emplea y emprende

Nº 26 - 2019

CIBER AMENAZAS 2020

ALEX CAPURRO entrevista

5PHANTS para amantes de TECNOLOGÍA

INTERNET DE LAS COSAS

todos conectados

DECISIVO PARA TI, CLAVE P

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

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

PROGRAMA DE EXECUTIVE MBA
BARCELONA - MADRID - SÃO PAULO

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

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

IESE
Business School
Universidad de Navarra

Executive
MBA

www.iese.edu/emba

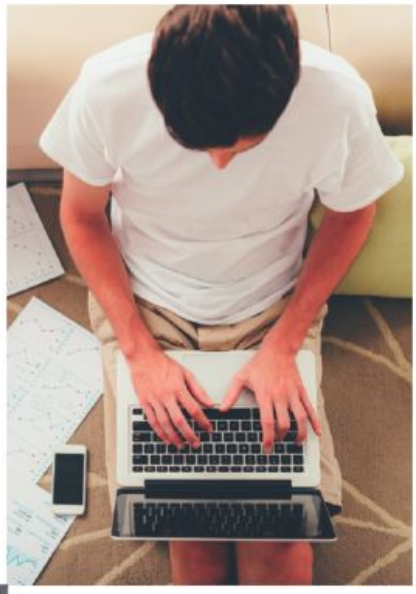
editorial

INTERNET DE LAS COSAS,
la revolución tecnológica

En este número publicamos el reciente estudio Things Matter 2019 presentado por Telefónica donde los datos son espectaculares y nos transportan el modelo de sociedad donde todo está conectado. Precisamente esa revolución tecnológica ha supuesto que asistamos al anuncio de que Telefónica afronta un cambio estructural en sus modelos de negocio y corporativo que acaba de aprobar su Consejo de Administración. Además entrevista a Alex Capurro, 5Phants la red social para los enamorados de la tecnología, reportajes, noticias...

umario

Nº26 - 2019



THINGS MATTER
IoT 2019

AUTÓNOMOS
lo que debes conocer

CIBERAMENAZAS
2020

ALEX CAPURRO
Entrevista

LA NUEVA TELÉFONICA
Así será

AGILE
Eficiencia en las empresas

5PHANTS
Nueva red social tecnológica

Edita
Ale&Co - 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 Ale&Co S.L. y están protegidos de conformidad con la normativa de propiedad intelectual. Reservados todos los derechos.

CINCO ENTIDADES RECONOCIDAS POR SU INNOVACIÓN EN B-VALUE, PROGRAMA FUNDACIÓN BANCO SABADELL Y SHIP2B

- **Factoría F5, Hogar Sí, DCerca, Crae y Dlonas han sido premiados por su trabajo en la generación de proyectos sociales sostenibles**
- **El programa cuenta también con el apoyo de partners como Fundación Juan Entrecanales de Azcárate, PwC y AFTERSHARE.TV**
- **Las 10 entidades finalistas han recibido mentorías de un centenar de profesionales de diferentes sectores y organizaciones con el objetivo de profesionalizar y mejorar su propuesta de valor**

B-VALUE, el programa de innovación para entidades del tercer sector impulsado por **Fundación Banco Sabadell** y **Ship2B**, cierra su tercera edición con un éxito rotundo: más de 40 entidades participantes, 10 meses de intenso trabajo, más de 120 profesionales de diferentes sectores y organizaciones involucrados en la formación y el desarrollo de los proyectos, 10 finalistas y 5 premiados. Todo con el objetivo de contribuir a profesionalizar y mejorar de la propuesta de valor de las entidades del tercer sector, ayudándolas a generar proyectos sostenibles.

LAS MUJERES TRIUNFAN EN LOS GALARDONES PARA JÓVENES ESPAÑOLES DE CANNES LIONS 2019 GANANDO 3 DE LOS 4 PREMIOS

- **En la actualidad, el 76% de los directivos publicitarios y el 61% de los profesionales del área creativa en nuestro país son hombres**
- **El programa Roger Hatchuel junto con los premios Young Lions convocados en España brindan la oportunidad a los más jóvenes de demostrar todo su potencial creativo durante el Festival viviendo la increíble experiencia que supone compartir unos días con lo mejor de la creatividad mundial**
- **España consiguió hacerse con 28 galardones en el Festival Cannes Lions 2019, siendo LOLA Mullenlowe la agencia española más premiada en esta última edición**

"En el sector de la publicidad y la creatividad siempre ha habido muchas mujeres pero, sin embargo, pocas han conseguido alcanzar puestos directivos. Su papel es de gran relevancia en una industria que no para de crecer y eso es algo para estar muy orgullosos. Ahora, hay que seguir trabajando para dotarlas de visibilidad y que puedan ocupar las posiciones que se merecen", afirma **Kika Samblás**, Managing Director de **SCOPEN.**

Telefónica

MUSEO DEL PRADO 200 AÑOS

No es fibra,
es estar más
tiempo con él

Somos líderes en fibra en Europa y Latinoamérica, **conectando 85 millones de hogares.** Para que puedas trabajar desde donde quieras.

Por una tecnología más humana

#95añosTelefónica

movistar / O2 / vivo / SON MARCAS DE TELEFÓNICA

SEGULA PRESENTA HEXPLORA,
un centro para acelerar la innovación en startups

ANTICIPÁNDOSE A LAS NECESIDADES de innovación de sus clientes, el grupo de ingeniería SEGULA Technologies ha presentado su propio centro internacional de startups. Con el nombre de **HeXplora**, esta plataforma híbrida tiene el doble objetivo de apoyar el desarrollo de empresas innovadoras de reciente creación y, además, acelerar la innovación en SEGULA.

Las startups activas en las principales áreas de negocio de SEGULA pueden **presentar su candidatura** para la edición de 2020 del programa HeXplora. Una vez examinado su potencial, las startups seleccionadas accederán a un programa de soporte diseñado para evaluar sus necesidades técnicas en detalle, identificar posibles casos de uso y demostrar en la práctica la propuesta de valor de su innovación.

UPC Y BCOMBINATOR
LANZAN LEAN STARTUP INCUBATION, EL PRIMER PROGRAMA DE INMERSIÓN PARA CREAR EMPRESAS

● **Cuenta con la colaboración de Bcombinator, hub de innovación y crecimiento empresarial del 22@, que ayuda a startups y empresas a acelerar su negocio y a expandirse a nivel internacional.**

LA UPC Y BCOMBINATOR ponen en marcha el **Postgrado en Lean Startup Incubation** que da las claves para desarrollar o consolidar un proyecto empresarial con las mayores garantías de éxito. El objetivo del postgrado es comprender los conceptos de la metodología Lean Startup y aplicarlos desde el primer día en el programa de incubación en **Bcombinator**. Está dividido en una primera fase de formación en la UPC, impartida por emprendedores y profesionales del mundo empresarial, y por un segundo periodo de incubación en Bcombinator donde los estudiantes convivirán con otros expertos del sector.

PCCOMPONENTES, FNAC Y PROMOFARMA, ganadores de los eCommerce Awards 2019

Los Ecommerce Awards son los premios de referencia en el comercio electrónico español que se otorgan, desde hace ya 10 años, a las empresas del sector del eCommerce, en reconocimiento a su aportación en innovación y desarrollo, así como a su contribución en la economía digital. Este año los ganadores han sido:

Mejor estrategia mobile: Promofarma
Una categoría dentro de los eCommerce Awards que premia el Mobile First, aquellas empresas que han logrado mejor cuota de tráfico mobile, ratio de conversión y utilizar el mobile como herramienta para proyectos omincanales. En esta edición el reconocimiento fue para Promofarma, el marketplace con más de 1.000 farmacias y sellers en España, Francia e Italia y más de 100.000 productos de salud, belleza y cuidado personal.

Mejor estrategia omnichannel: Fnac
Aquellas empresas que brindan una atención al cliente en todos sus canales, de forma unificada tanto online como offline son reconocidas dentro de esta categoría. Fnac, el gigante francés de la venta de libros, música y tecnología, ha sido el ganador.

Mejor eCommerce de España 2019: PcComponentes
En esta edición, el ganador ha sido PcComponentes, el eCommerce español dedicado a la electrónica e informática. El premio que se otorga a aquella empresa que ha logrado la excelencia tanto en sus estrategias online y offline, marketing, su capacidad de adaptación y sus grandes resultados.

NEKI CAPTA 220.000€ de financiación en Startupxplore

Neki consigue cerrar su ronda de financiación a través de la plataforma de Startupxplore gracias a la participación de más de 100 inversores y superando la cantidad objetivo inicial en menos de 30 días.
Neki es una startup de tecnología wearable, acelerada por Lanzadera y Ship2B, que crea dispositivos localizados integrados en accesorios cotidianos para personas de la tercera edad o dependientes. La virtud de estos dispositivos es que permiten actuar rápidamente ante caídas, personas desorientadas u otros tipos de incidentes.

ESTA RONDA ESTABA LIDERADA por Ship2B-Equity4Good, vehículo gestionado por Ship2B que invierte en startups de impacto social que son aceleradoras por su programa. Durante los últimos 3 años, han invertido casi 2 M€ en 13 proyectos como Koiki, Cebiotex, Visualfy o Psious.
En palabras del inversor de referencia, "desde que invertimos han traccionado correctamente cumpliendo objetivos y su business plan. Creemos que es un proyecto con muchas posibilidades en el que seguir apostando para invertir en marketing y seguir creciendo de forma exponencial".
Ahora, tras el cierre de la ronda, la startup ha aumentado su fuerza financiera lo suficiente como para hacer frente al reto de escalar su proyecto y su modelo de negocio y seguir haciendo crecer su proceso de internacionalización, el cual ya ha empezado en Portugal, Suecia e Italia.

ADE • ADE BILINGÜE • MARKETING • GASTRONOMÍA • DERECHO • CRIMINOLOGÍA • MEDICINA • BIOTECNOLOGÍA • BIOMEDICINA • FARMACIA • PSICOLOGÍA • ENFERMERÍA • FISIOTERAPIA • PERIODISMO • COMUNICACIÓN AUDIOVISUAL • PUBLICIDAD • BELLAS ARTES • DISEÑO • CREACIÓN Y NARRACIÓN DE VIDEOJUEGOS • ARQUITECTURA • INGENIERÍA INFORMÁTICA • EDUCACIÓN INFANTIL • EDUCACIÓN PRIMARIA • CIENCIAS DE LA ACTIVIDAD FÍSICA Y DEL DEPORTE

Consulta nuestros dobles grados en la web

Universidad Francisco de Vitoria
UFV Madrid

Ctra. Pozuelo - Majadahonda, Km. 1,800
28223 Pozuelo de Alarcón (Madrid)

telefónica

INTERNET DE LAS COSAS
aumenta su uso un 66% en dos años

- Según el estudio Things Matter 2019 el coche conectado es uno de los motores del IoT
- Casi un 90% de los usuarios se declaran fieles a IoT (Internet de las Cosas) y es creciente la intención de adquirir y usar dispositivos o soluciones IoT.
- El uso industrial se consolida y ha madurado con la implantación de desarrollos y aplicaciones concretas IoT en sus procesos.
- Se incorpora la sostenibilidad como uno de los criterios para impulsar la implantación de esta tecnología.

ESTUDIO PRESENTADO POR TELEFÓNICA

Telefónica ha presentado su segundo estudio sobre Internet de las Cosas (IoT), **Things Matter 2019: la experiencia del usuario de IoT en España,** que en la presente edición incluye como novedades tanto la realidad de lo que el público residencial piensa como la voz de los responsables de la transformación digital en empresas de distintos sectores de la actividad industrial, comercial o institucional.

LA MITAD DE LA POBLACIÓN CONOCE IOT

Una de las principales conclusiones de Things Matter 2019 es que casi la mitad de la población conoce ya lo que significa IoT y es creciente la intención de adquirir y usar dispositivos o soluciones IoT sobre todo si responden a las expectativas del usuario (precio, compatibilidad entre dispositivos, facilidad de uso…). De hecho, uno de cada dos españoles tiene algún nivel de conocimiento y el aumento de consumidores que usan dispositivos conectados y sus aplicaciones ha crecido un 66% con respecto al informe anterior.

A ello hay que añadir que los españoles cada vez somos más fieles a IoT ya que un 87% de los usuarios que prueban y aceptan una solución o dispositivo conectado, declaran que ya no renunciarían a sus beneficios.

VICENTE MUÑOZ – IOT TELEFÓNICA

Tal y como ha destacado Vicente Muñoz, responsable global de IoT Telefónica, "la esencia de la segunda edición de este informe es aportar un conocimiento mayor sobre la relación entre los usuarios y las cosas conectadas; continuar contribuyendo al compromiso de todos los que participamos de la revolución IoT, sea cual sea el papel que juguemos en ella. En definitiva, continuar descubriendo las nuevas posibilidades que las cosas conectadas nos abren en este mundo en plena transformación".

