta formativa y las demandas del mercado de trabajo. De hecho, el 75% de las ofertas de empleo exigen FP o títulos técnicos, fundamentalmente en las áreas TIC. Y desde Telefónica queremos contribuir a reducir esta brecha apostando por una formación oficial de calidad e innovadora a través de la educación digital”,

PRÁCTICAS GARANTIZADAS Y UN PLAN DE BECAS

Una vez finalizados los módulos formativos de cualquiera de las dos especialidades, el alumno tendrá la garantía de realizar el módulo FCT (Formación en Centros de Trabajo) en las empresas del **Grupo Telefónica** y en compañías colaboradoras, donde podrá aplicar todo lo aprendido en un entorno real de trabajo. Telefónica ofrecerá oportunidades a aquellas personas cuya motivación, experiencia e interés demostrado pueda identificarles como futuros profesionales de alto potencial y por ello, en este primer curso, ofrecerá un plan de becas y un acceso a oportunidades laborales a través de la Bolsa de Empleo.



Telefónica Educación Digital pone en marcha el **Instituto Tecnológico de Telefónica**, una nueva iniciativa para fomentar la formación profesional online oficial e impulsar las nuevas profesiones digitales, que ya demandan tanto la sociedad como las empresas.

JLP

El nuevo instituto, autorizado por la Consejería de Educación, Juventud y Deporte de la Comunidad Autónoma de Madrid, inicia su andadura con dos ciclos formativos de Grado Superior de Formación Profesional: Técnico Superior de Desarrollador de Aplicaciones Web (DAW) y Técnico Superior de Desarrollador de Aplicaciones Multiplataforma (DAM).

"Web.com se ha convertido en el apoyo más importante para arrancar mi proyecto de tienda online. Fueron muy pacientes con mi falta de conocimiento sobre comercio electrónico: me explicaron todo perfectamente y me asesoraron paso a paso para construir una página web con carro de compras.

¡Gracias a todo el equipo!"

Pat Harmeyer
www.saingifts.com



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 tus 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

UNIVERSIDAD FRANCISCO DE VITORIA

   ufvmadrid



**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

Ctra. Pozuelo - Majadahonda, Km. 1,800

LíDERS
en
trato PERSONAL



LA UFV, LÍDER ESPAÑOLA EN “ENSEÑANZA Y APRENDIZAJE”

JUNTO A LA UNIVERSIDAD
PONTIFICIA DE COMILLAS

Fuente: Cyd2016. U-Multirank. Unión Europea .)

- 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

Tecnología para las personas

#TECHVISION2017



Los cambios tecnológicos están a nuestro alrededor y son más rápidos que nunca. Sin embargo, ya no son las personas las que se adaptan a la tecnología, sino que ahora es la tecnología la que se está adaptando a nosotros. Hemos dejado de esperar y preguntarnos cuáles serán los siguientes avances; estamos configurando el mundo para que se ajuste a nuestras necesidades, grandes y pequeñas.

By Accenture

La tecnología es la respuesta

Una de las empresas que lo ejemplifican es CVS Health que dejó de ser una pequeña empresa para convertirse en un proveedor de servicios básicos de salud asequibles adaptando un enfoque integral de atención sanitaria y tecnologías para situar la salud de las personas en el centro de su visión. Con su app para móviles, los clientes pueden configurar acceder a toda la información y configurar su propio perfil de cliente.





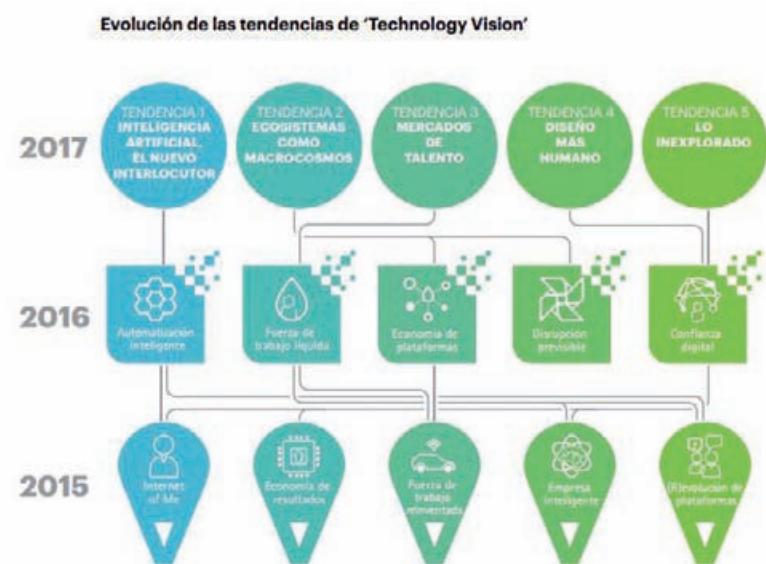
Humanización DE LA TECNOLOGÍA

ESTA HUMANIZACIÓN de la tecnología está dando buenos resultados en las empresas, especialmente en las relaciones tanto con los trabajadores como con los clientes. La empresa londinense IntelligentX Brewing Company ha desarrollado un sistema de IA para recopilar e incorporar continuamente el feedback de los clientes, que el propio sistema utiliza para elaborar nuevas versiones de las cervezas de la empresa⁶. «Nuestra IA puede mantener una conversación con todos nuestros clientes, lo cual nos da el feedback necesario para que nuestra cerveza evolucione» –afirma Rob McInerney, cofundador de IntelligentX–. Puedes hablar con el algoritmo allí donde te estés tomando la cerveza».

“La empresa londinense IntelligentX Brewing Company ha desarrollado un sistema de IA para recopilar e incorporar continuamente el feedback de los clientes”

INFORME 2017 Tendencias

EL INFORME ACCENTURE TECHNOLOGY VISION 2017 destaca cinco tendencias tecnológicas emergentes que configuran este nuevo panorama. La idea central es Tecnología para las personas.



TENDENCIA 1: INTELIGENCIA ARTIFICIAL EL NUEVO INTERLOCUTOR

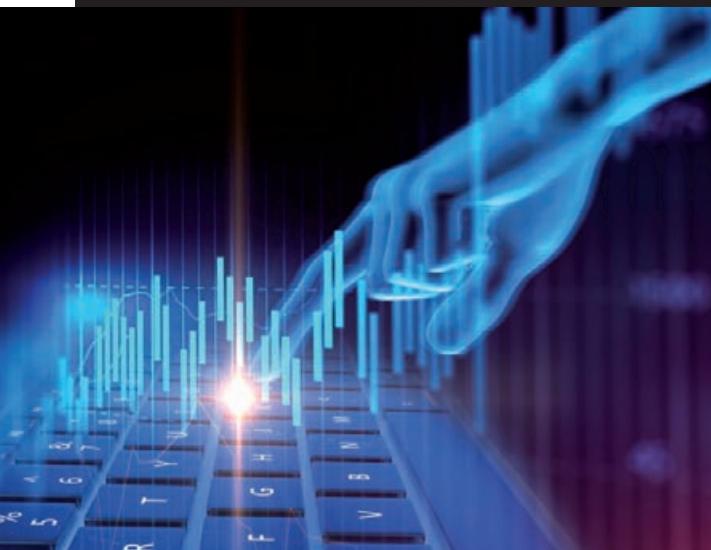
a inteligencia artificial (IA) está a punto de convertirse en el portavoz digital de la empresa. Desde vehículos autónomos que utilizan visión computarizada hasta traducciones simultáneas que son posibles gracias al aprendizaje automático, la IA hace que cada interacción sea a la vez simple e inteligente –y pone el listón muy alto respecto a cómo serán las interacciones en el futuro–. Actuará como el rostro de la marca digital de la empresa y como diferenciador clave –y pasará a ser una competencia clave que requerirá inversión y un enfoque estratégico por parte de la alta dirección.



TENDENCIA 2: ECOSISTEMAS COMO MACROCOSMOS

CADA VEZ MÁS las empresas integran sus funcionalidades básicas de negocio con plataformas de terceros. Sin embargo, en lugar de tratarlos como a los colaboradores tradicionales, los líderes con más visión aprovechan estas relaciones para configurar su rol en los nuevos ecosistemas digitales –muy importantes para hacer posible su crecimiento estratégico–. Al hacer esto, están diseñando futuras cadenas de valor que transformarán sus negocios, sus productos e, incluso, el propio mercado.

“La IA hace que cada interacción sea a la vez simple e inteligente –y pone el listón muy alto respecto a cómo serán las interacciones en el futuro–”



TENDENCIA 3: MERCADOS DE TALENTO

El futuro del trabajo ya ha llegado y los líderes digitales están reinventando sus plantillas. Llevados por la explosión de plataformas de mano de obra a la carta y de soluciones online para la gestión de la fuerza de trabajo, los modelos y jerarquías heredados están desapareciendo y reemplazándose por mercados abiertos de talento. La empresa a la carta resultante será la clave para la rápida innovación y los cambios organizativos que las compañías necesitan para transformarse en verdaderas empresas digitales.



