



empeña y vende

Nº 20 octubre / noviembre '17

SOUTH
SUMMIT
2017

Red 4G en
miniatura
TELEFÓNICA

CHATBOTS,
robots muy rentables

PROPTech
revolucionará el sector
INMOBILIARIO

EL CORTE INGLÉS,
gigante en innovación



CONECTA EMPE

Programa de Formación Digital
y Emprendimiento.

El mercado laboral ha cambiado y ahora es digital.

En **Fundación Telefónica** apostamos por los jóvenes. A través de **Conecta Empleo** les preparamos para afrontar su futuro tanto profesional como personal. Un programa gratuito de Formación digital y emprendimiento que les conecta con las nuevas profesiones de la sociedad digital.

- › Big Data
- › Desarrollo Web con Java
- › Desarrollo Web con PHP
- › Desarrollo de Aplicaciones Móviles
- › Programación de Videojuegos
- › Curso de Ciberseguridad

A finales de 2018, habrán participado en nuestro programa un millón de jóvenes en 12 países de Europa y Latinoamérica.

Descubre nuestros proyectos en fundaciontelefonica.com

Telefónica
FUNDACIÓN

EL CORTE INGLÉS

innovación y omnicanalidad



En este número de Emplea y Emprende explicamos en detalle como un gran almacén español, primero en ventas en Europa y quinto a nivel mundial, ha conseguido en un proceso de transformación basado en la innovación y la omnicanalidad acercarse a Amazon en España ocupando el segundo lugar en ventas de e-Commerce. Naturalmente nos referimos a El Corte Inglés, enhorabuena a su presidente y equipo directivo.

Nuestros lectores tienen excelentes novedades relacionadas con Telefónica a través del lanzamiento de un prototipo de red 4G en miniatura que supone un avance en infraestructuras y comunicaciones. Otra gran empresa como Correos lanza el Desván de Correos, otro éxito seguro y todo un conjunto de reportajes, noticias e informaciones de interés y utilidad, por cierto, no se pierdan el reportaje sobre la revolución que llega al sector inmobiliario PropTech. Sobre los corralitos no hablamos, de momento.



Sumario

Nº20 octubre 2017

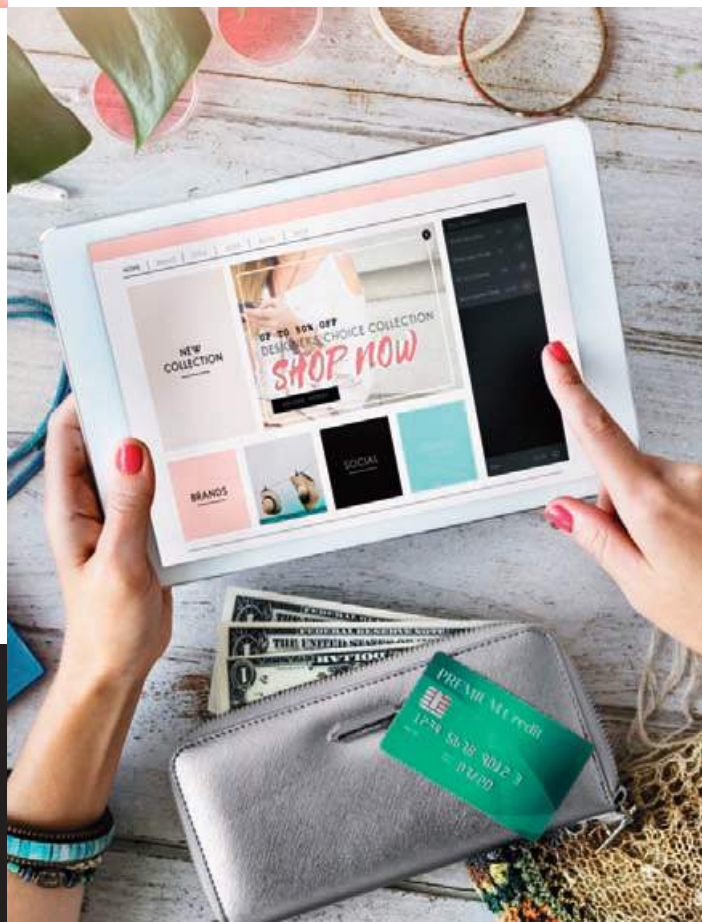


10

TELEFÓNICA
Red 4G en miniatura

12

EL DESVÁN
de Correos



14

EL CORTE INGLÉS
innovación y omnicanalidad

22

EL RINCÓN DIGITAL
web para negocios
locales

30

SOUTH SUMMIT'17
Mapa de emprendimiento

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
cgb Blanco@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.

36

CHATBOTS
Un negocio espectacular



54

PROPTech
Revoluciona el sector inmobiliario





COMIENZA LA III EDICIÓN DEL CONCURSO "LAS IDEAS SE MUEVEN" PARA DESPERTAR LA INNOVACIÓN ENTRE LOS ESTUDIANTES

ACERCARSE AL TALENTO JOVEN, escuchar sus ideas e impulsarlas para que lleguen lo más lejos posible son los principales objetivos del concurso "Las Ideas se Mueven" que, por tercer año consecutivo, acaba de lanzar Endesa, en colaboración con la Fundación Universidad Empresa (FUE).

El concurso está orientado a estudiantes universitarios o de formación profesional de grado superior y les anima a que presenten iniciativas vinculadas a la innovación en materia de la eficiencia energética, electrificación de la demanda, protección del medio ambiente, excelencia en la atención al cliente o calidad del servicio energético. Este año, está dirigido a jóvenes de hasta 27 años matriculados en universidades o centros de formación profesional de Andalucía y Extremadura. La primera edición se desarrolló en Cataluña y la segunda, en Madrid. El plazo para la recepción de las ideas finaliza el próximo 12 de noviembre.

El ganador del primer premio recibirá 3.000 euros y una plaza beca en el programa de iniciación profesional **BRIDGE**, que combina una formación académica, valorada en 14.300 euros sobre desarrollo profesional y nuevas tecnologías, con prácticas remuneradas en Endesa. Se concederá también un premio de 1.500 euros para el segundo clasificado y de 1.000 euros para el tercero. Asimismo, se entregará un premio de reconocimiento al centro cuyos alumnos han tenido mayor participación.

GOOGLE, ALIBABA, VODAFONE, IBERIA Y OTRAS 200 EMPRESAS PROTAGONIZARÁN EL PRÓXIMO ESHOW MADRID

La feria presentará las principales novedades del sector eCommerce, Digital Marketing, Hosting & Cloud, Social Media, Mobile e Internet of Things y contará con ponentes de la talla de Rodrigo Cipriani Foresio, Managing Director for Southern Europe de Alibaba Group; Andy Stalman, Mr. Branding y autor del best seller Brandoffon; Miguel Carlos Martínez Díaz, Mobile Solutions Consultant en Google.

ACOMPAÑANDO EL CRECIMIENTO del eCommerce en España, que ya factura más de 18'2 millones de euros y cuenta con cerca de 15.000 páginas que venden online, eShow Madrid, la Feria y Congreso profesional de eCommerce y Digital Marketing, abre sus puertas de nuevo reuniendo a más de 10.000 profesionales y 250 ponentes de la industria digital.

La Inteligencia Artificial (IA) cobra tanta importancia este año que, por primera vez, se dedica una feria alternativa a eShow íntegramente a este tema, **Alshow**. Junto a la IA, el Big Data es la otra gran tendencia en el sector eCommerce. Los retos de la internacionalización para las empresas de moda y los avances en marketing también serán parte fundamental de la agenda del congreso, además de los ya clásicos casos de éxito de empresas. Más info en: **AGENDA**





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

#SOMOSCAPACESDETOD

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

fundaciontelefonica.com
Despertando ideas se despierta el futuro



ARRANCAN LOS PREMIOS G5 INNOVA IMPULSANDO EL EMPRENDIMIENTO SOCIAL

LOS PREMIOS G5 INNOVA SUPONEN un impulso para proyectos de emprendimiento social que se desarrollen en España, que lleven al menos 6 meses en funcionamiento y que tengan un máximo de 4 años de actividad. Este año el premio consta de 6000€ y dos accésits de 500€ además del apoyo para visibilizar sus proyectos y formación.

La presentación de los proyectos está abierta hasta el 17 de noviembre en la web: www.premiosg5innova.com

ABA ENGLISH, PREMIADA POR LINKEDIN como Mejor Marca Empleadora 2017



LA STARTUP CON SEDE EN BARCELONA ha recibido este galardón que reconoce a la empresa de menos de 250 empleados que mejor ha comunicado su marca en 2017, resultando vencedora por delante de otras finalistas como Kimia, OCU y Soltec.

Se trata de un importante reconocimiento para ABA English, que recientemente ha recibido otros como el de Best of 2016" por Google, "Mejor App Educativa" por Reimagine Education ("Los Oscars de la Educación") o el reconocimiento como una de las mejores start-ups de España para Actualidad Económica. Además, es la primera academia digital autorizada para ofrecer exámenes y certificaciones oficiales de Cambridge, tras su acuerdo con Cambridge English.

"Estamos encantados de recibir este reconocimiento por parte de la red social LinkedIn", comenta Javier Figarola, Consejero Delegado de ABA English. "Este galardón nos impulsa a seguir trabajando en nuestra marca y App, con el fin de democratizar la enseñanza del inglés".

MEDIACORE SOLUTIONS, GANADORA EN LOS "DIGITAL AWARDS" DE OMEXPO

Se ha impuesto en la categoría de mejor marketing digital multiplataforma por la campaña del Mutua Madrid Open junto a Smart4Ads.

CON ESTOS PREMIOS, OMEXPO, evento de marketing digital y comercio electrónico referente en nuestro país, ha puesto en valor por tercer año consecutivo a las mejores propuestas, soluciones y campañas de los negocios digitales en España. La candidatura de Mediacore Solutions y Smart4Ads junto con el importante torneo tenístico madrileño, titulada "Un matchpoint hacia el marketing digital", se ha impuesto a dos duros competidores en la categoría de "Mejor Digital Marketing Multiplataforma". En concreto, a Eroski por su app móvil y a Telefónica por su proyecto "Pineda de Mar, primera oficina digital e interactiva de Turismo de Catalunya".

Julio Sola, director general de Mediacore Solutions, ha declarado "estamos muy contentos de que nuestro trabajo y esfuerzo se vean recompensados con este premio por profesionales de muchísima experiencia y bagaje". Por su parte, Javier García Río, director de marketing del Mutua Madrid Open, ha destacado que "es una satisfacción ver cómo el sector digital reconoce la labor desarrollada durante meses para situar nuestra estrategia de marketing al elevado nivel de calidad del torneo".

Mediacore Solutions sucede en el palmarés de esta categoría a Antevenio, que se había llevado este galardón en los dos años anteriores.



LA STARTUP BOOKLYNG GANADORA DEL RETO DE GRUPO IBEROSTAR Y WAYRA ESPAÑA PARA ENCONTRAR STARTUPS TECNOLÓGICAS QUE INNOVEN EN EL SECTOR HOTELERO

EN EL MARCO DE LA TERCERA EDICIÓN de South Summit, GRUPO IBEROSTAR y Telefónica han presentado a Booklyng como primera ganadora de su convocatoria de startups. La compañía accederá a un completo programa en la aceleradora corporativa Wayra y a una inversión conjunta valorada en hasta 140.000 euros. Booklyng es una plataforma basada en inteligencia artificial que permite la creación de un dialogo entre el hotel y el cliente en la web del hotel y su sistema de reserva, como si estuviesen hablando en persona, lo que permite incrementar en más de un 37% las ventas directas online.

Para la selección del primer proyecto, GRUPO IBEROSTAR y Telefónica han tenido en cuenta de qué manera mejoran la experiencia del cliente utilizando el big data recogido a través de los canales de comunicación del Grupo, también si contribuyen a simplificar y hacer más eficientes los procesos de contratación del cliente final, así como si propician la generación de ideas en el marco de la sostenibilidad.

Además, se ha tenido en consideración la madurez del producto, atractivo de la oportunidad y potencial de crecimiento, la consistencia del modelo de negocio y la estrategia de llegada al mercado, su base tecnológica y carácter innovador y disruptivo relacionado con tecnologías de última generación como el Big Data, IoT y Machine Learning. También se han tenido en cuenta las posibles sinergias con Telefónica y/o con GRUPO IBEROSTAR, así como su escalabilidad, potencial de crecimiento, la solidez y competencias del equipo.

TELEFÓNICA PRESENTA

las posibilidades de la miniaturización de la RED 4G EN UN ENTORNO REAL

Mediante una mochila LTE Nano de menos de 3 kg, que proporciona voz y datos, se puede desplegar en minutos una red de comunicaciones 4G a la que se ha conectado un dron con capacidad para transmitir video mediante LTE y varios dispositivos. Las portables son muy útiles en diversos ámbitos como retail, logística, hospitales, oficinas...



Proyecto **LTE Nano**

ESTE PROYECTO DE INNOVACIÓN, anunciado en el **Mobile World Congress 2017**, es una de las implementaciones más pequeñas del mundo de una red autónoma 4G ya que se ejecuta en un hardware de tan sólo 40 gramos de peso supone un paso destacado en los avances que el mercado está realizando en el desarrollo de productos de redes portátiles.

