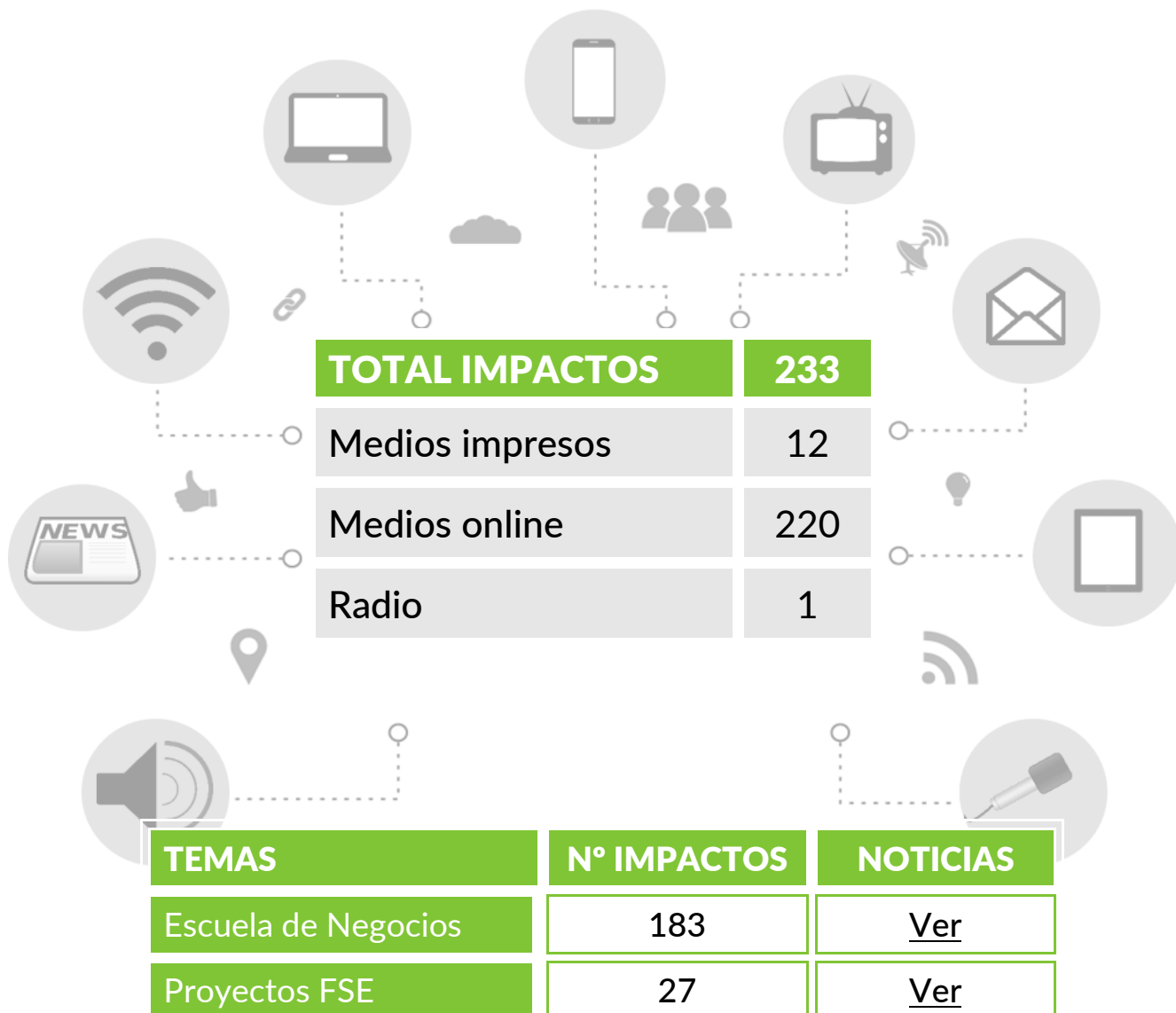


RESUMEN DE PRENSA

EOI

19 AL 25 NOVIEMBRE 2018



Impactos escuela de negocios

#	Medio	Titular	Tema	Tipo
19/11/2018				
1	El Economista, 5	EL RECONOCIMIENTO, UNA PODEROSA HERRAMIENTA DE MOTIVACIÓN	NOTICIAS DE EOI	Escrita
2	Economía de Hoy	Por qué el mundo de la empresa necesita la Filosofía	NOTICIAS DE EOI	Digital
3	Antena 3	Un 60% de la población mundial no dispone de retretes en sus viviendas	NOTICIAS DE EOI	Digital
4	planetajoven.org	Acompañamiento digital: estrategias para una vida online saludable	NOTICIAS DE EOI	Digital
5	Asturias&Business	Un 60% de la población mundial no dispone de retretes en sus viviendas	NOTICIAS DE EOI	Digital
6	andorranoticias.com	Un 60% de la población mundial no dispone de retretes en sus viviendas	NOTICIAS DE EOI	Digital
7	El Mundo Financiero	Un 60% de la población mundial no dispone de retretes en sus viviendas	NOTICIAS DE EOI	Digital
8	europa24horas.com	Un 60% de la población mundial no dispone de retretes en sus viviendas	NOTICIAS DE EOI	Digital
9	catalunyanoticias.com	Un 60% de la población mundial no dispone de retretes en sus viviendas	NOTICIAS DE EOI	Digital
10	lleidanoticias.com	Un 60% de la población mundial no dispone de retretes en sus viviendas	NOTICIAS DE EOI	Digital
11	Panamá On	Un 60% de la población mundial no dispone de retretes en sus viviendas	NOTICIAS DE EOI	Digital
12	UPV	'Lánzate'	NOTICIAS DE EOI	Digital
13	El Economista	El reconocimiento, una poderosa herramienta de motivación	NOTICIAS DE EOI	Digital
14	UPV	'Llança't'	NOTICIAS DE EOI	Digital
15	Aguas Residuales	El retrete no es un 'agujero mágico' donde desprenderse de cualquier cosa que nos estorbe	NOTICIAS DE EOI	Digital
16	infoprovincia.net	Zafra es una de las ciudades que más ha crecido a nivel turístico en Extremadura	NOTICIAS DE EOI	Digital
17	Ametic	Jordi Llinars Subdirector General de Digitalización de la Industria y Entornos Colaborativos participa en nuestra Comisión de Industria 4.0	OTROS PROYECTOS	Digital
18	Barrixe	"Digital twin", 4.0 industria aholkatzeko biki digitala	NOTICIAS DE EOI	Digital
19	gacetaindependiente.es	Zafra es una de las ciudades que más ha crecido en el ámbito turístico en Extremadura	NOTICIAS DE EOI	Digital
20	EXTREMADURA ACTIVA	Zafra es una de las ciudades que más ha crecido a nivel turístico en Extremadura	NOTICIAS DE EOI	Digital
21	Comunicae	Un 60% de la población mundial no dispone de retretes en sus viviendas	NOTICIAS DE EOI	Digital
22	Barrixe	'Digital twin', un gemelo virtual para aconsejar a la industria 4.0	NOTICIAS DE EOI	Digital
23	Notasdeprensa.es	Un 60% de la población mundial no dispone de retretes en sus viviendas	NOTICIAS DE EOI	Digital
24	camaltecpres.com	Un 60% de la población mundial no dispone de retretes en sus viviendas	NOTICIAS DE EOI	Digital
25	sticknoticias.com	Un 60% de la población mundial no dispone de retretes en sus viviendas	NOTICIAS DE EOI	Digital