TENDENCIA 4: DISEÑO MÁS HUMANO

¿Y SI LA TECNOLOGÍA SE ADAPTARA a las personas? La nueva frontera de las experiencias digitales es la tecnología diseñada específicamente para la conducta humana. Los líderes digitales reconocen que, a medida que la tecnología reduce la distancia entre la cooperación efectiva entre humanos y máquinas, tener en cuenta la singular conducta humana incrementa no solo la calidad de la experiencia, sino también la efectividad de las soluciones tecnológicas. Este cambio está transformando las relaciones personalizadas tradicionales en algo mucho más valioso: colaboraciones.

TENDENCIA 5: LO INEXPLORADO

LAS EMPRESAS ACTUALES no solo están creando nuevos productos y servicios; están configurando nuevos sectores digitales. Desde los estándares tecnológicos, pasando por las normas éticas, hasta los mandatos gubernamentales, en una economía digital orientada a los ecosistemas una cosa está clara: todavía queda por definir una amplia gama de reglas. Para cumplir sus ambiciones digitales, las empresas deben desempeñar un papel de liderazgo que ayude a configurar las nuevas reglas del juego digital. Las que tomen la iniciativa encontrarán un lugar en el centro de su nuevo ecosistema, o cerca de él, mientras que las que no lo hagan se arriesgarán a quedar rezagadas.



SMARTICK enseña matemáticas en África, el continente olvidado por las empresas españolas

El innovador método de enseñanza de matemáticas llega a Sudáfrica -país que supone el 25% del PIB del continente- para ofrecer a los estudiantes de la zona las mismas oportunidades que a europeos y americanos.

JLP

SUDÁFRICA, una excelente plataforma para la expansión

Más de 12 millones de estudiantes, 360.000 profesores y 28.000 escuelas, el 99% de niños completan la educación hasta el grado 9 (14 años). Datos que son importantes pero no satisfactorios para el Gobierno sudafricano, ya que existe "un problema de calidad de la educación obligatoria, que se muestra incapaz de proporcionar una formación que asegure la absorción de los estudiantes por el mercado de trabajo".

Smartick se instala en Sudáfrica con su innovador método de matemáticas para ofrecer a los estudiantes de la zona igualar los buenos resultados que se han obtenido hasta la fecha en el 94% de los estudiantes de más de 70 países que han entrenado con los ejercicios individualizados, gracias a la inteligencia artificial que les ha permitido mejorar su capacidad para calcular y resolver problemas e incluso han reforzado su comprensión lectora.



Un mercado en **crecimiento**

Sus fundadores, Daniel González de Vega y Javier Arroyo, han querido apostar por este continente pues "en contra de lo que hacen muchas empresas españolas, creemos que hay potencial en esta zona y oportunidades de crecimiento". Pese a que las noticias tienden a dibujar un panorama complicado, lo cierto es que para Smartick "hay economías subsaharianas que lo están haciendo bien y con unas poblaciones muy jóvenes".

Un gran continente para las **empresas españolas**

África es el gran continente olvidado por las empresas españolas, que suelen dirigir su internacionalización hacia Europa y Latinoamérica, olvidándose así de un territorio que en los últimos años está viviendo un importante crecimiento económico: las naciones africanas han crecido en un promedio anual entre el 5% y el 6%. Además, según datos de The World Factbook, la economía de Sudáfrica comprende cerca de un 25% de todo el PIB del continente, siendo así la más potente de África.

Grandes inversores presentes en África

Tanto **Mark Zuckerberg**, el fundador de Facebook, Bill Gates y la Corporación Financiera Internacional, que han invertido en 400 escuelas de Bridge International Academies, de primaria y preescolar, en Kenia y Uganda.

Smartick aterriza a esta zona de la mano de Viacom, gigante norteamericano de contenido audiovisual presente en más de 160 países, que cuenta con diferentes plataformas de cine y televisión, como los canales MTV, Nickelodeon o Paramount.

Smartick, fondos de la **Comisión Europea**

La Comisión Europea ha otorgado a Smartick 1,3 millones de euros para poner en marcha un estudio con el objetivo de maximizar el rendimiento de los niños en edad escolar. Además, ha sido elegida como una de las 15 mejores startups mundiales de 2016 por el jurado de The Next Web en NY.

IGENERIS

Expertos en intraemprendimiento



Ya dijo Groucho Marx que “detrás de un gran hombre hay una gran mujer” y que, “detrás de ella, está su esposa”. Llevado al terreno de los negocios, podríamos afirmar que detrás de una gran compañía hay siempre un gran equipo y, tras él, talento, que no tiene por qué pertenecer a ese equipo ni estar dentro de dicha compañía.

APGB

“Igeneris lanzó Correos al ‘ecommerce’ con su Home Paq”

A esto último es precisamente a lo que se dedica IGENERIS, una firma española experta en intraemprendimiento y en generar, testar e implementar modelos de negocio innovadores y disruptivos para compañías que quieren cambiar las reglas del juego de su industria, adelantarse a la competencia y asegurarse así su futuro más inmediato. Desde que nació en 2011, IGENERIS ha creado numerosos modelos de negocio disruptivos para importantes empresas como Santander, Campofrío, Eysa o Idilia Foods. Entre ellas, también destaca Correos, para la que

ideó el revolucionario servicio para los usuarios del comercio online denominado HomePaq.

HomePaq ha sido la solución estratégica pensada y diseñada por IGENERIS para que Correos pueda competir con otros servicios de mensajería y paquetería en el disputado mundo de las compras por Internet. Cada vez son más las personas adeptas al ‘e-commerce’ que necesitan un método rápido y eficaz tanto para recibir los productos que adquieren online como para devolverlos en caso de que no sean satisfactorios.

Funcionamiento SENCILLO

HOMEPAQ ES UN DISPOSITIVO principalmente pensado para lugares privados (comunidades de vecinos y empresas) que permite a los usuarios recibir y enviar paquetes durante las 24 horas del día, 7 días a la semana, de forma cómoda y segura. Gracias al modelo de negocio innovador ideado por IGENERIS para Correos, ahora son los paquetes los que esperan a los usuarios y no al revés.

El funcionamiento es sencillo: el comprador se registra en la web de CorreosPaq y genera un código para cada uno de los paquetes que va a recibir. El cartero, con ese código, deposita la compra en uno de los casilleros del HomePaq para que la persona interesada la recoja cuando quiera. El método es el mismo cuando se trata de una devolución, pero a la inversa.

Tras un trabajo de meses por parte de IGENERIS, Correos puso en marcha este proyecto en Madrid en 2015 con la instalación de los dispositivos de HomePaq en 40 comunidades de vecinos. En la actualidad, ya existen más de mil HomePaq por todo el territorio peninsular y se da servicio a más de 600.000 personas.



"**SE TRATA DEL PRIMER** sistema postal del mundo en apostar por llegar de verdad hasta el final de la cadena logística (la casa), lo cual, es algo totalmente pionero", explica el CEO de IGENERIS, José López García de Leániz. A su juicio, el éxito de la idea generada reside precisamente en "el impacto económico que puede tener para una compañía un modelo de negocio como el HomePaq cuando esté implantado". "La innovación real debe de tener impacto real", apostilla.



El disruptivo modelo DE INNOVACIÓN DE negocio de Igeneris

Una de las claves del éxito de IGENERIS está en su particular metodología, radicalmente distinta a la de cualquier consultora tradicional. "No buscamos crecimientos incrementales; buscamos modelos de negocio que generen un impacto significativo en sus ingresos. Las empresas suelen innovar alrededor de su negocio nuclear. Nosotros aportamos al cliente nuevos conceptos, alineados con sus competencias clave, pero en espacios adyacentes a su zona de confort", explica López García de Leániz.

Lo normal en las compañías tradicionales es poner el foco en la innovación pero únicamente en cuestiones relacionadas con un aspecto en concreto, bien sea un nuevo producto, servicio o proceso. IGENERIS va mucho más allá, analiza todo el contexto para generar modelos de innovación de negocio duraderos a la vez que flexibles para crear soluciones sostenibles, rentables y con futuro.

Continúa leyendo ►

WAYNABOX

Cuando viajar se convierte EN UNA SORPRESA



WAYNABOX OFRECE VIAJES ORIGINALES, sorprendentes e inesperados a una ciudad sorpresa que el viajero descubre 2 días antes de viajar y por un precio fijo desde 150€. La empresa, impulsada por tres jóvenes ingenieros (Pau Sendra, Ferran Blanché y Daniel Jiménez) fue ganadora de la segunda edición del Programa Lanzadera, iniciativa que pertenece a Marina de Empresas y que impulsa Juan Roig, Presidente de Mercadona, con su propio capital e implicación personal.



¿PREPARADO PARA SORPRENDER?

Ya sea para el próximo cumpleaños, la despedida de soltera que tanto esperabas o una escapada romántica en pareja... ¡Regala una aventura waynabox a un destino sorpresa!

¿CÓMO FUNCIONA WAYNABOX?

Descubre los viajes molones

CONFIGURA TU VIAJE

Indica el número de viajeros, elige el aeropuerto de salida y el número de días de tu escapada

ELIMINA DESTINOS

Descubre tus 12 destinos posibles. ¿Le tienes manía a alguno? Elimina las ciudades que NO quieres visitar

SURPRESA!