DISPOSITIVOS Y APLICACIONES

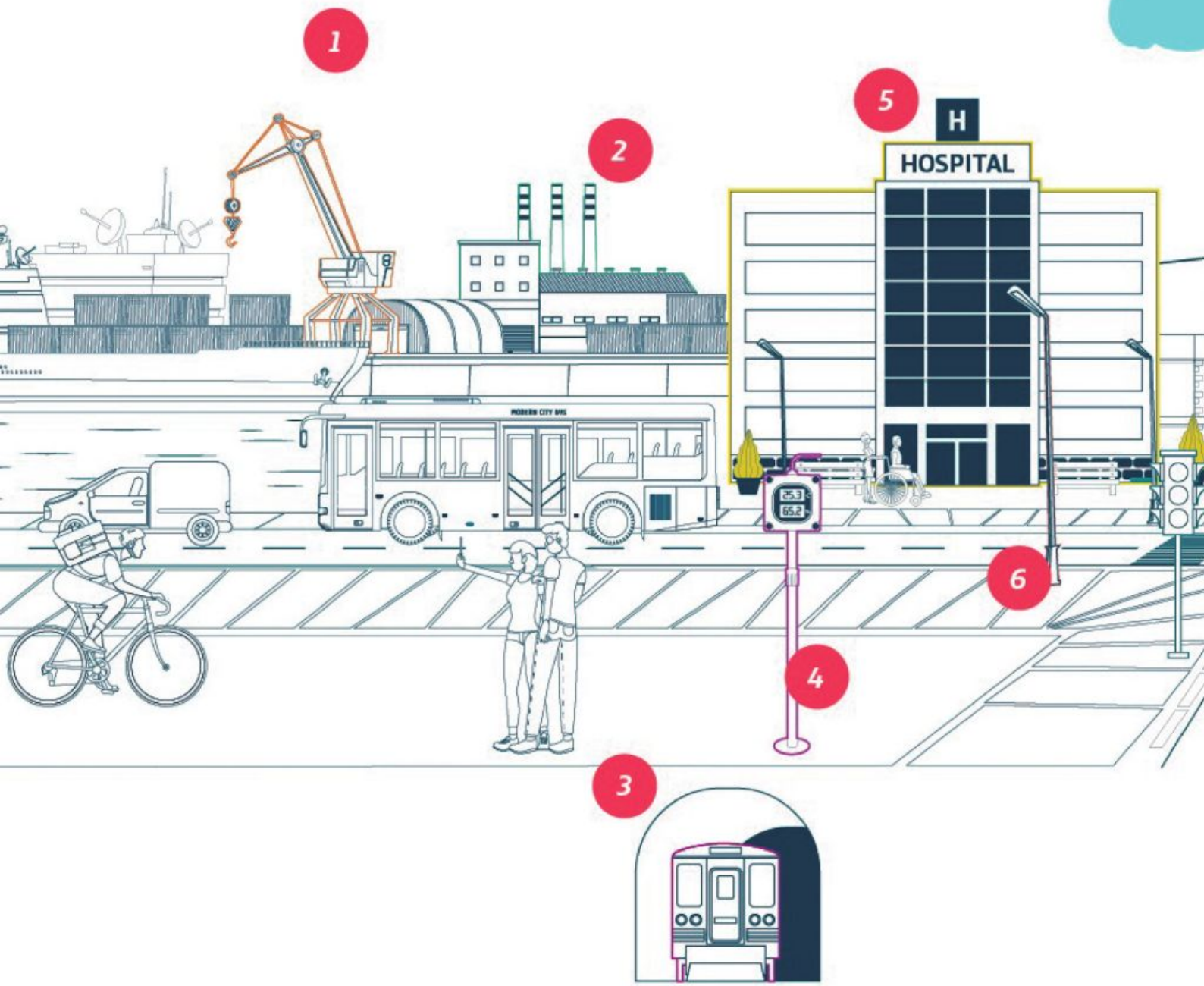
DESTACAN LOS DISPOSITIVOS de coches conectados, los smart watches, los electrodomésticos y enchufes inteligentes, las aplicaciones de control de accesos y eficiencia energética en el hogar, las aplicaciones de car-sharing y de estacionamiento urbano o los trackers.

COCHE CONECTADO

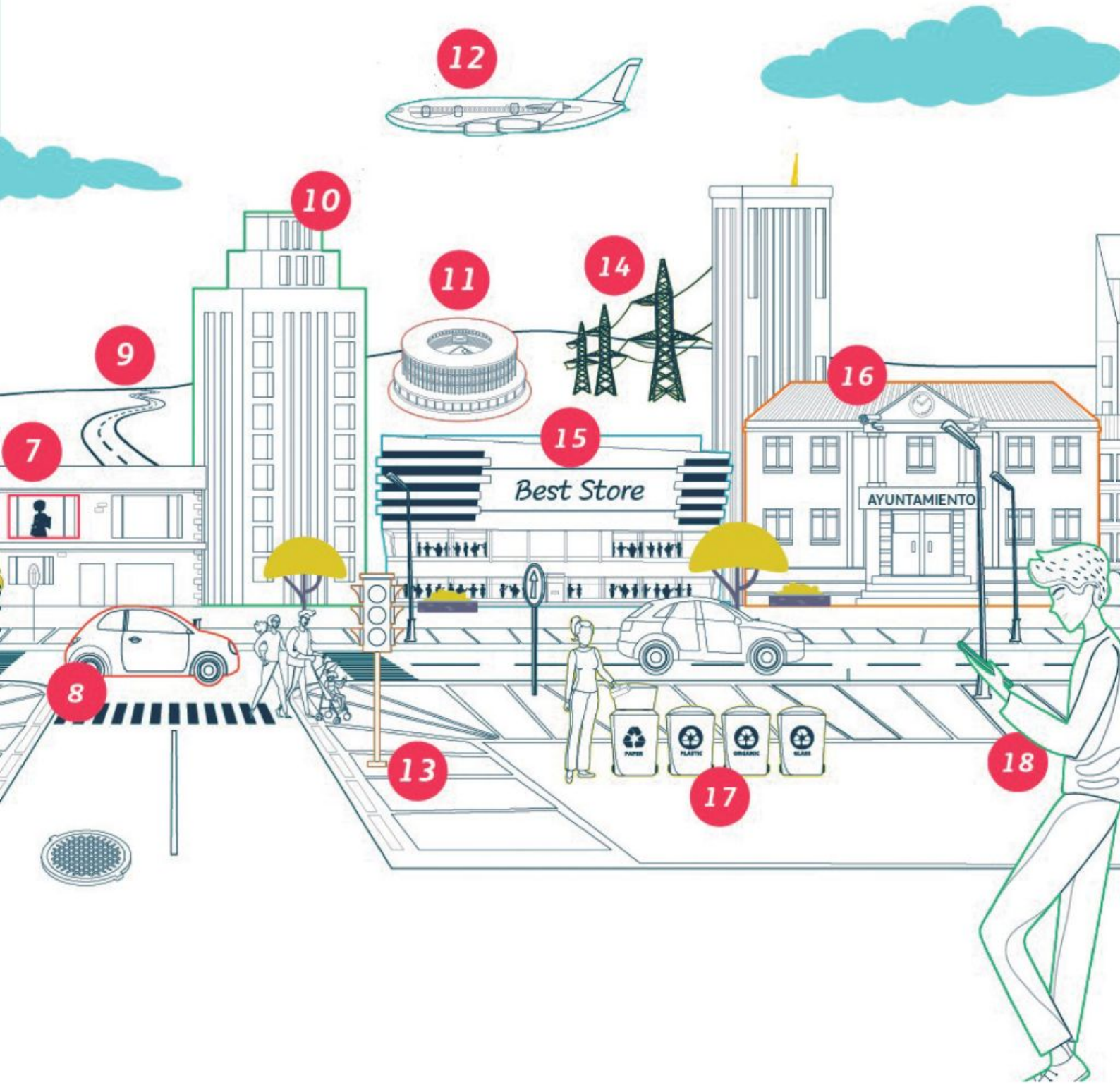
EL COCHE CONECTADO es un dispositivo que ha tenido un gran avance convirtiéndose en uno de los grandes motores de IoT. Dos de los beneficios esenciales percibidos por los usuarios en el coche conectado es la capacidad para crear una red wifi en su interior y el incremento de la seguridad al volante al facilitar al conductor información completa y en tiempo real del vehículo y el entorno además de un diagnóstico continuado para prevenir situaciones de riesgo o posible averías o fallos.

THINGS MATTER 2019

Telefónica
INTERNET OF THINGS



1. **Puerto conectado:** Coordinación eficiente de todos los agentes que interactúan y mayor nivel de seguridad y prevención ante las variables ambientales.
2. **Fábrica conectada:** Redes privadas que permiten diseñar plantas más o eficientes, sostenibles y seguras, y mejorar la calidad de la vida laboral. 1 PB (un petabyte) al día.
3. **Gestión del transporte público:** Sensores en los medios de transporte para facilitar la movilidad de los usuarios y la fluidez del tráfico.
4. **Gestión medioambiental:** Ciudades cada vez más habitables, gracias al uso de sensores de calidad atmosférica y del agua. lOMB/día.
5. **Hospital Conectado:** Agilizar la respuesta para beneficio de los pacientes, y optimizar los recursos hospitalarios. STB/día.
6. **Iluminación inteligente:** Sensores que detectan el flujo de peatones y/o automóviles, y ajustan el uso a las necesidades reales, con una reducción probada del 64% en el consumo eléctrico.
7. **Hogar conectado:** con dispositivos como los enchufes o climatizadores o inteligentes , para controlar el gasto energético y aumentar la seguridadf y el confort.
8. **Coche conectado:** Una conducción más segura y una experiencia más satisfactoria para todos los ocupantes. 4TB/día
9. **Infraestructuras públicas (puentes, túneles, alcantarillado, autovías...):** Sensores para medir la degradación de materiales o los impactos sismológicos. Ayudan a mejorar el mantenimiento y la prevención de averías y roturas con una eficacia hasta 6 veces mejor.



10 **Interior de edificaciones:** Sensores que detectan actividad ayudan a regular el uso de iluminación, climatización y otros sistemas de ahorro energético. 275 GB/día.

11 **Control de Accesos:** Sensores con reconocimiento facial hacen más seguros los edificios oficiales y otros espacios públicos (aeropuertos, estaciones, estadios ...).

12 **Avión conectado:** Gestión inmediata de grandes volúmenes de datos para mejorar la seguridad aérea. 40 TB al día.

13 **Semáforos inteligentes:** Sensores de densidad de tráfico, ayudan a reducir la intensidad del tráfico en un 36%.

14 **Redes Inteligentes de recursos energéticos:** de recursos energéticos con una considerable reducción de costes para el ciudadano: has SGB/día.

15 **Tienda inteligente:** En la trastienda, eficiencia en la logística y los procesos internos. De cara al público, una oferta y una comunicación cada vez más personalizadas.

16 **Vídeo Vigilancia y Seguridad Ciudadana:** Cámaras conectadas. SOPB/día.

17 **Gestión automatizada de residuos:** Responde al desafío medioambiental con reducciones de costes de un 83% y aumentos de un 46% del volumen reciclado.

18 **Persona conectada:** Información a mano y en tiempo real de todos los servicios de la ciudad vía app, y de todos los dispositivos conectados del usuario.

telefónica

NUEVOS TÉRMINOS

OTRA NOVEDAD DESTACABLE en Things Matter 2019 es la incorporación de los términos "comodidad", "seguridad" y "control" al de "conectividad" cuando se buscan términos asociados a IoT. De hecho, el concepto de "control" aparece entre los más mencionados entre los encuestados al comenzar a apreciar el consumidor los beneficios del Internet de las Cosas en el ahorro energético en el domicilio o el automóvil o en un aprovechamiento más eficiente de la actividad cotidiana.

USO INDUSTRIAL

LAS INDUSTRIAS ESPAÑOLAS han superado la fase de prueba del IoT para entrar en una nueva fase en la que demandan cada vez más desarrollos y aplicaciones concretas de proyectos y soluciones IoT. Precisamente esta madurez de IoT en las industrias es uno de los principales impulsores de que las personas, los consumidores y usuarios finales adopten IoT a mayor velocidad.

"UNA DE LAS ÁREAS MÁS DINÁMICAS EN DESARROLLAR PROYECTOS Y APLICACIONES DE IOT EN EL ÚLTIMO PERIODO HA SIDO LA DE LAS SMART CITIES CON LOS DISPOSITIVOS DE SENSORIZACIÓN Y MEDICIÓN DE DIFERENTES VARIABLES"

SMART CITIES

EN ESTE SENTIDO una de las áreas más dinámicas en desarrollar proyectos y aplicaciones de IoT en el último periodo ha sido la de las Smart Cities con los dispositivos de sensorización y medición de diferentes variables (la temperatura, la calidad del aire, el flujo de transporte, etc.) o con soluciones IoT en relación con el uso que las personas hacen de los servicios públicos.