26	madrid-noticias.com	Un 60% de la población mundial no dispone de retretes en sus viviendas	NOTICIAS DE EOI	Digital
27	GironaNoticies.com	Un 60% de la población mundial no dispone de retretes en sus viviendas	NOTICIAS DE EOI	Digital
28	tarragonanoticias.com	Un 60% de la población mundial no dispone de retretes en sus viviendas	NOTICIAS DE EOI	Digital
29	BarcelonaNotcies.com	Un 60% de la población mundial no dispone de retretes en sus viviendas	NOTICIAS DE EOI	Digital
30	merca2.es	Un 60% de la población mundial no dispone de retretes en sus viviendas	NOTICIAS DE EOI	Digital
31	Diario Siglo XXI	Un 60% de la población mundial no dispone de retretes en sus viviendas	NOTICIAS DE EOI	Digital

32	noticiasempresa.com	Un 60% de la población mundial no dispone de retretes en sus viviendas	NOTICIAS DE EOI	Digital
33	notasdeprensagratiss.es	Un 60% de la población mundial no dispone de retretes en sus viviendas	NOTICIAS DE EOI	Digital

20/11/2018

34	Paperblog	Un 60% de la población mundial no dispone de retretes en sus viviendas	NOTICIAS DE EOI	Blog
35	Hechos de hoy	Un 60% de la población mundial no dispone de retretes en sus viviendas	NOTICIAS DE EOI	Digital
36	socialrrhh.com	Por qué el mundo de la empresa necesita la Filosofía	NOTICIAS DE EOI	Digital
37	Barrixe	"Digital twin", 4.0 industria aholkatzeko biki digitala	NOTICIAS DE EOI	Digital
38	EXTREMADURA ACTIVA	Zafra es una de las ciudades que más ha crecido a nivel turístico en Extremadura	NOTICIAS DE EOI	Digital
39	gacetaindependiente.es	Zafra es una de las ciudades que más ha crecido en el ámbito turístico en Extremadura	NOTICIAS DE EOI	Digital
40	camaltecpres.com	Un 60% de la población mundial no dispone de retretes en sus viviendas	NOTICIAS DE EOI	Digital
41	Comunicae	Un 60% de la población mundial no dispone de retretes en sus viviendas	NOTICIAS DE EOI	Digital
42	merca2.es	Un 60% de la población mundial no dispone de retretes en sus viviendas	NOTICIAS DE EOI	Digital
43	tarragonanoticias.com	Un 60% de la población mundial no dispone de retretes en sus viviendas	NOTICIAS DE EOI	Digital
44	BarcelonaNotcies.com	Un 60% de la población mundial no dispone de retretes en sus viviendas	NOTICIAS DE EOI	Digital
45	madrid-noticias.com	Un 60% de la población mundial no dispone de retretes en sus viviendas	NOTICIAS DE EOI	Digital
46	GironaNotcies.com	Un 60% de la población mundial no dispone de retretes en sus viviendas	NOTICIAS DE EOI	Digital
47	Diario Siglo XXI	Un 60% de la población mundial no dispone de retretes en sus viviendas	NOTICIAS DE EOI	Digital
48	Paperblog	Mi Actividad: Hablando de Agile y Automatización Robótica de Procesos en el marco del Programa Ejecutivo de Transformación Digital de EOI en Santander	NOTICIAS DE EOI	Blog
49	diario-economia.com	Un 60% de la población mundial no dispone de retretes en sus viviendas	NOTICIAS DE EOI	Digital
50	diario-abc.com	Un 60% de la población mundial no dispone de retretes en sus viviendas	NOTICIAS DE EOI	Digital