Dos días antes de volar, te desvelaremos tu destino, vuelos y alojamiento y te entregaremos una guía exclusiva de tu viaje

Pau Sendra,
Ferran Blanché y
Daniel Jiménez,
fundadores de Waynabox.





“Junto a la presencia internacional, el desarrollo del producto y el crecimiento del equipo han sido claves para ampliar la popularidad de Waynabox e incrementar el número de viajeros interesados en los viajes sorpresa”

HITO ECONÓMICO

WAYNABOX SE ACERCA al cierre del primer trimestre del año con un nuevo hito económico. La empresa especializada en viajes sorpresa acelera su ritmo de facturación y consigue un millón de euros en menos de tres meses, alcanzando así sus primeros 5 millones de facturación en sus dos años de actividad. De este modo, las estadísticas auguran que cerrará el primer trimestre del año con una facturación cercana a un millón y cuarto y un cómputo de cerca de 30.000 viajeros.

INTERNACIONALIZACIÓN Y EXPANSIÓN

La internacionalización de la compañía en Francia y Portugal ha sido clave en esta creciente tendencia de facturación. La penetración en ambos países ha sido prácticamente paralela -Francia en septiembre y Portugal en diciembre- y los resultados están siendo similares. Aun así, Waynabox centrará su foco de actuación a lo largo de este 2017 en el país galo, ya que la consolidación de su presencia en Francia supondrá la llave de acceso a más mercados europeos.

Junto a la presencia internacional, el desarrollo del producto y el crecimiento del equipo han sido claves para ampliar la popularidad de Waynabox e incrementar el número de viajeros interesados en los viajes sorpresa. En el primer caso, este 2017 se mejora la experiencia del usuario ofertando actividades y descuentos especiales en su destino sorpresa. En cuanto a equipo, la compañía sigue apostando por los mejores profesionales que completen tanto el equipo de su head-quarters en Barcelona, como los equipos de Francia y Portugal.

Esta aventura ya ha conseguido grandes resultados

MÁS DE
31000
WAYNERS

MÁS DE
10000
RESERVAS

MÁS DE
500
HOTELES

MÁS DE
52
DESTINOS

KLIMBER,



el reto de jugarse el puesto

Los jóvenes experimentan a diario muchas dificultades para incorporarse al mercado laboral, en especial si se trata de puestos que requieren un gran nivel de especialización ya que suelen exigir experiencia previa.

JLP



LAS CLAVES DEL ÉXITO

LOS JÓVENES QUE UTILICEN KLIMBER, dispondrán de argumentos adicionales en su búsqueda de empleo o mejora de su trabajo.

● JUEGA, es la forma divertida de demostrar las habilidades.

● ENCUENTRA TRABAJO, a través de ofertas adaptadas a tus skills.

● ENTRENA, siguiendo tu actividad en el timeline, retando a otros profesionales y mejorando tus skills.

Klimber está preparando nuevas actualizaciones con mejoras en desarrollo y contenido con una próxima versión en inglés para expandirse a nuevos países.,

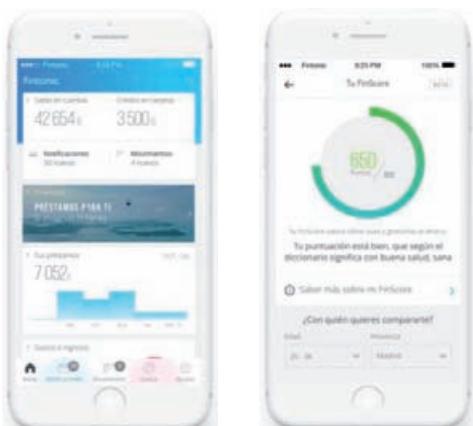


limber es una APP cuya misión es facilitar el empleo juvenil y la captación de talento, es una forma de incrementar la satisfacción laboral de los profesionales con más experiencia y capacitados. El objetivo de Klimber es contribuir a la total correspondencia entre candidato y empresa.



FINTONIC, LAS FINANZAS personales un gran negocio

Conseguir el liderazgo optimizando las finanzas personales es ya una realidad en Fintonic. La aplicación, organiza en un único lugar los movimientos de todas las entidades bancarias, cuenta con un sistema exclusivo de alertas y consejos, y es el único en desvelar a sus clientes su perfil de crédito. **JLP**



PRÉSTAMOS Y SEGUROS

Sin cambiar de banco, los usuarios pueden contratar directamente préstamos y seguros entre más de 40 compañías, ajustados a su perfil y en las mejores condiciones.

Fintonic analiza y recomienda el préstamo más adecuado a cada perfil y en las mejores condiciones. Sin comisiones y con total transparencia.

RONDA DE FINANCIACIÓN

Con el objetivo de impulsar el crecimiento en España y Latinoamérica e incrementar la propuesta de valor, Fintonic ha cerrado una ronda de inversión de 25 millones de euros que ha contado con el apoyo de ING Group y el grupo asegurador PSN, entre otros inversores.



LOS CINCO ERRORES MÁS FRECUENTES del teletrabajo

Por Philipp Weiser, fundador y director ingeniero de AnyDesk.

sto es lo que cualquier usuario debería tener en cuenta en el momento de utilizar una herramienta de escritorio remoto. No importa si uno está de vacaciones, de viaje comercial o en casa: el teletrabajo es una realidad para la que es necesario emplear un software de escritorio remoto adecuado y hacer un uso correcto del mismo. Estos son los cinco pecados capitales del teletrabajo que cualquier usuario debería tener en cuenta para evitarlos:

1) Descuidar la seguridad del software

Cuando se acceda de forma remota a informaciones y datos importantes de la empresa, la cuestión de la seguridad tiene una importancia vital. Los usuarios no pueden dejarse engañar por promesas publicitarias, sino comprobar detalladamente las cuestiones técnicas en cuanto a seguridad descritas por el proveedor. Una encriptación permanente, basada en un protocolo estándar, como, por ejemplo, el TLS -que se utiliza también para la banca online-, es imprescindible para realizar una conexión remota. Resulta igualmente necesario un procedimiento de autenticación seguro, para poder inhibir el acceso de terceros.

2) Mal uso de contraseñas y códigos de acceso

Siempre es conveniente tratar de proteger al máximo las contraseñas personales y los códigos de acceso, pero más. La mejor solución es seleccionar una contraseña propia y extensa para cada acceso. También puede resultar muy útil el uso de un administrador de contraseñas.

3) Descuidar el rendimiento

Teletrabajo a través de Internet puede ser una experiencia fascinante y extremadamente práctica, pero también algo frustrante cuando aparecen latencias importantes y cuando las acciones se ejecutan con retraso en el ordenador remoto. Al elegir un software de escritorio los usuarios deberían tener en cuenta aspectos como la velocidad del fotograma, la latencia y también el volumen de datos transmitidos durante la conexión.

4) Saltarse el departamento de RRHH y el comité de empresa

Especialmente en empresas grandes, el teletrabajo puede conllevar cuestiones empresariales y de derecho laboral. ¿Existe en la empresa un acuerdo con respecto al tema de la oficina doméstica, por ejemplo, en forma de convenio colectivo?

Las normas de protección de datos y otras cuestiones regulatorias también tienen importancia y es necesario evaluarlas previamente para evitar problemas.

5) Manejo claro y fácil

El teletrabajo mediante escritorio remoto sirve realmente cuando funciona de forma simple y sin grandes obstáculos, sobre todo, si sus usuarios no son expertos informáticos. Así, se agradece que la solución de acceso remoto sea de manejo claro y fácil, y que contenga solo los features necesarios, de manera que las funciones más avanzadas o para usuarios profesionales como administradores o informáticos queden reservadas para estos y no hagan más pesada la solución de forma innecesaria.

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



Mindfulness # Coaching # Liderazgo # Motivación

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

 **execoach**
DESARROLLO DEL TALENTO



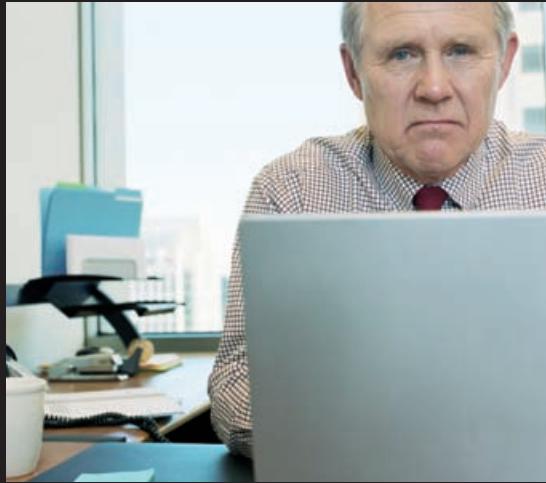
Informe #TUEDADESUNTESORO, mayores de 55 años en riesgo de exclusión

A partir de los 55 años, las oportunidades profesionales caen estrepitosamente. **JLP**



Según Francisco Mesonero, director general de la Fundación Adecco: "quedarse sin empleo a las puertas de la jubilación es un problema de dimensiones mayúsculas. Muchos desempleados mayores de 55 años pierden su trabajo con una pequeña indemnización que no les cubre hasta la edad de jubilación, lo que les exige buscar un empleo que, en muchas ocasiones, nunca llega. En estos casos, el paro puede convertirse en una situación crónica y se incrementa notablemente el riesgo de exclusión social".