SOSTENIBILIDAD Y SEGURIDAD

EN LO QUE RESPECTA A SOSTENIBILIDAD, se ha pasado de una visión estrictamente funcional a asumir el compro¬miso tanto de la industria como del consumidor final con construir un ecosistema tecnológico sostenible y seguro en el que se consideren los factores medioambientales. De hecho 4 de cada 5 usuarios de coches eléctricos en alquiler temporal mencionan como argumento para este uso el menor impacto medioambiental y 6 de cada 10 internautas españoles estarían dispuestos a pagar algo más a sus proveedores de luz, gas y agua si ofrecieran dispositivos inteligentes que contribuyeran a la sostenibilidad.

En cuanto a seguridad, a mayor conocimiento con las novedades tecnológicas los usuarios muestran mayor capacidad para discernir lo seguro de lo que no lo es, para tomar medidas y para primar los beneficios a los riesgos. Así, más de un 50% de los encuestados muestran una actitud confiada con la seguridad de los datos.

CIBERAMENAZAS 2020

> DEBEMOS SER CONSCIENTES DEL PELIGRO QUE CONLLEVA LA NO DETECCIÓN DE LOS CIBERCRIMINALES, EL ATAQUE CONTINUADO AL PROTOCOLO DE ESCRITORIO REMOTO Y EL INCREMENTO DE LOS ATAQUES ACTIVOS AUTOMATIZADOS

El **"Informe de Ciberamenazas 2020"** llevado a cabo por **SophosLabs,** profundiza en distintas áreas en las que los investigadores han observado cambios relevantes que tuvieron lugar durante el año pasado. Algunos de los aspectos que se espera que más impacten dentro del panorama de las ciberamenazas para el próximo año son:

Ciberatacantes de ansomware

1. **Los ciberatacantes de ransomware siguen aumentando su apuesta por los ataques automatizados activos,** haciendo que las herramientas de gestión en las que confían las empresas se vuelvan en su contra, esquivando los controles y copias de seguridad para lograr el mayor impacto en el menor tiempo posible.

Malware

2. Muchas aplicaciones están cada vez más cerca de parecerse al malware. En un año en el que han aumentado las **aplicaciones Fleeceware** en Android (aplicaciones con suscripciones abusivas), y un adware cada ver más sigiloso y agresivo, el "Informe de Ciberamenazas 2020" pone el foco sobre cómo estas y otras aplicaciones potencialmente no deseadas (PUA, por sus siglas en inglés), se están convirtiendo en puertas de entrada y ejecución de malware y ataques sin archivos (fileless).

Vulnerabilidad para el cloud computing

3. La mayor vulnerabilidad para el cloud computing son los errores de configuración. A medida que los sistemas cloud se vuelven más complejos y flexibles, los errores de los operadores se convierten en un riesgo en aumento. Si a esto le sumamos la falta general de visibilidad, los entornos cloud se convierten en un objetivo claro de los ciberdelincuentes.

Machine Learning

4. El Machine Learning diseñado para derrotar al malware se ha convertido en objetivo de ataque. 2019 ha sido el año en el que se ha puesto el foco sobre el potencial de los ataques contra los sistemas de seguridad basados en machine learning. La investigación ha mostrado como los modelos de detección de amenazas que utilizan machine learning pueden ser engañados, y cómo el machine learning puede ser utilizado para acciones ofensivas que generan contenido falso, resultando muy convincente para la ingeniería social. Al mismo tiempo, el Machine Learning también se está aplicando ya al lenguaje como una forma de detectar suplantaciones en correos electrónicos y URLs maliciosas. Se espera que este juego aumente en el futuro.

Otros aspectos destacados

5. Otros aspectos destacados en el informe son la importancia y peligro que conlleva la no detección de los cibercriminales dentro del gran tráfico que supone el escaneado de internet, el ataque continuado al Protocolo de Escritorio Remoto (RDP, por sus siglas en inglés), así como el incremento de los ataques activos automatizados (AAA).

"En las últimas semanas, incluso muy recientemente, hemos visto cómo ataques de Ransomware han estado afectando a diferentes organizaciones a nivel mundial y, con especial virulencia, en España. Es una realidad que soluciones tradicionales de protección no pueden atajar estos ataques. Una protección avanzada de nueva generación como Intercept X con EDR de Sophos, es la solución para detenerlos" indica Ricardo Maté, Country Manager de Sophos Iberia.

Llegar de aquí...

Ayudamos a tu negocio en **correosdirecto.es** o en el **902 197 197**

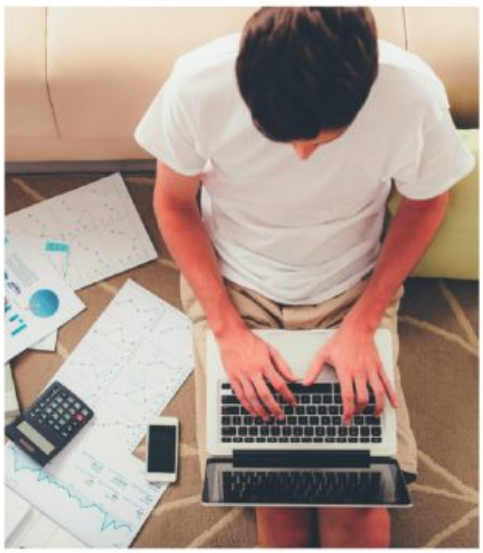
...hasta aquí, es más fácil con Marketing Directo de Correos.

Soluciones de Captación y Fidelización para Pymes.

Correos

¿QUE CONVIENE CONOCER ANTES DE CONVERTIRSE EN AUTÓNOMO?

Solamente durante el segundo trimestre del año, se dieron de alta en el Régimen Especial de Trabajadores Autónomos (RETA), casi 30.000 nuevos profesionales, que vinieron a sumarse a los más de tres millones de autónomos que desarrollan su actividad profesional en nuestro país. **APGB**



LOS AUTÓNOMOS

SE TRATA DEL COLECTIVO cuya capacidad de creación de riqueza representa la mayor aportación al PIB de España, superando a la Contratación Pública o a las medianas y grandes empresas.

Hacerse autónomo se ha convertido en una interesante alternativa para darle un giro a la vida profesional. Según el informe realizado por Adecco e Infoempleo, siete de cada diez nuevos autónomos eran anteriormente asalariados y un 18% provenía de las filas del paro.

Entre sus motivaciones para convertirse en autónomos, los trabajadores destacan la oportunidad de ser sus propios jefes, definir sus horarios o contar con una mayor capacidad de decisión y unos mayores ingresos. Sin embargo, cuando se refieren a los inconvenientes de su colectivo, resaltan las altas cargas administrativas y sociales o la elevada fiscalidad.

En el **Memento Trabajadores Autónomos**, obra de referencia de **Lefebvre** se analizan las cuestiones que conviene conocer antes de convertirse en autónomo:

IMPULSO EMPRENDEDOR

Existe una serie de facilidades para que los autónomos puedan iniciar su negocio con una menor presión económica. Algunas dependen de la Seguridad Social como la capitalización o pago único por desempleo; la subvención de las cuotas de la seguridad social como alternativa al pago único; la tarifa plana de 60€ de la cuota mensual durante el primer año de actividad o la compatibilización de la prestación por desempleo con el trabajo por cuenta propia. Por otra parte, también están disponibles una serie de subvenciones financieras -tanto nacionales como autonómicas-, con el objetivo de estimular el emprendimiento.

PROTECCIÓN SOCIAL

Para dar comienzo al trabajo por cuenta propia, el primer trámite será registrarse en el Censo de Empresarios (utilizando los modelos 036 o 037) y, en el plazo de un mes, formalizar el alta como autónomo en la Seguridad Social.

Continúa leyendo ▸▸

FISCALIDAD

Excepto los autónomos societarios, -que están obligados a saldar el impuesto de sociedades-, el resto han de liquidar periódicamente el Impuesto sobre la Renta de las Personas Físicas (IRPF) y el Impuesto sobre el Valor Añadido (IVA). Aunque es obligatorio darse de alta en el Impuesto de Actividades Económicas al inicio de la actividad, todos los autónomos con un importe neto de la cifra de negocios inferior a 1.000.000 de euros estarán exentos de su pago.

TRABAJADORES AUTÓNOMOS ECONÓMICAMENTE DEPENDIENTES (TRADE)

El Estatuto del Trabajo Autónomo define al trabajador autónomo económicamente dependiente como aquel que realiza su actividad económica o profesional para una empresa o cliente del que percibe al menos el 75% de sus ingresos. El contrato entre el TRADE y su cliente debe formalizarse siempre por escrito y ser registrado en la oficina pública correspondiente. El contrato tendrá la duración que las partes acuerden; de no fijarse, se presumirá que se ha pactado por tiempo indefinido.

Los TRADE tienen derecho a 18 días de vacaciones, indemnización por fin de contrato, por causa injustificada y acceso a la jurisdicción social.

blog

El post de HÉCTOR MERODIO

eCommerce - Analítica Web - Shopify Expert - Marketing Online

3 herramientas de email marketing y automatización para el ecommerce

MAILCHIMP

Mailchimp es la plataforma más famosa a nivel internacional, es raro encontrar a alguien que se inicie en el email marketing y que no la haya usado. La realidad de esta herramienta que es muy buena, es que sus planes de precios son muy ajustados para listas pequeñas o cuando envías pocos emails. En el momento que comienzas a enviar muchos correos se vuelve cara o muy cara.

Puntos fuertes

- Funcionamiento realmente bueno.
- Tiene muchas plantillas que te pueden servir para lanzar campañas de manera rápida.
- Editor muy fácil de usar.
- Su entrega de campañas es muy eficiente.
- Depuran las listas y comprueban que las direcciones de correo son de calidad de una manera muy eficiente.
- Es posible hacer automatizaciones.
- Muy fácil de integrar con la mayoría de herramientas de ecommerce y editores de páginas web. Woocommerce, Prestashop, Wix o Shopify tienen conectores directos.

Puntos débiles

- Es caro con listas grandes o envíos de muchos correos.
- Hacer automatismos puede resultar complicado o necesitar conocimientos de programación.

ACUMBAMAIL

AcumbaMail conocido con el Mailchimp es español. La plataforma funciona muy bien y con precios más ajustados que Mailchimp además su soporte es espectacular y es totalmente en español. Si sólo quieres enviar emails de campañas, es decir sin automatismos, es probable que esta herramienta sea tu mejor opción.

Puntos fuertes

- Modelo de precios sencillo.
- Fantástico soporte 100% en español.
- Nivel de apertura de campañas.

Puntos débiles

- No tienen automatismos.
- Le faltan algunas integraciones con plugins con plataformas como Shopify o Magento. Si tienes una tienda Prestashop o una web en Wordpress no tendrás problemas.

KLAVIYO

Para el marketing más sofisticado Klaviyo es sin duda tu herramienta, especialmente si tienes un ecommerce o web con Shopify. Klaviyo te puede servir como plataforma de email marketing automático y CRM.

Puntos fuertes

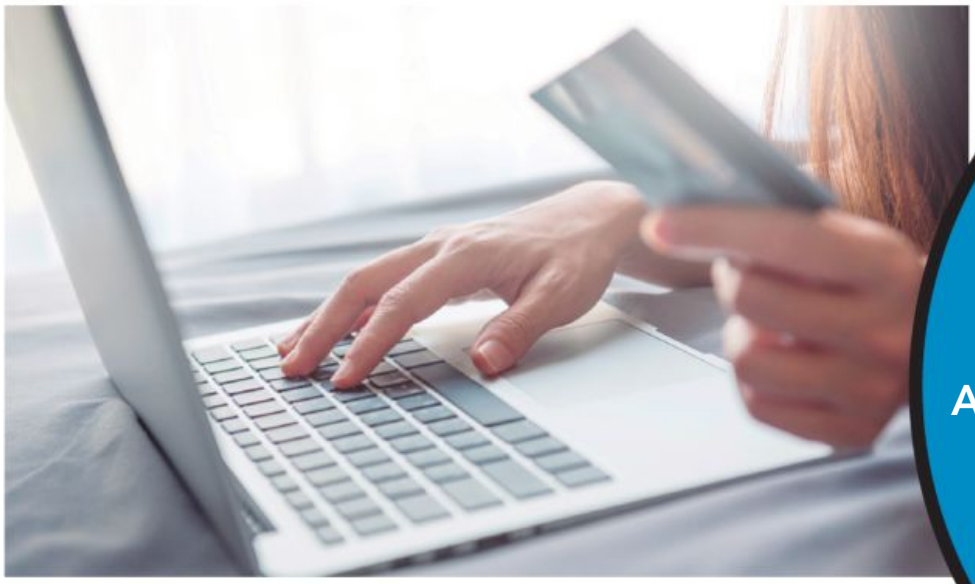
- Es más que una herramienta de email marketing.
- La integración con herramientas de ecommerce no hay otro mejor, especialmente con Shopify.
- El automatismo para enviar emails en función de su comportamiento es espectacular.
- Fantástico soporte autónomo a través de su web y cientos de preguntas frecuentes.
- Nivel de apertura de campañas.