21/11/2018

51	Estrella Digital	Un 60% de la población mundial no dispone de retretes en sus viviendas	NOTICIAS DE EOI	Digital
52	valencia24horas.com	Un 60% de la población mundial no dispone de retretes en sus viviendas	NOTICIAS DE EOI	Digital
53	Love Valencia	Exposición Fusión - Certamen de Joyería en vidrio	FUNDESARTE	Blog
54	Equipos y Talento	El Club EOI toma la Gran Vía de Madrid	NOTICIAS DE EOI	Digital
55	El blog de la directiva marco del agua	"El retrete no es un 'agujero mágico' donde desprenderse de cualquier cosa que nos estorbe"	NOTICIAS DE EOI	Blog
56	iVoox	Antonio Rodríguez Furones en la tertulia de Primera Hora (Gestiona Radio)	NOTICIAS DE EOI	Blog
57	emagister.com	El Club EOI toma la Gran Vía de Madrid	NOTICIAS DE EOI	Digital
58	Estrategia Empresarial	Bilbao se suma con Orange y la EOI a las iniciativas 'Sé+Digital' y 'Lánzate'	NOTICIAS DE EOI	Digital
59	El Vigía	España rebaja sus expectativas en el Canal de Panamá	NOTICIAS DE EOI	Digital
60	Merida Directo	Zafra es una de las ciudades que más ha crecido a nivel turístico en Extremadura	NOTICIAS DE EOI	Digital
61	Europa Press	El foro Talent Woman en Málaga homenajeará a la científica Margarita Salas en su 80 cumpleaños	NOTICIAS DE EOI	Digital
62	20 Minutos	El foro Talent Woman homenajeará a la científica Margarita Salas en su 80 cumpleaños	NOTICIAS DE EOI	Digital
63	Directo Extremadura	Zafra es una de las ciudades que más ha crecido a nivel turístico en Extremadura	NOTICIAS DE EOI	Digital
64	Málaga Actualidad	Homenaje a la científica Margarita Salas en su 80 cumpleaños	NOTICIAS DE EOI	Digital

65	El Noticiero	El foro Talent Woman homenajeará a la científica Margarita Salas en su 80 cumpleaños	NOTICIAS DE EOI	Digital

22/11/2018

66	Gente Digital	El foro Talent Woman homenajeará a la científica Margarita Salas en su 80 cumpleaños	NOTICIAS DE EOI	Digital
67	Estrategia Empresarial, 42	Bilbao se su m a con Orange y la EOI a la s iniciativas S é + D ig ita l y Lánzate	NOTICIAS DE EOI	Escrita
68	Diario de la Universidad Loyola Andalucía	Carlos Sánchez: 'El imparable avance de la Inteligencia Artificial'	NOTICIAS DE EOI	Digital
69	Comunicae	Nicola Cerantola: "Tenemos que empezar a preguntarnos si realmente necesitamos lo que vamos a comprar"	NOTICIAS DE EOI	Digital
70	Notasdeprensa.es	Nicola Cerantola: "Tenemos que empezar a preguntarnos si realmente necesitamos lo que vamos a comprar"	NOTICIAS DE EOI	Digital
71	BarcelonaNotcies.com	Nicola Cerantola: "Tenemos que empezar a preguntarnos si realmente necesitamos lo que vamos a comprar"	NOTICIAS DE EOI	Digital
72	sticknoticias.com	Nicola Cerantola: "Tenemos que empezar a preguntarnos si realmente necesitamos lo que vamos a comprar"	NOTICIAS DE EOI	Digital
73	burgosdigital24horas.com	Nicola Cerantola: "Tenemos que empezar a preguntarnos si realmente necesitamos lo que vamos a comprar"	NOTICIAS DE EOI	Digital
74	cadiz24horas.com	Nicola Cerantola: "Tenemos que empezar a preguntarnos si realmente necesitamos lo que vamos a comprar"	NOTICIAS DE EOI	Digital
75	madrid-noticias.com	Nicola Cerantola: "Tenemos que empezar a preguntarnos si realmente necesitamos lo que vamos a comprar"	NOTICIAS DE EOI	Digital
76	camaltecpres.com	Nicola Cerantola: "Tenemos que empezar a preguntarnos si realmente necesitamos lo que vamos a comprar"	NOTICIAS DE EOI	Digital
77	asturias24horas.com	Nicola Cerantola: "Tenemos que empezar a preguntarnos si realmente necesitamos lo que vamos a comprar"	NOTICIAS DE EOI	Digital
78	tarragonanoticias.com	Nicola Cerantola: "Tenemos que empezar a preguntarnos si realmente necesitamos lo que vamos a comprar"	NOTICIAS DE EOI	Digital
79	europa24horas.com	Nicola Cerantola: "Tenemos que empezar a preguntarnos si realmente necesitamos lo que vamos a comprar"	NOTICIAS DE EOI	Digital
80	Noticias de Cantabria	Nicola Cerantola: "Tenemos que empezar a preguntarnos si realmente necesitamos lo que vamos a comprar"	NOTICIAS DE EOI	Digital
81	barcelonadigital24horas.com	Nicola Cerantola: "Tenemos que empezar a preguntarnos si realmente necesitamos lo que vamos a comprar"	NOTICIAS DE EOI	Digital
82	notasdeprensagratias.es	Nicola Cerantola: "Tenemos que empezar a preguntarnos si realmente necesitamos lo que vamos a comprar"	NOTICIAS DE EOI	Digital
83	Diario de Sevilla	Retomar el pasado para pensar el futuro	NOTICIAS DE EOI	Digital
84	GironaNoticies.com	Nicola Cerantola: "Tenemos que empezar a preguntarnos si realmente necesitamos lo que vamos a comprar"	NOTICIAS DE EOI	Digital
85	bilbaodigital24horas.com	Nicola Cerantola: "Tenemos que empezar a preguntarnos si realmente necesitamos lo que vamos a comprar"	NOTICIAS DE EOI	Digital
86	Diario de Sevilla	Antiguos alumnos de la EOI Retomar el pasado para pensar el futuro	NOTICIAS DE EOI	Digital
87	Diario Siglo XXI	Nicola Cerantola: "Tenemos que empezar a preguntarnos si realmente necesitamos lo que vamos a comprar"	NOTICIAS DE EOI	Digital
88	merca2.es	Nicola Cerantola: "Tenemos que empezar a preguntarnos si realmente necesitamos lo que vamos a comprar"	NOTICIAS DE EOI	Digital

