

emplea y emprende

Nº 27 - 2020

**ZOOM EL
TRIUNFO
DE LA RED**

PABLO HERREROS,
experto en influencers

El éxito de
**SOUT
SUMMIT 2020**

CEUTA OPEN FUTURE,
desarrollo y empleo



DECISIVO PARA TI, CLAVE P

El Executive MBA del IESE potencia todas tus capacidades para que llegues allá donde quieras y profesional que te prepara para superar los desafíos del futuro. En el programa adquirirás experiencia de 400 casos y desarrollarás nuevas habilidades y conocimientos que aplicarás directamente 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

¿HACIA DÓNDE VAMOS?

Tecnología y comunicación por medios digitales



A pesar de la pandemia mundial que ha provocado el COVID19 unas consecuencias dramáticas, con cientos de miles de personas fallecidas y el enorme impacto económico a nivel mundial, debemos confiar en la capacidad de superación para afrontar una nueva etapa donde muchas de las cosas a las que estábamos habituados ya nunca serán igual.

Este número de Emplea y Emprende, recoge las tendencias hacia donde se dirigen las empresas, la tecnología y la comunicación por medios digitales es ya una realidad, Sout Summit 2020 omnicanal y televisivo todo un éxito. El teletrabajo ha llegado para quedarse y las nuevas tendencias están generando oportunidades para el empleo y negocios solidos ¡Animo!, salimos de situaciones peores, con el tiempo y el buen hacer de los científicos, tendremos la vacuna para superar la pandemia.



umario

Nº27 - 2020



CEUTA OPEN FUTURE
Desarrollo y empleo

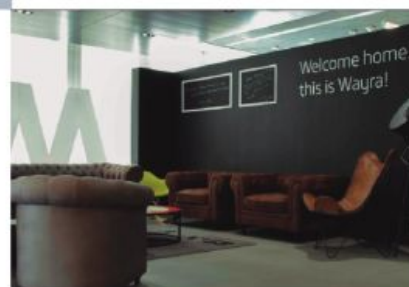
ZOOM
Conectando el mundo



SOUTH SUMMIT 2020
Éxito de la omnicanalidad

PABLO HERREROS
Experto en influencers

SECTOR INMOBILIARIO
Tendencias 2020



WAYRA Y LANZADERA
Unen fuerzas



ENLIGHTED 2020
Educación virtual

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
cgbianco@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.



GRUPO VIRTUS INCORPORA LOS TEST RÁPIDOS DE ANTÍGENOS PARA PALIAR EL COVID-19

● **Virtus**, grupo formado por Centro Médico Complutense, Laboratorio Dr. Goya y Clínica San Nicolás, ha incorporado los test rápidos de detección de antígenos en su cartera.

DESDE GRUPO VIRTUS recomiendan lo siguiente:

Siempre que haya existido un positivo COVID-19 en la empresa o en el entorno cercano, deberán realizarse un test rápido de antígeno las personas que hayan estado en contacto con esta persona cuando se encuentre entre el día 1 al 7 del contacto o bien dentro del día 1 al 5 desde el inicio de los síntomas.

Si se produce una indeterminación en el resultado de estos test o si éste es negativo, pero existe una sintomatología compatible con COVID-19, este diagnóstico debe ser confirmado con una prueba PCR. Es decir, el test de antígenos no sustituye la prueba PCR, sino que la complementa.

NACE VERNE TECH

● **Verne Group, Verne TECH**, la nueva apuesta por el desarrollo de servicios en tecnologías emergentes, dentro del sector TIC a nivel nacional e internacional.

Esta división de negocio, que arranca con una inversión de 10 M €, está enfocada en la estrategia, ejecución y desarrollo de proyectos de sistemas de infraestructuras, software de gestión empresarial, Business Intelligence y Machine Learning.





Reiníciate en digital

Apúntate a los nuevos cursos, programas y herramientas digitales gratuitas de **Conecta Empleo** y obtén las habilidades digitales que demanda el mercado laboral.

Reiníciate en
fundaciontelefonica.com

SUNMEDIA APUESTA POR EL TALENTO y la internacionalización para vencer la Covid-19

SUNMEDIA, LA ADTECH ESPAÑOLA líder en vídeo, mobile y native, sigue creciendo y evolucionando su modelo de negocio desde que comenzara el año, logrando superar los nuevos retos para el sector, en este año tan exigente marcado por la pandemia de la Covid-19.

La adTech ha incorporado, desde el pasado mes de marzo, un total de veinticuatro profesionales a sus filas. Ello supone un aumento de la plantilla del 20%, tanto en Europa como Latinoamérica, y refuerzan todas las áreas de negocio.

"Hemos enfocado este periodo de incertidumbre con trabajo en equipo, confianza y transparencia", explica Fernando García, CEO de SunMedia. "Nos hemos adaptado rápido y de forma flexible a las nuevas necesidades, buscando las mejores soluciones para los clientes y apostando por la expansión internacional y por el talento profesional, que se encuentra en la base de nuestro éxito".



PROSEGUR INCORPORA

**SOLUCIONES DEL ECOSISTEMA
START-UP A TRAVÉS DE SU PROGRAMA
DE INNOVACIÓN ABIERTA**



● Prosegur ha seleccionado a DotGis, Veridas, Thinger.io, Radio Physics Solutions y Ubirch como las cinco start-ups ganadoras del programa de innovación abierta COME IN, en el marco del Selection Day, iniciativa pionera en el sector de la seguridad privada.

DE ENTRE LOS CINCO RETOS planteados por la compañía, DotGis ha resultado ganadora del reto corporativo encaminado a utilizar de manera eficiente la información tanto en el ámbito público como privado para la toma de decisiones estratégicas. Por otro lado, Prosegur Alarms planteó un reto para simplificar la compra y gestión de productos o servicios sin interacción humana. El ganador, Veridas, ha presentado una propuesta que consiste en utilizar tecnología biométrica de voz para identificar al cliente que contacta con Prosegur y darle una respuesta inmediata. Para mejorar la eficiencia de la gestión del dinero en efectivo, Prosegur Cash ha seleccionado la propuesta de Thinger.io, una cerradura inteligente automática. Para buscar soluciones de seguridad con métodos no invasivos para espacios o eventos concurridos, se ha seleccionado la propuesta de Radio Physics Solutions. Por último, en cuanto a ciberseguridad y al refuerzo de la seguridad y la confianza en la red de IoT y sus dispositivos, ha destacado la propuesta de Ubirch.

SANITAS RENUEVA EL ACUERDO DE colaboración con Barcelona Health Hub, ecosistema de salud digital líder en Europa

LA TRANSFORMACIÓN DIGITAL en la que Sanitas se encuentra inmersa tiene como eje central las personas. La compañía renueva este acuerdo de colaboración con Barcelona Health Hub para trabajar de forma conjunta con otras compañías y startups en el desarrollo de actividades y herramientas en salud digital para estar más cerca de los clientes y pacientes. Tecnología e innovación al servicio de la salud y el bienestar personal que permitan ofrecer servicios diferenciales y de alto impacto y valor.



NEXT ELECTRIC MOTORS

cierra una ronda de financiación de 500.000 €

La inversión permitirá a NEXT Electric Motors continuar con su objetivo de crecer en España y Europa (donde ya comercializa su modelo NX1 en Holanda y Alemania) y afianzarse como una marca de referencia en el sector de las motos eléctricas.

LA EMPRESA NACIÓ EN 2017 y ha sido apoyada por Lanzadera, la aceleradora de startups impulsada por Juan Roig en el hub de emprendimiento Marina de Empresas. En el último año ha vendido alrededor de 400 unidades del modelo NEXT NX1 "Con esta inyección de capital podremos seguir innovando para acelerar nuestro crecimiento internacional y ampliar el catálogo de motos eléctricas para que cada vez más gente pueda dar el salto a la movilidad eléctrica", afirma el CEO de NEXT Electric Motors, Xulei Xu.

En marcha **CEUTA OPEN FUTURE** el programa para el FOMENTO del desarrollo y la EMPLEABILIDAD en Ceuta



- Nace con el objetivo de crear un ecosistema emprendedor basado en proyectos innovadores, que incidirá directamente en el fomento del empleo en la Ciudad.
- El Ángulo, situado en las Murallas Reales, será el espacio donde se desarrollarán las actividades de Ceuta Open Future.

El Gobierno de Ceuta a través de PROCESA pone en marcha el programa Ceuta Open Future, una iniciativa que tiene como principal objetivo la creación de un ecosistema emprendedor basado en proyectos innovadores y que incidirá directamente en el fomento del empleo. Para su puesta en marcha y desarrollo, el Gobierno adjudicó el contrato a Telefónica después de un proceso de contratación pública.