Puntos débiles

- Su versión gratuita tiene una duración limitada a 15 días.
- El panel de administración está sólo en inglés.
- Hay pocas plantillas.

Easy Payment Gateway

<< La compañía española, fundada en 2014, cuenta en su cartera de clientes con grandes grupos hoteleros y espera cerrar 2019 con un volumen de transacciones de 3,2 billones de dólares >>



> LA PLATAFORMA PERMITE QUE, CON UN SOLO CLIC, LAS EMPRESAS CAMBIEN EL BANCO CON EL QUE HACER LAS TRANSFERENCIAS, AÑADAN FILTROS SEGÚN EL PAÍS DE ORIGEN DEL COMPRADOR O SELECCIONEN ALTERNATIVAS SI SE PRODUCE UN RECHAZO EN EL PAGO

Las empresas españolas marcan la ruta de muchos de los sectores que, a fuerza de formación, emprendimiento y esfuerzo, han conseguido liderar. Así, el listado de compañías nacionales que empezaron de cero y ahora facturan millones es cada vez más amplio. **APGB**

Es el caso de **Easy Payment Gateway**, un agregador de servicios de pago y gestión de fraude español. Tras casi cinco años de vida, ya cuenta en su cartera de clientes con grandes grupos hoteleros o de sectores como el retail y la banca. De este modo, desde su creación en noviembre de 2014, ha conseguido un volumen de transacciones de 7 billones de dólares y las previsiones para 2019 son de 3,2 billones.

La historia de esta compañía comienza con la idea del ingeniero Alex Capurro de desarrollar, en su tiempo libre, una tecnología capaz de facilitar a las empresas la gestión de sus pasarelas de pago. Algo que para el consumidor parece tan sencillo como introducir sus datos y finalizar la transacción, cuenta detrás con un gran entramado. Y es que, dependiendo del país del que proceda el usuario, es necesario solicitar una serie de datos o implementar determinados filtros que eviten fraudes e, incluso, blanqueo de dinero. Todo esto supone para las empresas, desde pymes hasta grandes multinacionales, un gran trabajo extra que asegure el cumplimiento de las normativas de cada país y evite el fraude. De este modo, Easy Payment Gateway ofrece lo que ellos mismos denominan como "un lego" en el que cada empresa puede seleccionar, de una forma sencilla y con un simple clic, las diferentes capas de verificación.

Continúa leyendo ▸▸

ALEX CAPURRO

fundador de Easy Payment Gateway.

¿CÓMO EMPRENDER Y CONSEGUIR 11 MILLONES DE FINANCIACIÓN?

EYE: ¿Cómo se consigue una financiación de 11 millones de euros empezando con tus propios ahorros?

A.C.: Uno de los factores más importantes es confiar en tu propio proyecto y transmitir esa confianza a los posibles inversores. La inversión inicial partió de recursos propios. Todo lo que iba ahorrando con mi trabajo en una empresa consultora de software y pagos lo destinaba a este proyecto. Una vez lancé al mercado la empresa, busqué un business angel que confió en la idea e invirtió en ella unos 700.000€. A partir de ahí, y según la empresa ha ido creciendo y ganando importancia, desde 2014 hemos conseguido más inversores, con una financiación de alrededor de 11 millones de euros.

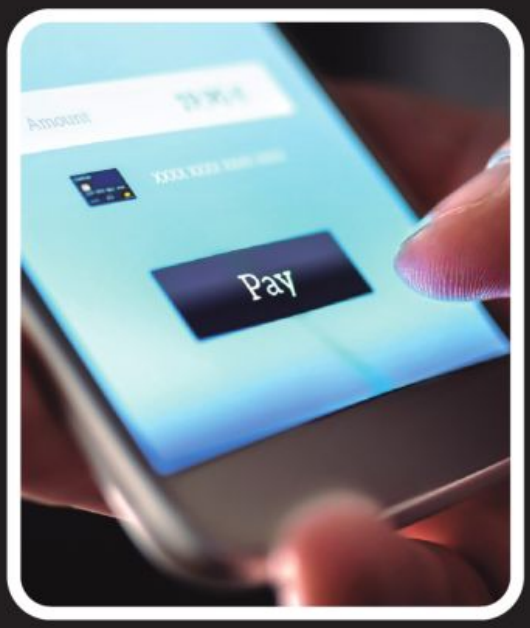
EYE:¿Encontraste muchas dificultades para comenzar a desarrollar tu idea?

A.C.: Bastantes. Además de la financiación, la competencia es otro de los grandes problemas con los que nos encontramos los emprendedores. El sector de pagos está saturado y hay muchos competidores, pero contaba con la ventaja de tener una tecnología patentada que ninguna otra empresa tenía y que, hasta día de hoy, nadie posee. Aunque esto ayudó a abrir el camino, otra barrera que encontré fue la del conocimiento. Nadie sabía qué era Easy Payment Gateway o quién era yo, pero esto se fue solucionando gracias a algunos contactos en grandes compañías que ayudaron a atraer más inversores y clientes.

EYE:¿Qué tipo de inversores han confiado en tu proyecto?

A.C.: Como he comentado, cuando lancé la empresa en 2014, busqué un business angel que invirtió 700000€. Desde entonces, hasta el día de hoy, han sido 15 los inversores que han confiado en el proyecto de Easy Payment Gateway. Cuatro de ellos son venture capital y el resto business angels. Su nacionalidad es, además, muy variada, ya que contamos de inversores españoles, suecos, alemanes e israelíes.

"DESPUÉS DE 15 AÑOS HACIENDO ESTE TRABAJO DE FORMA MANUAL PARA DIFERENTES EMPRESAS, COMPRENDÍ QUE ERA NECESARIA UNA SOLUCIÓN QUE AHORRARA TIEMPO Y FACILITARA EL TRABAJO TANTO A LOS EXPERTOS COMO A LAS PROPIAS EMPRESAS", CUENTA ALEX CAPURRO. ASÍ ES COMO FUNDÓ UNA EMPRESA QUE EN LA ACTUALIDAD CUENTA CON UN EQUIPO MULTIDISCIPLINAR DE 40 PERSONAS.



LA EMPRESA ESPAÑOLA OFRECE MÁS DE 240 MÉTODOS DE PAGO ONLINE DIFERENTES Y UNA SOLUCIÓN PARA QUE SECTORES COMO EL HOTELERO, EL TECNOLÓGICO Y EL RETAIL PUEDAN LLEVAR A CABO SUS OPERACIONES DIARIAS DE UNA FORMA EFICIENTE

EYE:¿Cómo se forja una cartera de clientes formada por grandes grupos hoteleros o del sector financiero?

A.C.: Tener una tecnología única en el mundo fue crucial para el éxito de este proyecto, pero contar con una demo también supuso un punto de inflexión. Poder ofrecer algo que demuestre a los potenciales clientes cómo funciona realmente tu herramienta es imprescindible para vender tu producto. Además, contaba con algunos contactos en grandes compañías a los que les estoy muy agradecido por ese empujón inicial que todo emprendedor necesita para sacar adelante su idea. Una vez que un par de empresas confiaron en nosotros, fue mucho más fácil conseguir nuevos clientes y también más financiación. Al final, el boca a boca es la mejor publicidad que se puede tener.

EYE:¿Cuáles son los planes de futuro de la compañía?

A.C.: Nuestro principal objetivo es seguir creciendo como hasta ahora y, además, nos encantaría implementar inteligencia artificial a nuestra tecnología. El siguiente paso es que nuestra plataforma sea capaz de hacer todo lo que hace por sí sola: crear flujos, mejorar porcentajes de conversión y, lo más importante para muchos de nuestros clientes, prevenir el fraude. Todo de manera automática. La idea inicial detrás de Easy Payment Gateway siempre ha sido facilitar los pagos y la prevención de fraude para cualquier empresa. Eso ya lo hacemos, pero quiero ir un paso más allá y convertir en autónoma nuestra tecnología para hacer todavía más sencillo este proceso a las empresas.

ESPACIO

¿SE PUEDE HACER UNA EXPOSICIÓN DE ARTE SIN LAS OBRAS FÍSICAS?

TORRES GARCÍA

MATTA

GRIS

MAGRITTE

DELVAUX

CHILLIDA

BLANCHARD

TÀPIES

INTANGIBLES

UNA EXPOSICIÓN DIGITAL
DE LA COLECCIÓN TELEFÓNICA

11.10 - 23.02

Espacio Fundación Telefónica
C/ Fuencarral 3, Madrid
Exposición gratuita
espacio.fundaciontelefonica.com
#EspacioIntangibles

Con la colaboración de:
accenture

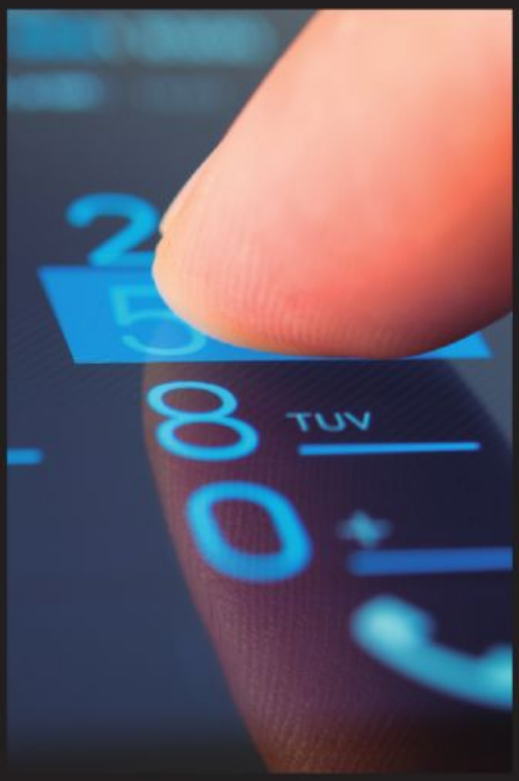
Telefónica
FUNDACIÓN

TELEFÓNICA APRUEBA
UN PLAN QUE MARCARÁ LA NUEVA ÉPOCA DE LA COMPAÑÍA

El Consejo de Administración de Telefónica ha aprobado un plan de acción que servirá como acelerador en la transformación de la compañía. Este plan de acción gira alrededor de tres ejes.

NUEVO plan de acción

- El primero implica priorizar los mercados donde podemos ser relevantes y crecer con un modelo sostenible a largo plazo.
- El segundo, impulsar las oportunidades de mayor potencial de crecimiento, apalancando a la vez el valor de nuestras infraestructuras.
- Y el tercero, incrementar la agilidad y mejorar la eficiencia
- "Estoy hablando de una nueva Telefónica. Una Telefónica preparada para los próximos 100 años. Una Telefónica comprometida con hacer nuestro mundo más humano y más sostenible. Una Telefónica con el propósito de generar valor para todos sus grupos de interés y la sociedad a largo plazo, creando relaciones de confianza, con crecimiento y eficiencia", afirma Álvarez-Pallete.



MERCADOS PRIORITARIOS

ESPAÑA, BRASIL, Alemania y Reino Unido, serán los mercados clave en los que Telefónica pueda aportar un valor diferencial a sus clientes y crecer de forma sostenible.

SPIN-OFF OPERATIVO

DE LOS NEGOCIOS EN HISPANOAMÉRICA

IMPLANTACIÓN de un nuevo modelo para estas operaciones, que pasan a gestionarse como una unidad autónoma con un equipo dedicado. Se pondrá en marcha la revisión del portafolio de activos en Hispanoamérica con el doble objetivo de modular la exposición a la región, al tiempo que se crean las condiciones para maximizar su valor, tanto vía crecimiento, como consolidación y posibles operaciones corporativas.

LANZAMIENTO DE TELEFÓNICA TECH,

para impulsar el crecimiento en áreas de mayor potencial

ESTA UNIDAD, de nueva creación, aglutinará la propuesta de valor más avanzada para el segmento B2B, enfocándose en tres negocios: ciberseguridad, IoT y Big Data, y cloud.

CREACIÓN DE TELEFÓNICA INFRA,

para aflorar el valor de los activos y desarrollar modelos alternativos de despliegue de infraestructuras que aceleren el crecimiento

TELEFÓNICA INFRA ambiciona ser una de las mayores unidades de infraestructuras de telecomunicaciones del mundo, preparada para canalizar la explosión del tráfico.

EVOLUCIÓN DEL MODELO OPERATIVO,

para ganar agilidad, acelerar la ejecución y maximizar las sinergias entre todas las unidades de Telefónica.

ADAPTACIÓN DEL ROL y funcionamiento del centro corporativo a la nueva realidad de la compañía, focalizándose en todas aquellas actividades que aportan un valor diferencial a todas las unidades de la nueva Telefónica -operadoras, Telefónica Tech y Telefónica Infra, eliminando algunas duplicidades existentes con las estructuras de los países y reduciendo la complejidad.