23/11/2018

89	islasbalears24horas.com	Nicola Cerantola: "Tenemos que empezar a preguntarnos si realmente necesitamos lo que vamos a comprar"	NOTICIAS DE EOI	Digital
90	valladoliddigital24horas.com	Nicola Cerantola: "Tenemos que empezar a preguntarnos si realmente necesitamos lo que vamos a comprar"	NOTICIAS DE EOI	Digital
91	sevilla24horas.com	Nicola Cerantola: "Tenemos que empezar a preguntarnos si realmente necesitamos lo que vamos a comprar"	NOTICIAS DE EOI	Digital
92	galiciadigital24horas.com	Nicola Cerantola: "Tenemos que empezar a preguntarnos si realmente necesitamos lo que vamos a comprar"	NOTICIAS DE EOI	Digital
93	palenciadigital24horas.com	Nicola Cerantola: "Tenemos que empezar a preguntarnos si realmente necesitamos lo que vamos a comprar"	NOTICIAS DE EOI	Digital
94	noticiasempresa.com	Nicola Cerantola: "Tenemos que empezar a preguntarnos si realmente necesitamos lo que vamos a comprar"	NOTICIAS DE EOI	Digital
95	madriddigital24horas.com	Nicola Cerantola: "Tenemos que empezar a preguntarnos si realmente necesitamos lo que vamos a comprar"	NOTICIAS DE EOI	Digital
96	santanderdigital24horas.com	Nicola Cerantola: "Tenemos que empezar a preguntarnos si realmente necesitamos lo que vamos a comprar"	NOTICIAS DE EOI	Digital
97	valencia24horas.com	Nicola Cerantola: "Tenemos que empezar a preguntarnos si realmente necesitamos lo que vamos a comprar"	NOTICIAS DE EOI	Digital

98	zaragoza24horas.com	Nicola Cerantola: "Tenemos que empezar a preguntarnos si realmente necesitamos lo que vamos a comprar"	NOTICIAS DE EOI	Digital
99	Hechos de hoy	Nicola Cerantola: "Tenemos que empezar a preguntarnos si realmente necesitamos lo que vamos a comprar"	NOTICIAS DE EOI	Digital
100	pamplona24horas.com	Nicola Cerantola: "Tenemos que empezar a preguntarnos si realmente necesitamos lo que vamos a comprar"	NOTICIAS DE EOI	Digital
101	diario-abc.com	Nicola Cerantola: "Tenemos que empezar a preguntarnos si realmente necesitamos lo que vamos a comprar"	NOTICIAS DE EOI	Digital
102	diario-economia.com	Nicola Cerantola: "Tenemos que empezar a preguntarnos si realmente necesitamos lo que vamos a comprar"	NOTICIAS DE EOI	Digital
103	extremaduradigital24horas.com	Nicola Cerantola: "Tenemos que empezar a preguntarnos si realmente necesitamos lo que vamos a comprar"	NOTICIAS DE EOI	Digital
104	granada24horas.com	Nicola Cerantola: "Tenemos que empezar a preguntarnos si realmente necesitamos lo que vamos a comprar"	NOTICIAS DE EOI	Digital
105	sansebastian24horas.com	Nicola Cerantola: "Tenemos que empezar a preguntarnos si realmente necesitamos lo que vamos a comprar"	NOTICIAS DE EOI	Digital
106	vitória24horas.com	Nicola Cerantola: "Tenemos que empezar a preguntarnos si realmente necesitamos lo que vamos a comprar"	NOTICIAS DE EOI	Digital
107	islascanarias24horas.com	Nicola Cerantola: "Tenemos que empezar a preguntarnos si realmente necesitamos lo que vamos a comprar"	NOTICIAS DE EOI	Digital
108	Consultoría artesana en la red	Estudios de postgrado en consultoría	NOTICIAS DE EOI	Blog
109	Diario de Sevilla, 29	Retomar el pasado para pensar el futuro	NOTICIAS DE EOI	Escrita
110	castillalamancha24horas.com	Nicola Cerantola: "Tenemos que empezar a preguntarnos si realmente necesitamos lo que vamos a comprar"	NOTICIAS DE EOI	Digital
111	Asturias&Business	Nicola Cerantola: "Tenemos que empezar a preguntarnos si realmente necesitamos lo que vamos a comprar"	NOTICIAS DE EOI	Digital
112	Finanzas	Nicola Cerantola: "Tenemos que empezar a preguntarnos si realmente necesitamos lo que vamos a comprar"	NOTICIAS DE EOI	Digital
113	La Comarca de Puertollano	CORREOS recibe en Andalucía el reconocimiento de la EOI	NOTICIAS DE EOI	Digital
114	Diario Información	Emprendedores a la caza de financiación	NOTICIAS DE EOI	Digital
115	Notasdeprensa.es	LUCE IT organiza su IX Workshop enfocado a organizaciones Data-driven	NOTICIAS DE EOI	Digital
116	NoticiasdeFormación	LUCE IT organiza su IX Workshop enfocado a organizaciones Data-driven	NOTICIAS DE EOI	Blog
117	Ajuntament d'Elx	Los principales grupos inversores de la provincia se reúnen en una nueva edición del Business Market en el Centro de Congresos	NOTICIAS DE EOI	Digital
118	merca2.es	LUCE IT organiza su IX Workshop enfocado a organizaciones Data-driven	NOTICIAS DE EOI	Digital
119	Noticias de Marketing	LUCE IT organiza su IX Workshop enfocado a organizaciones Data-driven	NOTICIAS DE EOI	Blog
120	camaltecpress.com	LUCE IT organiza su IX Workshop enfocado a organizaciones Data-driven	NOTICIAS DE EOI	Digital
121	Europa Press	COMUNICADO: LUCE IT organiza su IX Workshop enfocado a organizaciones Data-driven	NOTICIAS DE EOI	Digital
122	noticiasempresa.com	LUCE IT organiza su IX Workshop enfocado a organizaciones Data-driven	NOTICIAS DE EOI	Digital
123	Comunicae	Black Friday vs. Día Sin Compras: ¿con qué opción quedarse?	NOTICIAS DE EOI	Digital
124	sticknoticias.com	LUCE IT organiza su IX Workshop enfocado a organizaciones Data-driven	NOTICIAS DE EOI	Digital
125	Notasdeprensa.es	Black Friday vs. Día Sin Compras: ¿con qué opción quedarse?	NOTICIAS DE EOI	Digital
126	madrid-noticias.com	LUCE IT organiza su IX Workshop enfocado a organizaciones Data-driven	NOTICIAS DE EOI	Digital
127	tarragonanoticias.com	LUCE IT organiza su IX Workshop enfocado a organizaciones Data-driven	NOTICIAS DE EOI	Digital
128	islasbalears24horas.com	LUCE IT organiza su IX Workshop enfocado a organizaciones Data-driven	NOTICIAS DE EOI	Digital
129	elperiodic.com	Los principales grupos inversores de la provincia se reúnen en una nueva edición del Business Market	NOTICIAS DE EOI	Digital
130	valladoliddigital24horas.com	LUCE IT organiza su IX Workshop enfocado a organizaciones Data-driven	NOTICIAS DE EOI	Digital
131	sevilla24horas.com	LUCE IT organiza su IX Workshop enfocado a organizaciones Data-driven	NOTICIAS DE EOI	Digital
132	galiciadigital24horas.com	LUCE IT organiza su IX Workshop enfocado a organizaciones Data-driven	NOTICIAS DE EOI	Digital
133	madriddigital24horas.com	LUCE IT organiza su IX Workshop enfocado a organizaciones Data-driven	NOTICIAS DE EOI	Digital