El Servicio Público de Empleo Estatal ofrece una prestación especial de 426 euros al mes para los mayores de 55 años hasta la edad de jubilación.



4 PAUTAS para encontrar trabajo con más de 55 años

1. No escondas tu edad. Si tú no le das importancia, los demás tampoco lo harán. Tampoco hace falta gritar a los 4 vientos que tienes 56 ó 59 años. Lo mejor es, sencillamente, no dar protagonismo a un dato que no determina tus capacidades ni tu profesionalidad. Si en una entrevista te preguntan cuántos años tienes, coméntalo con naturalidad y transparencia.

2. Pon en valor tus logros. Tu edad te aporta competencias y habilidades intrínsecas (madurez, control emocional, templanza, etc), pero son demasiado generales y no aportan un valor diferencial. Tanto en el CV como en la entrevista de trabajo, pon el énfasis en logros concretos que hayas alcanzado en tu carrera profesional.

3. Recíclate. Nunca es tarde para añadir formaciones nuevas a tu candidatura: idiomas, ofimática, ventas... toda competencia que añadas a tu CV te conectará con las nuevas necesidades del mercado laboral, convirtiéndote en un profesional más atractivo para las empresas.

4. Cuida tu autoestima. Huye de visiones apocalípticas como "no voy a volver al mercado laboral", tienen mucha fuerza en la mente y son muy destructivas. Siempre que se te pasen por la cabeza, reconviértelas a positivo: "antes o después encontraré trabajo". No descuides tus aficiones (lectura, paseos, cine...) y sé consciente de que eres persona antes que profesional. Si tú te quieras, las empresas también lo harán.

Continúa leyendo ►

Más de medio millón de mayores de 55 años buscan empleo

Adía de hoy, 560.100 personas mayores de 55 años buscan empleo en nuestro país, un 16% más que hace un lustro, cuando se contabilizaron 481.600 sin embargo no hay que olvidar que, con la recuperación económica, en 2017 se ha producido la tercera caída consecutiva en el número de desempleados que superan esta edad.

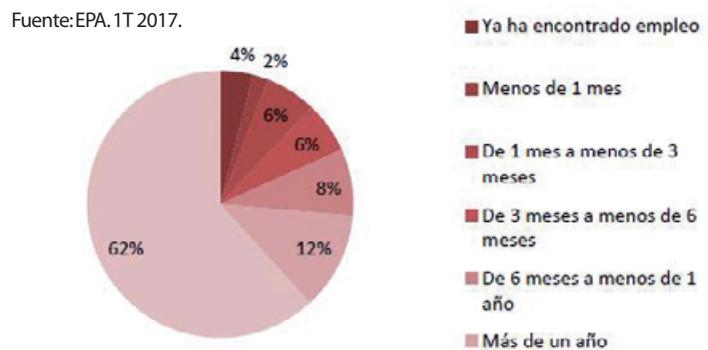
Evolución desempleados mayores de 55 años



55 años: cuando el desempleo se cronifica

Casi tres cuartas partes (74%) lleva más de un año sin encontrar trabajo, cifra que desciende hasta el 61% entre los que tienen entre 45 y 55 años y hasta el 54% entre los desempleados a nivel general. Es llamativo, como además, la mayoría de los desempleados de larga duración mayores de 55 años, lleva más de 2 años en paro: un 61% del total.

Tiempo en desempleo mayores de 55 años



BNEXT ~~SEGURO QUE~~ NECESITAS UN BANCO?

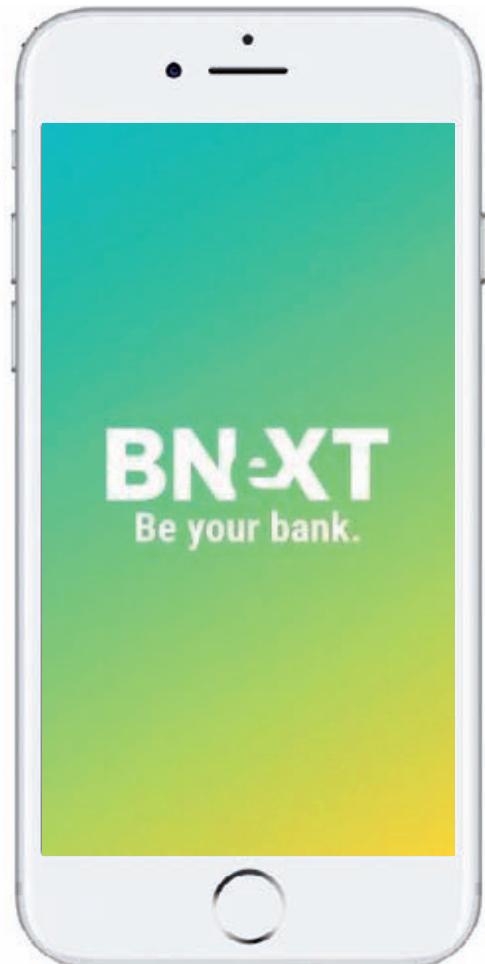
BNEXT es el Marketplace Bank creado en España, en el que los clientes pueden encontrar alternativas a sus necesidades de financiación, inversión y ahorro. Los productos que se ofrecen en la plataforma son comercializados por fintech punteras y entidades tradicionales con las que BNEXT mantiene acuerdos de colaboración. [APGB](#)

UNA ALTERNATIVA al modelo de BANCA TRADICIONAL

EN BNEXT LOS USUARIOS podrán tener su dinero depositado, llevar a cabo todas las transacciones del día a día y acceder a productos financieros sin tener que trabajar con un banco. Un nuevo modelo que se presenta como una alternativa necesaria a la banca tradicional. La variedad de productos que ofrece BNEXT es la mayor ventaja respecto al sistema tradicional.

UN SUPERMERCADO DIGITAL DE PRODUCTOS FINANCIEROS

BNEXT podría definirse como el Amazon de los productos financieros, el iTunes de la banca comercial. Hoy en día existen aproximaciones a BNEXT como comparadores, aplicaciones de contabilidad personal o neobancos digitales, pero un proyecto de supermercado financiero independiente es la primera vez que se plantea como realidad y no solo como concepto teórico. Contrariamente a lo que haría un banco tradicional, BNEXT selecciona el proveedor de productos que mejor encaja con las necesidades del cliente. Éste puede buscar, comparar, contratar y controlar el producto que sea desde la plataforma y la app de BNEXT, tanto si se trata de préstamos, como de inversiones, planes de ahorro o seguros.





Cómo funciona BNEXT paso a paso

1. Crea un perfil BNEXT

En BNEXT puedes crearte un perfil y abrir una cuenta corriente en cuestión de minutos. Podrás hacer lo mismo que con cualquier otro banco: sacar dinero en cajeros, pagar en comercios y comprar por Internet. Además, puedes gestionar todas las cuentas que tengas con otras entidades.

2. Encuentra el producto financiero que necesites

Los productos que contratas en BNEXT provienen de las empresas más punteras y especializadas. Busca en nuestro supermercado el producto financiero que mejor se adapte a tus necesidades. Tanto si quieres un pequeño préstamo como invertir tu dinero, BNEXT pone a tu disposición a los mejores proveedores del mercado.

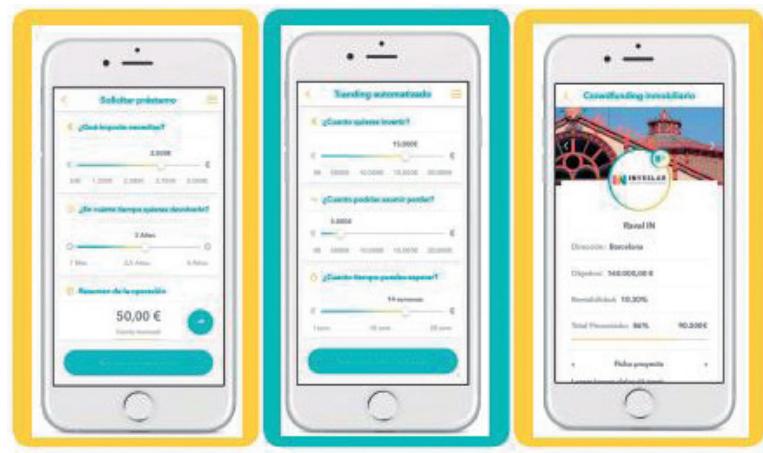
3. Controla toda tu posición financiera

Desde BNEXT puedes controlar todos los productos financieros que tengas contratados, sea cual sea el proveedor. Consulta cuándo te llegará la próxima cuota de un préstamo, los movimientos y el saldo disponible de una tarjeta de crédito o cómo van tus inversiones.

4. Tu contabilidad personal accesible en todo momento

Utiliza BNEXT para saber cuánto gastas y en qué, cuándo vas a tener el próximo cobro o si puedes financiar un movimiento de tu tarjeta.