Telefónica ha realizado en Buitrago de Lozoya las demostraciones en real de la aplicación de redes portables 4G en labores de rescate y supervisión de infraestructuras críticas empleando en ambas se ha empleado una mochila LTE Nano.



Supervisión de INFRAESTRUCTURAS e instalaciones

La utilización del dron 4G es un servicio que puede prestarse en la supervisión de infraestructuras de difícil acceso, tanto de comunicaciones como de cualquier otro ámbito industrial, que implican tareas de cierta complejidad y riesgo y que consumen mucho tiempo. En este caso, se ha mostrado la utilización de un dron 4G para la supervisión de las antiguas antenas de seguimiento de comunicaciones satélite de Telefónica en Buitrago de Lozoya que, con sus 30 metros de diámetro y colocadas a más de 40 metros de altura sobre una infraestructura de varios cientos de toneladas, suponen un reto de supervisión.

“Telefónica ha realizado en Buitrago de Lozoya las demostraciones en real de la aplicación de redes portables 4G en labores de rescate y supervisión de infraestructuras críticas empleando en ambas se ha empleado una mochila LTE Nano”

LABORES DE RESCATE

EN EL CASO DE labores de rescate, la mochila portátil 4G ha proporcionado la cobertura de comunicaciones de voz y datos a un grupo de rescate. Un dron con una cámara de vídeo HD ha realizado streaming de lo visto durante el vuelo y lo ha transmitido a los dispositivos de los operativos en tiempo real por el 4G proporcionado por la mochila.

ENTIDADES COLABORADORAS

LA SOLUCIÓN LTE NANO ha sido realizada en colaboración con la compañía británica Quortus, que es el proveedor tecnológico que proporciona la solución software de red virtual 4G capaz de funcionar en equipamientos de tan pequeña escala.

Por otro lado, los escenarios de utilización de un dron transmitiendo vídeo mediante 4G han sido desarrollados en colaboración con **Accenture Digital**, una de las primeras empresas en colaborar con Telefónica en el desarrollo de servicios innovadores que funcionan sobre redes portables 4G.



MÁS ESPACIO Y MÁS ORDEN con El Desván de Correos



EL DESVÁN DE CORREOS, es un nuevo servicio dirigido a particulares y empresas puesto en marcha por Correos que permite almacenar todo lo que no tenga espacio en casas y oficinas.

Además de guardar y custodiar ropa, libros, discos, permite custodiar documentación de empresas que por espacio no pueden tener en las oficinas y requieren de un sitio seguro y de confianza para guardar esa documentación.

MÁS ESPACIO PARA TI. más espacio para tus cosas



LA ROPA QUE VOLVERÁ A ESTAR DE MODA, los juguetes de los niños, libros, el saco de dormir y todo lo de los deportes desde bicicletas a monopatines etc y todo aquello que forma parte de los recuerdos y que utilizas de vez en cuando como la colección de CDs.

El Desván de Correos con su servicio, recoge, guarda y mantiene en perfecto estado todo lo que haya que guardar y además libera el espacio que se necesita en casa.

MÁS ESPACIO para profesionales y empresas

ALMACENAR EN EL DESVÁN DE CORREOS ES MUY SENCILLO:

- Entra en www.eldesvandecorreos.es y solicita el número de cajas que necesites. Tienes hasta 4 tamaños disponibles.
- Cuando recibas las cajas, empaqueta lo que vayas a almacenar. Te recomendamos que hagas un pequeño inventario de todo lo que guardes en ellas. El peso máximo por caja es de 30 kg.
- Nosotros las recogemos y escaneamos para almacenarlas con total garantía de confidencialidad y seguridad.
- En cualquier momento, puedes volver a recibirlas en casa o en cualquier otro punto que necesites: en la playa, en la oficina, en otra vivienda...



Infórmate y contrata en eldesvandecorreos.es

Comienza a ganar espacio en tu oficina

Custodiamos
y guardamos
tu documentación
de forma segura
y confidencial



Elige
el tamaño



Empaquétalo
tú mismo



Nosotros
lo recogemos



Y te lo devolvemos
cuando quieras

El Corte Inglés

al éxito por la innovación y la omnicanalidad

Con el titular “El Grupo El Corte Inglés eleva sus ventas hasta los 15.505 millones de euros con un aumento del Ebitda del 7,5%” se comunicaba a los medios los buenos resultados obtenidos en 2016 y las buenas perspectivas para el siguiente año.

JLP



LAS PALABRAS de su presidente, Dimas Gimeno, confirmaban que se había conseguido la mejor cifra del mayor negocio en cinco años y mayor beneficio neto en tres años calificándolas como cuentas muy saneadas que permiten ser optimistas para los próximos ejercicios.

EL NEGOCIO ONLINE DISPARADO

El negocio online crece a un ritmo que duplica el crecimiento del mercado español, con un 60% más de pedidos, un 40% más de facturación y un 25% más de tráfico a la web. Destaca el crecimiento del 20% en alimentación donde el Supermercado de El Corte Inglés es líder en el canal online.





La transformación **TECNOLÓGICA**

PARA ATENDER EL FUERTE crecimiento y adecuarse a la demanda se trabaja en una nueva plataforma integrada de comercio online que permitirá potenciar la venta multicanal, a través de internet y del teléfono móvil, y crear sinergias eficientes con el negocio de tiendas físicas. El proyecto de transformación tecnológica permitirá también reforzar la infraestructura informática de la compañía para facilitar una adaptación continua a las preferencias de los consumidores y una gestión ágil de la cadena logística.

Muy cerca de Amazon **EN E-COMMERCE**

LOS DATOS FACILITADOS por la consultora Statista correspondientes a las ventas e-Commerce sitúan el total de mercado en España en 11.640 millones de euros situando como líder a Amazon con 871 millones y a continuación reduciendo notablemente la distancia está El Corte Inglés con 651 millones mientras que el tercer lugar corresponde a Zara con 371 millones, PC Componentes y Vente Privee con 271 millones y 176 millones completan el Top 5.

“EL PROYECTO DE TRANSFORMACIÓN TECNOLÓGICA PERMITIRÁ TAMBIÉN REFORZAR LA INFRAESTRUCTURA INFORMÁTICA DE LA COMPAÑÍA PARA FACILITAR UNA ADAPTACIÓN CONTINUA”



AMAZON FRENTE A EL CORTE INGLÉS

EL COMERCIO ELECTRÓNICO HA REVOLUCIONADO los hábitos de consumo. Cerca de 16 millones de personas en España recurren hoy a un "click" para efectuar sus compras, aunque en muchos casos existen malas experiencias. El Corte Inglés ha sido capaz de trasladar al comercio online los mismos principios que rigen en la tienda física, es decir, calidad, especialización, servicio, garantía y variedad de surtido, lo que le ha permitido situarse como un referente del sector. Estos atributos son los que ocupan y precupan a su principal competidor en España, Amazon.

En España, Amazon ha chocado con El Corte Inglés, otro líder de la distribución que compite con una amplia oferta tanto de productos como de servicios.

EL POSICIONAMIENTO DE EL CORTE INGLÉS

Las características y fortalezas que posicionan a El Corte Inglés como referente del comercio electrónico frente a otros competidores como Amazon son:



1. OMNISCANALIDAD: El Corte Inglés, además de ser un gran almacén virtual, ofrece la posibilidad de interrelacionarse de forma permanente con la tienda física. Así, es posible recoger, devolver o cambiar las compras en cualquier centro, favoreciendo el mejor servicio para los clientes.

2. FIABILIDAD: Además de llevar más de 75 años dedicándose al comercio y entregados a ofrecer el mejor servicio, ECI fue pionero en el lanzamiento de entrega en menos de dos horas o en la franja horaria elegida con su servicio Click&Express que puso en marcha en diciembre de 2015 en seis ciudades, mientras que Amazon lanzó el servicio de entrega inmediata en julio de 2016 solo en Madrid con muchas menos referencias.

3. INMEDIATEZ: El Corte Inglés posibilita la compra online con entrega en menos de dos horas sin coste mínimo. Se ha entregado desde un bolígrafo en un solo pedido hasta dos televisores y un aspirador en otro. Amazon, sin embargo, requiere ser cliente Premium y hacer un pedido de al menos 19 euros para utilizar el servicio Prime Now.

4. PARA TODOS LOS PÚBLICOS: Las compras online en El Corte Inglés están al alcance de todos, no es necesario tener una cuenta Premium u otros requisitos, como exige Amazon para prestar su servicio de Prime Now.

5. TODOS LOS SOPORTES: En El Corte Inglés es posible realizar las compras tanto a través de la App como de la página web, independientemente del tipo de entrega deseado. Para las compras con el servicio Prime Now de Amazon únicamente se pueden realizar los pedidos a través de la App.

6. EXPERIENCIAL: Las nuevas tecnologías permiten recrear los pasillos del supermercado de El Corte Inglés a través de su App y posibilita la navegación por todos los lineales del establecimiento haciendo así la experiencia de compra intuitiva y fácil. Cada producto incluye toda la información necesaria para que el cliente pueda comparar características, precios y conocer las ofertas y los descuentos.

7. SERVICIO PERSONALIZADO: Los Supermercados de El Corte Inglés ofrecen el mismo servicio personalizado que en la tienda física, el catálogo online de productos frescos permite elegir el tipo de corte, la pieza... mientras que Amazon solo ofrece la posibilidad de comprar frescos envasados. El sistema de ECI está preparado para mantener la cadena de frío en todo el proceso asegurando mantener siempre la mejor calidad.

8. COMPRA ONLINE SIN FRONTERAS: Si bien es cierto que Amazon permite comprar artículos de cualquier parte del mundo, a la hora de elegir una entrega rápida; El Corte Inglés llega con su servicio de Click&Express a 54 grandes ciudades españolas frente a las 2 ciudades (Madrid y Barcelona) y municipios cercanos a los que llega el servicio Prime Now de Amazon.

9. VARIEDAD: En el catálogo virtual de El Corte Inglés se pueden encontrar más de 150.000 referencias para la entrega en menos de dos horas, entre las que se encuentran artículos de moda, complementos, perfumería, cosmética, ocio, textil, hogar, tecnología, informática, electrodomésticos, alimentación y productos del Gourmet Experience. El servicio Prime Now de Amazon ofrece en torno a 20.000 referencias.

10. FLEXIBILIDAD: La compra online de El Corte Inglés ofrece distintos servicios de recogida que no se encuentran en otras compañías. Además, del servicio de entrega en menos de dos horas, Click&Express; también se ofrecen el servicio Click & Car (recogida de la compra del supermercado sin bajar del coche) o Click&Collect (recogida de artículos de moda, tecnología, deporte... en centros comerciales de El Corte Inglés, en Supercor y en más de 300 puntos de conveniencia, como oficinas de Correos).

EL CENTRO COMERCIAL desde casa



La web de El Corte Inglés es la plataforma de comercio electrónico española con mayor tráfico y crecimiento en ventas según los datos de Statista.

Los datos son realmente buenos con incrementos del 60% en el número de pedidos, 40% en facturación y 25% en tráfico a la web.

Cuenta con más de 8,5 millones de usuarios registrados, con un diseño responsive que aporta una navegación que atrae a los nuevos clientes.



LA OMNISCANALIDAD

ES UNO DE LOS PRINCIPALES ATRIBUTOS que definen a El Corte Inglés como modelo de referencia en la integración física y online sin perder el elemento de la calidad.

La compañía ha trasladado al comercio online los mismos principios que rigen en la tienda física, es decir, calidad, especialización, servicio, garantía y una completa oferta de productos y servicios.



CLICK&EXPRESS

El Corte Inglés ha sido pionero en ofrecer las entregas inmediatas, combinando los servicios de "Click&Express" (entrega en menos de 2 horas o en el horario elegido), "Click&Collect" (recogida del pedido en centros comerciales de El Corte Inglés, en Supercor y en más de 300 puntos de conveniencia, como oficinas de Correos) y "Click&Car" (recogida del pedido del supermercado sin bajar del coche).

El catálogo virtual de El Corte Inglés ofrece más de 150.000 referencias para la entrega en menos de dos horas, conocido como servicio "Click&Express", entre las que se encuentran artículos de moda, complementos, perfumería, cosmética, ocio, textil, hogar, tecnología, informática, electrodomésticos, alimentación y productos gourmet.

El Supermercado ONLINE

EL SUPERMERCADO DE EL CORTE INGLÉS

fue el primero en ofrecer su catálogo de alimentación a través de Internet en el año 1999. Desde entonces se han ido incorporando nuevos productos y categorías, al mismo tiempo que se ha mejorado la tecnología que soporta el comercio electrónico implantando la mejor solución disponible en cada momento con un ticket medio por encima de los 150 euros.

Los centros de distribución disponen de 25.000 referencias de las cuales 5.000 son productos gourmet

El catálogo online ofrece la posibilidad de elegir el corte o el modo de preparar los frescos como si estuviéramos en la tienda física. Desde la plataforma se despachan en torno a 200 pedidos de frescos al día, especialmente los lunes y martes.