134	extremaduradigital24horas.com	LUCE IT organiza su IX Workshop enfocado a organizaciones Data-driven	NOTICIAS DE EOI	Digital
135	valencia24horas.com	LUCE IT organiza su IX Workshop enfocado a organizaciones Data-driven	NOTICIAS DE EOI	Digital
136	santanderdigital24horas.com	LUCE IT organiza su IX Workshop enfocado a organizaciones Data-driven	NOTICIAS DE EOI	Digital
137	cadiz24horas.com	LUCE IT organiza su IX Workshop enfocado a organizaciones Data-driven	NOTICIAS DE EOI	Digital
138	Estrella Digital	Nicola Cerantola: "Tenemos que empezar a preguntarnos si realmente necesitamos lo que vamos a comprar"	NOTICIAS DE EOI	Digital
139	islascanarias24horas.com	LUCE IT organiza su IX Workshop enfocado a organizaciones Data-driven	NOTICIAS DE EOI	Digital
140	zaragoza24horas.com	LUCE IT organiza su IX Workshop enfocado a organizaciones Data-driven	NOTICIAS DE EOI	Digital
141	pamplona24horas.com	LUCE IT organiza su IX Workshop enfocado a organizaciones Data-driven	NOTICIAS DE EOI	Digital
142	burgosdigital24horas.com	LUCE IT organiza su IX Workshop enfocado a organizaciones Data-driven	NOTICIAS DE EOI	Digital
143	tarragonanoticias.com	Black Friday vs. Día Sin Compras: ¿con qué opción quedarse?	NOTICIAS DE EOI	Digital
144	camaltecpress.com	Black Friday vs. Día Sin Compras: ¿con qué opción quedarse?	NOTICIAS DE EOI	Digital
145	sticknoticias.com	Black Friday vs. Día Sin Compras: ¿con qué opción quedarse?	NOTICIAS DE EOI	Digital
146	asturias24horas.com	LUCE IT organiza su IX Workshop enfocado a organizaciones Data-driven	NOTICIAS DE EOI	Digital
147	Estrella Digital	Black Friday vs. Día Sin Compras: ¿con qué opción quedarse?	NOTICIAS DE EOI	Digital
148	GironaNoticies.com	Black Friday vs. Día Sin Compras: ¿con qué opción quedarse?	NOTICIAS DE EOI	Digital
149	Globedia España	Estudios de postgrado en consultoría	NOTICIAS DE EOI	Digital
150	madrid-noticias.com	Black Friday vs. Día Sin Compras: ¿con qué opción quedarse?	NOTICIAS DE EOI	Digital
151	valladoliddigital24horas.com	Black Friday vs. Día Sin Compras: ¿con qué opción quedarse?	NOTICIAS DE EOI	Digital
152	islasbalears24horas.com	Black Friday vs. Día Sin Compras: ¿con qué opción quedarse?	NOTICIAS DE EOI	Digital
153	sevilla24horas.com	Black Friday vs. Día Sin Compras: ¿con qué opción quedarse?	NOTICIAS DE EOI	Digital
154	notasdeprensagratias.es	Black Friday vs. Día Sin Compras: ¿con qué opción quedarse?	NOTICIAS DE EOI	Digital
155	sansebastian24horas.com	LUCE IT organiza su IX Workshop enfocado a organizaciones Data-driven	NOTICIAS DE EOI	Digital
156	santanderdigital24horas.com	Black Friday vs. Día Sin Compras: ¿con qué opción quedarse?	NOTICIAS DE EOI	Digital
157	valencia24horas.com	Black Friday vs. Día Sin Compras: ¿con qué opción quedarse?	NOTICIAS DE EOI	Digital
158	europa24horas.com	Black Friday vs. Día Sin Compras: ¿con qué opción quedarse?	NOTICIAS DE EOI	Digital
159	zaragoza24horas.com	Black Friday vs. Día Sin Compras: ¿con qué opción quedarse?	NOTICIAS DE EOI	Digital
160	asturias24horas.com	Black Friday vs. Día Sin Compras: ¿con qué opción quedarse?	NOTICIAS DE EOI	Digital