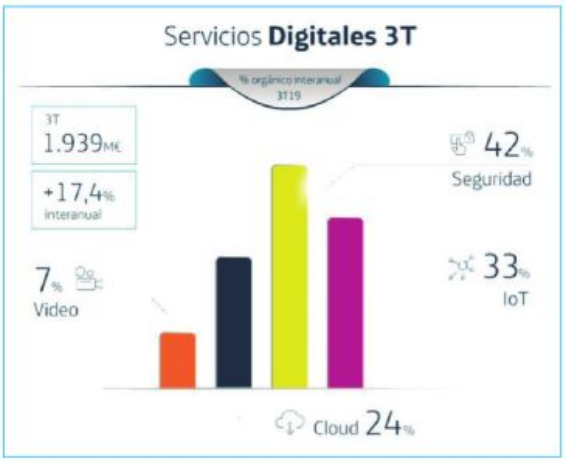
telefónica

TELEFÓNICA ALCANZA un beneficio neto de 1.344 m € hasta septiembre

El beneficio neto totaliza 2.588M€ excluyendo impactos extraordinarios, fundamentalmente gastos de reestructuración en España.

TELEFÓNICA IMPULSA el crecimiento de los ingresos

(+1,7% REPORTADO) respecto al tercer trimestre de 2018, gracias a la mejora de España, Brasil y Alemania, al sólido comportamiento de Reino Unido, y a pesar del impacto negativo de las divisas. En términos orgánicos, crecen un 3,4%. Asimismo, destaca el aumento del ingreso medio por cliente del trimestre (+4,3% interanual orgánico) y la mejora de la tasa de abandono/churn.



SÓLIDO COMPORTAMIENTO de los mercados principales

España acelera el crecimiento orgánico de los ingresos en el trimestre (+1%) gracias a sus avances en las áreas residencial, empresas y mayorista, mientras que Brasil logra la cifra más alta de ingresos de los últimos 15 trimestres (+2,6%). Además, los ingresos crecen el 1,9% en Alemania gracias al buen momento comercial, y Reino Unido revalida su posición de liderazgo en el mercado, con una evidente mejora de los accesos (6%) y de las ventas (+4,1%). Esto ayuda a contrarrestar la caída en ingresos en Hispam Norte, afectada por la intensidad competitiva.

FUERTE CRECIMIENTO de los ingresos digitales

Crecen el 17,4% interanual en el periodo julio-septiembre, hasta un total de 1.939M€.

"Telefónica continúa presentando crecimiento sólido y rentable en ingresos en un trimestre marcado por el sólido comportamiento de nuestros principales mercados: España, Brasil, Alemania y Reino Unido. Continua la fuerte generación de caja libre, que aumenta un 40% interanual en los nueve primeros meses del año y es el factor principal de la reducción de la deuda, que cae por décimo trimestre consecutivo"

JOSÉ MARÍA ÁLVAREZ-PALLETE
presidente ejecutivo de Telefónica

"Hemos avanzado en aquellas iniciativas estratégicas destinadas a simplificar nuestros negocios, incluyendo el programa de reestructuración en España. Continuamos avanzando en nuestros planes para monetizar nuestras infraestructuras móviles, estamos compartiendo redes para un uso más eficiente de las mismas, y hemos alcanzo acuerdos con nuevos socios para enriquecer nuestra oferta comercial de valor en el hogar"

Continúa leyendo ▸▸

IMPACTOS EXTRAORDINARIOS en el trimestre

EN EL TERCER TRIMESTRE de 2019 se han registrado 1.876M€ de provisiones por gastos de reestructuración, fundamentalmente en España (-1.732M€). Estas provisiones, enmarcadas en el proceso de transformación y simplificación de la compañía, no han afectado a la generación de caja.

REDUCCIÓN DE DEUDA por 10º trimestre consecutivo

LA DEUDA NETA se sitúa en 38.293M€ (-8,1% interanual), gracias a una generación de caja que crece el 40,3% y alcanza los 4.150M€ en el periodo enero-septiembre. Incluyendo los eventos posteriores a 30 de septiembre, la deuda se situaría en 37.600M€, aproximadamente.

LA COMPAÑÍA CONTINÚA desplegando redes ultrarrápidas

LA FIBRA DE TELEFÓNICA alcanza 123 millones de hogares, de los cuales 54,5M (+11%) pasan por su propia red, y la cobertura 4G se acerca al 80%.

METÓDO AGILE: cómo mejorar procesos y eficiencia en las organizaciones

« Esta metodología implica crear tribus formadas por squads (equipos multidisciplinares), que trabajan en sprints, períodos de trabajo cortos con objetivos y bien definidos »

La transformación del mundo profesional no es solo digital, sino también cultural y organizacional. Para avanzar y adaptarse a las nuevas tendencias, las empresas se deben transformar en todos los ámbitos. Han surgido nuevas formas de trabajo más ágiles y flexibles que permiten que los equipos sean más eficientes y que reducen, en gran medida, el margen de error y los tiempos de espera ante las respuestas a clientes.

METODOLOGÍA

LA METODOLOGÍA AGILE es un proceso de trabajo que está ayudando a las empresas a liberarse de la rigidez y trabajar en entornos más productivos y colaborativos. Este sistema basado en organizar y repartir el trabajo de forma rápida y flexible entre diferentes equipos multidisciplinares debe estar acompañado de un cambio de cultura que implique a todas las personas.
Los expertos del hub de conocimiento digital, **The Valley**, han analizado los procesos de implementación de Agile en diferentes empresas y han identificado las claves, beneficios y retos de esta metodología de trabajo:

TRIBUS Y SQUADS MULTIDISCIPLINARES QUE TRABAJAN EN SPRINTS

Este método de trabajo establece la creación de tribus, que son la agrupación de varios squads, equipos multidisciplinares que trabajan sobre un aspecto concreto. Los squads están formados por expertos de todas las disciplinas (negocios, tecnología, diseño de software…) que trabajan en conjunto en los sprints, ciclos de desarrollo corto que pueden variar en el tiempo y cuya duración lo definen los propios squads. Si se juntan en el mismo equipo diversos perfiles como negocio y tecnología, la toma de decisiones será más rápida y los procesos más eficientes.

OBJETIVOS, RESPONSABILIDADES Y PLAZOS CLAROS

En las empresas que trabajan bajo este método, todo el mundo sabe exactamente en qué está trabajando y cuáles son sus objetivos y plazos para lograrlos. Además, las tribus comparten constantemente cuáles son las metas del proyecto y su evolución, lo cual da una visibilidad muy clara del proceso de los proyectos y su cumplimiento.

LA EXCELENCIA OPERATIVA COMO NECESIDAD Y BENEFICIO DE AGILE

Para poder tener un sistema de escalado adecuado en una organización, son necesarios procesos robustos y bien estructurados, lo que se consigue con un reporte específico.

"AGILE CONLLEVA UNA TRANSFORMACIÓN CULTURAL QUE IMPLICA PONER LA ESTRATEGIA DE LAS PERSONAS AL MISMO NIVEL QUE LA ESTRATEGIA DE NEGOCIO"

DAR AL CLIENTE UN PRODUCTO MÍNIMO VIABLE APORTA VALOR INCREMENTAL

El mundo está cambiando muy rápido y ante clientes más demandantes, hay que mejorar la capacidad de respuesta. La filosofía de Agile consiste en ofrecer al cliente un producto mínimo viable (PMV), aunque no sea perfecto, y que, con el tiempo, se vaya mejorando hasta quedar completamente listo. Por eso, permite trabajar a mayor velocidad, ya que se llega más rápido a las peticiones del cliente; con mayor eficiencia, pues los equipos multidisciplinares -squads- trabajan en un mismo proyecto con objetivos a corto plazo; y consiguiendo más engagement de los empleados, pues les empodera dándoles control sobre sus responsabilidades.

ESTRATEGIA DEL NEGOCIO, IGUAL A ESTRATEGIA DE PERSONAS

Para transformar la cultura de la empresa hay que dar la misma importancia a la estrategia de negocio que a la estrategia de las personas. Se debe integrar el cambio cultural dentro del plan de negocio para que el equipo le conceda la relevancia que merece.

"LA TRANSFORMACIÓN DEL MUNDO PROFESIONAL NO ES SOLO DIGITAL, SINO TAMBIÉN CULTURAL Y ORGANIZACIONAL"

UNA INVERSIÓN QUE PUEDE CONVERTIRSE EN UNA VENTAJA COMPETITIVA EN EL MERCADO

Es importante valorar a las personas y transmitirles los beneficios que obtendrán con el cambio cultural. La cultura, el talento y una forma diferente de gestionar los proyectos puede ser una ventaja competitiva sostenible en el mercado. La transformación cultural genera resistencia, y por eso, se debe educar a los empleados de la organización para adaptarse a las nuevas políticas del proceso de cambio, que implica modificar temas como compensación y sistemas de evaluación del desempeño.

COMUNICACIÓN CONSTANTE

Hay que comunicar de forma continua a todos los departamentos el porqué de la transformación digital y sus perspectivas. Agile no es el fin en sí mismo sino un camino para conseguir los objetivos.

"El objetivo es potenciar entornos de trabajo más colaborativos y eficientes"

5 DIFERENCIAS ENTRE CENTENNIALS Y MILLENNIALS en el ámbito laboral

PARA EL AÑO 2025, SE ESPERA QUE LOS CENTENNIALS REPRESENTEN EL 30% DE LA FUERZA LABORAL MUNDIAL Y LOS MILLENNIALS SERÁN MÁS DEL 70%

<< Los centennials son más pragmáticos y menos idealistas que los millennials. Piensan en el futuro, son emprendedores y quieren ser los dueños de sus proyectos >>

Cómo afrontan los retos laborales centennials y millennials? ¿Qué es lo que les motiva en el terreno profesional? ¿Qué tipo de jefe prefieren?

Cuando ya prácticamente la totalidad de las empresas ha asumido en sus equipos a los millennials, irrumpe con fuerza una generación más joven, los centennials. **Digital Talent Agency**, agencia especializada en la atracción de talento digital, analiza cómo se enfrentan a los retos laborales esta nueva generación de profesionales y qué les diferencia de sus antecesores.

PARA EL AÑO 2025, se espera que los centennials representen el 30% de la fuerza laboral mundial. Para entonces, estarán compartiendo espacios de trabajo con baby boomers, profesionales de la Generación X y millennials. Algunos autores consideran que los nacidos a partir de 1997 ya forman parte de la generación de los centennials, pero otros extienden la fecha hasta el año 2000. Por otro lado, los millennials son los nacidos entre 1982 y 1995 y son aquellos que serán más del 70% de la fuerza laboral mundial en 2025. Los centennials nacieron con Internet, cuando la tecnología estaba ya instalada, por lo que han naturalizado aspectos, como estar siempre conectados a un smartphone, que ya no les resultan imprescindibles. Son más pragmáticos y menos idealistas que los millennials. Los centennials piensan en el futuro, son emprendedores y quieren ser los dueños de sus proyectos.

SALARIO

Los millennials son más idealistas por lo que no solo trabajan por dinero, sino que tienen un propósito más allá. Sin embargo, los centennials tienen claro que el dinero y la seguridad laboral son sus motivaciones. Sobrevivir y prosperar es más importante para ellos que marcar la diferencia.

EXPECTATIVAS LABORALES

En lo que se refiere a sus expectativas laborales, los millennials no tienen como objetivo la satisfacción en el trabajo. Su principal objetivo es su propio desarrollo como profesionales. Mientras que los centennials son muy impacientes y lo que más les mueve es conseguir acumular experiencias gratificantes en el trabajo.

¿QUÉ ESPERAN DE SUS SUPERIORES?

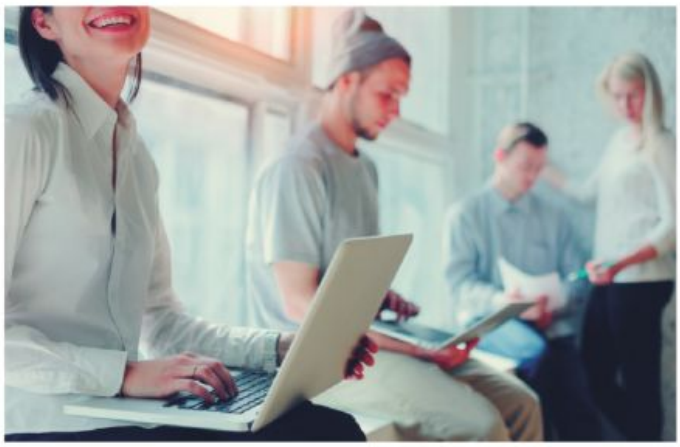
A los millennials no les va que el jefe vaya de "coach", prefieren un superior cercano, no gurú que sepa delegar y felicitar cuando sea necesario. Sin embargo, los centennials buscan ser tutelados y avanzar rápidamente.