INNOVACIÓN Y TECNOLOGÍA

LA COMPAÑÍA REFUERZA DE MANERA CONSTANTE su apuesta por la innovación y la tecnología con nuevas iniciativas, alianzas, líneas de negocio y servicios. Pionera tanto en su variada oferta comercial como en los servicios que ofrece al cliente, la empresa está en búsqueda y desarrollo constante de nuevos conceptos, servicios o alianzas como las alcanzadas recientemente con Tesla o Samsung que afianzan su apuesta por la innovación y la tecnología.

ESTA APUESTA POR LA TECNOLOGÍA se materializa en la instalación de pantallas en los centros con contenido en movimiento, disponibilidad de tablets para los empleados y diferentes opciones para pagar las compras, ya que la compañía ofrece ahora a sus clientes con tarjeta de compra de El Corte Inglés la posibilidad de pagar a través del móvil con Samsung Pay. Con esta iniciativa, el Grupo consolida su estrategia hacia la transformación digital y continúa adaptándose a la demanda del mercado y los consumidores.



Infórmate y contrata en eldesvande.correos.es

Comienza a ganar espacio en tu oficina

Custodiamos
y guardamos
tu documentación
de forma segura
y confidencial



Elige
el tamaño



Empaquétalo
tú mismo



Nosotros
lo recogemos



Y te lo devolvemos
cuando quieras





¿QUÉ ESPERAN LOS CONSUMIDORES en las páginas web de negocios locales?

Si usted debe atraer clientes a su negocio local, usted sabe la importancia de tener una página web. Después de todo, muy pocas personas van a la agenda telefónica o lista de contactos de su teléfono para buscar un negocio local. Pero exactamente, ¿qué esperan ver sus potenciales clientes cuando visitan la página de su negocio? ¿Qué necesita usted ofrecer, para llevar los clientes a su local?

Rieva Lesonsky

UNA RECIENTE ENCUESTA DE BRIGHT LOCAL con una base de 800 consumidores en la que se trataba de ver cómo las páginas web afectaban las opiniones de sus potenciales clientes acerca de los negocios locales, arrojó los siguientes resultados:

¿Cuál es la importancia de tu página web?

- **Edad 18 - 34:** Los encuestados de este grupo demográfico esperan que su empresa local tenga un sitio web de aspecto profesional. De hecho, esto es un factor muy relevante si van a hacer negocios con usted.
- **Edad 35 - 54:** Los encuestados de este grupo de edad seguirán haciendo negocios con empresas que no tengan sitios web. Sin embargo, es mucho más probable que contacten con su empresa si tiene un sitio web.
- **Edad de 55 años o más:** Para los encuestados más antiguos, la presencia de un sitio web no es un factor decisivo para saber si harán negocios con usted. Sin embargo, este grupo de edad cree que tener un sitio web añade credibilidad.



● **Mujeres:** Las mujeres creen que las empresas con sitios web son más creíbles y tienen más probabilidades de ponerse en contacto con estas empresas. No les importa si su sitio web parece muy avanzado; sólo quieren que usted tenga uno.

● **Hombres:** Los hombres tienen una actitud similar a la de las mujeres; sin embargo, son menos tolerantes con los sitios web poco atractivos o pocos profesionales, si comparamos su percepción con la de las mujeres.

Recomendación: Sea cual sea el grupo de edad o el género que compone la mayoría de su base de clientes, tener un sitio web de negocios le ayudará a atraer a más de ellos.

¿Qué debería ofrecer su sitio web?

Los consumidores de todos los grupos de edad esperan que su sitio web comercial incluya cierta información básica: una dirección física, número de teléfono, horario de apertura y una lista de productos o servicios y precios. Más allá de eso, hay algunas diferencias clave entre los grupos de edad.

● Los consumidores de 55 años y más se preocupan por obtener información básica en su sitio web, pero también quieren que el sitio se cargue rápidamente.

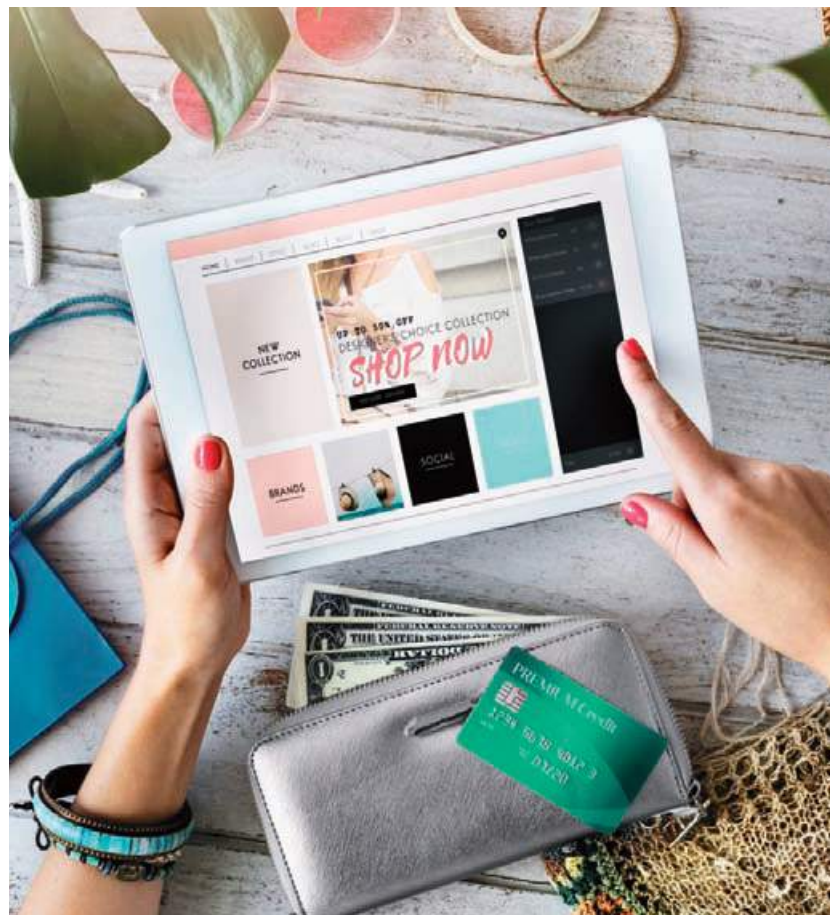
● Además de obtener información clave rápidamente, aquellos de 35 a 54 años también prefieren que su sitio web sea atractivo y optimizado para móviles.

● Para los consumidores de 18 a 34 años de edad, un sitio web atractivo y optimizado para móviles no es sólo "agradable", sino esencial.

¿Cuáles son los mayores inconvenientes de un sitio web para los consumidores?

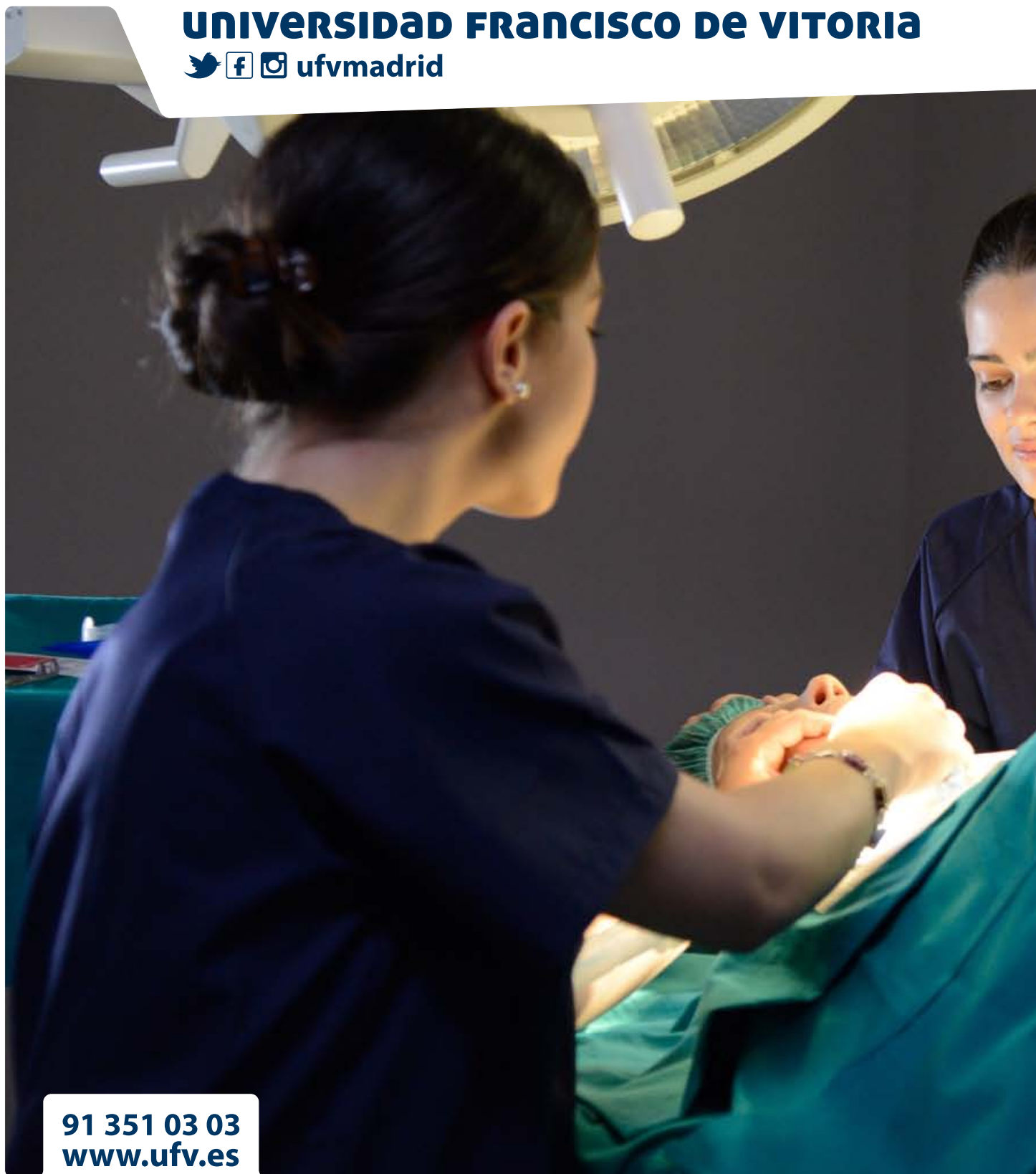
Los sitios web con contenido de mala calidad, sin número de teléfono y sin información de precios molestan a los consumidores en todos los grupos de edad. Sin embargo, los consumidores de 18 a 34 también se irritan por los sitios web que son lentos, con errores o no móviles. Aquellos de 55 años y más, dicen que los errores de ortografía y otros problemas relacionados con la calidad del contenido son muy importantes. Las mujeres son las más afectadas por el contenido de mala calidad, mientras que a los hombres no les gusta cuando no pueden encontrar un número de teléfono, una dirección, precios de los productos, o direcciones.

Recomendación: La visualización del número de teléfono de su empresa en su sitio web es fundamental. Todos los grupos de edad dicen que el teléfono es su método preferido de contactar un negocio. Sin embargo, para atraer a la gama más amplia posible de consumidores, usted debe también ofrecer una gama de opciones para entrar en contacto con su negocio, incluyendo email, formularios de contacto y redes sociales.