El impulso del talento, la transformación digital de las empresas, la apuesta por el emprendimiento y la formación tecnológica son los ejes sobre los que gira la iniciativa, que aspira a posicionar el centro "El Ángulo", situado el Revellín del Ángulo de San Pablo, en las Murallas Reales, como un espacio de referencia en innovación para la Ciudad Autónoma, revitalizando y enriqueciendo su tejido empresarial.



EL INSTITUTO TECNOLÓGICO

Los alumnos que opten a una plaza en alguno de los programas que compondrán la amplia oferta formativa del Instituto

Tecnológico de El Ángulo se beneficiarán de la experiencia de un equipo docente formado por algunos de los mejores profesionales del sector, unas modernas instalaciones y el aval de CESUR, un centro oficial de Formación Profesional con más de 20 años de experiencia y más de 20 centros en todo el territorio nacional.

CICLO FORMATIVO TÉCNICO SUPERIOR EN DESARROLLO DE APLICACIONES WEB

EL CICLO FORMATIVO de Técnico Superior en Desarrollo de Aplicaciones Web será el primer programa que se pondrá en marcha en el Instituto Tecnológico El Ángulo de Ceuta Open Future.

Se trata de un programa de 2.000 horas de duración, perteneciente a la Familia de Informática, en el que se pretende que el alumno adquiera los conocimientos y cualidades suficientes como para desarrollar, implantar y mantener aplicaciones web, con independencia del modelo empleado y utilizando tecnologías específicas, garantizando el acceso a los datos de forma segura y cumpliendo los criterios de accesibilidad, usabilidad y calidad exigidas en los estándares establecidos.

El ciclo formativo está dirigido a alumnos que cumplan alguno de los siguientes requisitos:

- Estar en posesión del título de Bachiller.
- Estar en posesión de un título de Técnico, Técnico Superior o Técnico Especialista.
- Haber superado el Curso de Orientación Universitaria (COU).
- Haber superado la prueba de acceso a ciclos formativos de grado superior (se requerirá tener, al menos, diecinueve años cumplidos en el año de realización de la prueba, o dieciocho años si se tiene un título de grado medio).

Este programa, habilita a sus alumnos para que, si lo desean, puedan acceder a todas las enseñanzas universitarias oficiales de Grado al finalizar sus estudios.

En caso de que el alumno opte por desarrollar su carrera profesional en el sector, el profesional que cuenta con esta formación puede ejercer su actividad desempeñando su trabajo en el área de desarrollo de aplicaciones informáticas relacionadas con entornos Web (intranet, extranet e internet):

- Programador Web.
- Programador Multimedia.
- Desarrollador de aplicaciones en entornos Web.

EL ÁNGULO

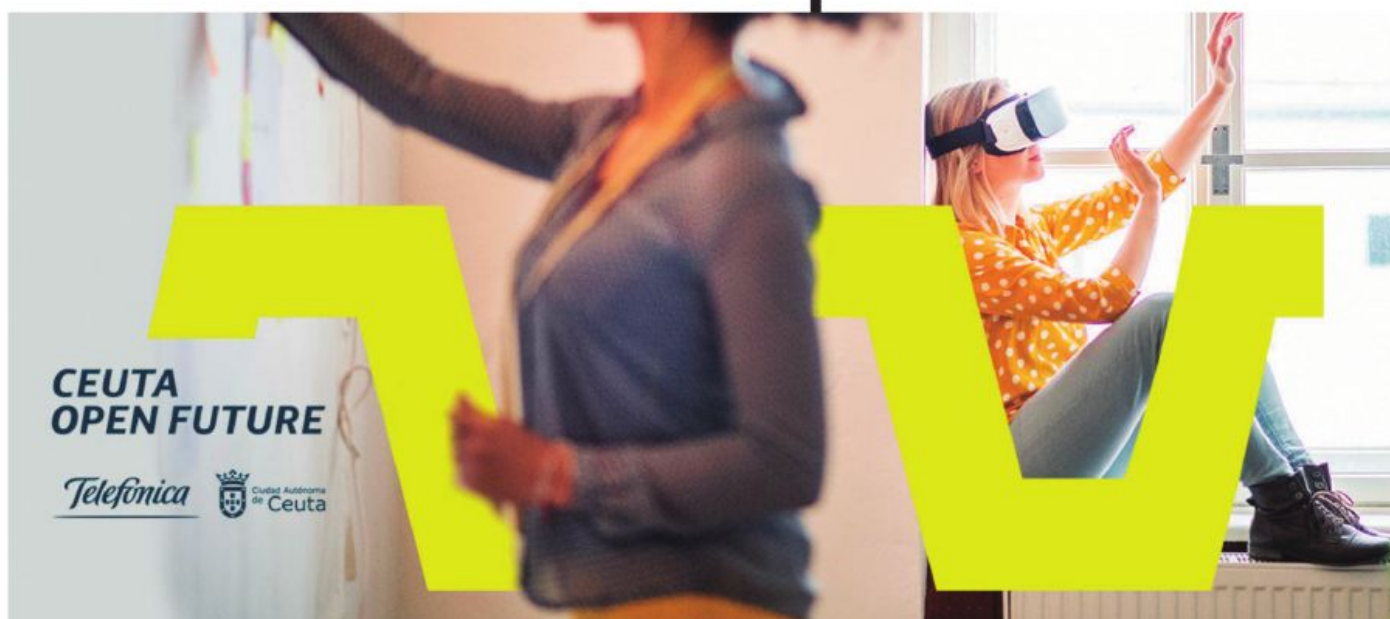
- El Ángulo será el espacio donde se desarrollarán las actividades de Ceuta Open Future. En este moderno centro, que tiene previsto abrir sus puertas en el mes de septiembre de 2020, convivirán las startups que sean seleccionadas por el Hub de Aceleración de Empresas y los alumnos que cursen alguno de los ciclos formativos de grado superior que se ofertarán por parte del Instituto Tecnológico.
- Este espacio contará con medidas de seguridad anti COVID-19.

PLAZOS

La call de innovación abierta para startups de Telefónica Open Future 2020 recibirá inscripciones hasta el 14 de octubre.

INFORMACIÓN E INSCRIPCIONES

Para más información e inscripciones, consultar en:
www.ceuta.openfuture.org



"ESTE PROGRAMA, HABILITA A SUS ALUMNOS PARA QUE, SI LO DESEAN, PUEDAN ACCEDER A TODAS LAS ENSEÑANZAS UNIVERSITARIAS OFICIALES DE GRADO AL FINALIZAR SUS ESTUDIOS"

EL HUB DE ACELERACIÓN DE EMPRESAS

LAS STARTUPS que sean seleccionadas para ser aceleradas en El Ángulo disfrutarán de todas las ventajas que proporciona el programa Open Future:

- Metodología propia de aceleración, enfocada en sacar el máximo potencial de los proyectos acelerados.
- Mentorización personalizada, adaptada a las circunstancias de cada proyecto y liderada por expertos profesionales en todas las áreas y materias imprescindibles para el desarrollo de las diferentes iniciativas. El programa de aceleración se considera un “trabajo personalizado” con cada una de las startups participantes, puesto que las em-

presas seleccionadas pueden dedicarse a negocios distintos y se encuentran en fases/estados distintos.

- Pertenencia al ecosistema Open Future, donde las startups contarán con contactos con otros profesionales, emprendedores, toda la red de mentores y demás stakeholders, que le ayudarán a darle a su proyecto el impulso que necesita.

Más información

www.ceuta.openfuture.org

ceuta@openfuture.org

“EL IMPULSO DEL TALENTO, LA TRANSFORMACIÓN DIGITAL DE LAS EMPRESAS, LA APUESTA POR EL EMPRENDIMIENTO Y LA FORMACIÓN TECNOLÓGICA SON LOS EJES SOBRE LOS QUE GIRA LA INICIATIVA”



SOLUCIONES DE CORREOS para las Pymes



Una propuesta de productos y servicios adaptables a cada negocio con el objetivo de incentivar las ventas.

CAPTACIÓN B2C

Con el objetivo de atraer más clientes, Correos ofrece los siguientes servicios:

- **Geoposicionamiento de los consumidores:** localización de los clientes potenciales en función de múltiples variables que se almacenan en sus bases de datos. Se facilita la identificación de oportunidades claves para cada estrategia de negocio.
- **Acceso a hogares:** permite contactar con los hogares españoles más adecuados de forma semidireccionada pero con máxima garantía de entrega.
- **Comunicaciones para captar nuevos clientes:** perfecto para distribuir mailing de pequeños formatos, que por su peso y tamaño permite ser manipulado automáticamente y depositado en el buzón.