EVOLUCIÓN PROFESIONAL

La generación de los millennials se centra mucho en poder desarrollar sus fortalezas y no tanto en resolver sus debilidades. Mientras tanto, la generación que les sigue fueron criados durante la crisis económica por lo que son conscientes y tienen interiorizado el hecho de que hay ganadores y perdedores.

CÓMO VEN EL TRABAJO EN EQUIPO

Los nacidos entre 1982 y 1995 ven con buenos ojos el trabajo en equipo, tienen mentalidad de colaboración y les gusta trabajar con sus compañeros. Sin embargo, los centennials a la hora de trabajar son más competitivos e independientes, quieren ser juzgados por su valía personal.



Los formatos y perfiles DEL FUTURO

Es verdad que, en la gran parte de las empresas en España el trabajo hoy en día se efectúa de forma tradicional, al menos en lo que a horarios y presencia se refiere. No obstante, con la transformación digital -y el cambio cultural que conlleva-, las organizaciones deberán irse adaptando al nuevo concepto de "trabajar". **APGB**

Está claro que la integración de las tecnologías en el ámbito empresarial está teniendo un gran impacto. Gracias, por ejemplo, al Cloud Computing o a los servicios de VPN, los empleados pueden trabajar con su ordenador u otros dispositivos desde cualquier lugar con tan solo una conexión a Internet, teniendo acceso a todos los documentos, programas y herramientas que necesitan para llevar a cabo sus tareas.

TENDENCIAS y nuevos formatos laborales

CON EL OBJETIVO DE FOMENTAR la productividad, eficiencia y equilibrio de la vida personal y laboral de sus equipos, las empresas deberán adaptarse a estos nuevos modelos. El trabajo del futuro será diferente gracias a las tecnologías, las nuevas necesidades de las empresas y el estilo de vida de las personas, y por ello, están surgiendo nuevos formatos laborales y tendencias en cuanto a cómo trabajamos; y los expertos de **The Valley** las han analizado:

LA FLEXIBILIDAD COMO PROTAGONISTA DEL TRABAJO DEL FUTURO

¿Crees que está realmente implementado el teletrabajo en España?

Lo más demandado es establecer una jornada laboral flexible que se base en trabajo por objetivos, es decir, que el trabajo se evalúe por las metas que se cumplen sin la necesidad de obligar a una persona a estar en una oficina 8 horas al día. Sin embargo, se debe tener en cuenta que el teletrabajo no es para todos, pues hay gente que afirma que se concentra mejor en la oficina, y que en algunos casos sí es necesario acudir al lugar central de trabajo.

Continúa leyendo ▸▸

La recomendación DE LOS EXPERTOS

Nunca dejar de formarse. "El mundo está en constante evolución y el ámbito profesional y de negocio está cambiando totalmente en los últimos años. La formación se ha convertido en indispensable para que los profesionales puedan adaptarse a este nuevo entorno y cumplir con las necesidades de las empresas".

ANA DELGADO, Chief Educacion Officer en The Valley.

TRABAJAR 8 HORAS en una oficina fija pasará de moda

El fenómeno freelance en auge

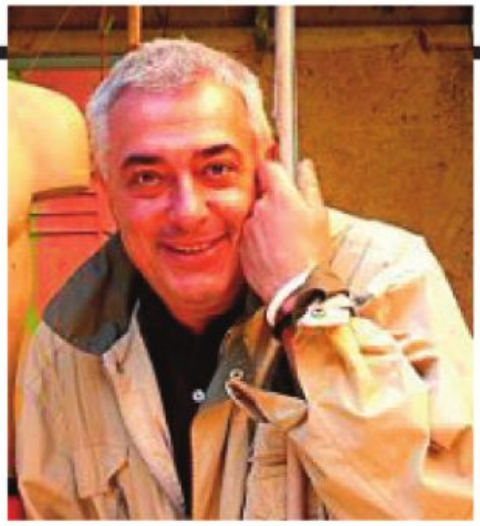
La diferencia entre un autónomo y un freelance es que los primeros trabajan al completo por cuenta propia y suelen ofrecer servicios a largo plazo a sus clientes cobrando un salario mínimo interprofesional mensual o superior, mientras que los freelances prestan servicios a clientes de forma independiente pero de manera puntual, es decir, trabajan por proyectos.

Continúa leyendo ▸▸

Más allá de la forma de trabajar, los perfiles también cambian de cara al futuro

La tecnología comienza a apropiarse de algunos trabajos manuales y repetitivos y estos puestos de trabajo van desapareciendo. Así, la necesidad de las empresas se dirige hacia la contratación de expertos que estén especializados en materias muy específicas, principalmente en áreas digitales.

Donde antes había contables, administrativos, expertos en comunicación o ingenieros de telecomunicación, hoy en día existen diversidad de roles mucho más específicas dentro de cada ámbito, como, por ejemplo, Data Scientist, ASO (App Store Optimization) Manager, Traffic Marketing Product Manager o UX Designer. Con el paso del tiempo y los rápidos avances tecnológicos, irán surgiendo nuevos puestos de trabajo; de hecho, los empleos que tendrán más éxito en el futuro cercano aún ni existen.



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...

"INNOVACIÓN "Z"= INNOVAR DESDE LA FELICIDAD"

Ser humano implica la capacidad de hacerse preguntas. No cabe duda de que esta característica de nuestra especie nos ha permitido afrontar retos de todo tipo y generar avances -y retrocesos- en todos los ámbitos. La imagen que todos tenemos en la cabeza es bien sencilla. Una persona se detiene ante una situación que le plantea un problema. Piensa. Genera varias ideas. Prueba y finalmente consigue resolver la cuestión.

La tarea de resolver problemas o de afrontar retos es una de las más nobles que puede desarrollar un ser humano. Es la tarea que nos convierte en creadores de nuestra propia vida y en titulares de la capacidad de mejorarla. Así que, esta habilidad, merece todos los aplausos posibles. Ahora bien, como todo en la vida, es una fantástica herramienta pero hay que usarla con sentido común ya que deja de ser útil cuando, por un uso inadecuado, ofrece resultados contrarios a los que pretendíamos. A veces la capacidad de preguntarnos, cuando la pregunta está mal formulada, pude volverse en nuestra contra.

Veamos algunos ejemplos. Probemos con la pregunta -"¿Soy buen@?"- Realmente esta pregunta tiene tantas respuestas posibles que no es una verdadera pregunta sino una mera lanzadera de opiniones subjetivas que tendrán un color u otro dependiendo del enfoque que hagamos, del día que tengamos o del momento por el que estemos atravesando. Si la pregunta nos la hacemos nada más ayudar a un amigo a superar un momento difícil, responderemos afirmativamente.

Por el contrario, si la pregunta se produce cuando acabamos de tener una acalorada discusión con un familiar, probablemente responderemos que somos muy malos y que siempre acabamos así de mal. ¿Cuál es la verdad? Probablemente, ninguna. Aquí tendríamos que acudir a la famosa cita de que nada es verdad ni es mentira ya que todo depende del color con el cristal con que se mira.

Otras veces estaremos tentados de relacionar la felicidad con la consecución de alguno de nuestros sueños. Si evaluamos la felicidad como el resultado de la realización de nuestros sueños o deseos personales también podemos salir mal parados. Mi sugerencia va por otro lado. Prescindo de las preguntas. Las desaconsejo, de hecho. Entonces, ¿cómo podemos lidiar con la felicidad? Muy sencillo, fabricándola. No necesitamos preguntas y preguntas, disquisiciones y teorías. Lo que necesitamos es hacer y fabricar. Crear felicidad. Para nosotros y para otros. Simple, sencillo, posible y real.

Me atrevo a decir que, salvo situaciones muy extremas que normalmente no se corresponden con el diario discurrir de nuestras vidas, digo que, salvo esas situaciones terribles que nos desbordan, siempre tenemos una pequeña o gran posibilidad de fabricación. Lo que necesitamos es atrevernos a actuar realizando pequeñas (o grandes) intervenciones que sean conscientes y que nos permitan comprobar sus resultados. Nada más. Es una forma humilde y sencilla de vivir y de tomar las riendas de nuestra existencia. Al menos en una pequeña proporción. Creo firmemente que, en este contexto, ningún paso es pequeño. Recuerdo las palabras que indican que cualquier gran avance comienza por un paso. Y eso es lo que propongo: dar un paso y olvidarnos de las grandes palabras, las grandes formulaciones y los grandes expertos. Tenemos ejemplos maravillosos a nuestro alrededor, pero parece que nos cuesta identificarlos y -sobre todo- aprovecharlos. Santa Teresa afirmaba que Dios estaba entre los pucheros. Me parece un ejemplo glorioso. La abulense dejaba de lado a Santo Tomás de Aquino, a San Agustín y a toda la patrística para atreverse -en el siglo XVI, a lanzar un mensaje muy actual: lo importante está aquí, a nuestro alcance y en nuestro día a día. Este mensaje enlaza perfectamente con toda la potencia de lo que actualmente estamos denominando actuar en el aquí y en el ahora, aprovechar el poder de la presencia y de la realidad que tenemos delante para -desde ahí y con plena consciencia- actuar.

Y aquí viene el verbo que propongo: ACTUAR

Solo pensar, agota. La mente, cerrada sobre sí misma una y otra vez, produce monstruos, círculos viciosos, creencias limitantes, percepciones estériles y da vueltas y vueltas sobre lo mismo sin llegar a ninguna conclusión.

Todos nosotros conocemos el SER a través del HACER. Lo utilizamos de forma inconsciente a todas horas. Decimos de un amigo que ES un informal porque HA HECHO lo siguiente: llegar tarde, olvidarse de comprar un regalo, no cumplir lo acordado, etc. Los hechos desvelan -ante nosotros- lo que las cosas y las personas son.

Abundando en esta misma idea, Alejandro Jodorowsky afirma que "Lo que haces te hace", lo que haces te construye, lo que haces se convierte en SER. Eres lo que haces.

Podemos resumir con una idea muy sencilla: ACTÚA para SER. HAZ para SER

Fabriquemos felicidad en vez de buscar qué ES la felicidad. Los que nos vean dirán que SOMOS felices y nosotros mismos tendremos evidencias para afirmarlo igualmente, al menos en esa pequeña parcela en la que estamos activando nuestros retos e iniciativas. Recordemos que basta una sonrisa para SER feliz. Y este tipo de innovación es radicalmente diferente a la innovación basada exclusivamente en ideas y pensamientos. Cambia la raíz misma del proceso.

De una forma natural hemos dejado de lado las elucubraciones y las teorías. Hemos tomado pequeñas aportaciones de la sabiduría de todos los tiempos para no tener que volver a inventar la rueda. De todo este trabajo concluimos que podemos cambiar el enfoque, que no necesitamos grandes cosas para realizar una prueba que nos permita comprobar los resultados y que- de momento- no necesitamos especialistas ni expertos para dar un pasito y disfrutar de todas las ventajas de innovar de forma sencilla desde la felicidad. Innovación "Z".

5Phants, la nueva red social 'MADE IN SPAIN' para los amantes de la tecnología

<< OFRECE LA POSIBILIDAD DE COMPRAR LOS ARTÍCULOS CON LAS MEJORES OFERTAS, CREAR WISHLISTS, COLECCIONAR LOS PRODUCTOS QUE HAS TENIDO O LOS QUE LOS INFLUENCERS RECOMIENDAN >>

EMPRENDEDORES ESPAÑOLES HAN LANZADO 5PHANTS, UN NUEVO CONCEPTO DE RED SOCIAL Y MEDIO DE COMPRA ONLINE DISPONIBLE PARA WEB Y APLICACIÓN MÓVIL QUE OFRECE TODAS LAS FUNCIONALIDADES QUE LOS AMANTES DE LA TECNOLOGÍA NECESITAN. **APGB**

ESTA NUEVA PLATAFORMA te permite estar al día de los últimos productos, ya que muestra fotos y videos con valoraciones, descripciones detalladas, opiniones, enlaces a compras y ofertas de productos tecnológicos. Toda esta información, procedente de usuarios, especialistas y empresas del sector.

¿CÓMO surge la idea?

"LA IDEA SURGIÓ al observar cómo la gente se comportaba al momento de comprar e informarse sobre productos tecnológicos. Fue ahí donde vimos la necesidad de juntar una tienda con los foros y blogs para tener una RED SOCIAL donde la gente se involucre exclusivamente con la tecnología y sus productos. Desde ver que se está usando diariamente que pueda ayudarnos en nuestro día a día hasta poder recomendar a amigos y conocidos. Lo cierto es que hemos creado una plataforma social donde todos los amantes de la tecnología estamos conectados entre nosotros", explica Alberto Vidiella, fundador y CEO de 5Phants.

¿QUÉ ofrece?