BNEXT es un supermercado digital de productos financieros, el primer banco “creado por millennials para millennials”



Guillermo Vicandi

CEO BNEXT.

EYE: Es la primera vez que en España se plantea un Marketplace Bank como realidad y no como concepto teórico. ¿Qué es un supermercado digital de productos financieros?

GV: Nuestro punto de partida es que cada vez estamos más acostumbrados a elegir. En cualquier aspecto de nuestra vida cotidiana elegimos entre una amplia oferta de productos. Tanto si se trata de ropa como de viajes, música o series, la oferta es ilimitada. Sin embargo, cuando se trata de tus finanzas la oferta está limitada a los productos de unos pocos bancos. Productos que son todos iguales, y que la mayoría de las veces ni los entiendes ni los necesitas.

Un supermercado de productos financieros es la alternativa a la banca tradicional. Es un lugar donde tener tu dinero depositado y hacer la operativa del día a día. Y cuando necesitas contratar un producto -ya sea préstamos, planes de ahorro, o inversiones- puedes elegir entre una amplia variedad de productos proporcionados por las mejores FinTechs del mercado.

EYE: Bnext se presenta como una alternativa al modelo de banca tradicional. ¿Qué productos y servicios ofrecéis y con qué proveedores mantenéis acuerdo?

GV: En Bnext se podrán encontrar productos de ahorro, de inversión, préstamos, contabilidad personal... Todos los productos que actualmente contratás con tu banco, pero ahora proporcionados por las mejores FinTechs del mercado, y seleccionados en función de cuál se adapta mejor al perfil del usuario. Actualmente tenemos productos de préstamos de diferentes importes y tipología, y tenemos productos de crowdfunding, automatización de renta variable, e inversiones inmobiliarias. Nuestro objetivo es que el Marketplace de Bnext cuente con los productos más punteros e innovadores de las FinTechs más rompedoras del mercado, para asegurarnos de que nuestros clientes siempre tengan acceso a la mejor oferta disponible.



“PLANTEAMOS UN MODELO DIFERENTE, EN EL QUE EL CLIENTE ESTÁ EN EL CENTRO, AL QUE LE OFRECEMOS LA POSIBILIDAD DE ELEGIR Y CONTROLAR PLENAMENTE SU VIDA FINANCIERA”

EYE: Sois el primer banco "creado por millennials para millennials". Dentro de esta generación ¿Qué tipo de perfil busáis? ¿Cuáles son las ventajas de tener un cliente millennial?

GV: La generación millennial comprende a todos los nacidos entre 1980 y 2000. Por tanto, contrariamente a lo que se suele pensar, los millennials no son necesariamente gente muy joven. Los millennials ya tienen hijos. Y tienen también una vida financiera más o menos sofisticada.

Dentro de ese abanico de edades, creemos que el cliente objetivo de Bnext es el joven profesional, que trabaja desde hace unos años y empieza a necesitar avales, préstamos para comprarse un coche y tiene algo de dinero ahorrado que quiere invertir.

EYE: La transformación digital es un desafío pendiente para los bancos. Según el estudio de The Millennial Disruption Index la banca es el sector con más riesgo de disruptión. Un 33 % de los millennials encuestados piensa que no necesitará un banco en el futuro, y al 73 % le atrae más que empresas como Google, Apple o Paypal le ofrezcan servicios financieros que un banco tradicional. ¿Qué valor diferencial aportáis frente a las alternativas que existen actualmente?

GV: Bnext es una alternativa a la banca. Es, en cierta medida, el banco de la gente que está harta de trabajar con bancos. Nosotros planteamos un modelo diferente, en el que el cliente está en el centro, al que le ofrecemos la posibilidad de elegir y controlar plenamente su vida financiera, los productos que quiere contratar y cuándo quiere contratarlos. Bnext te muestra la oferta disponible entre una variedad de productos, y es el cliente el que decide cuál encaja mejor con sus necesidades.

EYE: Según el estudio anterior, los 4 grandes bancos de EEUU están entre las 10 marcas menos queridas para los millennials estadounidenses. ¿Cuál creéis que es la situación en España? ¿Cómo vais a afrontar el reto de crear compromiso e interés de los millennials hacia vuestro banco?

GV: Los datos que mencionáis en la pregunta cuarta son perfectamente extrapolables a la situación en España. De hecho, la banca en España -en Europa en realidad- estima que van a perder entre el 25 y el 30% del negocio en los próximos 5 años por la irrupción de las FinTechs.

Y es que España es, por una parte, de los países más bancarizados del mundo -con solo un 4% de la población no bancarizada, y por otra parte es un mercado en el que hace unos años había una oferta de productos muy amplia -con las cajas de ahorros- y que, recientemente, con el famoso proceso de concentración bancaria, se ha reducido drásticamente. Esto ha hecho que la gente busque alternativas, que ha encontrado en las FinTechs, y

España se ha posicionado como el primer país de Europa y quinto del mundo por penetración de FinTech, con un 55 % de la población utilizando soluciones alternativas a la banca.

Así las cosas, parece que el producto bancario y la marca bancaria está perdiendo fuerza a pasos agigantados en favor de FinTechs que se están haciendo un hueco, para quedarse, en España.

EYE: ¿Cuáles son los objetivos de Bnext para este primer año? ¿Veis la posibilidad de ampliar el proyecto a otros países?

GV: A lo largo de este año vamos a lanzar la plataforma y testearla en España, entender del todo cuáles son los productos y servicios que más demandan nuestros clientes y dotar al Marketplace de esa oferta.

Pero, por supuesto, tenemos siempre un ojo puesto en internacionalizar el proyecto, fijándonos mucho en las características y peculiaridades de los países para entender en cuáles se está demandando un cambio en el modelo de banco como lo conocemos.





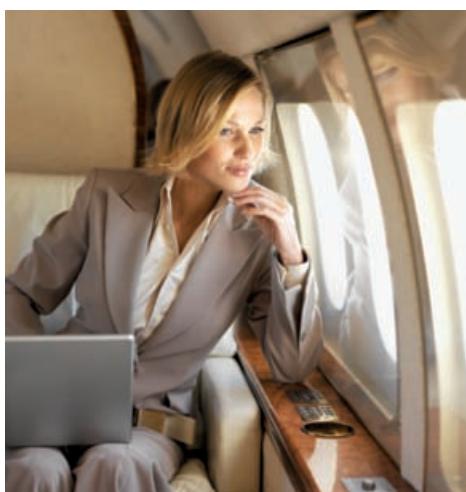
Ingenieros expatriados

Ismael Mora,

Consultor Senior de la división Energía – Oil & Gas de ECB Engineering Firm



INGENIEROS EXPATRIADOS: TODO LO QUE DEBERÍAS CONOCER



HOY EN DÍA, LA EXPATRIACIÓN se ha convertido en una opción recurrente para profesionales de todo el mundo que encuentran fuera de las fronteras de su país una oportunidad laboral más atractiva. En España, esta tendencia se hace especialmente visible en los perfiles ingenieros, en cuyo caso la expatriación es hasta un 40 % más frecuente. En el caso de nuestro país, esta inclinación de profesionales del mundo de la ingeniería a trabajar en el extranjero viene dada por la disminución, en los últimos años, del número de proyectos llevados a cabo dentro de este sector y porque hay una tendencia muy marcada de globalización; así por ejemplo, es común encontrarse con casos de empresas españolas que llevan proyectos de empresas europeas en oriente medio. Mientras que en España los grandes proyectos dentro del sector energético, oil&gas y civil se han reducido hasta en un 80%, en la zona de América y Oriente Medio se mantienen muy potentes, lo que se traduce en mayores oportunidades de trabajo para los profesionales del sector.

Respecto al tipo de ingeniero que suele expatriarse desde España, principalmente se trata de perfiles de la rama de construcción, muy cualificados y con edades que varían desde los 25 a los 65 años. En el caso de los perfiles senior hay posiciones que están más relacionadas con las labores desarrolladas en el lugar del proyecto o que por su experiencia y reconocimiento son demandados por empresas de otros países.

Una de las ventajas tangibles más evidentes suele ser un aumento considerable del salario. Al sueldo base anual del ingeniero, las empresas suelen abonar un plus por expatriación que puede variar desde un 30% hasta un 80 % de su salario bruto anual.

[Continúa leyendo ►](#)

FUNDACIÓN CAJA DE INGENIEROS PREMIA LAS START-UPS MÁS INNOVADORAS EN LA V EDICIÓN DE SUS PREMIOS EMPRENDEDURÍA

La entidad distingue el talento y la excelencia de nuevos proyectos profesionales relacionados con el ámbito de la Ciencia, la Tecnología y la Innovación.

La Fundación otorgará 5.000€ a cada uno de los tres proyectos ganadores de los Premios Emprendeduría 2017.

Continúa leyendo ►

Se busca joven creativo para trabajar y aprender inglés en Australia

#LABECADEMIVIDA está valorada en más de 8.000 Euros e incluye billetes de avión, curso de inglés intensivo y prácticas remuneradas en AussieYouTOO. El ganador de la beca al finalizar las prácticas tendrá la opción de incorporarse a la empresa con un contrato de trabajo indefinido.