CAPTACIÓN B2B

Correos ofrece una solución de Marketing Directo que permite:

- **Segmentar para llegar al público objetivo:** a partir de un gran volumen de variables de decisión y calidad de las Bases de Datos para tener éxito en las estrategias de captación B2B.
- **Las mejores bases de datos nacionales de empresas y negocios.**
- **Comunicaciones para captar nuevos clientes:** perfecto para distribuir mailing de pequeños formatos, que por su peso y tamaño permite ser manipulado automáticamente y depositado en el buzón.
- **Gestión de la información de las devoluciones:** Correos registrará las devoluciones que puedan producirse en los envíos realizados informando de los resultados.



FIDELIZACIÓN

La mejor opción para fidelizar a los clientes se obtiene mediante las soluciones de Marketing Directo que permiten:

- **Convertir los contactos en excelentes:** mejorando el contacto con los clientes, optimizando tus bases de datos gracias a la normalización y cualificación para realizar campañas de marketing directo con resultados positivos.
- **Enviar las comunicaciones para captar nuevos clientes:** perfecto para distribuir mailing de pequeños for-

matos, que por su peso y tamaño permite ser manipulado automáticamente y depositado en el buzón, aumentando así la eficacia en la distribución de campañas.

- **Omnicanalidad más efectiva:** se facilita la plataforma para que el mensaje llegue también por email y SMS a los clientes.
- **Información de las devoluciones:** Correos registrará las devoluciones permitiendo tener actualizada la base de datos.
- **Conoce todas las Soluciones de Correos Directo.**



KUDO, STARTUP GANADORA de Future of Work en South Summit 2020

De origen estadounidense, este proyecto ha creado una plataforma de conferencias web con traducción en vivo en múltiples idiomas, impulsada por intérpretes humanos profesionales y con IA, para mejorar las reuniones multilingües. **JLP**



EL SECTOR LABORAL EN AUGE

LAS STARTUPS MÁS INNOVADORAS del sector laboral presentaron en South Summit 2020 sus proyectos ante inversores y corporaciones en búsqueda de innovación y nuevas oportunidades de negocio, resultando ganadora de este vertical: **Kudo**. Se trata de un proyecto de origen estadounidense que ha creado una plataforma de conferencias web con traducción en vivo en múltiples idiomas, impulsada por intérpretes humanos profesionales y con IA, para mejorar las reuniones multilingües.

Zoom, propiedad de Kudo, resultó vencedor entre el resto de startups del sector seleccionadas entre las 100 finalistas de la Startup Competition: **Bounsel, Chattigo, Entire Digital, Intelistyle, Klaud9, Personify XP, Pyoneer.io, Talkpush, Allganize y Beatdapp.**

ERIC YUAN FUNDADOR DE ZOOM

Zoom es la plataforma de videoconferencias que ha crecido de manera exponencial este a causa de las nuevas dimensiones que ha adquirido la vida personal y profesional con la pandemia del Covid-19. Además de la competición de startups, en esta primera jornada ha destacado la participación de Eric Yuan, fundador de Zoom.



ERIC YUAN DESTACÓ la importancia de no ser arrogante y ser humilde. En este sentido, señaló que "poner en marcha una empresa es un largo viaje, así que hay que centrarse en la cultura de la empresa y el valor que podemos aportar a la sociedad, mantenerse en ese foco y trabajar duro todos los días porque a diario te enfrentas a nuevos problemas diferentes; lo importante es encontrar el equilibrio." El fundador de Zoom asegura que, con el Covid-19, "he aprendido que herramientas como la nuestra pueden ayudar a la gente a mantenerse conectada en momentos de crisis o necesidad".

Además, compartió algunas de sus claves para gestionar de la mejor manera posible su tiempo, así ha hablado de su necesidad de "desconectar durante 15 minutos al día del teléfono y llamadas a través de Zoom, me ayuda a mejorar cada día y a pensar introspectivamente sobre mí mismo".

Imágenes de South Summit 2020 ►►



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.**





SUBMER, ganadora de South Summit 2020

El gran vencedor de la edición de este año es un proyecto procedente de Barcelona, que desarrolla y fabrica tecnología de refrigeración por inmersión líquida, altamente eficiente y respetuosa con el medio ambiente, para cualquier tipo de equipo informático y que permite ahorrar el 50% de la electricidad y el 85% del espacio físico.



SOUTH SUMMIT, nuevo éxito

SOUTH SUMMIT 2020 CERRÓ su edición comunicando los premios. La startup ganadora de esta edición: la catalana **Submer**. Creada en Barcelona, se trata de un proyecto que desarrolla y fabrica tecnología de refrigeración por inmersión líquida, altamente eficiente y respetuosa con el medio ambiente, para cualquier tipo de equipo informático y que permite ahorrar el 50% de la electricidad y el 85% del espacio físico. También originaria de Barcelona, **SingularCover**, ha sido reconocida en esta edición de South Summit 2020 como la startup 'más escalable'. Se trata de una plataforma que permite a las PYMES adquirir seguros personalizados para las necesidades de su negocio en un proceso rápido y sencillo.

POR SU PARTE, la madrileña **Medicsen** ha sido distinguida como la 'startup más innovadora' por el desarrollo de smartpatch, el primer sistema transdérmico de administración de medicamentos para la diabetes portátil, indoloro y seguro.

Por último, el proyecto estadounidense **Kudo** ha recibido la mayor puntuación como startup con el 'mejor equipo'. Se trata de una plataforma de conferencias web con traducción en vivo en múltiples idiomas, impulsada por intérpretes humanos profesionales y con IA, para mejorar las reuniones multilingües.

FORMATO OMNISCANAL Y TELEVISIVO

El nuevo formato omniscanal y televisivo, pionero a nivel mundial en esta reinventada edición de South Summit 2020, ha permitido la interconexión de los actores clave del ecosistema -inversores, startups y corporaciones-, y la generación de oportunidades reales de negocio, independientemente del lugar donde se encontraban cada uno de ellos.

AUDIENCIA

Esta edición de South Summit ha contado con una alta participación, gracias a una audiencia de más de 30.000 personas durante los tres días del encuentro, el 44% de procedencia internacional. "El doble que en pasadas ediciones", ha asegurado en la ceremonia de clausura María Benjumea, fundadora de South Summit.



ADEMÁS DE ESPAÑA, el público ha provenido de países latinoamericanos como México, Perú, Colombia, Chile o Argentina. También se han conectado desde otros países europeos, como Reino Unido, Alemania, Portugal, Francia o Italia, además de Estados Unidos, Brasil, e India.

ABIERTA 365 DÍAS

En palabras de María Benjumea, "en el encuentro de este año hemos contado con un contenido de primera calidad, mucho más internacional y, sobre todo, con el foco en la atemporalidad, como si de una serie de una plataforma de contenidos a la carta se tratase, permitiendo así acceder a él en cualquier momento, incluso una vez pongamos fin a esta cita de 2020".

Además, la fundadora de South Summit ha recordado que su plataforma de networking estará abierta los 365 días del año y "ya tiene más de 25.000 inscritos. Nos hemos convertido en una plataforma digital, que estará activa todo el año, con un carácter más internacional, con más duración en el tiempo y con un contenido que se replica".

STARTUPS GANADORAS POR SECTORES

Las startups elegidas como ganadoras en cada uno de los verticales han sido: la barcelonesa **SingularCover**, en Fintech; la también barcelonesa **Submer**, en Energy & Sustainability; la estadounidense **Kudo**, en Future of Work; la también estadounidense **MyBuddy.ai**, en Educación; la madrileña **Medicsen**, en el vertical de Health & Wellbeing; la también madrileña **Gataca**, en Connectivity & Data; la noruega **MIXMOVE**, en Mobility & Smart Cities; la sueca **Material Exchange**, en el ámbito de Consumer Trends, y la británica **BeRightBack**, en Travel & Tourism.

UNIVERSIDAD FRANCISCO DE VITORIA

   [ufvmadrid](https://www.ufvmadrid.es)



91 351 03 03
www.ufv.es

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



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



Universidad
Francisco de Vitoria
UFV Madrid

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



7 TIPS PARA GESTIONAR una crisis en redes sociales

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

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



Para gestionar una crisis hay que elaborar un plan antes de que esté llegue a nosotros, como un plan de evacuación ante un incendio, es algo que ya debe estar elaborado con anterioridad. Si tenemos un plan de acción definido, podremos evitar “quemarnos” durante la crisis o ante cualquier dificultad que pueda aparecer en tu marca. Por eso te dejamos estos consejos para que puedas manejar un momento de crisis en tu comunidad social.

1. Crear un plan de acción

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



2. Pensar antes de actuar

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

3. Presta atención a las conversaciones en redes

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

4. Analiza la crisis

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

5. Reconoce el error

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

6. Observa y responde

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

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

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

7. Sé "likeable"

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

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

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

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

¡ASUMIR ERRORES ES ASUMIR VICTORIAS!