24/11/2018

161	vitoria24horas.com	Black Friday vs. Día Sin Compras: ¿con qué opción quedarse?	NOTICIAS DE EOI	Digital
162	merca2.es	Black Friday vs. Día Sin Compras: ¿con qué opción quedarse?	NOTICIAS DE EOI	Digital
163	socialrrhh.com	LUCE IT organiza su IX Workshop enfocado a organizaciones Data-driven	NOTICIAS DE EOI	Digital
164	El digital de Asturias	LUCE IT organiza su IX Workshop enfocado a organizaciones Data-driven	NOTICIAS DE EOI	Digital
165	noticiasempresa.com	Black Friday vs. Día Sin Compras: ¿con qué opción quedarse?	NOTICIAS DE EOI	Digital
166	diario-economia.com	Black Friday vs. Día Sin Compras: ¿con qué opción quedarse?	NOTICIAS DE EOI	Digital
167	barcelonadigital24horas.com	Black Friday vs. Día Sin Compras: ¿con qué opción quedarse?	NOTICIAS DE EOI	Digital

168	diario-abc.com	Black Friday vs. Día Sin Compras: ¿con qué opción quedarse?	NOTICIAS DE EOI	Digital
169	pamplona24horas.com	Black Friday vs. Día Sin Compras: ¿con qué opción quedarse?	NOTICIAS DE EOI	Digital
170	Noticias de Marketing	Black Friday vs. Día Sin Compras: ¿con qué opción quedarse?	NOTICIAS DE EOI	Blog
171	Asturias&Business	Black Friday vs. Día Sin Compras: ¿con qué opción quedarse?	NOTICIAS DE EOI	Digital
172	Profesionaleshoy	Black Friday vs. Día Sin Compras: ¿con qué opción quedarse?	NOTICIAS DE EOI	Digital
173	Profesionaleshoy	LUCE IT organiza su IX Workshop enfocado a organizaciones Data-driven	NOTICIAS DE EOI	Digital
174	Madrid&Business	Black Friday vs. Día Sin Compras: ¿con qué opción quedarse?	NOTICIAS DE EOI	Blog
175	Madrid&Business	LUCE IT organiza su IX Workshop enfocado a organizaciones Data-driven	NOTICIAS DE EOI	Blog
176	Información Vega Baja, 12	Un cóctel de buenas ideas donde invertir	NOTICIAS DE EOI	Escrita
177	Información Elche, 12	Un cóctel de buenas ideas donde invertir	NOTICIAS DE EOI	Escrita
178	Hechos de hoy	Black Friday vs. Día Sin Compras: ¿con qué opción quedarse?	NOTICIAS DE EOI	Digital

25/11/2018

179	Información Alicante, 19	El catedrático Antonio Alaminos analiza el viernes las encuestas electorales en España	NOTICIAS DE EOI	Escrita
180	Información Elche, 19	El catedrático Antonio Alaminos analiza el viernes las encuestas electorales en España	NOTICIAS DE EOI	Escrita
181	Información Vega Baja, 19	El catedrático Antonio Alaminos analiza el viernes las encuestas electorales en España	NOTICIAS DE EOI	Escrita
182	Melilla Hoy, 3	Existe un camino a la derecha y la libertad	NOTICIAS DE EOI	Escrita
183	TICbeat	Dónde han estudiado los presidentes de las 100 empresas españolas más importantes	NOTICIAS DE EOI	Digital

EL RECONOCIMIENTO, UNA PODEROSA HERRAMIENTA DE MOTIVACIÓN



Alfredo Fdez. Lorenzo

Profesor de EOI Escuela de Organización Industrial

Un tema de máxima actualidad entre los responsables de la gestión de los recursos humanos es el denominado salario emocional, que podemos definir como toda aquella compensación no monetaria que una empresa ofrece a sus empleados, y que, por su propia naturaleza, es más difícil de cuantificar e incluso de concretar que la monetaria. Este tipo de retribución emocional busca que el colaborador esté a gusto en la empresa y que eso se traduzca en una mayor productividad.

En los programas que observo que se están implantando en muchas empresas, se hace especial hincapié en la distribución y acomodación de los espacios o en la implantación de políticas de flexibilidad horaria y conciliación. Pero, con frecuencia, echo en falta una medida sin casi coste para la organización y con un efecto realmente espectacular sobre la motivación: simplemente fomentar el reconocimiento interno.

Las personas que se sienten apreciadas aumentan su autoconfianza, tienen más disposición por contribuir y colaborar con otros, aceptan y se adaptan mejor a los cambios, tienen más sentido de pertenencia y compromiso con la organización, presentan más satisfacción en el desempeño profesional y, además, se reduce significativamente su nivel de estrés. Se convierten, por tanto, en mejores y más motivados colaboradores y el ambiente

de trabajo mejora muchísimo.

Numerosos estudios han ido demostrando que un simple acto de apreciación significa más para la mayoría de las personas que una recompensa monetaria (por ejemplo, según el estudio *Profit from the Positive* de Greenberg y Arakawa, los líderes que más reconocen obtienen un 42 por ciento de mayor productividad de sus equipos). Con una adecuada política interna de reconocimiento gana la empresa por un mayor rendimiento de sus trabajadores y por aumentar su capacidad de atraer y retener el talento. En definitiva, fomentar esta filosofía en las empresas es muy rentable, porque presenta una excelente relación coste-beneficio, si lo definimos en términos económicos.