AUssieYouTOO, grupo de apoyo online para españoles que quieren estudiar en Australia, y Adecco, líder mundial en Recursos Humanos, convocan #LaBecaDeMiVida para encontrar a un "diamante en bruto", un joven con perfil creativo que quiera trabajar y aprender inglés en Australia durante tres meses.

Para más información de requisitos y condiciones de la convocatoria enviar un correo a becas@aussieyoutoo.com

Continúa leyendo ►

a yudas y becas

I Convocatoria Beca en Emprendimiento Social



I CONVOCATORIA Beca en Emprendimiento Social

I Convocatoria de 1 Beca de Emprendimiento Social , desarrollada por la Fundación Arquia, en colaboración con Barcelona Activa y destinada al desarrollo de un proyecto de negocio sostenible con componente social, con el fin de fomentar y apoyar la creación de iniciativas empresariales que tienen como objetivo conseguir una incidencia positiva en la sociedad que resuelva problemas actuales de la población, desde una vertiente social o medioambiental.

LA BECA INCLUYE LAS SIGUIENTES PRESTACIONES:

- Una plaza en el Programa de Emprendimiento Social de seis meses de duración de Barcelona Activa, institución con prestigio en el ámbito del emprendimiento y la innovación,
- Una dotación económica de 7.000 euros que permitan cubrir los traslados para asistir a las sesiones del programa,
- Un asesor personalizado que tutorizará el proyecto durante el transcurso del programa.

[Acceso a la convocatoria aquí.](#)

EL NEUROLIDERAZGO: clave para la transformación digital



Los patrones de funcionamiento de las organizaciones no están preparados para la revolución digital en la que vivimos y necesitan neurolíderes con inteligencia social, capacidad analítica y pensamiento crítico.

Gemma González Andrés,
Socia Directora de Konnectare Values

EL NEUROLIDERAZGO ES CONSCIENTE DE LA NECESIDAD DE COMUNICARSE UNOS CON OTROS PARA EL ENRIQUECIMIENTO PERSONAL Y PROFESIONAL DE TODOS LOS INDIVIDUOS

Transformación digital o morir

PARA LAS EMPRESAS NO ES SOLO competitividad sino la supervivencia. Los patrones de funcionamiento utilizados hasta ahora no cuentan en muchos casos con la suficiente formación para trabajar en la revolución digital en la que vivimos. La sociedad ac-

tual demanda, cada día más, líderes capaces de inspirar y conectar con equipos de diferentes culturas y generaciones, cuya función es desarrollar la inteligencia colectiva y social dentro de las empresas y conseguir equipos más creativos e innovadores.

Neuroliderazgo, aportaciones

os expertos de IMF Business School han analizado qué competencias necesarias aporta el neuroliderazgo a la Transformación Digital:

1. Inteligencia colectiva o social

La capacidad para conectar y compartir información con los demás de forma asertiva. El conocimiento absoluto es imposible, por ese motivo, el neuroliderazgo es consciente de la necesidad de comunicarse unos con otros para el enriquecimiento personal y profesional de todos los individuos. Los neurolíderes deben ser capaces de cooperar y pensar más allá de si mismos, con el claro objetivo de impulsar la transformación e innovación dentro de las organizaciones.

2. Capacidad analítica

Otra de las características fundamentales del neuroliderazgo es la capacidad de análisis y de resolución de problemas. El líder debe ser capaz de resolver los conflictos que aparezcan en el día a día de la organización, además de identificar y analizar las nuevas oportunidades que plantea la revolución digital en la que vivimos.

3. Pensamiento crítico

La objetividad debe ser otra de las cualidades de estos líderes. Estudiar la situación de una forma neutral, valorando pros y contras sin involucrarse personalmente es fundamental. Esto es posible mediante la recopilación de información de todas las fuentes posibles y la evaluación de todos los actores que intervienen.

Para Carlos Martínez, CEO de IMF Business School, "la revolución digital en la que estamos inmersos necesita neurolíderes capaces de inspirar, innovar y desarrollar nuevas ideas y formas de gestión para contribuir a la mejora de las organizaciones". Para ayudar a las organizaciones a conseguirlo, desde IMF Business School han organizado encuentros, en la que conocer en profundidad lo que aporta el neuroliderazgo a la transformación digital de la mano de una gran profesional del sector: Gemma González Andrés, Socia Directora de Konnectare Values.



"La sociedad actual demanda, cada día más, líderes capaces de **inspirar y conectar** con equipos de **diferentes culturas** y generaciones, cuya función es desarrollar la **inteligencia colectiva** y **social dentro** de las empresas y conseguir equipos más creativos e **innovadores"**

Rosa Cañamero

SOCIA DIRECTORA EXECOACH.

www.execoach.es



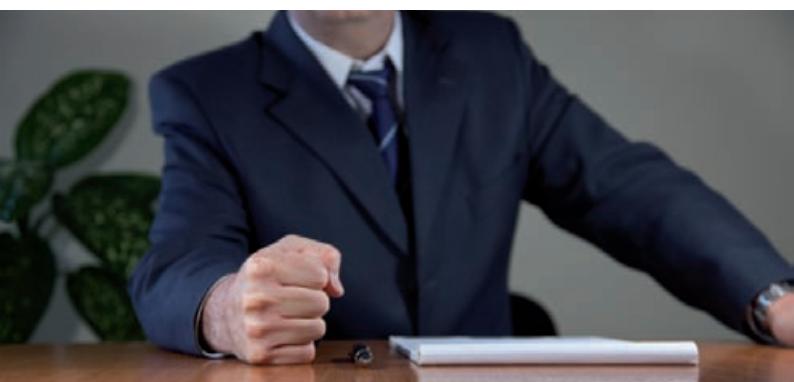
“3 ACTITUDES ASERTIVAS QUE TE IMPULSARÁN HACIA EL ÉXITO”



A MENUDO SE PIENSA que la asertividad consiste sólo en decir NO y, sin embargo, ser asertivo es mucho más: consiste en ser capaz de expresarse con seguridad y confianza en uno mismo sin tener que recurrir a comportamientos pasivos, agresivos o manipuladores y, en caso de conflicto, saber llegar a un acuerdo satisfactorio para ambas partes.

Algunas personas confunden la asertividad con la agresión y se dicen a sí mismos que no desean ser asertivos porque la agresión siempre es negativa. Otras optan por asumir un comportamiento pasivo y se mantienen en un segundo plano aún cuando ven sus derechos amenazados. Hay también quienes dicen ser asertivos pero en realidad, enmascaran tras esa apariencia una conducta agresiva. Para ser asertivo es necesario en primer lugar aceptar la asertividad de los demás, encajar el no ajeno, asumir el rechazo a una petición, comprender que no siempre se puede ganar y, quizás lo más difícil de todo, saber decirse no a uno mismo, aunque en este caso entran en juego otros aspectos como la voluntad y la afectividad, que hacen el proceso más complejo.

"ALGUNAS PERSONAS CONFUNDEN LA ASERTIVIDAD CON LA AGRESIÓN Y SE DICEN A SÍ MISMOS QUE NO DESEAN SER ASERTIVOS PORQUE LA AGRESIÓN SIEMPRE ES NEGATIVA"



Ambos comportamientos –pasivo y agresivo– están relacionados con el miedo. El pasivo huye de lo que teme. El agresivo encubre los miedos para que los demás no descubran que son débiles. El asertivo se enfrenta a sus miedos. Cuanto más asertivo seas y más dispuesto te encuentres a mostrar quién eres, qué sientes y quéquieres, más éxito obtendrás en los campos de tu vida que tú deseas.

Para ser asertivo debes poseer una actitud activa y fijarte metas que aumenten tu autoestima. Las personas que no consiguen distinguir entre ser apreciado y ser respetado se dejan atrapar por la necesidad de gustar a todos y sacrifican el respeto que se deben a sí mismos.

La asertividad se expresa mediante tres actitudes:

1. Manejar el entorno. Gestionar de manera adecuada los obstáculos que surgen a cada momento en el trabajo y en tu vida personal; ya que éstos pueden hacer tambalear tu planificación diaria, especialmente si te cuesta decir no cuando es necesario.

2. Gestionar tus emociones. Las reacciones emocionales inadecuadas interfieren en la realización de tu actividad y pueden impedirte que consigas sus objetivos.

3. Relacionarte interpersonalmente. Ser capaz de relacionarte de forma sana con las personas que te rodean, de forma que puedes hacerles peticiones, pedirles favores y mostrar tu desacuerdo con ellos cuando sea necesario.

Una conducta asertiva aumenta la autoestima, reduce el estrés, fomenta relaciones sanas y positivas, permite mantener en todo momento el respeto por uno mismo e impide la manipulación emocional.

Si aún no lo has hecho, ¡atrévete a dar el primer paso hacia la plena utilización de esta valiosísima competencia que te impulsará hacia el éxito!

El post de HÉCTOR MERODIO

eCommerce - Analítica Web - Shopify
Expert - Marketing Online



SEO PARA SHOPIFY.

Una herramienta que funciona de verdad

La realidad es que rara vez las acciones específicas de SEO para Shopify mejoran realmente el SEO de una forma drástica, definitiva y en un periodo de tiempo corto. Sin embargo, Google es transparente con lo que quiere conseguir con las páginas que muestra en las primeras posiciones, su objetivo fundamental es lograr una experiencia de uso fantástica para sus usuarios y esto nos facilita relativamente las cosas.