Los 7 errores que NO debes cometer EN EL MARKETING DE INFLUENCIA

<< Haz que el influyente y tu marca cuenten lo que sea de forma humilde, sincera y cercana, y sin que parezca que han inventado la Coca-Cola (ni siquiera si eres la propia marca de bebidas de Atlanta) >>



“A LOS BLOGGERS E INFLUENCERS, TÓCALES EL EGO”. VALE, PERO NO LOS TRATES COMO IMBÉCILES. ES UNA DE ESAS CREENCIAS QUE NUNCA ENTENDERÉ CÓMO SE CUELA EN LA MENTE DE ALGUNOS ORGANIZADORES DE EVENTOS O ACCIONES PARA INFLUYENTES.”

En 2019 las marcas españolas invirtieron 62 millones de euros en marketing de influencers, según el **Estudio InfoAdex** de la Inversión Publicitaria en España 2020, un 67% más que en 2018.

EN 2020, año marcado por la COVID-19, un año de incertidumbre y de cambios, el único medio que mejora su comportamiento durante ambos meses es el Digital. En el mes de julio de este año ha experimentado **un incremento de inversión publicitaria del 2,9%** frente al mes de julio de 2019, obteniendo 164,9 millones de euros.

LAS MARCAS

Los anunciantes han encontrado en los influencers unos grandes embajadores para conectar con sus posibles clientes, que los perciben como más cercanos que la publicidad tradicional y confían en sus consejos. El marketing de influencia se posiciona como una de las herramientas más efectivas para las marcas. Pablo Herreros, mentor y experto en marketing y comunicación, explica los siete errores a evitar en el marketing de influencia y siete consejos hacer marketing de influencers con éxito.

Pablo HERREROS

Mentor y experto en Marketing y Comunicación

LOS 7 ERRORES CAPITALES

1. Huye del 'yo, mí, me, conmigo'. Este error lo llevo viendo 20 años en las ruedas de prensa y en las notas de prensa de decenas de empresas. Expresiones como "somos líder mundial de recauchutado polimérico de tornillos en hilera según el prestigioso ranking de Puchins", ya daban urticaria hace una década a cualquiera que las leyera.

En un mundo en el que la conversación es horizontal, las empresas que sacan pecho molestan más que nunca. Y si hablamos de hacer eventos con influencers, somos aún más alérgicos a ese tipo de mensajes de autocomplacencia, a ese 'roneo pa' ti solo', que se dice en el flamenco.

MUESTRA HUMILDAD

Haz que el influyente y tu marca cuenten lo que sea de forma humilde, sincera y cercana, y sin que parezca que han inventado la Coca-Cola (ni siquiera si eres la propia marca de bebidas de Atlanta).

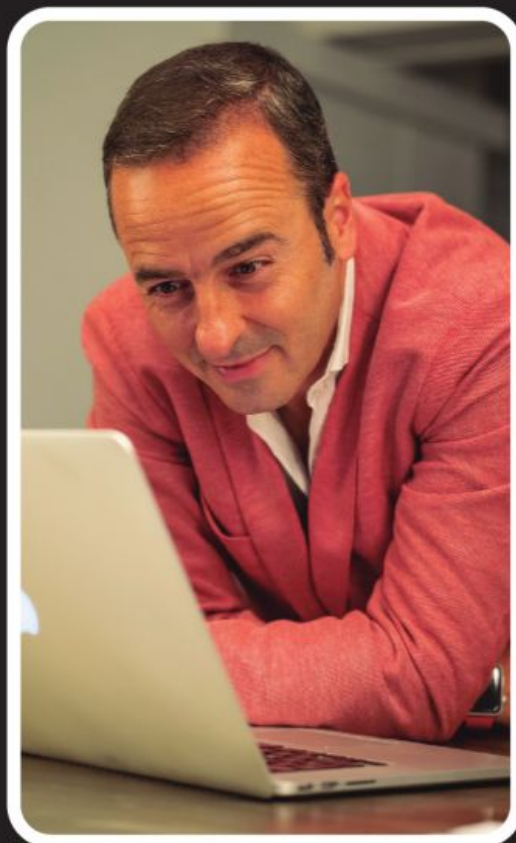
2. No trates a los influencers como si fueran idiotas

"A los bloggers e influencers, tócales el EGO". Vale, pero no los trates como imbéciles. Es una de esas creencias que nunca entenderé cómo se cuela en la mente de algunos organizadores de eventos o acciones para influyentes.

Recuerdo en un evento de una ONG al que fui, nos invitaban a todos los bloggers a posar solos dentro de un photocall como si fuéramos estrellas de Hollywood. Supongo que querían darnos protagonismo para que luciéramos como gente solidaria. Nos homenajearon a nosotros sin apenas contar nada de la ONG. En mi opinión, en un evento de una ONG los protagonistas no deben ser los bloggers, sino los receptores de la ayuda.

PIENSA EN TUS CLIENTES, ADÁPTATE.

EXPRESIONES
COMO "SOMOS
LÍDER MUNDIAL DE
RECAUCHUTADO
POLIMÉRICO DE
TORNILLOS EN
HILERA SEGÚN EL
PRESTIGIOSO
RANKING DE
PUCHINS", YA
DABAN URTICARIA
HACE UNA
DÉCADA A
CUALQUIERA QUE
LAS LEYERA



3. No impongas contenido ni lenguaje al influencer

Una marca quería que le pidiésemos al influencer que hablase de que con ese producto "se conseguían resultados brillantes", una expresión que le daba alergia al influyente porque le sonaba -con razón- a publicidad corporativa infumable. Convencimos a la marca de que dejase al influencer expresar su opinión de su producto con sus propias palabras. No impongas a tu embajador una forma de hablar impostada,

APUESTA POR LA NATURALIDAD Y EL ESTILO PROPIO.

4. No conviertas al influencer en un neón de Times Square

No satures con tus acciones: no hagas que tu influencer parezca un neón en Times Square. Deja que respire y no le fuerces a hacer más publicaciones de las que sean normales o serás percibido como spam por sus propios seguidores. Cuida la relación a largo plazo. Vigila también que tu influencer no trabaje o haya trabajado recientemente para otra marca competidora. Piensa en ellos como marcas y respétalos más que a la tuya.

PRACTICA EL RESPETO.

5. Haz acciones que sean coherentes con tu marca

Recuerdo otra vez que una marca me envió a unos actores a la oficina.

Cuando llegaron, los actores no hicieron nada más que preguntarme algo del estilo de "¿Carne o pescado?", y vestidos de forma algo ridícula, me rodearon para que nos hiciéramos una foto juntos. Ni eran actores, ni cantaron, ni bailaron, ni actuaron... A los cinco minutos, se habían ido ya.

Cuando vi la foto, yo era el único que sonreía a cámara, la vergüenza de verme en el centro de una escena ridícula me impidió publicar la foto en redes sociales, y cuando se fueron me quedé pensando que ni el regalo que me habían hecho (dos noches en un gran hotel), ni el juego de preguntas ni el nombre de la acción, tenían nada que ver con la marca a la que se supone que representaban. Era una marca de fotografía, por cierto.

Cuando se fueron, tuiteé algo amable mencionando a la marca porque me sentía mal porque me regalasen algo valioso y no darles ni las gracias. No había ni un solo elemento de toda la acción que tocara siquiera de lejos la actividad de la empresa, ni con un guiño.

TRABAJA Y CUESTIONA LAS ACCIONES VAYAS A REALIZAR CON TU MARCA.

6. Huye de influencers que no sean fans de tu producto

"Qué contento estoy con mi nuevo #GalaxyS4 de Samsung Mobile", tuiteaba una vez el tenista David Ferrer. Nada que objetar, salvo que el tuit lo ponía desde... un iPhone. Si ni siquiera es capaz de usar tu producto el famoso al que pagas expresamente por ello, es que todo lo has hecho mal. No hay nada más dañino que tener un embajador que ni por dinero sería capaz de usar tu marca. Si no es un fan declarado de la marca, entonces no es tu embajador: contrata a un deportista que sí adore tu marca.

QUE SEAN FANS DE TU MARCA Y NO DE LA COMPETENCIA.

Continúa leyendo ►►



Hacemos crecer tu negocio en **Internet.**



Creamos
tu Página Web en
sólo 5 días.



Armamos
tus campañas de
Email Marketing.



Montamos
tu Tienda Online
lista para vender.

CONTÁCTANOS

Llamándonos al +34 917 610945
www.donweb.com/porti

donweb by web.com



5 factores para impulsar LA ACTIVIDAD DEL SECTOR INMOBILIARIO

Muchas de las personas que habían paralizado la compra de un inmueble por el estado de alarma han retomado su actividad. Se unen a este grupo aquellos propietarios que buscan una vivienda más acorde con sus nuevas necesidades, o los interesados en segundas residencias. **JLP**



Búsqueda de viviendas de reposición, auge de los entornos naturales y rurales o nuevas herramientas digitales de venta, entre las tendencias protagonistas del último trimestre del año.