UNIVERSIDAD FRANCISCO DE VITORIA

   **ufvmadrid**



91 351 03 03
www.ufv.es

**ADE + DERECHO • ADE • ADE BILINGÜE • ADE BILINGÜE + MARKETING • ADE BILINGÜE +
RRII • MARKETING • GASTRONOMÍA BILINGÜE • DERECHO • DERECHO + RRII • DERECHO +
CRIMINOLOGÍA • CRIMINOLOGÍA • MEDICINA • BIOTECNOLOGÍA • BIOTECNOLOGÍA + FARMACIA
• BIOMEDICINA • FARMACIA • PSICOLOGÍA • ENFERMERÍA • FISIOTERAPIA • PERIODISMO
• PERIODISMO + COMUNICACIÓN AUDIOVISUAL • PERIODISMO + RRII • RELACIONES
INTERNACIONALES • COMUNICACIÓN AUDIOVISUAL • COMUNICACIÓN AUDIOVISUAL +**

Ctra. Pozuelo - Majadahonda, Km. 1,800



líderes
en
trato personal

LA UFV

LÍDER DE UNIVERSIDADES
PRIVADAS DE MADRID EN
**ENSEÑANZA
y APRENDIZAJE**

Fuente: Ranking CyD octubre 2017. U-Multirank. Unión Europea

**PUBLICIDAD • 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 • CC. DE LA ACTIVIDAD FÍSICA Y DEL DEPORTE**

PA DIGITAL estrena nueva sección de ayuda A PYMES Y EMPRESAS

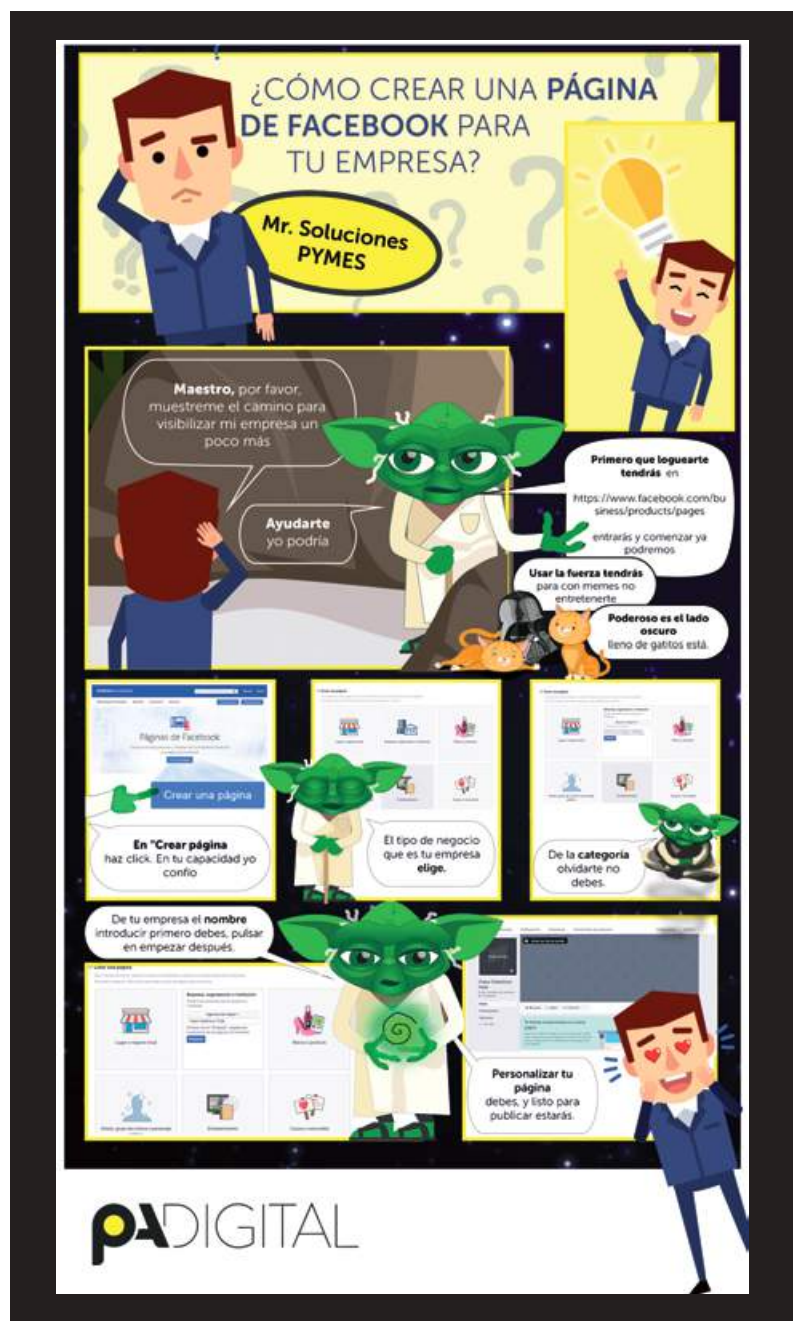
<< Ofrece soluciones que se adaptan a las necesidades de las pymes, en términos de visibilidad y cobertura >>

PA DIGITAL ES UNA EMPRESA con casi 50 años en el mercado nacional. Especializada en ayudar a las pymes y autónomos en su proceso de transformación digital. Ofrece soluciones que se adaptan a las necesidades de las pymes, en términos de visibilidad y cobertura. Especialistas en marketing digital con soluciones integrales que responden a cualquier necesidad: soluciones digitales como web, SEO, Google Adwords, videos, banners, redes sociales y blog; soluciones de visibilidad a través de Páginas Amarillas.es, Páginas Amarillas, 11888 y Europages; y soluciones locales aplicando estrategias y herramientas de marketing directo.

El portar de PA DIGITAL, en su compromiso por ayudar a PYMES, empresas y autónomos en su día a día, ha abierto una nueva sección dedicada a dar solución a algunos de los problemas a los que se enfrenta cualquier autónomo en su día a día

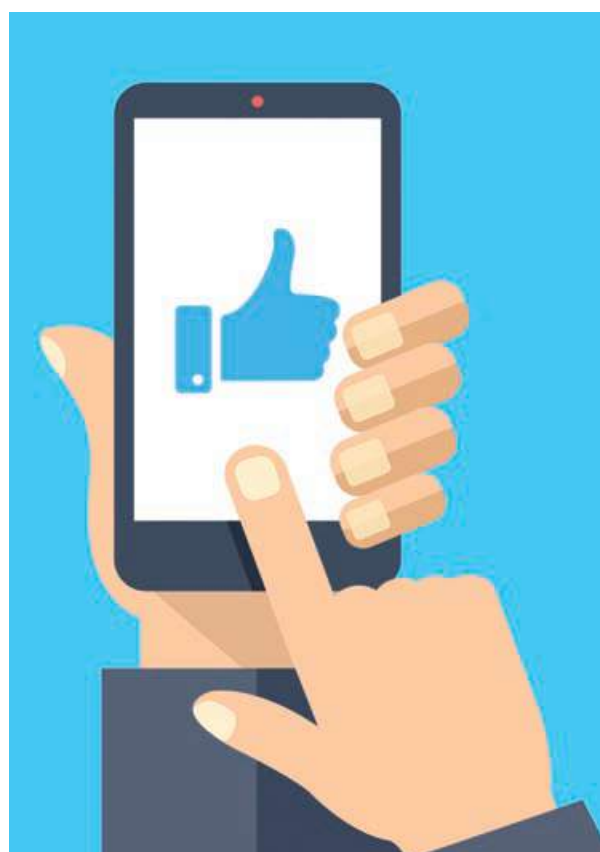
Para ello, han creado un personaje llamado Mr. Soluciones Pymes que cada mes dará solución, en un tono desenfadado, a alguna de las tareas que tienen que acometer los profesionales de diversos sectores.

En esta ocasión, Mr. Soluciones Pymes nos enseña a crear una página de Facebook de empresa paso a paso. En un formato de tira cómica, este personaje nos ilustra con prácticos consejos y pantallazos, cómo iniciar un negocio en redes sociales desde cero.





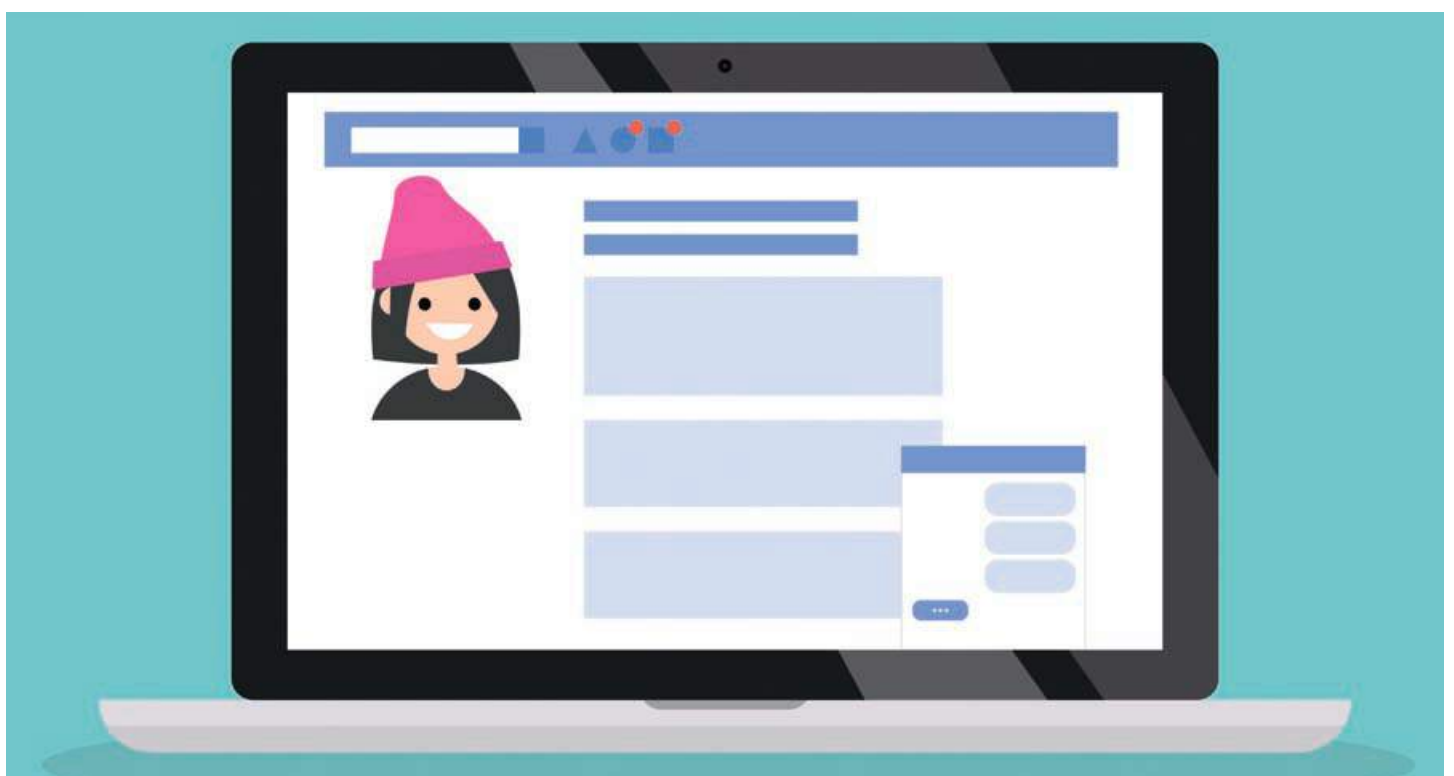
“Mr. Soluciones Pymes nos enseña a crear una página de Facebook de empresa paso a paso. En un formato de tira cómica, este personaje nos ilustra con prácticos consejos y pantallazos, cómo iniciar un negocio en redes sociales desde cero”



Facebook, UNA PODEROSA HERRAMIENTA

Facebook se ha convertido en una poderosa herramienta con la que tu empresa obtendrá, entre otras cosas, los siguientes beneficios:

- Un canal bidireccional con el que conocer mejor a tus clientes: una de sus principales virtudes es que es una fuente inagotable de información de lo que piensan tus clientes sobre tus productos, servicios y, en definitiva, de tu empresa. Es una forma muy eficaz de detectar problemas y darles solución de un modo ágil.
- No estar en Facebook no supone que no hablen de ti: aunque no tengas una página de empresa, es más que probable que tus clientes comenten sus experiencias con tu negocio, por lo que si no tienes presencia en este canal, estarás perdiendo la posibilidad de dar solución a sus inquietudes.
- Cada vez son más las personas que prefieren una atención al cliente vía redes sociales, ya que la comunicación es instantánea.
- Conseguirá más visibilidad: gracias a Facebook, dispondrás de un poderoso escaparate donde mostrar información de tu empresa, como la dirección o el teléfono de contacto. Además, uno de los factores que más peso ha ganado en los algoritmos de Google, es la presencia en redes sociales.
- Un poderoso aliado para generar branding y engagement con tu marca: adaptando tus mensajes a tus clientes potenciales y fomentando la generación de interacciones, conseguirás mejorar la imagen de marca de tu negocio y que tu público objetivo se identifique con ella.



*"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: **910 608 225**
Visítanos en **www.web.com**

web.com™

Ayudando a las PYMES a tener éxito en línea desde 1997

MAPA DEL EMPRENDIMIENTO 2017

Casi la mitad de los emprendedores lo son en serie y aprenden rápido.

APGB



“Más madurez y desarrollo en las iniciativas emprendedoras españolas”

¿QUÉ QUIERES SER DE MAYOR? Si le hacemos esta pregunta a los niños seguro que muchos responderán futbolista, chef o profesor. Pero la realidad es que 6 de cada 10 emprendedores siempre han querido serlo. Esta es una de las principales conclusiones del Mapa del Emprendimiento 2017 presentado por Spain Startup-South Summit. Para la elaboración del informe se ha tenido en cuenta una muestra de 1.585 proyectos de los 3.516 presentados a la Startup Competition, que un año más vuelve a batir su récord de participación. De ellos, un 47% son de origen español y un 53% internacional.

Se incrementa la madurez y el desarrollo de las iniciativas emprendedoras españolas: un 9% tiene entre 3 y 5 años de vida (el doble que en 2016 y un 2% más que en Europa) y un 19% ya ha alcanzado el nivel de desarrollo ‘growth’ (frente a un 17% en 2016). Igualmente, ha descendido el número de startups que han fallado, un 55% frente a un 62% del año anterior, y la cifra de startups vendidas que pasa de un 34% a un 29%.

A partir de los datos analizados se concluye que casi la mitad (48%) de los emprendedores españoles lo son en serie, la misma cifra que en Europa, mientras que Latinoamérica aumenta hasta el 54%. Además, en nuestro país un 4% de emprendedores ha creado más de 4 proyectos.