El caso emperadorbarbudo.com



COMO HEMOS COMENTADO en algún otro **post**, las opiniones que dejan los clientes sobre sus compras en nuestra tienda Shopify es una de las tácticas de optimización que mejor funciona y la herramienta más eficiente para conseguir estas reviews es Yotpo.

Marcas como EmperadorBarbudo.com se han visto beneficiadas de crecimientos increíbles en pocas semanas, gracias entre otras muchas cosas, al uso de las versiones premium de Yotpo, las cuales te pueden ayudar a estar en las primeras posiciones de búsquedas pago y orgánicas y conseguir resultados como:

- 17 % de incremento en el CTR gracias a mostrar la valoración de los clientes en tus anuncios.
- 30 % del incremento del CTR gracias a los Rich Snippets.
- Doblar el CTR en los anuncios de Google Shopping.

EL RESULTADO FINAL es conseguir más tráfico cualificado y finalmente más ventas, gracias a tácticas como:

1. SEO de contenido

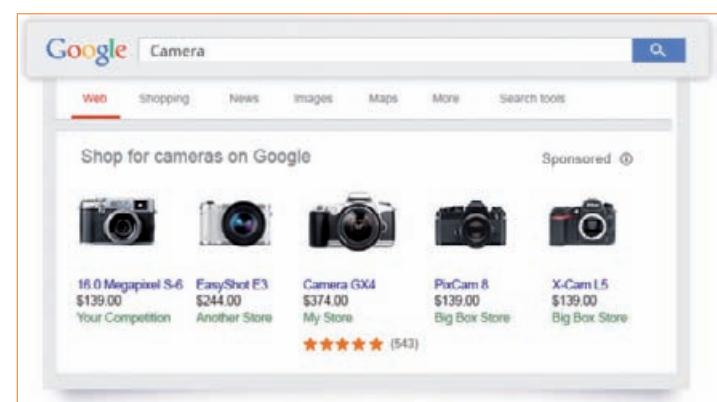
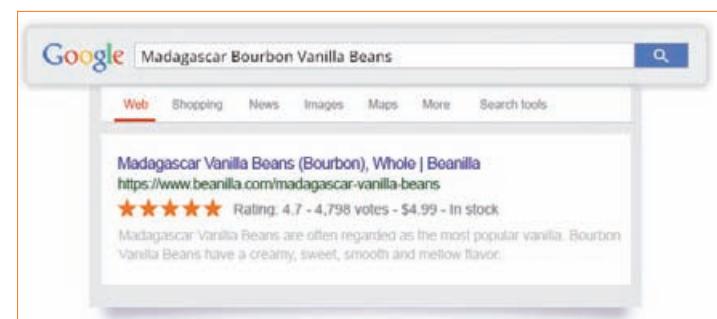
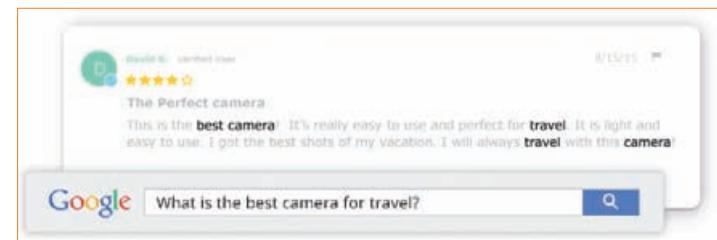
Yotpo es capaz de introducir las reviews como parte del contenido de tu tienda Shopify, esto hace que tu tienda empiece a indexar por las cientos de nuevas palabras que son generadas directamente por el lenguaje de tus clientes, y por ende conseguir más tráfico orgánico a tu tienda.

2. Rich Snippets

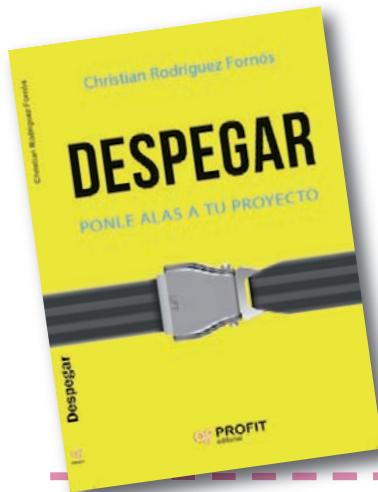
Los Rich Snippets con comentarios y reviews te ayudan a destacar dentro de los resultados de las búsquedas orgánicas, Yotpo te ayuda a conseguir reviews y comentarios optimizados para un buen SEO para Shopify.

3. Google Shopping

Mostrar en un listado de anuncios de productos, las valoraciones y opiniones de tus clientes, te hace destacar sobre el resto de manera notable y proveer información crítica y valiosa en el momento justo de la búsqueda de un producto para comprar.



"Yotpo es capaz de introducir las **reviews** como parte del contenido de **tu tienda Shopify**, esto hace que tu tienda **empiece a indexar** por las **cientos** de nuevas **palabras** que son generadas directamente por **el lenguaje** de tus **clientes**"



Despegar. Ponle alas a tu proyecto

Acompaña al emprendedor en todas las fases del proceso: desde la idea de negocio, al cofundador, los inversores, MVP, competencia, mercado... plantea constantemente preguntas, retos, oportunidades y sensaciones típicas del proceso como la soledad del emprendedor o la necesidad de empatía.

Autor: Christian Rodríguez - Precio: 17,95 €

Genios y Creativos. Cómo reconocer su talento

Doctor en Psiquiatría y Psicología y experto en psicohistoria, el autor explica con maestría en este libro las diferencias entre sabios, superdotados y genios, indagando en sus comportamientos y actitudes. Lo hace a través de un repaso a las diversas personalidades de la literatura, la música o la pintura.

Autor: Francisco Alonso-Fernández - Precio: 17,00 €



El Libro Blanco del Email Marketing

Pretende ser un documento de referencia que cualquiera que realice una campaña de emailing pueda consultar antes de ponerla en marcha para hacerlo con mayores garantías de éxito.

Está disponible tanto para su consulta online como en formato de ebook descargable para poder consultarla sin necesidad de conectarse.

Autor: Acumbamail

El código de las mentes extraordinarias

Es mucho más que un simple libro. Conecta con una comunidad y una plataforma de aprendizaje global, donde podrás profundizar en temas concretos, ponerte en contacto con el autor, escuchar a invitados muy especiales y comunicarte con otros lectores. Una transformación en una dimensión totalmente nueva. ¡Comencemos!

Autor: Vishen Lakhiani - Precio: 22,00 €





Emprendiendo historias

El blog de Víctor Ortiz tiene como objetivo el inspirar al emprendedor.



Inteligencia viajera

Antonio G. es un claro ejemplo de un emprendedor digital. Lo ha conseguido haciendo lo que le gusta hacer, VIAJAR POR EL MUNDO.



El blog de David Tomás

Se centra en temas de recursos humanos, nuevo liderazgo y la cultura empresarial. Dice que le gusta hablar "de qué hacen las mejores empresas para crecer, de cómo evoluciona la publicidad y el marketing online y de cultura empresarial y cómo crear la mejor empresa del mundo para trabajar".



Mi propio Jefe

Es un blog dirigido a emprendedores que buscan alcanzar el sueño de crear su negocio y a pequeños y medianos empresarios que necesitan ayuda en la administración de su empresa.

Webs

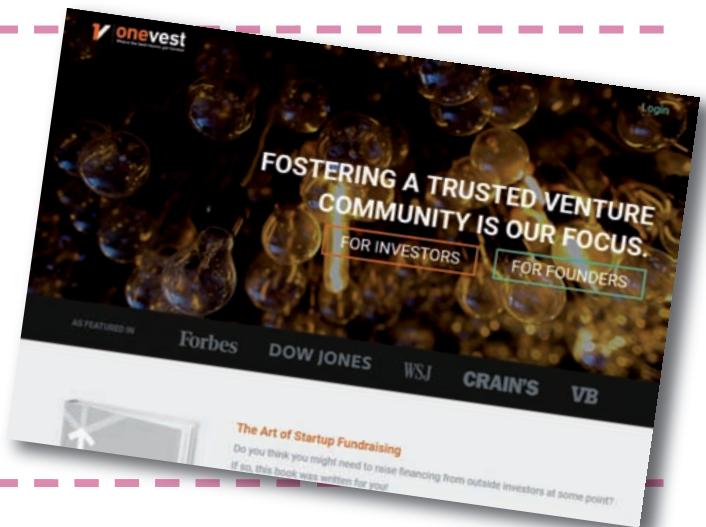


FLOCK

La plataforma de comunicación y colaboración empresarial está operativa ahora con nuevas características en Estados Unidos, Reino Unido, India, Brasil, Rusia y España.

OneVest

Una de las páginas de crowdfunding más reputadas, aquí es donde puedes ganar un máximo de 5 millones de dólares de inversores con una amplia trayectoria. Si el crowdfunding es parte de tu estrategia para comenzar la startup, entra en la página con más reputación para hacerlo más fácil.