OPERACIONES de compraventa

SEGÚN LOS DATOS OFRECIDOS por el Consejo General del Notariado, en el mes de julio la compraventa de vivienda se situó en 48.586 transacciones, con una caída interanual de tan solo 5%, una cifra bastante razonable en comparación con las caídas interanuales que se registraron en abril (71,3%), mayo (53,4%) o junio (20,9%). Así, julio se consolida, hasta la fecha, como el mes con mayor número de transacciones de compraventa de vivienda del 2020.

Muchas de las personas que habían paralizado la compra de un inmueble por el estado de alarma han retomado su actividad, y a este grupo de interesados, se unen también ahora aquellos que buscan una vivienda de reposición.

Los 5 factores DE ACELERACIÓN

LOS EXPERTOS DE INSTITUTO DE VALORACIONES IDENTIFICAN LOS SIGUIENTES:

● **Búsqueda de viviendas de reposición:** con los cambios en el estilo de vida y hábitos que ha ocasionado la llegada de la pandemia, muchas familias se encuentran ahora en busca de un inmueble que sustituya su vivienda actual y que se adecúe en mayor medida a sus necesidades, como pueden ser espacios más amplios o exteriores, más luminosidad....

● **España como destino para el turismo de salud:** con la llegada de la pandemia y tras el período de confinamiento, ha cobrado importancia el cuidado de la salud física, mental y el bienestar en general. En este sentido, el turismo de salud se presenta para muchos como una gran opción para recuperar fuerzas, desconectar y descansar.



● **Condiciones de financiación que incentiven la inversión:** el mes de septiembre ha cerrado con una nueva bajada del euríbor, lo que plantea una buena oportunidad para todos aquellos interesados en pedir una hipoteca para la compra de una vivienda.

● **El clima, las costas y la naturaleza:** las buenas condiciones climatológicas de España, sus largas costas y sus enclaves naturales y rurales son un factor clave para la reactivación del sector inmobiliario..

● **Nuevas herramientas, nuevas facilidades:** las nuevas startups Proptech y los servicios digitales ofrecen a los diferentes players del sector mayores facilidades para realizar transacciones y operaciones de forma más cómoda, ágil y eficiente. Este es un factor que tendrá también un papel importante en el proceso de crecimiento del ladrillo. La posibilidad de visitar viviendas a distancia mediante tours virtuales y realidad virtual o la gestión de inmuebles sin contacto físico son solo algunas de las posibilidades que se abren gracias a la digitalización del sector.



LOS 13 ERRORES QUE TE GAFARÁN UNA ENTREVISTA DE TRABAJO

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 como 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”.



La ley de Segunda Oportunidad encuentra eco a través de Repara tu Deuda

Se ha producido la primera sentencia absolviendo de una deuda de más de 900.000 euros a un trabajador autónomo. **JLP**

Los autónomos son uno de los colectivos más susceptibles de acogerse a la Ley de la Segunda Oportunidad para cancelar deudas que a pesar de estar.

Repara tu Deuda, reparadora de crédito pionera en España en aplicar la Ley de la Segunda Oportunidad, desde que iniciaron su actividad el verano de 2015 ha recibido más de 1.200 solicitudes de prestación de servicios los autónomos que han solicitado sus servicios.



LA SENTENCIA constituye un precedente

UN AUTÓNOMO DE CASTELLÓN ha conseguido ser el primer caso de exoneración de todas sus deudas a un autónomo de Castellón, que se lleva a cabo mediante la Ley de la Segunda Oportunidad. Dicho emprendedor debía más de 900.000 euros a varias entidades financieras en condición de avalista. "Gracias a que este trabajador autónomo -explica Manel Fores, Director Jurídico Legal de Reparatu Deuda- se acogió a la Ley de la Segunda Oportunidad, ha quedado exonerado del total del pasivo insatisfecho, es decir se le perdona toda la deuda y ningún acreedor puede reclamarle".



A pesar de la lógica e importancia de esta importante norma, la ley de Segunda Oportunidad ofrece a las personas sobre endeudadas una oportunidad para empezar de cero. "Este fallo en Castellón marca un precedente -señala Fores- ya que existen muchos trabajadores autónomos endeudados que se podrían acoger al procedimiento y tener una oportunidad para volver a empezar".



Repara tu Deuda ayuda a las personas que se encuentran en **situaciones límite** a empezar de cero. Desde que la **Ley de la Segunda Oportunidad** fue aprobada, el 14 de julio de 2015, el **número de personas que exoneran** sus deudas gracias a la nueva **legislación va en alza**. Desde que **entró en vigor**, se han resuelto más de 150 casos **en España**.

¿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?

inbenta premio

'MEJORA EN EL PUESTO DE TRABAJO'

en los Premios Innova Emprendedores de la ONCE

Este reconocimiento convierte a la compañía tecnológica en proveedor de la ONCE con la inminente implantación de su proyecto.

Inbenta, compañía española especializada y referente en Inteligencia Artificial, ha sido galardonada en la primera edición de los Premios ONCE Innova Emprendedores, en la categoría 'Mejora en el Puesto de Trabajo' con su avanzado asistente conversacional de voz (Voicebot/Chatbot).

La compañía catalana presentó en su candidatura esta solución multi-canal, multilingüe y multidispositivo, que permite a las personas ciegas a través de su voz y de sus propias palabras, resolver todas las dudas que les puedan surgir en su puesto de trabajo de forma automática, con una disponibilidad 24/7.

Este premio ha supuesto para la tecnológica la implantación de su solución en la Organización Nacional de Ciegos Españoles; destinada a mejorar la vida laboral de más de 23.000 empleados y cerca de 73.000 afiliados de la ONCE.

El acto de entrega de premios presencial para las candidaturas presentadas estaba previsto para el pasado mes de marzo. En la actualidad, dada la situación que nos acontece con la crisis sanitaria, se ha prescindido de realizar dicho acto y en su lugar ha sido retransmitido en directo en su **canal de Youtube**.

David Fernández, Customer Success Director de Inbenta, ha recogido el galardón en un sorpresivo encuentro en las oficinas de la compañía catalana en el centro de Madrid. Hasta este lugar, se desplazó Luis Natalio Royo, Delegado territorial de la ONCE en la Comunidad de Madrid para hacer entrega del trofeo realizado en material reciclado por el reconocido escultor Sebastián Román.



EL JURADO DEL CONCURSO ha estado formado por expertos en innovación del ecosistema emprendedor como Enrique Benayas (ESIC); Ignacio Villoch (BBVA); Jorge Barrero (Fundación COTEC); José Bayón (ENISA); Carmen Martín Calvarro (Telefónica), entre otros. Inbenta ha sido premiada tras haber sido evaluada atendiendo a criterios cuantitativos y cualitativos, tales como grado de innovación, viabilidad técnica y económica, implantación del proyecto en la ONCE y teniendo en cuenta la mejora de la eficiencia y eficacia de los procesos y/o calidad de vida de las personas ciegas o con deficiencia visual grave. Con la puesta en marcha de estos premios, una vez más, la ONCE se posiciona como una entidad de vanguardia que abandera las tecnologías vanguardistas.

**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





Anwar Zibaoui

COORDINADOR GENERAL EN ASCAME

www.ascame.org

“LA ECONOMÍA SOCIAL Y UN NUEVO MODELO DE DESARROLLO”

La pandemia del COVID-19 ha revelado muchas grietas en nuestras sociedades, haciendo que afloren problemas políticos, económicos y sociales comunes en todo el mundo.

Por una parte, el sistema capitalista está en crisis. Es el mismo sistema que en el pasado ayudó a la liberación del dominio de los regímenes feudales y desarrolló la productividad. No obstante, se han ido perdiendo las normas y reglas éticas para conseguir ganancias inmediatas por codicia y visión a corto plazo.

Por otra, también hay una crisis social. Las instituciones del contrato social que habían logrado durante décadas el equilibrio y poner los cimientos de sociedades modernas y regímenes democráticos están en peligro. El sistema que proponía solidaridad e igualdad se ha degenerado.

Por ello hoy debemos emprender importantes reformas y transiciones para que la inclusión, la justicia, la sostenibilidad y la igualdad sean los cimientos de un nuevo modelo de desarrollo. Ante esta situación, la economía social aporta soluciones para hacer frente a la crisis con un cambio de perspectiva.