<< El emprendedor
RECURRENTE se
profesionaliza y sus
proyectos **FALLAN**
MENOS, 50% frente a
un 54% a **NIVEL**
GLOBAL>>



¿QUÉ CARACTERÍSTICAS TIENEN LAS STARTUPS DE EMPRENDEDORES EN SERIE?

A NIVEL GLOBAL, mientras que 6 de cada 10 emprendedores recurrentes decidieron apoyarse en una aceleradora en el proceso de creación de su startup, menos de la mitad de emprendedores noveles optó por esta fórmula. Asimismo, 3 de cada 10 vendieron su startup y un 26% continúa desarrollándola. Aunque la mitad de startups que pusieron en marcha falló (un 4% menos que el total de proyectos, que es del 54%), la tendencia al fracaso disminuye a medida que aumenta el número de startups creadas, hasta el 20% en el caso de los que han puesto en marcha más de cuatro startups. "Estos datos no sólo demuestran un mayor conocimiento del ecosistema por parte del emprendedor en serie, que ya cuenta con una experiencia sólida, sino también su mayor profesionalización. Estamos ante un emprendedor centrado en la creación de su proyecto y el desarrollo de su startup, que no aspira a convertirse en un empresario sino en un profesional de la innovación" afirma María Benjumea, fundadora de Spain Startup-South Summit.



STARTUPS COMO FUENTE DE EMPLEO

LA PROFESIONALIZACIÓN DE LA STARTUP lleva también al aumento de la generación de empleo y a una tendencia al alza en la contratación. Actualmente, en España 2 de cada 10 startups cuentan con un equipo de 5 a 10 personas y un 9% tiene entre 10 y 20 empleados en plantilla, un 2% más que en 2016. Además, 9 de cada 10 startups piensan seguir ampliando su equipo con nuevas contrataciones a corto plazo.

La importancia de un buen equipo es fundamental en el proceso de creación de una startup. De media cada proyecto cuenta con 2,5 fundadores. Lo más habitual es que la iniciativa parta de dos fundadores (38%), tres (23%) e incluso cuatro o cinco (11% y 4%, respectivamente).

¿Se mantienen estos fundadores en el equipo de la startup? Según el Mapa del Emprendimiento 2017, cada año más de vida de la startup significa la salida de un 7% de sus fundadores, por lo que 2 de cada 10 fundadores ya no forman parte del equipo de un proyecto cuando éste alcanza los tres años de vida.

<< Crece el **número de empleados** en las startups españolas: un **9%** ya cuenta con una plantilla de **10 a 20 empleados**, un 2% más que en 2016. Además, **9 de cada 10 startups** espera **contratar a corto plazo** a **nuevos miembros para su equipo** >>



¿CÓMO ES EL EMPRENDEDOR ESPAÑOL?

EL RETRATO ROBOT RESPONDE a un hombre de 36 años (en 2016 la edad media era de 34 años) con formación universitaria, principalmente ingeniero y de la rama de ciencias sociales. Los emprendedores españoles cuentan, asimismo, con una sólida trayectoria profesional antes de poner en marcha un proyecto: el 57% ha trabajado anteriormente por cuenta ajena. Sólo un 1,5% de emprendedores españoles (misma cifra que en Europa y Latinoamérica) estaba antes en situación de desempleo, lo que demuestra que se emprende por oportunidad y no por necesidad.

De hecho, 8 de cada 10 emprendedores en nuestro país crean su propia startup para innovar tras detectar una oportunidad real de negocio. No es de extrañar, por tanto, que las iniciativas respondan a las principales demandas de innovación del mercado, relacionadas con Fintech, realidad aumentada, arte y diseño.

La mujer, una asignatura pendiente: En el último año, aunque ligeramente, ha crecido el número de proyectos liderados por una mujer, pasando del 17 al 18%. Los proyectos liderados por mujeres fallan menos, únicamente 3 de cada 10 fracasaron frente al 58% de proyectos fundados por hombres.

El retrato robot del emprendedor español es un hombre de 36 años con formación universitaria (en ingeniería y ciencias sociales principalmente) y amplia experiencia profesional, que decide emprender para innovar y porque ha visto una oportunidad real de negocio.



PRINCIPALES RETOS DEL EMPRENDEDOR

LA FINANCIACIÓN SIGUE SIENDO uno de los principales retos a los que se enfrenta el emprendedor, que recurre principalmente a recursos propios (57%) y amigos o familiares (24%) como fuentes de financiación para su proyecto. No obstante, aunque aún queda un largo camino por recorrer para la sofisticación y profesionalización del modelo de financiación en España, aumentan los partidarios de recurrir a fondos privados (15%) o fórmulas alternativas como el crowdfunding (2%).

¿Y en cuanto a los resultados? Un 14% de startups ha conseguido un EBITDA positivo, un porcentaje similar a los proyectos que as-

piran cerrar este año con una facturación de entre 150.000 y 500.000 euros.

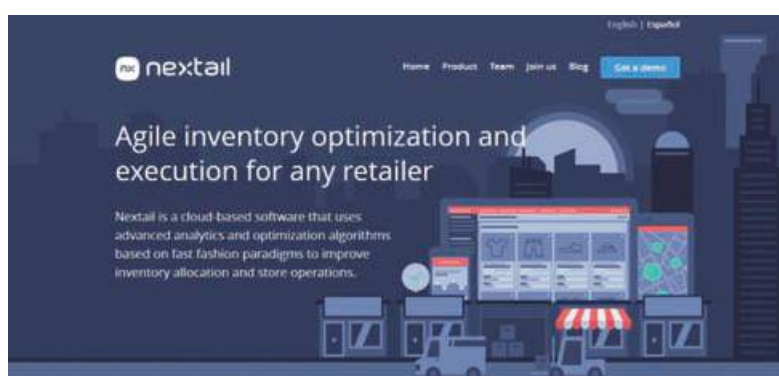
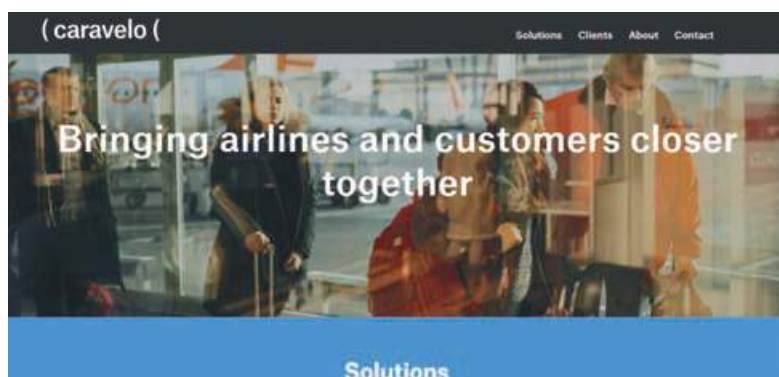
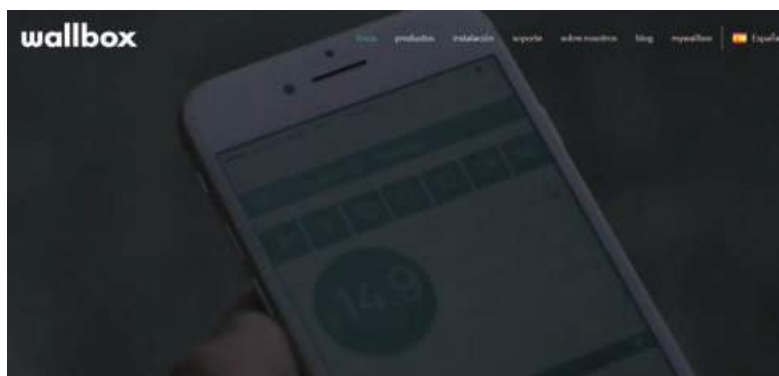
Además de la financiación (19%), los emprendedores también buscan casi en el mismo porcentaje generar visibilidad para su proyecto (18%), conseguir socios estratégicos (17%) o nuevos clientes y atraer talento. A sus ojos, el Gobierno juega también un papel fundamental, al que exigen reducir las tasas e impuestos para las startups y business angels, beneficios fiscales, flexibilidad en la contratación y facilidades para el acceso a fondos económicos.

“Un 14% de startups ha conseguido un EBITDA positivo”

SOUTHSUMMIT' 17

EL NUEVO PÓDIUM de finalistas de esta edición de South Summit ha distinguido a **Wallbox**, como gran startup triunfadora y **Caravelo**, **Darwinex** y **Nextail** como proyecto más innovador, más escalable y con mejor equipo, respectivamente.

Además, durante tres días se han entregado otros 10 premios en los diferentes verticales temáticos de South Summit, que han recaído en un 90% en startups de origen nacional. Estos ganadores proceden de las 100 finalistas seleccionadas en la Startup Competition, a la que se presentaron 3.500 proyectos, un 53% internacionales- procedentes de más de 72 países- y un 47% españolas. South Summit se ha consolidado un año más como el encuentro de emprendimiento más importante del Sur, en el que se han celebrado más de 2.000 reuniones one to one organizadas por South Summit, que ha contado más de 150 fondos de inversión internacionales con una cartera de inversión de más de 34.000 millones de dólares.



CHATBOTS, la competencia que amenaza el negocio de los buscadores



LOS CHATBOTS, presente y futuro

Los chatbots son una brillante realidad que cuadruplicará su cifra actual hasta prácticamente alcanzar los 3.200 millones de dólares, según MarketsandMarkets. Los chatbots, fueron el tema central del evento organizado por **Planeta Chatbot** -el mayor webmagazine en castellano a nivel mundial, en el que más de un centenar de expertos de 10 países comparten semanalmente su conocimiento sobre los hot topics del sector.

EL CLIENTE
QUIERE QUE LE
ATIENDAS Y SI ESE
ES EL CANAL QUE
MÁS UTILIZA,
TENDRÁS QUE
DESARROLLAR
LA TECNOLOGÍA
PARA HACERLO
ALLÍ TAMBIÉN

Amaia Arteta (Destinía)

CORREYVUELA

EL FUNDADOR DE CORREYVUELA, el chatbot referencia a nivel europeo para la venta de vuelos en whatsapp y FB Messenger, exponía su experiencia. "Primero fueron las páginas webs, luego éstas migraron al móvil, después llegaron las apps y ahora es el turno de los chatbots. El auge de Wechat es un indicativo de por dónde van los tiros" apuntó. Bautizado como el Whatsapp chino, WeChat - que cuenta con la friolera de 900 millones de usuarios y está dispo-

nible en 20 idiomas, el español entre ellos- es un servicio gratuito que permite chatear, enviar fotos y mensajes multimedia, además de hacer llamadas y videollamadas de forma totalmente gratis.

Para Juan Prim, "hay que tener muy claro que un chatbot es una tecnología pero lo que prevalece es la solución a un problema. Además, no sólo nos permite llegar al cliente de forma rápida sino también abaratar costes".



El avance de la tecnología, clave en su desarrollo

DESDE QUE MICROSOFT presentó Clippy ha pasado mucho tiempo. La clave está en el avance en la tecnología. Según Emma Bernardo (C2C Company), empresa especializada en los chatbots de salud, "la capacidad de entender el lenguaje natural es lo que ha convertido una tecnología que ya existía, la de los chatbots, en algo útil. Si a eso le sumamos el Machine learning para que aprenda y pueda detectar anomalías, podemos conseguir que los tratamientos sean verdaderamente personalizados. Por ejemplo, enviarle a un paciente al que se le olvida tomar la medicación, un recordatorio para que lo haga". Según Ángel Hernández (Chatbot Chocolate), "poder realizar desarrollos de chatbots dentro de las aplicaciones de mensajería es clave para que las empresas le presten mayor atención a las posibilidades que tiene esta tecnología".

¿Atención al cliente, mejor que la actual?

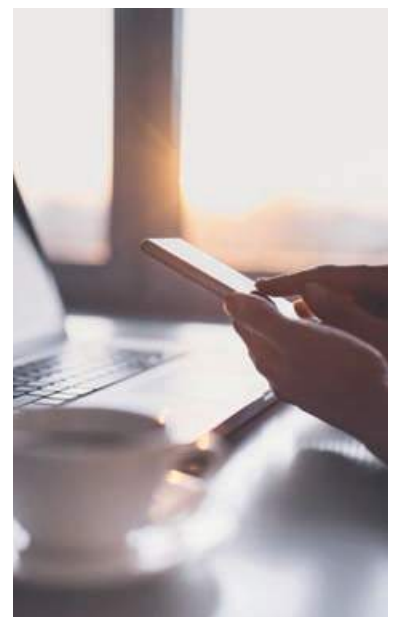
EN PALABRAS DE Alejandro Campos (Microsoft), "las máquinas entienden tan bien ya como un ser humano, otra cosa es que sepan hacer lo que les pedimos. Con los chatbots pasa lo mismo que con las apps y las webs mala, los problemas que se generen serán parecidos a los de otro software cualquiera y es importante que los usuarios lo entiendan así. Si el bot lo haces bien, puede ser mucho mejor que un call center".