5PHANTS OFRECE LA POSIBILIDAD de comprar los artículos directamente, crear tú propia wishlist e inspirarte en lo que los demás están utilizando. Tanto la aplicación como en la versión web son muy sencillas e intuitivas. En ellas, los usuarios pueden publicar fotos y vídeos con un enfoque único, permitiéndoles etiquetar productos, a fin de facilitar a otros usuarios descubrirlos y comprarlos dentro de la propia aplicación/web.

"Con tan solo clicar sobre un producto puedes acceder a información detallada sobre éste, incluyendo la marca, modelo, precio, colores, especificaciones técnicas y, en definitiva, todo lo que necesitas para tomar una buena decisión de compra. Si finalmente decides que ese producto es perfecto para ti, con 5Phants lo tendrás fácil, ya que dispones de enlaces a tiendas con la posibilidad de elegir la mejor oferta", mantiene Vidiella.

Continúa leyendo ▸▸

BLACK FRIDAY Y CIBERMONDAY

EN ESTOS DÍAS, las tiendas ofrecen descuentos y ofertas en casi todos sus productos por un tiempo limitado y en 5Phants han decidido hacerse eco de los mejores precios en gaming, televisores, smartphones, informática, fotografía y mucho más: https://5phants.com/offers. En la nueva plataforma podremos encontrar desde hasta 70% de descuento en las últimas novedades tecnológicas como ofertas de compra 5 y paga 4.

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

Mindfulness # Coaching # Liderazgo # Motivación

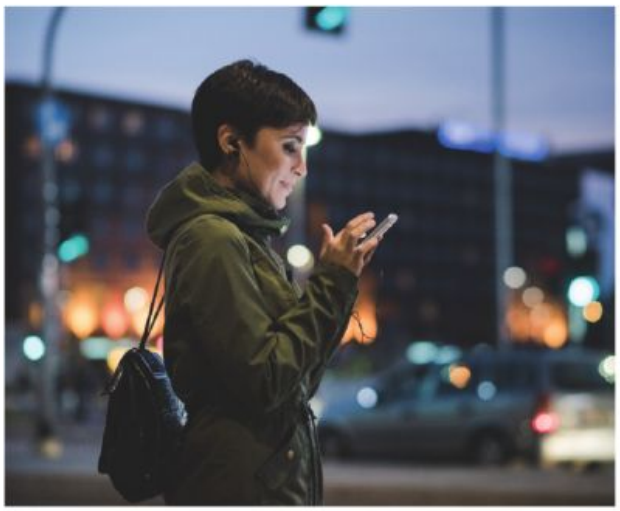
Pº Castellana, 135. Madrid
Tel: +34 91 297 54 65
e-mail: execoach@execoach.es
www.execoach.es

execoach
DESARROLLO DEL TALENTO

CÓMO GARANTIZAR LA VISIBILIDAD de tu negocio y atraer más clientes

Con el aumento de las búsquedas en Internet, aumentan las oportunidades de negocio para cualquier tipo de empresa. Las personas van a los centros comerciales y también investigan dónde pueden encontrar lo que necesitan en sus smartphones.

María Fernanda Fonseca – Líder de contenidos web.com



Realizan sus compras online y buscan información adicional del producto que desean adquirir inclusive dentro de las mismas tiendas antes de tomar su decisión de compra.

El objetivo de tu negocio en Internet es muy simple: Ganar visitas a la página web, destacándose con las mejores posiciones de los resultados de los buscadores como Google, Yahoo, Bing y redes sociales. Con los nuevos cambios en las tendencias de consumo, es necesario que sigas estos pasos que contribuirán a la visibilidad de tu negocio y atraer más clientes:

1. Planea tu contenido: Toda la información que publiques debe ser creada en función de la audiencia y la mejor manera de cómo atraerlos para que visiten la página web de tu negocio. Dales una oferta de valor que los motive a realizar compras y convertirse en clientes.

2. Optimiza el contenido de tu página web: Piensa en SEO (Search Engine Optimization). El SEO y las palabras clave ayudan a los buscadores a entender lo que ofreces en tu página web.
Cuando un usuario en internet busque una palabra o frase relacionada con tu negocio tendrás grandes posibilidades de aparecer en los resultados en las mejores posiciones.
Realiza un listado de palabras y frases claves afines a tu audiencia, que contengan todos los aspectos relacionados con tu negocio. Los buscadores usan algoritmos para detectar las páginas web que contienen los criterios de las palabras utilizadas por los usuarios.
Debes asegurarte de ser incluido en los resultados de búsqueda, y así dirigir tráfico a la página web de tu negocio. No olvides que todo el contenido SEO está pensando en tu audiencia y no en función de los buscadores.

3. Crea tu perfil en Google Mi Negocio: Informa a tus clientes dónde estás ubicado y publícalo en Google, facilitando así que te encuentren en Google Maps y Google Plus.

4. Crea una comunidad en redes sociales: La presencia en redes sociales es fundamental para convertir a tus seguidores en fans de tu negocio y luego en clientes activos. Atrae seguidores en redes sociales, invita a tus amigos, colegas del trabajo, socios y todas las personas cercanas que sumen en la comunidad.

Continúa leyendo ▸▸

5. Realiza pauta publicitaria: Llega a más clientes ganando visibilidad en buscadores, impulsando el rendimiento de tu negocio en buscadores. Los anuncios en Google permiten ocupar las primeras posiciones en los resultados cuando los usuarios hacen una búsqueda específica. Solo pagas cuando alguien hace clic en tu anuncio y tienes el control del presupuesto publicitario. Es por esta razón que este tipo de publicidad se denomina "pago por clic", si tu anuncio sale en los resultados puede ser visto por clientes potenciales sin ningún valor; si alguien hace clic sobre el anuncio solamente pagas por ese clic recibido.

6. Usa múltiples formatos en tus anuncios: El valor de los anuncios de Google radica en mostrar al usuario ideas de lo que están buscando en Google o redes asociadas. El formato más conocido es el de texto; también puedes hacer anuncios con banners de imágenes y video en plataformas de streaming. ¿Has visto esos videos con contenido al inicio de un contenido? Aseguran la vista del anuncio por un mínimo de tiempo y el anunciante solo paga por las vistas que tengan un tiempo mínimo del mensaje. Lo más importante en cualquier formato que escojas, es la calidad del anuncio y el máximo número de extensiones con información extra que puede complementar una conversión. Entre más elementos, puedes facilitar el contacto o la visita a la página web del negocio con un mayor nivel de conversión con llamadas, ubicación y links a páginas adicionales.

Implementar cada uno de los pasos puede tomar tiempo y recursos. Realiza una planeación estratégica y asegúrate de asesorarte de expertos que te permitan ahorrar tiempo dinero y obtener así los mejores resultados.

Rosa Cañamero

SOCIA DIRECTORA EXECOACH.

www.execoach.es

5 REGLAS PARA MEJORAR TU PODER DE INFLUENCIA

Son muchos los directivos y empresarios con los que hablo de cómo aumentar nuestro poder de influencia. "Quiero ser una persona más influyente en mi equipo o en mi empresa", me comentan.

Recuerdo un proceso de coaching que especialmente me llamó la atención por la manera en la que este cliente, un directivo senior, decidió medir el éxito de su proceso. Él se había marcado como objetivo mejorar su nivel de influencia en la organización a la que pertenecía y, cuando le pregunté sobre cómo íbamos a saber al final del proceso si había conseguido su objetivo, después de pensárselo durante un rato, me dijo: "Sabré que tengo más influencia sobre mis colegas si al terminar una conferencia que tengo dentro de tres meses, se me acercan más de cuatro personas a darme una enhorabuena sincera o a preguntarme por un aspecto concreto del tema que he expuesto". Pasaron los tres meses, me invitó a asistir a la conferencia y tengo que reconocer que sentí mucha admiración por él cuando descubrí que lo había conseguido. No sólo se le acercaron más de cuatro personas; sino que, allí mismo, le propusieron dar otra conferencia similar para un auditorio mucho más numeroso.

Ser influyentes nos permite llegar a muchas personas y poder ofrecerles nuestros conocimientos y experiencias. A la mayoría de las personas nos gusta sentir que lo que decimos o hacemos es puesto en valor por otros; sin embargo, conseguirlo no siempre resulta fácil. A algunas personas esta competencia les sale de manera natural. Otros tienen que aprender a desarrollarla. Conocer sus principales reglas y atrevernos a empezar a ponerlas en práctica es un buen punto de arranque.

1ª Regla: Sé auténtico: Permítete ser real y no falso o artificial. Confía en quien eres, sin esconderte detrás de una pose o unos artificios que apagan tu brillo personal.

Si confías en ti, en tu autoridad personal, tus intervenciones serán más auténticas, transmitiendo de verdad lo que piensas y no lo que los demás pueden aprobar. Si eres sincero —diciendo en todo momento lo que piensas— y honesto —diciendo en todo momento lo que sientes—, te convertirás en ese tipo de personas en quienes se puede confiar: alguien con quien contar. Y no hay nada más importante, para poder influir en los demás, que ser una persona de confianza.

2ª Regla: Interésate sinceramente por los demás. A las personas no les interesa cuánto sepamos sobre un tema en cuestión, lo que de verdad valoran es saber que de verdad nos importan. Dale Carnegie en su libro Cómo ganar amigos e influir sobre las personas utiliza el paradigma del perro como ejemplo del único animal al que las personas cuidan sin recibir nada productivo a cambio. La gallina nos da huevos; la vaca, leche; los pájaros, cantan; pero el perro lo único que nos da es cariño sincero cada una de las veces que nos ve. Los seres humanos tenemos una gran herramienta para poder transmitir este mismo aprecio hacia nuestros semejantes: la herramienta de la escucha activa. Si alguien te está hablando, escúchalo atentamente. Déjale acabar su argumento, no le interrumpas, no le des tu opinión o consejo sin que te lo pida. Pregúntale acerca del tema que te está hablando, trata de evitar coger el protagonismo de

la conversación y asegúrate de que la otra persona ha percibido que entendiste su punto de vista.
Cuando escuchamos de esta manera, cuando le damos espacio a nuestro interlocutor y mostramos un interés auténtico hacia él o ella, estamos empalizando y generando una sólida relación de confianza.

3ª Regla: Mantén un estado de Presencia. Tenemos constantemente numerosos estímulos externos e internos que nos impiden estar presentes en lo que hacemos en el día a día y en los momentos de interacción con otras personas. Interrupciones, whatsapps, emails, llamadas, demandas de compañeros, jefes…, además de nuestros pensamientos, preocupaciones, expectativas o intereses. Todo esto acapara la atención de nuestra mente y nos impide en muchas ocasiones tener esa capacidad de estar presentes con las personas que nos rodean, por y para ellas en ese momento, prestándoles toda nuestra atención y respeto.
Estar presentes nos permite ser conscientes de lo que en cada momento está pasando por nuestra mente y darnos cuenta de si estamos emitiendo juicios acerca de la persona que está a nuestro lado o de lo que nos está contando. Los juicios —como nos dice Marshall Rosenberg, en su modelo de Comunicación No Violenta— son los grandes muros que separan a las personas. Si queremos influir en ellas, tenemos que desarrollar la capacidad de darnos cuenta de cuándo surgen en nuestra mente los juicios hacia los demás y cuestionárnoslos. La actriz Shirley MacLaine admite en su libro El Camino que cambió su forma de concebir las relaciones humanas cuando se dio cuenta de que, al apuntar a alguien con el dedo índice de su juicio, en realidad se apuntaba a sí misma al mismo tiempo con otros tres dedos juzgándose tres veces. Enjuiciar a los demás implica, en el fondo, juzgarnos y criticarnos a nosotros mismos. Estar más presentes nos ayuda a darnos cuenta de si estamos o no enjuiciando a los demás.

4ª Regla: Comunica correctamente. Una mala comunicación destruye el poder de la influencia. Probablemente todos tengamos la experiencia de haber vivido conflictos generados por una mala comunicación y la desconfianza que este suceso genera en nuestras relaciones. Por eso es muy importante ser capaz de expresar nuestras opiniones, ideas e intenciones con la mayor precisión posible. Un aspecto clave para desarrollar la habilidad de la comunicación influyente es tener conocimiento del contexto en el que nos encontramos y del significado que tienen nuestras palabras y comportamientos. Cada persona tiene una manera de integrar la información y es muy importante ser capaz de detectarla. Además, es muy importante aprender a comunicarnos de manera consecuente y con el lenguaje apropiado a cada situación. También es importante verbalizar cómo a la otra persona le va a beneficiar nuestro punto de vista.

5ª Regla: Conviértete en un experto en tu campo. Para poder influir en tu entorno, las personas necesitan confiar en que posees un conocimiento y una experiencia que otorgan credibilidad a tus decisiones. Por esta razón, cuanto más experto seas en tu campo, más posibilidad tendrás de que presten atención a tus argumentos, aunque a veces no los compartan. Debes comprender tu área de conocimiento, conocer el mercado al que te diriges y reconocer cuál es tu competencia. Uno de los agentes destructores más frecuentes de la capacidad de influencia y, con ella, de la pérdida de liderazgo, es una mala toma de decisiones recurrente.
En mi opinión, no hay recetas para influir en los demás: sólo sentido común y la intención sincera y honesta de situarnos en las relaciones humanas al mismo nivel del otro. No mirar a nadie por encima ni desde abajo. Difícilmente una persona de nuestro equipo va a dejarse influir por nosotros si nosotros no nos dejamos influir por ellos. Nadie es más que yo ni menos que yo.