La economía social es ya una parte fundamental del sector privado y contribuye al desarrollo sostenible y la com-

petitividad. Es un actor empresarial de primer nivel que dinamiza las economías de países como España, Francia o Portugal. En la Unión Europea genera el 8% del PIB y representa el 10% del total de las empresas. En los países ribereños del Mediterráneo tiene un alto impacto socio-económico con más de 3,2 millones de empresas de economía social que generan 15 millones de empleos. La prosperidad es interdependiente de la inclusión y la sostenibilidad. Y es que ningún emprendimiento es sostenible si no incorpora y refleja la sociedad. La economía social es un sector vibrante de la economía y fomenta sociedades sostenibles e inclusivas, junto con empleo y crecimiento, pero necesita ecosistemas adaptados y propicios para prosperar.

El Mediterráneo se enfrenta a un serio desafío demográfico y precisa crear seis veces más empleos que los disponibles actualmente. Con un desempleo juvenil del 35%, un 45% en las mujeres, la situación es bastante peligrosa en algunos países. Tener un ecosistema empresarial sano, inclusivo y sostenible, produciría prosperidad y canalizaría todo ese potencial.

En Europa, la economía social engloba una pluralidad de empresas y entidades consolidadas con éxito que aportan empleos, cohesión social y son un factor clave

en la implementación de la Agenda 2030 de Desarrollo Sostenible.

Se necesita una acción coordinada y seria para crear economías inclusivas y empleo juvenil. Además, se debe facilitar el camino al sector privado y una mayor inversión pública en infraestructuras, sanidad y educación, que proporcione las herramientas requeridas.

Es posible favorecer el proceso de innovación y experimentación, además de la colaboración entre todos los actores del mercado, incluso en sectores de actividad no conectados a la economía social.

Los bancos tradicionales podrían mejorar sus prácticas de evaluación de riesgos para estimar con mayor pre-

cisión el riesgo asociado en préstamos a organizaciones de economía social. También sería adecuado animar a los actores de la economía social a movilizar sus propios recursos financieros creando fondos mutualistas. El objetivo es apoyar el emprendimiento social y las empresas sociales.

La economía social debe formar parte de un nuevo modelo de desarrollo económico, que englobe también una revolución digital, verde y azul, para lograr un sistema justo, igualitario e inclusivo que pueda satisfacer las expectativas sociales y reducir la brecha de injusticia. La lucha contra la desigualdad y la pobreza debe estar en el centro de este gran desafío.



WAYRA Y LANZADERA: ACUERDO PARA IMPULSAR EL EMPRENDIMIENTO EN VALENCIA



Acuerdo estratégico

Por primera vez, Wayra, el hub de innovación abierta de Telefónica y Lanzadera, la aceleradora de empresas impulsada por Juan Roig, dos actores clave y dinamizadores a nivel nacional, unen fuerzas para impulsar el ecosistema emprendedor en Valencia.

El acuerdo establece que Lanzadera y Wayra podrán proponerse mutuamente startups de sus carteras que puedan beneficiarse de una colaboración con la otra parte, compartiendo su dealflow.

Lanzadera y Wayra también se cederán sus espacios de trabajo para poder realizar actividades y acoger, ya sea de una forma permanente o temporal, a su personal o a sus respectivas startups.

CON ESTE
ACUERDO, TANTO
LANZADERA COMO
WAYRA REFUERZAN
SU COMPROMISO DE
APOYAR AL SECTOR
EMPRENDEDOR Y
APOSTAR POR ÉL
MÁS QUE
NUNCA

SECTOR EMPRENDEDOR VALENCIANO

CON UN FUERTE FOCO HACIA EL SECTOR emprendedor valenciano, ambas partes organizarán de forma conjunta actividades, convocatorias y eventos en la Comunidad Valenciana para dinamizar el ecosistema y generar más oportunidades para las startups. También la formación a emprendedores, área fundamental para ambas, se podrá organizar de forma conjunta, con talleres, cursos o píldoras informativas de una hacia la otra o en programas conjuntos.

Esta alianza llega en un momento desafiante para el sector emprendedor en España, que, no obstante, ha demostrado una inmensa capacidad de reinversión y flexibilidad durante los últimos meses. Con este acuerdo, tanto Lanzadera como Wayra refuerzan su compromiso de apoyar al sector emprendedor y apostar por él más que nunca, como llevan haciendo desde su creación (Wayra en 2011 y Lanzadera en 2013).

TELEFÓNICA

"WAYRA Y LANZADERA, dos iniciativas líderes en España, confirman con este acuerdo cómo la colaboración es clave para llevar la innovación a escala global. Valencia es ya un hub de emprendimiento clave en Europa y, desde

hoy, Wayra y Telefónica ayudarán a expandir su gran potencial de talento y creación de startups disruptivas", explica Miguel Arias, director Global de Innovación Abierta en Telefónica.

LANZADERA

POR SU PARTE, JAVIER JIMÉNEZ, director general de Lanzadera, ha afirmado: "Estamos muy orgullosos de este acuerdo con Wayra; que el hub de innovación abierta del Grupo Telefónica dinamice el ecosistema empre-

dor valenciano desde Lanzadera es muy buena noticia para todos.

Estamos seguros de que Wayra contribuirá con su conocimiento y tecnología al crecimiento de las empresas".

WAYRA

"EL ACUERDO TENDRÁ UN IMPACTO enormemente positivo en las startups de ambas carteras y ayudará a impulsar el ecosistema emprendedor en Valencia. Desde Wayra

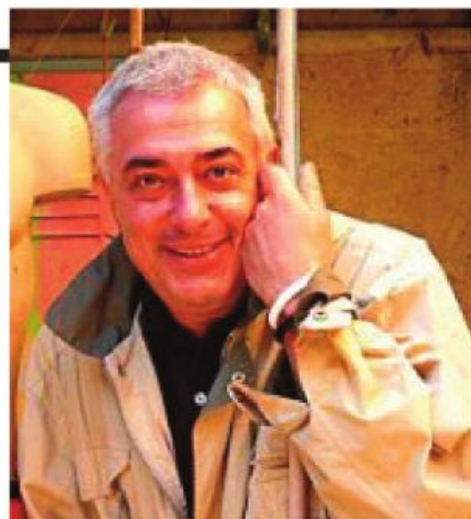
estamos felices de poder unir fuerzas con Lanzadera, un actor fundamental en el sector", concluye Marta Antúnez, directora de Wayra del área Mediterráneo.



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.



ENLIGHTED VIRTUAL 2020

reunirá a 20.000 participantes y más de 90 pensadores internacionales

EnlightED Virtual 2020 reunirá a 20.000 participantes de más de 20 países del 19 al 23 de octubre. Contando con la asistencia de los principales pensadores mundiales en educación, tecnología e innovación entre los que destacan Steven Pinker, Salman Khan, Rose Luckin, Hadi Partovi, Rebecca Winthrop o Satya Nadella. También se unirán a la cita Mariya Gabriele, comisaria europea de Innovación, Investigación, Cultura, Educación y Juventud e Isabel Celáa, ministra de Educación y Formación Profesional de España.

Fundación Telefónica, IE University, Fundación Santillana y South Summit vuelven a unirse para organizar enlightED Virtual Edition 2020, el debate sobre la Educación post Covid, con un novedoso formato virtual, interactivo y con una mayor proyección internacional.

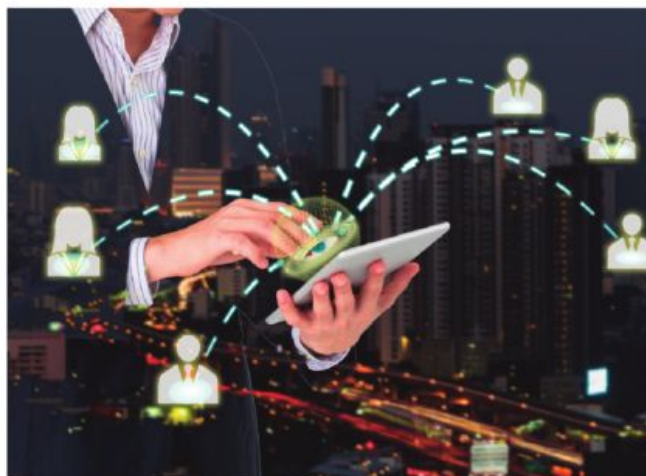
90 PENSADORES DE PRIMER NIVEL

CON UN PROGRAMA articulado en 5 días, enlightED 2020 reunirá a más de 90 expertos y pensadores internacionales, quienes reflexionarán sobre los aprendizajes de la humanidad en esta crisis; las innovaciones en el aprendizaje corporativo; las oportunidades y riesgos de la educación K12; los nuevos modelos de educación superior y los retos para la EdTech.

ENCUENTRO VIRTUAL

El encuentro, de carácter virtual, será en horario de 16:00 a 20:30 hora española, y se podrá seguir desde la web enlightED.education. El evento se emitirá en streaming, coordinados desde los Estudios Movistar, con ponencias desde varios países del mundo; workshops desde la Wow Room de IE University, y mesas redondas desde el Auditorio del Espacio Fundación Telefónica.