Para Ángel Hernández, "a día de hoy, en el mercado todavía hay empresas que siguen pensando que los chatbots son iguales que el asistente virtual de Renfe, Irene, y son mucho más". Amaia Arteta (Destinia), afirma: "El cliente quiere que le atiendas y si ese es el canal que más utiliza, tendrás que desarrollar la tecnología para hacerlo allí también".

Un usuario final muy heterogéneo

Las empresas buscan una nueva manera de comunicarse con sus clientes, qué mejor manera de hacerlo que a través de las apps de mensajería como Whatsapp, que han ayudado a reducir muchísimo la brecha digital. Para Emma Bernardo "Quizá otras redes sociales no, pero Whatsapp lo tienen muchos mayores. Nosotros lo vemos con la monitorización que realizamos a pacientes crónicos".

Juan Prim afirma que "además del millennial que vuela por trabajo, otro grupo importante de nuestros clientes lo constituyen los mayores de 60 años, los masters and commanders de Whatsapp".



Continúa leyendo ►►

¿PREPARADO PARA MARCAR la diferencia en tu carrera profesional?

Centrar todos nuestros esfuerzos en convertirnos en profesionales técnicamente muy cualificados es hoy un día una clara pérdida de oportunidades.

Jane Rodríguez del Tronco, profesora de la Universidad Francisco de Vitoria y Socia Directora de The Bold Choice.



El conocimiento y la experiencia son claves, pero si queremos marcar la diferencia en nuestra carrera y ser así más empleables, tendremos que trabajar también, y muy a fondo, en el desarrollo de lo que se conocen como nuestras habilidades “blandas” (en inglés, soft skills). Pero, ¿de qué se trata exactamente? ¿En qué nos tenemos que centrar entonces? ¿Qué significa ser empleable?

Pues entre otras cosas significa ser un candidato apto para un puesto de trabajo... ¡a todos los niveles! Más allá de todo lo que has aprendido en los libros, tendrás que trabajar por convertirte en un profesional que cuenta con el perfil de habilidades que las empresas y el mercado demandan. No importa si estás pensando en trabajar para una compañía o quieres montar tu propio negocio. Hay determinadas competencias que tenemos que tener sí o sí, o nos quedaremos fuera y todo lo que hemos aprendido pasará desapercibido.



ASÍ QUE SI QUIERES SABER EN CONCRETO DE QUÉ SE TRATA, COGE LÁPIZ Y PAPEL... Y ¡TOMA NOTA!

1. AUTOLIDERAZGO: Eres en realidad el responsable de crear tu futuro, de diseñar tu carrera profesional, para lo cual será importante que tengas la proactividad adecuada, que sepas marcarte objetivos y conocerte cada día mejor. Además, si quieres liderar a otros, ¡tendrás que empezar por ti mismo! No hay nada que nos ayude más a influir en otras personas que liderar con el ejemplo.

2. COMUNICACIÓN: Saber escuchar, tener un estilo de comunicación asertivo, ser empáticos... La comunicación es una competencia básica en nuestro trabajo con los demás, así como el punto de partida de otras más complejas como la gestión de conflictos o la negociación. Si eres un buen comunicador, tus posibilidades de generar impacto e influencia, ¡se multiplican!

3. PRODUCTIVIDAD: El tiempo es el recurso más valioso con el que contamos, ya que el que se consume nunca se vuelve a recuperar. Teniendo en cuenta esto, no gestionamos tiempo, gestionamos nuestra percepción de él y las tareas de nuestro día a día... ¡lo que hacemos con él! ¿Sabes cómo aprovecharlo? ¿Cómo vas con tus prioridades? Distinguir entre lo urgente y lo importante será clave, así como aprender a desarrollar una habilidad cada día más apreciada: la capacidad de trabajo autónomo.

4. GESTIÓN DE CONFLICTOS: Convivir con otras personas implica una multiplicidad de puntos de vista, opiniones e intereses, que dificultan nuestras relaciones y nuestra productividad. En este contexto es habitual vivir conflictos y encontrar argumentos contrapuestos. En nuestra mano está aprovechar esta oportunidad para aprender de los demás, para desarrollarnos como profesionales y como personas. ¡Todo conflicto puede ser una oportunidad!

5. TRABAJO EN EQUIPO: Como seres sociales que somos, vivimos continuamente rodeados de otras personas. En las organizaciones los equipos son esenciales para poder llevar a cabo proyectos de principio a fin. No nos engañemos: no sabemos todo, ¡ni somos buenos en todo! Es esencial que aprendamos a trabajar con otros, y que aprendamos a experimentar el valor de la sinergia.

6. CAMBIO Y MEJORA CONTINUA: La vida es un cambio continuo y la era de la globalización y las TIC hace que, además, se trate de un cambio muy rápido. ¡Todo cambia casi a la velocidad de la luz! Ver este contexto como una oportunidad para el aprendizaje nos proporcionará el impulso que necesitamos para conseguir una carrera profesional exitosa. ¿Y tú? ¿Cómo gestionas los cambios?

ASÍ QUE SI NECESITAS MEJORAR en el desarrollo de estas competencias para encontrar empleo, o si quieres mejorar como profesional en tu compañía y no sabes por dónde empezar, ahora tienes una oportunidad con la 2ª edición del MOOC Habilidades para el Empleo disponible desde el 2 de octubre en la plataforma MiríadaX. Un programa totalmente gratuito desarrollado por Telefónica con un equipo de profesionales expertos en desarrollo del talento, profesores además de la Universidad Francisco de Victoria, y que te permitirá ser un candidato cada vez más empleable. ¿Preparado para marcar la diferencia en tu carrera profesional?



LOS 13 ERRORES QUE TE GAFARÁN UNA ENTREVISTA DE TRABAJO

3.382.324. Ese es, actualmente, el número de parados registrados según el Ministerio de Empleo y Seguridad Social. Abrirse paso en un mercado laboral no es una tarea fácil. Por si eso fuera poco, el informe de Infoempleo Adecco sobre las titulaciones con más salida profesionales afirma que 4 de cada 10 entrevistas solicitan que el candidato cuente, como mínimo, con una titulación universitaria.

APGB

Aunque tener un buen currículum es clave fundamental para acceder a un puesto de trabajo, realizar una buena entrevista es el otro gran pilar. Es por eso por lo que desde IMF Business School han querido analizar los 13 errores que pueden convertir una entrevista de trabajo en una auténtica cadena de despropósitos:



1. Falta de puntualidad. No es necesario llegar con demasiada antelación, pero sí con el tiempo suficiente para localizar el lugar y poder analizar a los otros candidatos o la empresa en sí. Si vas a llegar tarde por algún imprevisto, debes avisar con antelación a la persona encargada de la entrevista para que conozca el motivo de tu retraso previamente.

2. Descuidar el contacto previo. La forma en la que entregamos un CV, nuestro email de presentación ante una oferta laboral o la llamada telefónica para confirmar la cita de la entrevista forman parte de la impresión que la empresa puede obtener de cada uno de los candidatos. No seas descuidado.

3. Falta de interés. Los candidatos envían decenas de currículum a la semana por lo que buscar información sobre la empresa, sus valores, historia o localización, son tareas fáciles que pueden diferenciarte del resto de candidatos. Además, es importante que conozcas la oferta y el puesto en cuestión antes de acudir a la entrevista.

4. No dejar hablar al interlocutor. Es fundamental dejar que el interlocutor lleve el peso de la conversación en un primer momento hasta que empiece la entrevista y llegue el turno de las preguntas. Tampoco conviene ser escueto. La empresa necesita conocerte a ti y tus cualidades para seleccionarte. Desde IMF Business School, aconsejan respuestas de entre 30 segundos y 2 minutos. Nada de monosílabos.

5. Anticiparse. Comenzar la entrevista preguntando sobre las condiciones económicas, los horarios o vacaciones, nunca es una buena idea. Ninguna compañía demanda trabajadores interesados en esos aspectos más que en la oferta o empresa en sí. La propia empresa sacará el tema cuando llegue el momento idóneo.

6. Interesarte por el resto de candidatos. Hoy en día, una oferta de trabajo recibe entre 800 y 1.300 candidaturas, según el estudio Brand Employment de Randstad. Interesarte por el número de candidatos para el puesto sólo servirá para aumentar tu nerviosismo.

7. Tan malo es inventarse cosas cómo no saber qué aparece en tu currículum vitae. Estudia tu propia vida laboral y no disfraces la realidad. Para ayudarte a contestar las preguntas, prepara un guion explicando tu formación y experiencia previa. No ser capaz de explicar alguno de los aspectos que aparecen en él suena a falso, tu vida laboral no es tan intrincada como los guiones de Juego de Tronos.

8. Caer en las adulaciones. Al igual que no es aconsejable hablar mal de trabajos anteriores, tampoco lo es halagar en desmedida el puesto al que se postula. Los pelotas descarados no gustan, por mucho que haya gente que opine lo contrario.



9. Presumir de idiomas. Aunque 6 de cada 10 empleados aseguran no utilizar los idiomas que les exigieron al ser contratados, según la I Encuesta Adecco sobre Exigencia de Idiomas sigue siendo uno de los puntos fuertes a la hora de encontrar trabajo. Sin embargo, engañar sobre tus conocimientos de idiomas no es aconsejable ya que puede que realicen la entrevista en ese idioma y pierdan la confianza en tus cualidades. Si hablas como Chiquito no pretendas hacerlo como Shakespeare, no es buena idea.

10. Pasarse de insistente. Deja claro que te interesa la oferta, pero no supliques por el puesto ya que conseguirás el efecto contrario. Tampoco es recomendable llamar cada día para conocer el estado de la oferta.

11. Cuidado con la seguridad en uno mismo. Tampoco es aconsejable dar por hecho que has conseguido el puesto hasta que te lo confirmen o preguntar cómo lo has hecho. Ni pasarse ni quedarse corto: En el término medio está la clave.

12. Mentir sobre tu situación personal. Si tu situación personal no es compatible con el puesto debes reconocerlo y no hacer perder el tiempo a la empresa. Valorarán tu sinceridad para próximas ofertas que sean compatibles con tu vida personal.

13. No llevar la documentación necesaria. Varias copias del currículo, los títulos y contratos que avalen tu experiencia, son documentos imprescindibles en una entrevista. Si además puedes mostrar ejemplos de tu trabajo, mejor que mejor.

Para Carlos Martínez, presidente de IMF Business School, "desde la escuela somos conscientes de las exigencias del mercado actual ya que estamos en contacto continuo con empresas de todos los sectores y son ellas las que nos ayudan a conocer estos errores tan comunes en las entrevistas de trabajo. Cada detalle cuenta en un momento en el que los currículums son cada vez mejores y la oferta no para de crecer. La sinceridad es clave en cualquier proceso de selección".

EL CROWDFUNDING **no solo sirve para financiar proyectos,** TAMBIÉN PARA ENCONTRAR Y **retener talento**

Juan Merodio, reconocido influencer, conferenciante y consultor en España, Latinoamérica y Canadá en Marketing Digital, Management, Comunicación Política, Transformación Digital y creador del método 10 Business Factors, destaca cómo las empresas pueden servirse de esta filosofía para tener los mejores Recursos Humanos. Dicho experto destaca que también se aumenta la innovación, la creatividad, la solidaridad y por tanto se mejora la cuenta de resultados de una empresa. **APGB**

El crowdfunding vale para mucho más que financiar un proyecto emprendedor. También para detectar a los mejores profesionales y sus ideas. Y es que, tal y como explica Juan Merodio, es una herramienta muy útil que las empresas deberían tener en cuenta. “El crowdfunding, o la financiación colectiva en RR.HH. es una de las innovaciones disruptivas que se deberían aplicar en los procesos de transformación digital ya que va más allá de lo que se conoce como financiación colectiva”, dice Merodio.

“El crowdfunding vale para mucho más que financiar un proyecto emprendedor”





Para demostrarlo pone un ejemplo como el de IBM.

"ESTA MULTINACIONAL HA CREADO un fondo económico por empleado para que elija en qué proyecto de otro compañero invertir la cantidad asignada. Así se fomenta la innovación y se saca a la luz ideas que de forma colaborativa son un gran valor no solo económico sino de personas para la empresa. Al trabajar con esta mentalidad las personas se vuelven más colaborativas y se logra un grupo de gente implicado. Unir compañeros que se complementen y lancen un proyecto en común no solo implica un mejor ambiente laboral, sino que se obtengan mayores resultados económicos", finaliza este consultor en Management y Transformación Digital.

¿Pero de qué manera se conecta la financiación en masa con el departamento responsable de algo tan importante como el talento que trabaja en una empresa?

MERODIO LO TIENE CLARO. "Sirve para detectar todo el potencial de los trabajadores que muchas veces se desconoce o no se tiene en cuenta, sacar a la luz su creatividad y de paso tener ideas susceptibles de ser monetizables y rentables. Además también vale para resolver problemas y para que las personas se sientan integradas y orgullosas de la empresa en la que trabajan y en la que pasan tantas horas al día porque se les tiene en cuenta. Al final los empleados son quienes hacen el negocio, sin ellos nada va adelante. Por ello debemos mirar esta nueva economía como una gran oportunidad y aliada en la que la única limitación está en la creatividad y en las ganas hacer las cosas", añade este conferenciante internacional.