Cuando hablo de reconocimiento me refiero no sólo al formal, sino también al informal que se manifiesta en valorar el comportamiento y el desempeño entre nosotros, aunque sea con una mera frase de sentido agradecimiento, una palmada en la espalda, una invitación a un café o una comida, una tarjeta manuscrita,

un reconocimiento público ante el resto del equipo, publicarlo en el boletín interno y tantas otras formas. Y tampoco me refiero sólo al que manifiestan los jefes con sus colaboradores, que es muy necesario siempre, sino también entre compañeros o con personas de otras áreas con las que se tiene relación.

La forma de realizar este reconocimiento debe adaptarse a las características y preferencias de cada uno y, evidentemente, su enfoque tiene que ser congruente con los valores de la organización y con sus objetivos estratégicos, con lo que la empresa considera especialmente importante y valioso.

Fomentar el reconocimiento interno incrementa la productividad de forma significativa

Algunos aspectos a tener en cuenta para un adecuado reconocimiento son considerar cada trabajo como importante, reconocer tanto la calidad del trabajo realizado como el esfuerzo puesto en ello o reconocer a la persona y no a la situación. Además, tiene que ser sincero y realizado a tiempo, proporcionado con el desempeño y resultados obtenidos, y es mejor cuanto más específico sea. Es decir, no basta con indicar "buen trabajo", sino que hay que detallar los aspectos concretos del trabajo realizado que lo hicieron tan positivo.

También es importante compartir entre el resto de los colaboradores las acciones y actitudes que han dado lugar al reconocimiento, aunque este no se haya manifestado en público.

La habilidad para reconocer a los otros de forma adecuada se puede ir desarrollando conforme se vaya practicando, hasta que se convierta en un hábito especialmente beneficioso tanto para el que recibe el reconocimiento como también para el que lo emite. Y

esta habilidad se puede fomentar y ayudar a desarrollar a través de la implantación de planes o dinámicas corporativas de reconocimiento, que definan las acciones y comportamientos a valorar y las prácticas a seguir para hacerlo.

En definitiva, se trata de una práctica relativamente sencilla de poner en marcha, con un bajo coste y con excelentes resultados. Es difícil entender por qué no se aplica mucho más en las empresas. Como bien señalaba Mark Twain: "Puedo vivir dos meses con un buen cumplido".



ISTOCK

<https://www.economiadehoy.es/noticia/38546/empresas/por-que-el-mundo-de-la-empresa-necesita-la-filosofia.html>

Por qué el mundo de la empresa necesita la Filosofía

original



José Aguilar.

Like 0 Share

La esfera empresarial no es en absoluto ajena a esta disciplina; por el contrario, es precisa para comprender el entorno cambiante actual. Según el profesor de EOI José Aguilar, "las humanidades juegan un rol decisivo para resolver con éxito los retos sociales y éticos que plantean la creciente automatización de procesos y la irrupción de la inteligencia artificial"

En un mundo donde despertamos cada día con una innovación tecnológica que no existía el anterior, donde la transformación digital ha impactado de lleno en empresas y organizaciones, se pueden cometer el error de pensar que sólo las profesiones tecnológicas tendrán sentido en el futuro y no habrá lugar para las humanidades. Nada más lejos de la realidad.

El 15 de noviembre se celebra el **Día Mundial de la Filosofía**, constituido en 2005 por la **UNESCO** para celebrar la importancia de la reflexión filosófica. La esfera empresarial no es en absoluto ajena a la Filosofía: es necesaria para comprender el entorno cambiante en el que se mueve.

<https://www.economiadehoy.es/noticia/38546/empresas/por-que-el-mundo-de-la-empresa-necesita-la-filosofia.html>

“Pensemos, por ejemplo, en los dilemas sociales y éticos que plantean la creciente automatización de procesos y la irrupción de la inteligencia artificial. Estos avances tienen un fuerte impacto en nuestras formas de vida, como individuos y como sociedad. Es preciso entender todas las dimensiones de estos retos, para afrontarlos con garantías de éxito. En este contexto, las humanidades y específicamente la filosofía juegan un rol decisivo”, asegura **José Aguilar, doctor en Filosofía, profesor de EOI (Escuela de Organización Industrial) y socio de Mindvalue**.

Es más: los negocios, la tecnología o las humanidades no deberían ser compartimentos estancos. **Aguilar** recuerda unas palabras de **Fabiola Gianotti**, directora general del CERN (Organización Europea para la Investigación Nuclear): “Necesitamos romper los silos culturales. Muy a menudo las personas ponen la ciencia y las humanidades, o la ciencia y las artes, en diferentes silos. Son la máxima expresión de la curiosidad y creatividad de la humanidad”.

Por este motivo, cada vez son más demandados los perfiles profesionales con visión holística de la empresa y los proyectos. “Solo un trabajo colaborativo produce ventajas competitivas sostenibles”, asegura el profesor de EOI, siguiendo esta línea de pensamiento. “La creciente complejidad de los entornos de negocio exige un abordaje multidisciplinar. Ya no es posible progresar ni innovar desde una sola especialización. Los equipos más creativos integran aportaciones complementarias”, concluye Aguilar.

EOI

La Escuela de Organización Industrial (EOI) es la primera escuela de negocios fundada en España (1955). En sus 63 años de historia han pasado por sus aulas más de 84.500 directivos y gestores empresariales especializados en liderazgo, internacionalización y sostenibilidad.

Como fundación pública adscrita al Ministerio de Industria, Comercio y Turismo y con la cofinanciación del Fondo Social Europeo, ha impulsado los negocios de más de 52.000 nuevos emprendedores en España y fundado una Red Nacional de 50 Espacios Coworking en distintas ciudades del país.

www.eoi.es // [@eoi](https://twitter.com/eoi) // www.facebook.com/eoi.edu // www.instagram.com/eoischool



Más de la mitad de la población no dispone de retretes en sus viviendas

original

□

El Día Mundial del Retrete, celebrado cada año el 19 de noviembre, nos deja cifras tan devastadoras como estas: **el 60% de la población** mundial no dispone de un bien de necesidad básico como es el inodoro. Ésto significa que **4.500 personas tienen que defecar al aire libre** con todos los peligros que esto conlleva, entre ellos, la contaminación del suelo y las aguas, la mortalidad infantil y el riesgo a padecer agresiones sexuales.