<< EnlightED Virtual Edition 2020 contará con el Best Practices Corner con el objetivo de difundir las mejores prácticas de educación digital puestas en marcha a raíz del confinamiento por la Covid-19 >>





José María Álvarez-
Pallete
CEO, Telefónica



Rose Luckin
Experta en IA y
Directora, EDUCATE



Jeff Maggioncalda
CEO, Coursera



Satya Nadella
CEO, Microsoft



Salman Khan
Fundador, Khan
Academy



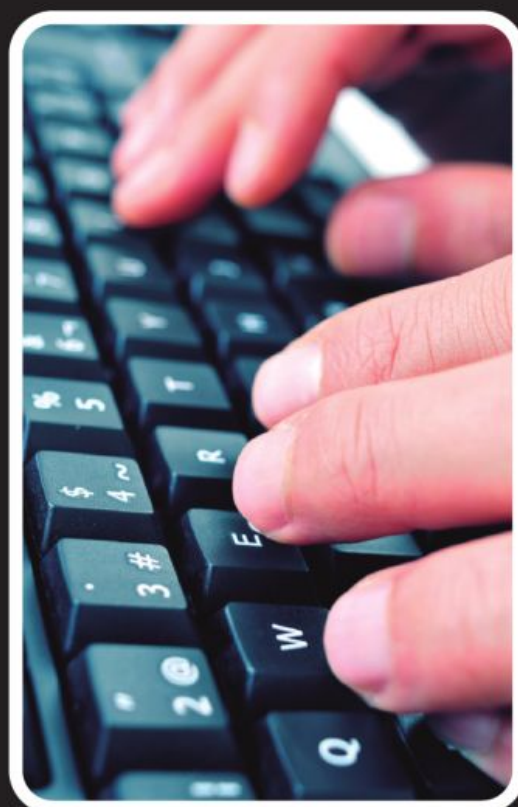
Steven Pinker
Profesor de Psicología,
Harvard University

PONENTES DESTACADOS

ENTRE LOS PONENTES EN enlightED Virtual Edition 2020 destacan **Steven Pinker**, profesor de psicología y catedrático de la Universidad de Harvard; **Salman Khan**, fundador de la Khan Academy, organización sin ánimo de lucro que imparte educación gratuita online en 36 idiomas y que le hizo merecedor en 2019 del Premio Princesa de Asturias de Cooperación Internacional; **Rose Luckin**, profesora de la University College London especializada en el uso de la IA en el aprendizaje; **Hadi Partovi**, emprendedor, inversor y CEO de Code.org, una organización sin ánimo de lucro que ofrece enseñanza en programación por todo el mundo; **Rebecca Winthrop**, codirectora del Centro de Educación Universal en el Think Tank Brookings Institution; **Satya Nadella**, CEO de Microsoft; **Nassim Nicholas Taleb**, ensayista, investigador y matemático, miembro del Instituto de Ciencias Matemáticas de la Universidad de Nueva York; **Andreas Schleicher**, director de Educación de la OCDE; **Denis Mizne**, CEO de Lemann Foundation; o **Mona Mourshed**, fundadora y CEO de Generation.org.

Junto a ellos estarán representantes de las principales instituciones educativas del mundo como **Mariya Gabriele**, la comisaria europea de Innovación, Investigación, Cultura, Educación y Juventud; e **Isabel Celáa**, ministra de Educación y Formación Profesional de España; acompañados de los presidentes de las organizaciones promotoras, **José María Álvarez-Pallete**, presidente ejecutivo de Telefónica; **Santiago Iñiguez**, presidente de IE University; **María Benjumea**, fundadora y CEO de South Summit; e **Ignacio Polanco Moreno**, presidente de Fundación Santillana.

“UN COMITÉ DE
EVALUACIÓN HA
REALIZADO UNA
SELECCIÓN DE LAS
MEJORES
DETECTADAS EN
LOS ÁMBITOS
ESCOLAR,
UNIVERSITARIO Y
CORPORATIVO
PARA SER
PRESENTADAS
VIRTUALMENTE EN
ENLIGHTED
VIRTUAL 2020”



Best Practices Corner

ENLIGHTED VIRTUAL EDITION 2020 contará con el Best Practices Corner con el objetivo de difundir las mejores prácticas de educación digital puestas en marcha a raíz del confinamiento por la Covid-19. Un Comité de Evaluación ha realizado una selección de las mejores detectadas en los ámbitos escolar, universitario y corporativo para ser presentadas virtualmente en enlightED Virtual 2020.

enlightED Awards

UN AÑO MÁS, se entregarán durante la conferencia mundial los enlightED Awards con el objetivo de identificar e impulsar las mejores ideas nacionales e internacionales más disruptivas en educación digital.



EN ESTA EDICIÓN SE HAN AÑADIDO DOS NUEVAS CATEGORÍAS EN EL MARCO DE LA PANDEMIA DEL COVID-19 Y TODAS LAS IMPLICACIONES QUE TIENE EN EL ENTORNO EDUCATIVO: 'STARTUP CON LA MEJOR SOLUCIÓN DURANTE EL COVID' Y 'DOCENTE MÁS INNOVADOR COVID'.



YA SE HAN ANUNCIADO las 12 startups edtech finalistas, de entre 458 candidaturas de 57 países presentadas, que compiten en las categorías de Premio IE University a la 'Mejor startup en educación superior', Premio Fundación Telefónica a la 'Startup con mejor solución tecnológica para el aprendizaje y formación', Premio Fundación Santillana a la 'Startup con mayor impacto social en educación', y Premio Wayra a la 'Startup con mayor escalabilidad'. Además, en esta edición se han añadido dos nuevas categorías en el marco de la pandemia del COVID-19 y todas las implicaciones que tiene en el entorno educativo: 'Startup con la mejor solución durante el COVID' y 'Docente más innovador COVID'.

El evento se emitirá en streaming, coordinados desde los Estudios Movistar, con ponencias desde varios países del mundo

LAS INICIATIVAS
SELECCIONADAS
TENDRÁN VISIBILIDAD
INTERNACIONAL EN
ENLIGHTED Y
OPTARÁN AL PRIMER
PUESTO DE LA
COMPETICIÓN, ASÍ
COMO A SER EL
GANADOR FINAL DE
STARTUP
COMPETITION DE
SOUTH SUMMIT
2020

The banner has a dark blue background with a glowing, circuit-like graphic on the left. The graphic consists of concentric, irregular rings of white lines with small circles at the ends, resembling a stylized atom or a complex circuit. In the bottom left corner, there is a small white circle with a blue dot inside, followed by the word "STARTUP" in white capital letters, and below it, the number "05" in white inside a white rounded square. On the right side, the text "enlightED awards" is written in white, with "enlight" in a standard font and "ED" in a bold, green, sans-serif font. Below this, "virtual_edition_2020" is written in a smaller, white, sans-serif font. At the bottom right, there is a green rectangular button with the text "DESCUBRE AQUÍ LOS FINALISTAS" in white, bold, sans-serif capital letters.

enlightED awards
virtual_edition_2020

STARTUP
05

DESCUBRE AQUÍ LOS FINALISTAS



Rosa Cañamero

SOCIA DIRECTORA EXECOACH.

www.execoach.es

TRES CLAVES PARA TRANSFORMAR TU ORGANIZACIÓN EN UNA TEAL: HA LLEGADO EL MOMENTO

¿REALMENTE CREES que tu organización funciona? De los datos recogidos en una encuesta para medir el compromiso de los empleados con su empresa realizada por Gallup, una de las consultoras de análisis y asesoría más prestigiosas del mundo, se concluye que sólo un promedio del 13% de los empleados está comprometido con su organización. A un 63% le es indiferente y otro 24% la está boicoteando activamente e influyendo negativamente en el resto de compañeros.

Llevamos varios años descubriendo que estamos inmersos en un entorno VICA (Volátil, Incierto, Complejo y Ambiguo); pero hasta ahora no estamos siendo verdaderamente conscientes de lo que esto significa. Esta situación que ahora estamos viviendo nos ha hecho parar en seco y experimentar en propia piel el desafío que supone gestionar un contexto que ha cambiado de un día para otro. Nuestro mundo, nuestro trabajo, nuestras relaciones se están transformando y probablemente nada vuelva a ser como era antes.

Las organizaciones TEAL nos dan tres claves para retener el talento y dar así respuesta a lo que la sociedad y el mercado demandan cada vez más.

1. Autogestión. Esto significa reducir las jerarquías de poder consiguiendo una autoridad distribuida y creando mecanismos que coordinen las distintas áreas de la empresa mediante sistemas de coordinación en una constante ins-

pección y adaptación. Reducir las jerarquías de poder supone que los líderes se transformen y aprendan a soltar el control. Las nuevas organizaciones crecerán y darán beneficios de manera sostenible cuando las personas trabajen por compromiso y no por obediencia.