Así son los trabajadores de la GENERACIÓN Z QUE BUSCAN empleo a través de app y chat

Los candidatos de la generación Z ya no usa el ordenador de sobremesa y opta por vídeos cortos y mensajes rápidos para comunicarse. Crean su perfil en 1 minuto y optan a candidaturas que se describen en 140 caracteres. Chatean con el reclutador y consiguen trabajo sin redactar un currículum tradicional o entrevista personal. **APGB**

Las nuevas aplicaciones de búsqueda de empleo se han posicionado como una de las herramientas imprescindibles de localización de oportunidades para las nuevas generaciones. Como señala CornerJob, esta nueva vía gana cada vez más adeptos, gracias a la velocidad con la que, sobre todo los jóvenes nativos digitales de la generación Z, acceden a las diferentes posibilidades. Un método que se adapta a sus necesidades más inmediatas y a sus nuevas fórmulas de comunicación, a las que también recurren, incluso, en el ámbito laboral.

“LOS TRABAJADORES ACTUALES han cambiado su comportamiento y esperan que los reclutadores hagan lo mismo demandándoles interacción y eficacia en la gestión de sus candidaturas”, explica Gonzalo Echevarría, Country Manager en España de CornerJob “Aunque buscar trabajo sea algo más serio, hoy en día debe ser tan rápido y simple como poder reservar una habitación para el fin de semana, viajar en coche compartido o pedir un chófer o una comida con el móvil”.





DESCRIPCIONES DE OFERTAS DE 140 CARACTERES. ASÍ SON LOS JÓVENES QUE BUSCAN TRABAJO A GOLPE DE CHAT

LOS CANDIDATOS DE LA GENERACIÓN Z ya no usan el ordenador de sobremesa y optan por vídeos cortos y mensajes rápidos para comunicarse. También en su búsqueda de empleo, ya que a través de las aplicaciones móviles como CornerJob (www.cornerjob.com), crean su perfil en 1 minuto y encuentran cientos de candidaturas tan fáciles de leer como un tweet, ya que son descripciones de hasta 140 caracteres, pudiendo mantener interacción directa inmediata y sencilla con el empleador, que puede realizar su entrevista a golpe de chat o vídeo. Comercial, ventas, cocina, seguros, asesoría, inmobiliaria y gerentes son los puestos de trabajo más demandados por los jóvenes a través de app.

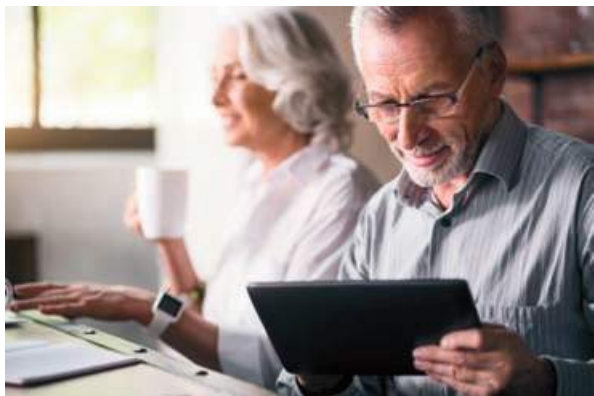
Así son los nuevos candidatos DE LA GENERACIÓN Z

- Hablan hasta 3 idiomas.
- Tienen entre 18 y 35 años.
- Criados en un contexto de crisis, priorizan los beneficios del puesto y la seguridad en cuanto a estabilidad que le ofrezca.
- Al crecer en unos años donde el emprendimiento ha sido motor de la economía, han adquirido un mayor espíritu emprendedor.
- Tienen un alto sentimiento de competitividad.
- Derivado de lo anterior, suelen preferir trabajar solos a hacerlo en equipo.
- Les motiva la independencia y autonomía, trabajar por su cuenta, desde casa o en remoto.
- Cuentan con una amplia agilidad mental y multitarea adquirida en su día a día rodeado de nuevas tecnologías y grandes cantidades de información.
- Le dan un fuerte valor a las propuestas conciliadoras de vida laboral y familiar.



El CEU y la Fundación Vodafone España **OFRECEN 650 BECAS**

Formación gratuita sobre internet y nuevas tecnologías para personas mayores.



LA ADAPTACIÓN A LAS NUEVAS TECNOLOGÍAS se ha convertido en una necesidad en todos los ámbitos de la vida cotidiana. Realizar la compra, la declaración de la renta o una transferencia bancaria, entre otras acciones, es cada vez más común mediante el uso de internet, las aplicaciones móviles o los programas informáticos. Asimismo, el uso de tablets y smartphones suponen un impulso en el fomento de nuevas amistades y la participación en grupos de interés.

Con el objetivo de facilitar el acceso a las Tecnologías de la Información y Comunicación a las personas mayores, la Fundación Universitaria San Pablo CEU y la Fundación Vodafone España desarrollarán por sexto año consecutivo el proyecto 'Acercando las TIC a los mayores'. Un programa que cuenta con una introducción a las redes sociales e internet, además de cursos y seminarios sobre informática en función del nivel del usuario, aplicaciones como WhatsApp, E-books y el uso de diferentes dispositivos electrónicos en distintas actividades completan la oferta formativa de esta iniciativa.

Según los docentes del proyecto, la edad no es un impedimento para iniciarse en la utilización de las nuevas tecnologías. Los mayores consiguen suplir la facilidad innata de los jóvenes, gracias a su madurez personal. De momento, ya han sido más de 4.800 los adultos que se han introducido en las TICs desde que se puso en marcha este programa.

Tras el éxito de las ediciones anteriores, este innovador curso pone a disposición de los interesados un total de 650 becas, que se pueden tramitar por correo electrónico a universitassenioribus@ceu.es, en la propia sede de la Vniversitas Senioribvs CEU -C/ Princesa 47, 1ª Planta- o por teléfono llamando al 91 745 16 34.

**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



LOS 5 MOTIVOS que hacen crecer la formación online



CONTAR
CON UNA
ESPECIALIZACIÓN
Y UNA CARRERA
FORMATIVA
CULTIVADA
GARANTIZA LA
APERTURA DE
PUERTAS A NIVEL
LABORAL

En una época en la que contar con estudios de especialización es prácticamente imprescindible para obtener un buen reconocimiento a nivel laboral, las escuelas de formación online viven su 'época dorada'.

APGB

CAPACIDADES Y HABILIDADES

Hoy en día, contar con una especialización y una carrera formativa cultivada garantiza la apertura de unas puertas a nivel laboral que, hace más bien pocos años, estaban blindadas. Y es que, contar con una formación enfocada al mundo de los negocios y la estrategia, garantiza unas capacidades y habilidades que se encuentran a la orden del día.



Escuelas de **FORMACIÓN ONLINE**

La época dorada de las escuelas de formación online se ve impulsada por las facilidades que estudiar a través de las pantallas supone a los alumnos y profesionales.

NIEBS, escuela de negocios y estrategia online, resalta los 5 principales motivos por los que la formación online no deja de crecer:

- 1.- Ahorro de tiempo y de dinero:** no solo se evita el gasto en transporte hacia la escuela, sino que además el ahorro alcanza al reloj. Se acabaron las prisas por llegar a tiempo a la clase y los planes para poder entregar ese trabajo a tiempo.
- 2.- Acceso a profesionales de calidad:** gracias a que ya no es necesario que los expertos en materias de Marketing, Ventas o gestión empresarial se desplacen hasta los centros presenciales, el acceso a profesorado especializado y reconocido es mucho más enriquecedor.
- 3.- Organización propia y autogestión del tiempo:** las pautas son del propio alumno. Cada uno se organiza de manera autónoma y gestiona su tiempo de la manera que mejor le vaya.
- 4.- Posibilidad de ampliar conocimientos y acceder a más materiales:** acceder a más información sobre un tema en concreto y la posibilidad de tener más posibilidades de profundizar en material multimedia hace que mucha gente se decante por la formación online.
- 5.- Fácil contacto con otros alumnos y con profesores:** la conexión a Internet permite que, con un simple mail o mensaje en un foro, los alumnos puedan esclarecer sus dudas junto a los profesionales que se encuentran detrás de los cursos. El networking cualificado y de alto standing, a un solo click de distancia.



Rosa Cañamero

SOCIA DIRECTORA EXECOACH.

www.execoach.es



LA EFICACIA DEL COACHING EN EL EMPRENDIMIENTO



RECIENTEMENTE he tenido el placer de ser invitada, como coach, a un importante foro de Innovación y Emprendimiento, con objeto de ofrecer a los asistentes sesiones individuales de coaching empresarial que contribuyesen a llevar a cabo un negocio exitoso en su sector.

Dada la limitación de tiempo disponible, ya que había sido mucha la demanda y se trataba de una única jornada, la organización me pidió que las sesiones tuvieran una duración de sólo quince minutos. Al principio reconozco que me pareció un reto; ya que el tiempo estándar de una sesión de coaching empresarial oscila entre una hora y hora y media. Pero convencida de que son los retos los que te ayudan a crecer como profesional, me embarqué muy ilusionada en el proyecto.

Mi propósito para estas minis Sesiones de coaching era desafiar a los empresarios para que empezaran a ver su negocio desde otro punto de vista y hacerles tomar conciencia de quiénes eran ellos como empresarios, jefes y profesionales.

Realmente me quedé sorprendida y entusiasmada cuando, al final de la sesión les pregunté por lo que se llevaban de esos quince minutos de conversación de coaching, escuché reflexiones del tipo: "Estoy desbordado por lo urgente y esto está haciendo mucho daño a mi negocio", "Es crucial para mí dedicar tiempo a planificar", "Tengo que dedicar tiempo a pensar en ideas diferentes para mi empresa", "Me gustaría dejar de ser el empresario hombre-orquesta y focalizar mi energía", "Tengo miedo a tomar decisiones; y si tardo mucho en hacerlo, la competencia me adelantará", "Necesito saber cuándo y a quién tengo que decir NO", "Es esencial que empiece a motivar a mi equipo, sin necesidad de ser complaciente ni blando". Todas estas reflexiones, fruto de una sesión de sólo quin-

ce minutos, me parecieron muy inspiradoras y estoy convencida de que -sin ningún tipo de duda- les abrirán una nueva puerta en su andadura. Además de estas conclusiones, la mayoría de los empresarios consiguieron generar la responsabilidad necesaria y se comprometieron con una primera acción para empezar a caminar hacia el objetivo de lograr mayor éxito en su negocio.

Cuando terminé la jornada y me detuve a sacar mis propias conclusiones, descubrí que la eficacia del coaching está por encima de la limitación temporal y que este método es tan potente, que unos pocos minutos son suficientes para que se cree la magia propicia para que las personas salgan de la sesión decididas a emprender un camino que les conduzca a alcanzar sus sueños.

"MI PROPÓSITO PARA ESTAS MINISESIONES DE COACHING ERA DESAFIAR A LOS EMPRESARIOS PARA QUE EMPEZARAN A VER SU NEGOCIO DESDE OTRO PUNTO DE VISTA Y HACERLES TOMAR CONCIENCIA DE QUIÉNES ERAN ELLOS COMO EMPRESARIOS, JEFES Y PROFESIONALES"



Chema San Segundo

Abogado, escritor y sobre todo TRANX>visor, 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...



HACEN COSAS A NUESTRAS ESPALDAS



ME ACABO DE LLEVAR UN DISGUSTO corriente y moliente para los que somos padres. Me entero que mi hijo "hace cosas a mis espaldas" sin yo saberlo. Sin decírmelo. Sin pedirme permiso. Sin enterarme.

Ya sé que es propio de los hijos hacer su vida, desarrollar las cosas que quieren, buscar su camino. Mi hijo tiene 17 años y lo que está haciendo a mis espaldas es crear poesía, escribir libros, buscar lugares dónde recitar, participar en sesiones de micros abiertos...y no me invita ni me dice nada.

Cuando me he enterado de que estaba dale que te pego en estas lides me dice que prefiere hacerlo solo, a su aire, sin mi protección, sin mis consejos, sin que yo me entrometa... "Algún día- me dices- te invitaré. No te preocupes, hombre".

Después de encajar el golpe y la sorpresa me he echado a reír. Durante casi treinta años me he dedicado a investigar sobre innovación y sobre la chispa de la creatividad. En todo este tiempo me ha servido de acicate comprobar la inmensa capacidad generativa del ser humano en todo tipo de condiciones y circunstancias. He colaborado con todo tipo de empresas y entidades para desarrollar iniciativas diferentes y originales que facilitasen a sus colaboradores crear ideas e iniciativas de forma fluida en beneficio de su propio talento y en beneficio de la marcha de su trabajo y de sus resultados.

Con todo este camino recorrido, resulta que me sorprende que un joven (aunque sea mi hijo) esté dando pasos "a mis espaldas".

A medida que me voy riendo me doy cuenta de que, en realidad, los primeros pasos en cualquier actividad creativa se hacen en silencio, a hurtadillas, casi a escondidas. Ya sea por falta de medios, ya sea porque la tarea de alumbrar requiere sigilo, cuidado y mimo, o ya sea porque en los comienzos se tiende mucho a cuidar y a proteger lo que está naciendo, el caso es que una parte del recorrido inicial se hace en condiciones de sigilo.