MÁS DE 80.000 ALUMNOS han estudiado en Helen Doron

RAFFAELE FORGIONE, HDE COUNTRY MANAGER PARA ESPAÑA E ITALIA, SUBRAYA QUE "HAY UNA EXCELENTE OPORTUNIDAD DE EXPANSIÓN EN DIFERENTES ÁREAS URBANAS O RURALES CON POBLACIONES DE ENTRE 25 000 Y 100 000 HABITANTES"

La marca Helen Doron English nació hace 30 años, cuando la experta en ciencia lingüística Helen Doron tuvo la visión y creó un método único para enseñar inglés a los niños de una manera natural, que utiliza los mismos mecanismos con los que los pequeños adquieren su propia lengua materna. **JLP**

DESARROLLO Y ORGANIZACIÓN

A PARTIR DE ESE MOMENTO, se desarrolló una organización que en la actualidad está presente en 37 países de cuatro continentes, con más de 1000 centros de aprendizaje, 5000 profesores calificados y 120 Master Franchisors que han enseñado inglés a más de tres millones de niños.

En España, Helen Doron English aterrizó en 2005 con la apertura del primer centro en Barcelona. Desde entonces, se ha desarrollado con una organización de 5 Master Franchisors, 89 centros de enseñanza, 400 profesores y más de 17 000 estudiantes activos. En total, más de 80 000 niños han pasado por las clases de los centros de inglés Helen Doron en nuestro país.

Un método muy SINGULAR

LA SINGULARIDAD de la metodología de Helen Doron English, probada científicamente en 30 años de actividad, se actualiza y adapta a las nuevas generaciones, con especial atención a los nativos digitales, a través la introducción de nuevas tecnologías como realidad aumentada, aplicaciones en teléfonos inteligentes y tabletas, canales de Youtube y la primera radio web dedicada a la enseñanza en inglés.

El proyecto didáctico cuenta con más de 20 cursos adaptados a las necesidades de cada franja de edad.

FRANQUICIAS

A LOS FRANQUICIADOS se les ofrece un área exclusiva y todo lo que necesitan para comenzar y administrar el negocio: desde capacitación de profesoress y personal; materiales de marketing, como acceso a una galería de medios específica con todo el equipo necesario para la promoción tanto online como offline; acceso a un sistema informático para gestión de estudiantes, pedidos de materiales y CRM; elementos para decoración de las instalaciones; presencia en la web nacional y su propia microsite; así como apoyo pedagógico y comercial de los cinco Master Franchisors que cubren el territorio español.

GLOBAL FRANCHISE

TODO ELLO, así como las intenciones globales de la marca, la relación fomentada entre el franquiciador y el franquiciado, su comercialización y su gran avance le han llevado a obtener en este 2019 el Global Franchise Awards, patrocinado por Global Franchise Magazine, en la categoría de Best Children's and Education Franchise.

Continúa leyendo ▸▸

Máster, postgrado, MBA, título propio, oficial... ¿EN QUÉ SE DIFERENCIAN?

Después de años dedicando tiempo y dinero a una carrera universitaria llega la hora de graduarse y con ella la eterna pregunta: ¿sigo estudiando o entro en el mundo laboral?

APGB

> EN ESPAÑA SE REGISTRARON 205.049 MATRICULADOS EN MÁSTERES DURANTE EL CURSO 2017-18, UN 8% MÁS QUE EL CURSO ANTERIOR

Los datos revelan que cada vez más españoles optan por el primer camino con opciones como los másteres, que durante el curso 2017-18 registraron 205.049 alumnos matriculados en toda España, según datos del Ministerio de Ciencia, Innovación y Universidades, un 8% más que el curso anterior. Si la demanda es grande la oferta tampoco se queda atrás, ya que el Ministerio también calcula que durante el curso 2017-18 se impartieron 3.567 titulaciones privadas y públicas de máster. Precisamente, la gran oferta de estudios posuniversitarios hace que muchos recién graduados se sientan confundidos porque no saben cuál es la formación más adecuada a sus objetivos e intereses.

LAS PREGUNTAS MÁS COMUNES

Desde **IMF Business School** han querido responder a las preguntas más comunes que surgen a la hora de elegir este tipo de formación: **¿Cuál es la diferencia entre un máster y postgrado?** Estos dos tipos de titulaciones son los primeros pasos que toman los recién graduados que quieren seguir formándose, aunque entre ambos hay grandes diferencias. La que más salta a la vista es el número de horas lectivas, ya que los másteres suelen durar entre uno o dos cursos académicos, mientras que los postgrados tienen un máximo de uno, aunque normalmente no superan el semestre. La diferencia entre la duración también repercute en el número de créditos ECTS, pues dependiendo del número de horas cursadas los másteres ofrecen entre 60 y 120 y los postgrados entre 15 y 60.

A la hora de elegir también hay que tener en cuenta si el objetivo es académico o laboral. En este sentido, los másteres suelen ofrecer una orientación más amplia que los postgrados, ya que su objetivo es tanto la investigación académica como la formación profesional. Por su parte, los postgrados ofrecen un contenido mucho más especializado y concreto, por lo que su orientación es claramente profesional.

¿Y las diferencias entre un título oficial y propio?

Pese a que ambos pueden estudiarse en centros públicos o privados, los másteres oficiales están reconocidos por el Ministerio de Educación, por lo que deben superar unos estándares oficiales de calidad, mientras que los títulos propios dependen exclusivamente del centro que los ofrece. Esto aporta ciertas posibilidades extras a los estudiantes de másteres oficiales, como la obtención de puntos en oposiciones, solicitar becas al Ministerio de Educación y la posibilidad de continuar la formación a través de un doctorado, además de tener homologación en los 47 países miembros del Espacio Europeo de Educación Superior (EEES). Cabe mencionar que los másteres pueden ser oficiales o propios, pero los postgrados siempre son propios.

¿Qué otro tipo de estudios posuniversitarios hay que tener en cuenta?

Mención especial merecen los MBA (Master of Business Administration), muy valorados académica y profesionalmente, ya que ofrecen al alumno los conocimientos necesarios para dirigir una empresa. Existen muchos tipos, aunque normalmente suelen clasificarse según su nivel de profundidad: los Executive MBA están dirigidos a ejecutivos que quieren aumentar su formación, mientras que el resto suelen introducir a los recién graduados en el mundo de la administración de empresas. Y, al igual que cualquier otro tipo de máster, los MBA pueden ser oficiales o propios y privados o públicos.

Continúa leyendo ▸▸

PARA BELÉN ARCONES, DIRECTORA GENERAL DE IMF BUSINESS SCHOOL, "LA OFERTA DE FORMACIÓN DESPUÉS DE LA UNIVERSIDAD PUEDE LLEGAR A SER ABRUMADORA, POR LO QUE ANTES DE ELEGIR UN TIPO DE MÁSTER O POSTGRADO ES FUNDAMENTAL REFLEXIONAR A DÓNDE SE QUIERE LLEGAR CON ESOS ESTUDIOS"

Libros

Digitalízate o desaparece

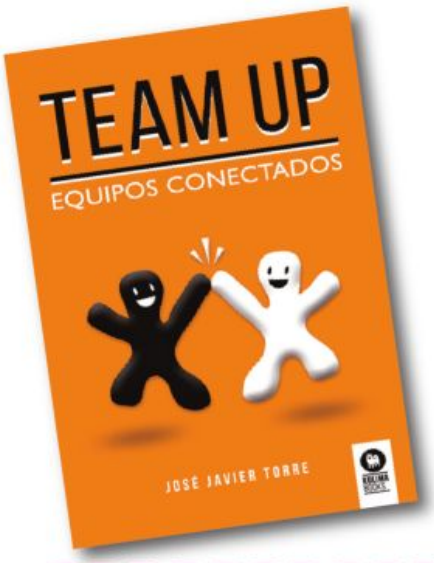
Claves para transformarse y competir en la nueva era. Todo lo que una empresa debe hacer para competir, crecer y prosperar en la era de la disrupción tecnológica.

Autor: Adolfo Ramírez Morales - Precio: 16,10 €

Las 12 únicas maneras de captar clientes

El cliente de hoy en día se ha vuelto cada vez más exigente. En una sociedad como la actual estamos ante un usuario onmicanal ¿cómo planificar una buena estrategia de venta teniendo en cuenta todas las plataformas existentes? Marketing directo, publicidad digital, neuromarketing, redes sociales o, incluso, inteligencia artificial. Mónica Mendoza aglutina en su nuevo libro todas las maneras de vender que existen y recoge las claves de cada una de ellas.

Autor: Mónica Mendoza - Precio: 14,21 €



Team Up. Equipos Conectados

En esta obra, su autor desarrolla un modelo denominado ConLid en el que identifica cuatro aspectos clave para la gestión óptima de equipos: la conexión, el compromiso, la dirección y el liderazgo. El autor desarrolla un método para la elección y gestión de grupos de trabajo Ha sido definido como un libro imprescindible para quien de verdad quiera liderar un equipo.

Autor: José Javier Torre Ruíz - Precio: 18,52 €

B-LEADER, el primer programa de liderazgo para cursar desde tu móvil

B-Leader es el programa que rompe las fórmulas tradicionales de formación en liderazgo. Con tan solo 15 minutos al día, y en solo 5 meses, permite a sus alumnos adquirir las habilidades necesarias para convertirse en un líder de éxito.
A través de una atractiva app, B-Leader pone a disposición de sus más de 11.000 alumno todos los recursos, contenidos y dinámicas de juego necesarios para aprender a liderar de forma ágil y divertida, mientras conecta con otros compañeros y tutores, sin salir de la aplicación.

BOOMVA, el marketplace de profesionales para los servicios del día a día

Es la plataforma global de servicios del día a día pensada para las personas que demandan cualquier tipo de servicios. La app conecta a profesionales con usuarios que requieren de un servicio cotidiano o de manera puntual, con la ventaja de poder comparar diferentes profesionales gracias a un sistema de valoraciones.
Entrenador personal, canguro, paseador de perro, personal shopper e informático son algunas de las profesiones que Boomva ofrece en su app. Además de otros servicios más tradicionales como carpintería, peluquería o limpieza del hogar.
Boomva además de los servicios tradicionales, cubre otras necesidades menos habituales como son la ayuda de un personal shopper, nutricionista, costurera, paseador de perros, asistencia a tercera edad, especialista en marketing o wedding planner.

PRIMER HACKATHON
A BORDO DE UN AVE MADRID – BARCELONA

29 de noviembre - 1 de diciembre, Madrid (España)

EL AVE DE MADRID A BARCELONA se convertirá en un espacio de innovación, trabajo y creación durante el primer Hackathon de **TrenLab**, la aceleradora de startups de Renfe que desarrolla Wayra España, el hub de innovación abierta de Telefónica. Este encuentro, realizado en colaboración con Talent Garden, plataforma de innovación digital, escuela y espacio de coworking líder en Europa, está diseñado para buscar soluciones de comunicación con el cliente que mejoren la experiencia de viajar en tren.

TECHSTARS STARTUP WEEKEND ALL-IN-ONE

13 al 15 de diciembre, Sevilla (España)

SEVILLA ACOGERÁ del 13 al 15 de diciembre por primera vez una edición del Sevilla Startup Weekend 'All in One', evento emprendedor en el que los participantes vivirán una experiencia única durante más de 54 horas de trabajo para convertir sus ideas de negocio en startups, empresas de joven creación con base tecnológica. Este Starutp Weekend tendrá lugar en las instalaciones del Edificio CREA.

#NoTalkAllAction

Social Media MARKETING DAY

25 de enero, Barcelona (España)

EL 25 DE ENERO LLEGA la 9ª Edición del Social Media Marketing Day. Un evento que reunirá en Barcelona a todos los profesionales del Social Media, Marketing Digital, Community Management y SEO.
Una nueva jornada de contenidos innovadores y prácticos que pueden ayudarte a obtener un mayor y mejor conocimiento sobre los temas 2.0 que más te interesan. El evento sólo tiene la opción presencial, no habrá streaming.

#SMMDay

Mobile World Congress

Del 24 al 27 de febrero, Barcelona (España)

MOBILE WORLD CONGRESS 2020 se celebrará en Barcelona del 24 al 27 de febrero. Es el mayor evento del mundo en el sector Mobile. MWC es el evento móvil más grande del mundo, que reúne las últimas innovaciones y tecnología de punta junto con los visionarios más influyentes de la actualidad.

#MWC20

MASS
is
TECHNOLOGY

Suscríbete en
www.massbienestar.com