EpicLaunch

Aunque este sitio está enfocado a jóvenes emprendedores, tiene recursos disponibles para todas las edades. Es una gran herramienta para cualquier persona nueva en el mundo de las startups y tenga interés en fundar una empresa.

All Business

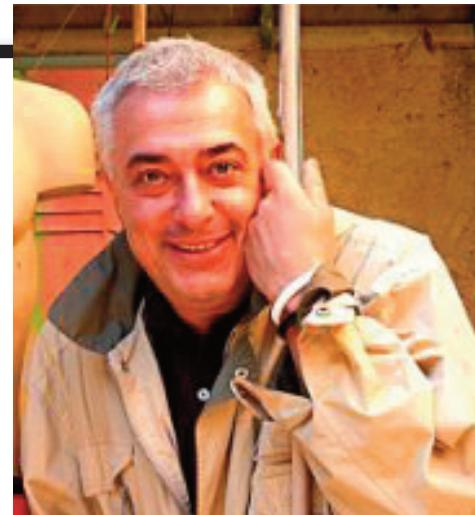
Recopila todos los tips y consejos que un emprendedor necesita saber. Desde temas tan básicos como el dress-code de oficina hasta el marketing digital. Es visita obligada para todos los nuevos empresarios.



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...



“COGE TU CRUZ”

Tiempo de Semana Santa. Tiempo de descanso. O de reflexión. O de diversión. Cada uno que elija lo que más le guste o lo que más necesite. Por mi parte, revolviendo entre palabras para escribir este artículo, he vuelto a refreshar la famosa frase del Evangelio “Coge Tu Cruz y sígume....”

Estamos hablando de innovación o estamos hablando de otra cosa? Estamos hablando de innovación pura y dura. Veamos por qué.

Primero porque todas las historias de éxito de innovación que conozco han supuesto, de un modo o de otro, coger alguna cruz. Cada vez que leo un caso exitoso me encuentro con un relato en el que una persona o una empresa o una organización han tenido que pelar duro –muy duro- con alguna situación difícil o con muchas al mismo tiempo. Lo bueno, la buena noticia es que se ha conseguido superar lo que parecía imposible. Y, por eso mismo, todas esas historias tienen un inmenso valor testimonial. Nos inspiran. Nos animan. Nos gustaría tener la misma “sueerte” o los mismos resultados. Nos gustaría ser protagonistas de una bonita historia con final feliz.

Llegados a este punto hay que decir bien alto que no existe innovación –al menos, yo no la conozco- sin un reto delante, sin un pan durísimo que hay que roer y que nadie se atreve a hacerlo. Lo que nos cuentan los protagonistas, una y otra vez, es que ellos se atrevieron a enfrentarse a esa “cruz” y que después de muchas vicisitudes, lograron el resultado final. De hecho, lo que nos atrae de las historias que nos cuentan son los episodios de aventuras y desventuras por las que atraviesan estos héroes modernos al enfrentarse a su iniciativa.

Nunca seremos “héroes” sin una cruz delante. Nunca seremos emprendedores sin una “cruz” que abrazar. Nunca tendremos éxito de verdad, del que llena el corazón y el alma, si no hemos desafiado alguna cruz.

Nunca comprenderemos lo que significa innovador desde un sofá enviando whassapp. Nunca sentiremos el vértigo de la vida y la energía de crear sin un camino lleno de piedras y desaliento.

En segundo lugar hay que recordar que todas las técnicas que existen para favorecer la ideación parten de una situación difícil que hay que resolver: parten de una “cruz”, de algo que no funciona, de algo que genera dificultades, pérdidas, problemas o cómo queremos llamarlo.

Así que ya sea por la propia experiencia vital de innovar, ya sea por la utilización de alguna de las técnicas que ayudan en la tarea, el concepto simbólico de “cruz” está presente. Y, lo curioso, es que es bueno que esté presente. Sirve para crear la experiencia vital de superación, sirve para ser colocado en el centro conceptual que invita a generar alternativas o a redefinir lo que inicialmente se consideraba un obstáculo para irlo enfocando de un modo diferente. A veces, innovar es contemplar de otro modo. A veces, innovar es pelar duro con el pan duro. A veces, innovar es plantar un sueño frente a lo imposible.

Seguramente no haya dos experiencias innovadoras similares. Sin embargo, en todas ellas está presente este ingrediente. De un modo u otro, mientras unas personas rechazan el sudor y la pelea, otras muchas abrazan lo que parece –initialmente- como insalvable, lo cargan a sus espaldas y salen airoso del lance.

En estos días en que tendremos algo de tiempo para dejar volar nuestros pensamientos podemos preguntarnos qué cosas nos parecen demasiado duras, qué cosas le parecen demasiado duras o difíciles a nuestros clientes o a nuestros potenciales clientes.

[Continúa leyendo ►](#)

WORKINN 2017 BILBAO, foro de empleo y formación

Del 6 de junio de 2017 al 8 de junio 2017

Workinn 2017 Bilbao será el foro de empleo y formación gratuito dirigido al colectivo de jóvenes cuyo objetivo es acercar el mercado y oferta laboral del sector de la máquina-herramienta a los estudiantes, futuras incorporaciones de las empresas del sector. Este año tendrá lugar entre el 6 y el 8 de junio.

Inbound Leaders

El 8 y 9 de junio de 2017. Madrid y Barcelona.

LA 5^a EDICIÓN DEL MAYOR EVENTO DE INBOUND MARKETING EN ESPAÑOL. Un evento sobre cómo estructurar y hacer eficiente tu embudo de marketing. Madrid 8 de junio, Barcelona 9 de junio
Más info en www.inboundleaders.es

#IMPERDIBLE_02

Sábado 10 y domingo 11 de junio de 2017. Estadio Vicente Calderón.

El festival sobre innovación y fútbol se celebrará en el estadio Vicente Calderón el sábado 10 y el domingo 11 de junio, organizado por la Fundación Cotec con la colaboración del Atlético de Madrid. Las entradas pueden adquirirse a través de ticketea (<https://www.ticketea.com/entradas-imperdible-02-futbol-innovacion/>). El precio en venta anticipada es de 5€ para cada día del evento (2€ para los niños de 12 años y menores, que tendrán que ir acompañados de un adulto). La entrada en taquilla costará 7€ (3€ los niños).

Los Imperdibles son una serie de eventos especiales, irrepetibles y colecciónables diseñados por Cotec para acercar la innovación a todos los públicos. #Imperdible_01, de la mano de Sónar+D y el Ayuntamiento de Madrid, se acercó a la música, la tecnología y el arte. #Imperdible_02 adopta el fútbol como hilo conductor de competiciones, atracciones y un foro de iniciativas empresariales y sociales.

El programa incluye cerca de 30 actividades con las que se espera atraer a cerca de 10.000 personas cada día de actividad. El objetivo es ofrecer un plan completo de experiencias y emociones para pasar un día entero con familia y amigos. Esta nueva entrega de los Imperdibles cuenta ya con el apoyo de marcas reputadas como CaixaBank, Deloitte, Indra, Talgo, Pelayo Seguros, BBVA y Vía Célere.

Global E-Commerce Summit 2017

12, 13 y 14 de junio de 2017. Barcelona. Hotel Rey Juan Carlos I

Más info: www.e-commercesummit.com

MANAGEMENT & BUSINESS SUMMIT

14 y 15 de junio de 2017. Madrid.

"**SIN LÍMITES**" es el lema de la convocatoria 2017 de este evento impulsado por A3Media, que cada año reúne a más asistentes gracias a las conferencias de ponentes de la talla de Mario Vargas Llosa o Bernardo Hernández.

#WORKSMarter2017

¿Te unes al movimiento del trabajo inteligente?

SE CELEBRARÁ EL PRÓXIMO JUEVES 15 DE JUNIO a las 18:00 horas en los Teatros Luchana. Podrás aprender qué significa trabajar de forma inteligente en esta nueva era digital.

Ponentes de excepción como Enrique Dans, Profesor de Innovación en IE Business School y reconocido investigador sobre los efectos de la innovación tecnológica en la empresa y en la sociedad, María Benjumea, empresaria de excepción, fundadora de Infoempleo y de Spain Startup, empresa que gestiona el mayor evento de emprendedores del sur de Europa The South Summit, y Jeroen De Wit, CEO de Teamleader, entre otros profesionales, serán los encargados de tratar aspectos cruciales para mejorar el funcionamiento del negocio en plena transformación digital y entorno colaborativo. En un mercado cambiante y dinámico como el actual en el que la evolución hacia el trabajo inteligente es crucial, la jornada incluirá distintos temas y puntos de vista, desde el Big Data y procesamiento de la información al aprovechamiento del conocimiento y talento de los miembros del equipo, sin olvidar el customer centric, el rendimiento, la tecnología, la flexibilidad y la mente abierta...

#WORKSMarter2017 se dirige a Empresarios, Pymes, Directores de Marketing, Startups, Project Managers, Directivos...

Puedes consultar el programa completo aquí: www.worksmarter.es

thin bike
schindelhauer



COMPRA
exclusiva
en
www.bikeandbici.com

Bike and **Bici**