Los garajes, los laboratorios, las salas de experimentación, las conversaciones iniciales en torno a una mesa, las charlas, las confidencias tienen ese tono de complicidad y de recogimiento.

Pasa lo mismo con el ser humano. Sus primeros momentos se desarrollan en un ambiente claustral, de total recogimiento, silencio y protección. Sin molestias.

Aquí, creo, aparece la clave: SIN MOLESTÍAS.

En determinadas ocasiones para que florezca la innovación basta y sobra con no molestar. Con interferir. Con no meter demasiado las narices.

A veces, en las empresas, estamos muy preocupados por utilizar las mejores técnicas o los últimos procedimientos de moda (normalmente con bonitos nombres en inglés) y se nos olvidan lecciones de vida tan magistrales como la que yo acabo de recibir. En este contexto, NO MOLESTAR se erige como un monumento que garantiza un espacio de libertad y de experimentación ajeno a los controles (parentales o directivos) propios de toda organización.

NO MOLESTAR supone entregar una confianza a un equipo para que pueda hacer “cosas a nuestras espaldas”, y acertar,

probar o equivocarse sin tener que pasar el sonrojo, la vergüenza o la desacreditación.

Me atrevo a decir que si en las empresas y organizaciones hubiese muchas personas haciendo cosas “a espaldas” de la dirección, se multiplicarían las iniciativas.

Estamos creando dentro de las empresas equipos y formas de crear ideas. En muchas ocasiones, además, reservamos presupuestos y recursos para que esta tarea avance.

Además, o mejor aún, primero que todo es necesario establecer espacios y formas de funcionamiento SIN MOLESTIAS, sin injerencias. Espacios claustrales, amables, cordiales, en los que las personas se sientan a su aire. De verdad. De corazón. Sin que nadie pida explicaciones y sin que nadie se asuste de que algo se manche, algo se rompa o algo se tire.

Mi hijo -nuestros hijos- una vez más es mi maestro. Me viene a recordar con su comportamiento que necesita actuar “como si” lo hiciese lejos de mí. Por su bien. Por el mío. Por el de toda la sociedad.

Crecer es crear. Crecer es crear tu destino. Crecer, en las personas y en las empresas, es desarrollar iniciativas que pongan de manifiesto tu potencia y tu capacidad de usar los recursos que tienes a tu disposición o que generas sobre la marcha.

Puedo afirmar que crecer necesita de momentos de alejamiento, de privacidad, de intimidad. No hay técnica que pueda sustituir el funcionamiento natural de la vida.

Y la vida nos habla a cada momento. Si la escuchamos aprenderemos a crear de forma natural.

Si la escuchamos aprenderemos a vivir.



PROPTech, la tecnología como valor para la industria inmobiliaria

¿QUÉ ES PROPTech?

SEGÚN INFORMA PROPTech.ES, cuyos socios impulsores son Aguirre Newman y Finnovating, estamos ante un sector de actividad que integra a las empresas que combinan la tecnología con la aportación al mundo inmobiliario.

EL ECOSISTEMA PROPTech

EL ECOSISTEMA PROPTech está formado por muy diversas disciplinas que están transformando el sector inmobiliario y que afectan a actividades tan distintas como la inversión, la gestión, la comercialización, la financiación, el análisis de los datos, etc.

UNA INDUSTRIA EN CRECIMIENTO

EL ECOSISTEMA PROPTech está formado por muy diversas disciplinas que están transformando el sector inmobiliario y que afectan a actividades tan distintas como la inversión, la gestión, la comercialización, la financiación, el análisis de los datos, etc.

La industria del Real Estate es la mayor y más valiosa clase de activos en el mundo

LOS FABRICANTES DE SOFTWARE de gestión de clientes **Hightower** y **VTS** se fusionaron en una transacción de 300 millones de dólares a finales de noviembre pasado y **CBRE**, la firma californiana y la mayor empresa de activos comerciales del mundo, adquirió **Floored** a principios de año. Floored se centra en la imagen interactiva 3D aplicada al Real Estate.

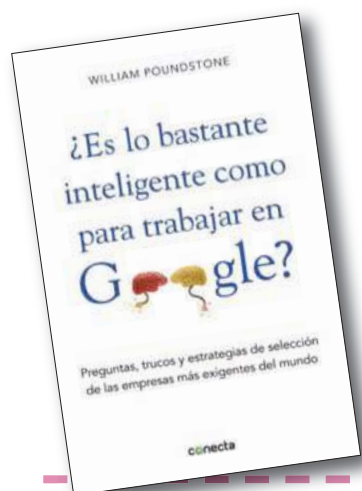
Entre los conceptos más prometedores se encuentra **Common**, una compañía de co-vida que es un equivalente residencial de **WeWork**, que ha lanzado una marca **WeLive** para abordar este mismo mercado. En la misma línea, se han creado numerosas aplicaciones para que los propietarios conecten a los inquilinos y ofrezcan servicios.



El proceso de encontrar un hogar y de vivir en él PODRÍA LLEGAR A SER MUY DIFERENTE



EL FUTURO OFRECERÁ NUMEROSAS NOVEDADES, con los avances de las tecnologías para mejorar la gestión de activos inmobiliarios. La Inteligencia Artificial (IA), que podría conducir a administradores de propiedades asistidos por IA, corredores, abogados e incluso administradores de activos y empresarios. La Realidad Virtual (VR) puede afectar al negocio inmobiliario: desde la caza de apartamentos hasta la construcción, las posibilidades son infinitas. No podemos dejar de nombrar el Internet de las cosas (la tecnología asistida y los artículos conectados de la casa como los refrigeradores, el horno o los espejos, por ejemplo), y el proceso entero de encontrar un hogar y de vivir en él podría llegar a ser extremadamente diferente que lo que hemos conocido hasta ahora, todos en algunos años. Nada queda intacto bajo la actual revolución digital.



¿Eres lo bastante inteligente como para trabajar en Google?

Cómo responder sus preguntas, pasar las entrevistas sin apuros y desempeñarse en un contexto local pero con miras a lo internacional; este libro tiene todo eso y más.

Autor: Willian poundstore - Precio: 17,90 €

Trabaja con red

Este libro nos pone en la pista de cómo acercarse a herramientas como las redes sociales a la hora de buscar trabajo (o cambiar de trabajo). Un libro muy interesante ya que los canales de búsqueda de empleo se han en los últimos años y están orientados a internet y, en concreto, a las redes sociales.

Autor: Juan Merodio - Precio: 19,90 €



El mejor negocio eres tú

Partiendo de su experiencia empresarial en Silicon Valley, los autores recomiendan que actúes como un empresario que acaba de lanzar un nuevo negocio: invierte en ti mismo, desarrolla tus contactos, asume riesgos y saca provecho de la incertidumbre y la volatilidad. Este libro proporciona las herramientas para ponerte al mando de tu carrera y mantener el control sobre tu futuro.

Autor: Reid Hoffman y Ben Casnocha - Precio: 17,90 €

¿De qué color es tu paracaídas?

Publicado en los años 40, ha sido actualizado para que continúe vigente incorporando capítulos específicos para las redes sociales. Incluye técnicas y directrices de búsqueda de empleo y propone al lector una reflexión para tratar de averiguar dónde se encuentra, hacia dónde y cómo quiere llegar a su objetivo.

Autor: Richard Bolles - Precio: 19,95 €



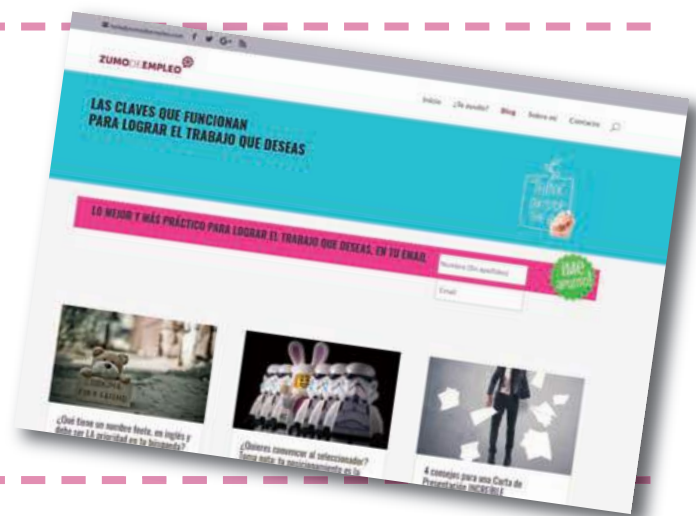


Yoriento.com

El blog de Alfonso Alcántara (@yoriento) sobre orientación profesional, búsqueda de trabajo, empleo 2.0, productividad personal, coaching, psicología en la empresa, Networking y RH en Internet.

Zumodeempleo

El blog de María Luisa Moreno Cobián (@ZumoDeEmpleo) en el que encontrarás, las técnicas, recomendaciones, claves y herramientas que puedes usar inmediatamente para alcanzar el trabajo deseado para mejorar tu vida profesional.



El blog de David Tomás

El blog de Luis Vallejo (@dondehaytrabajo) sobre búsqueda de oportunidades de empleo y autoempleo, aportando inspiración, motivación, métodos y herramientas para conseguirlo.

Portalparados

Consejos de orientación laboral, opinión y participación de expertos para ayudar a las personas que buscan trabajo en internet.



ESHOW MADRID

25 y 26 de octubre, en IFEMA Madrid.

La Feria y Congreso profesional de eCommerce y Digital Marketing, abre sus puertas de nuevo reuniendo a más de 10.000 profesionales y 250 ponentes de la industria digital.

La 31ª edición de la feria (8ª en Madrid), que se celebrará los próximos días 25 y 26 de octubre, en IFEMA Madrid, destaca por el importante plantel de empresas que participan como ponentes, patrocinadores y expositores y el alto nivel de sus ponentes.

Web Summit

Del 6 al 9 de Noviembre en Lisboa.

importantes vendedores y compradores de tecnología. Expositores y conferencias de CEO, CFO, CTO, CMO y otros directivos de empresas, que pueden ayudar también a la transformación digital de una PYME.

Más info: www.websummit.com

MOBILE WEEKEND

- Tras el éxito de la primera edición, Mobile Weekend volverá a celebrarse en Barcelona durante los días 17, 18 y 19 de noviembre de 2017.
- El evento reunirá a las mejores mentes emprendedoras, expertos e inversores para la creación de startups basadas en aplicaciones móviles.

Localización: IronHack Barcelona. Carrer de Pamplona, 96.
Barcelona

Más info: www.mobile-weekend.com



JOBMadrid'17

21 - 22 de Noviembre 2017

Edificio Casa del Lector y Auditorio

Paseo de la Chopera, nº 10, 28045 Madrid

Más información en www.jobmadrid.com

DURANTE LOS PRÓXIMOS 21 Y 22 DE NOVIEMBRE, Matadero acogerá este Congreso en el que las empresas líderes contactarán y podrán captar el mejor talento universitario y titulado junior de España.

Además de entrevistarse personalmente con los equipos de Recursos Humanos y técnicos de selección, podrán asistir a las más de 50 conferencias, pensadas para dar oportunidades profesionales, orientar y ayudar a los 10.000 candidatos que está previsto que asistan, a mejorar su marca personal y perfil digital. Además, tendrán la oportunidad de crear su SmartCVcard, una tarjeta con un código QR con el que las empresas podrán acceder a su perfil siempre actualizado.

Las compañías participantes apostarán por la innovación en los procesos de selección, implementando retos, gamificaciones y concursos como formatos novedosos para la detección de talento.

PREMIOS SMARTIES SPAIN 2017

- Se trata de los únicos premios a nivel mundial dedicados exclusivamente al marketing móvil.
- Su objetivo es premiar la innovación, la creatividad y el éxito del trabajo desarrollado en el mundo de la movilidad.

DESTINADOS A LOS PROFESIONALES DE MARKETING, AGENCIAS Y ANUNCIANTES, los premios Smarties de MMA reconocen las mejores campañas y acciones de marketing, en las que el móvil es el protagonista, y que han estado activas en el mercado entre junio de 2016 y junio de 2017, habiendo logrado un desempeño destacado en los siguientes aspectos: estrategia, ejecución, creatividad y resultados. La entrega de premios se llevará a cabo en Madrid el 23 de noviembre.



DECISIVO PARA TI, CLAVE P

El Executive MBA del IESE potencia todas tus capacidades para que llegues allá donde quieras ir. Un programa de élite y profesional que te prepara para superar los desafíos del futuro. En el programa adquirirás experiencia a través de 400 casos y desarrollarás nuevas habilidades y conocimientos que aplicarás directamente en tu empresa. Ven a vivir de primera mano el Executive MBA y a vivir la experiencia IESE asistiendo a una clase.

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

PROGRAMA DE EXECUTIVE MBA
BARCELONA - MADRID - SÃO PAULO

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



PARA TU EMPRESA

de te propongas: es una transformación personal
adquirirás conocimientos sólidos, trabajarás más
eficazmente en tu empresa. Te invitamos a que conozcas
nuestro programa de maestría.



**Executive
MBA**

www.iese.edu/emba