En este proceso de transición, los responsables de algunas empresas ya están desarrollando competencias relacionadas con el liderazgo ágil, la gestión de la incertidumbre, el liderazgo a distancia o la resiliencia. Sin embargo, estas habilidades, sin duda importantes, siguen perteneciendo al viejo mundo. En el nuevo mundo hacia el que nos dirigimos se necesitan líderes que, además, estén dispuestos a trabajar con la única variable que depende de ellos mismos: su desarrollo personal o su autoconocimiento. Aprender a observarse y a conocerse metódicamente, a ser humildes, a mirarse al espejo o a meditar les permitirá conectar con sus valores y con su sabiduría interior, así como a gestionar sus vidas, sus emociones y sus relaciones. Desde ese nuevo lugar es posible liderar a un equipo de una manera más empática y efectiva. Este nuevo estilo de liderazgo, que llega de la mano del coaching ejecutivo, además de poner el foco en el "qué" hago como líder lo pone, sobre todo, en el "quién" soy como líder y "quién" es ese empleado que trabaja conmigo. Las organizaciones necesitan líderes transformacionales que empoderen a las personas para que sean autónomas. Para eso, tienen que

Estar “despiertos”, saber escuchar, hablar desde la honestidad y compartir su vulnerabilidad, así como ser generosos y demostrar respeto y ética por el trabajo que realizan y por las personas que lo llevan a cabo. Ahí es nada.

Este nuevo estilo de liderazgo se refleja en las nuevas organizaciones a través de aspectos como un horario flexible que permita conciliar la vida profesional con la familiar utilizando si es necesario el teletrabajo, desde la confianza y la responsabilidad; una cultura de feedback continuo que nos permita llevar a cabo ajustes incrementales a través de encuestas de clima laboral y de feedback 360 para obtener una foto anual de los líderes que permita potenciarlos como elementos de tracción del negocio y, finalmente, espacios de recreo donde los empleados tengan acceso a unos servicios que puedan gestionar desde su libertad y su responsabilidad.

2. Plenitud. Ver al ser humano en su plenitud significa reconocer también su parte humana, es decir, su parte emocional y la más profunda, la espiritual. Por lo general, las empresas sólo aprecian una parte de sus empleados. Esa parte es la que conocemos como ego. El resto de lo que son como ser humanos –sus emociones y su dimensión espiritual– no se suelen tener en cuenta porque no interesan a los dirigentes del viejo mundo. Se necesita, por el contrario, que los líderes comprendan que la productividad pasa por el cuidado de las personas en todos sus aspectos. Es necesario utilizar la creatividad no sólo para hacer que los coches vuelen sino para dar respuesta a la pregunta: ¿Qué podemos hacer para crear un nuevo modelo de empresa que sea inclusivo y en el que, por lo tanto, todas las generaciones se sientan reconocidas e identificadas?

Esta situación excepcional que estamos viviendo en estos días nos está enseñando en muchos casos a reconocer nuestra parte más emocional, a dar espacio a todas las emociones: no sólo a la alegría, a la motivación o al entusiasmo, sino también al enfado, a la tristeza y al miedo. Todas estas emociones forman parte del ser humano. En las organizaciones hay que permitir la oportunidad de crear espacios emocionales que acojan al ser humano en su plenitud.

Dentro de cada persona hay una parte intuitiva que hasta ahora en la mayoría de los casos no se está teniendo en cuenta en las empresas, ya que sólo se pone en valor su parte mental. Erróneamente se cree que la mente es la única que aporta valor para conseguir resultados en una

empresa. Sin embargo, la realidad demuestra que, a medio y largo plazo, las empresas que cuidan a sus trabajadores en su plenitud son las que obtienen los mejores resultados.

La clave para avanzar en la plenitud de los empleados de una empresa es permitir que sean fieles a sí mismos. Con ese fin, la empresa debe generar espacios de seguridad y confianza donde las personas no tengan miedo a expresar lo que piensan, lo que sienten o lo que intuyen. También debe buscar espacios y momentos en los que sus trabajadores puedan conectar con ellos mismos a través de técnicas como mindfulness o fomentar la gratitud y el reconocimiento público entre todas las personas del equipo. Así mismo, la empresa puede otorgar premios que potencien buenas prácticas y aporten valor a la compañía o al trabajo en equipo. Ofrecer opciones para conciliar vida personal y familiar, así como generar rituales con el fin de gestionar los conflictos son otras prácticas recomendables para las empresas.

3. Propósito. El propósito de la organización debe ser la guía que marque las decisiones que cada uno de sus empleados va a tomar. Por eso, es fundamental que este propósito esté claramente definido y presente para todos los que la forman. Cuando los trabajadores se identifican con el propósito de su organización, conectan con su parte más humana. Esto les permite estar orgullosos de pertenecer a ella porque sienten que están contribuyendo con su trabajo a algo más grande que al mero hecho de generar dinero.

Cuando las personas de la compañía se identifican con su propósito y conectan con sus valores, se comprometen, se responsabilizan, se motivan y despliegan todo su potencial. En ese momento, el retorno vuelve con un mejor resultado económico. Para que las organizaciones funcionen en este nuevo escenario es necesario, más que nunca, la filosofía de las organizaciones TEAL, poner al trabajador en el centro de la empresa. Para este propósito, los líderes tienen que desarrollar nuevas competencias. ¿Estarán todos dispuestos a hacerlo? ¿Serán capaces?

Una cuestión está clara: aquéllos que no quieran o no puedan subirse a esta ola de la transformación personal, del autoconocimiento y de la autogestión, quedarán poco a poco expulsados por el sistema. En definitiva, tenemos que cambiar y transformar la conciencia humana para transformar las organizaciones y conseguir el compromiso de sus empleados. ¿Cuándo empiezas?

El post de HÉCTOR MERODIO

eCommerce - Analítica Web - Shopify
Expert - Marketing Online



TRES EJEMPLOS

de tiendas Shopify de moda para hombres

El mundo de la moda sigue creciendo, cada día surgen nuevas marcas que compiten con las clásicas marcas ya establecidas. En este post mostramos tres ejemplos de tiendas Shopify de Moda para Hombres.



Cooligan

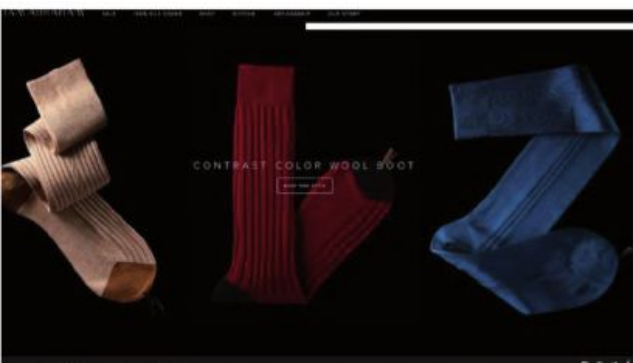
SE TRATA DE UNA MARCA española que diseña fundamentalmente camisetas de vestir inspiradas en equipaciones de equipos históricos o leyendas del fútbol. Su catálogo de productos ha ido creciendo con el tiempo y actualmente tienen también pantalones y calzado.

Smitzy

ESTA MARCA ESPECIALIZADA en la diseño y producción de pantalones tipo chino, ha comenzado hace pocos meses pisando fuerte. Sus estándares de calidad son muy altos, fabricando la mayor parte de sus prendas en Europa y muchas de ellas en España. También se aseguran que sus proveedores cumplan con los requisitos medioambientales de la Unión Europea, y sus proveedores tienen certificados Standard 100 by OEKO-TEX y Sustainable Textile Production (STeP) by OEKO-TEX®. Además Smitzy hace una labor social muy importante con los niños, donando el 5% de cada venta a una fundación.



WILLIAM ABRAHAM



MIENTRAS QUE LOS DOS EJEMPLOS anteriores eran tiendas Shopify desarrolladas sobre una plantilla y con pequeños retoques, ahora toca hablar de una tienda diseñada al 100% a medida. WILLIAM ABRAHAM es una marca especializada en calcetines premium para hombre. La fotografía de esta tienda es espectacular y su sistema de navegación es muy bueno. Además la tienda está llena de looks que incitan a comprar y si pulsas sobre la foto del look te lleva directamente a la ficha de producto.

A person is shown from the chest up, wearing a blue, textured garment that appears to be made of a heavy, draped fabric. On the left sleeve, there is a red apple logo. The person's dark hair is visible at the bottom right corner. The background is a solid, deep blue color.

MASS *is* TECHNOLOGY



Suscríbete en
www.massbienestar.com