Estar en contacto con excrementos humanos puede conllevar a que los **menores**, más expuestos, **contraigan enfermedades infecciosas** y que por lo tanto se vean afectados por diarreas, lo que puede provocar que se vean sumidos en estados severos de **desnutrición**. Según un [estudio de UNICEF](#), la diarrea causa anualmente la muerte de 361.000 menores de cinco años, por lo que el acceso a un inodoro con unas condiciones de higiene básicas es absolutamente necesario.

Las **mujeres** sufren especialmente esta invisible problemática. Con el estigma de la **menstruación** en los países subdesarrollados muchas niñas que no disponen de inodoros buscan lugares apartados o incluso esperan a la noche para poder asearse, lo que en ocasiones provoca **agresiones sexuales**. En países como la India este tipo de conductas son un problema de carácter nacional.

Pocas veces hemos oído que se barajen soluciones o **alternativas** al problema de la ausencia de inodoros. Naciones Unidas está llevando a cabo una campaña de concienciación llamada, [\[\[LINK:EXTERNO\]\]http://www.worldtoiletday.info/wtd2018/](http://www.worldtoiletday.info/wtd2018/)“Cuando oyes la llamada de la naturaleza, necesitas un retrete”]. La Fundación We Are Water se ha unido y ha realizado una “jornada dedicada a debatir y exponer soluciones de saneamiento que trabajen en armonía con el entorno y que permiten a las comunidades gestionar sus residuos con los recursos disponibles”. Según las Naciones Unidas “Las soluciones para el saneamiento basadas en la propia naturaleza aprovechan los ecosistemas para tratar los desechos humanos antes de que regresen al medio ambiente. La mayoría de estas soluciones se basan en la protección y la gestión de la vegetación, los suelos y los humedales, incluidos los ríos y lagos.”

2030 es la fecha límite para alcanzar el [Objetivo de Desarrollo Sostenible](#) basado en “garantizar la disponibilidad de agua y su gestión sostenible y el saneamiento para todos”. Sin embargo, las cifras actuales reflejan que las prioridades de los gobiernos están siendo otras.

<https://planetajoven.org/2018/11/19/acompanamiento-digital-estrategias-para-una-vida-online-saludable/>

Acompañamiento digital: estrategias para una vida online saludable

firmainvitadapj • original



Tíscar Lara*

Vivimos en un mundo móvil, globalizado y fuertemente mediado por la tecnología digital. ¿Estamos preparados como sociedad para ayudar las generaciones más jóvenes a vivir en él, a afrontar los retos que la virtualización les presenta? ¿Debemos evitar el contacto de los niños y niñas con la tecnología como parece ser la última moda entre las familias de los ingenieros de Silicon Valley o iniciarles en el lenguaje de programación para que no se queden fuera de la ola digital?

Todos los informes sobre prospectiva del futuro nos dicen que más de la mitad de los **empleos que hoy conocemos desaparecerán** en unos años superados por la robótica de unas máquinas que se encargarán de liberarnos de tareas rutinarias. Lo que no está tan claro es por qué tipo de profesiones serán sustituidos, pero al menos parece evidente que serán los niños y niñas de hoy quienes estén llamados a decidir ese rumbo.

En las visiones sobre la tecnología del futuro nos encontramos habitualmente con dos posturas

<https://planetajoven.org/2018/11/19/acompanamiento-digital-estrategias-para-una-vida-online-saludable/>

enfrentadas: desde las más distópicas que nos despiertan los miedos más viscerales, a las más utópicas que nos envuelven con su magia acrítica. **Los medios de comunicación no parecen ayudar a poner un poco de sentido común en todo este desconcierto.** Así vemos una noticia sobre [el daño cognitivo que pueden causar las pantallas a los menores](#) y otra que [la contradice](#), un niño español que [aprendió a programar con 6 años](#) y una ley en Francia que quiere [prohibir los móviles en los colegios](#). Si llegamos a la sección de deportes, entonces veremos un buen número de jugadores cuya camiseta luce publicidad de juegos online mientras otra noticia nos dice cómo [están creciendo las casas de apuestas](#) en los barrios [más pobres](#) y con ello también la ludopatía en los más jóvenes. ¿Con cuál quedarnos?

Durante mucho tiempo, y aún persiste, se ha vivido bajo el paradigma de la exposición, como ya ocurriera con el mismo dilema frente a la fascinación que ejercía la televisión en los años 70. De hecho **una de las preguntas recurrentes de las familias es saber cuántas horas máximas debe estar un menor frente a la pantalla para evitar daños en su salud y evitar el riesgo de adicción.**

Pues bien, este tipo de aproximaciones cuantitativas no son la receta para curar la angustia digital que nos pueda generar el futuro incierto de nuestros hijos. Ni cuánto tiempo de pantalla ni a qué edad darle su primer móvil. **Debemos empezar a dejar de obsesionarnos con el cuánto y empezar a trabajar en el cómo.** Así lo recomiendan desde hace tiempo grandes referentes de la investigación en estos temas como Mimi Ito desde EE.UU. o Sonia Livingstone y Alicia Blum-Ross desde Inglaterra. Todas ellas nos llaman la atención sobre la importancia de asumir una actitud ponderada, lejos de los perfiles de abrazo y rechazo más extremos, para asumir y potenciar la tecnología digital desde usos críticos y creativos.

En concreto, Mimi Ito habla de que **los padres deberían convertirse en “héroes digitales” para sus hijos actuando como modelos para normalizar y, a la vez, cuestionar las prácticas digitales.** Entre otras recomendaciones, destaca la disposición de una mayor empatía frente a la hipocresía de condenar a nuestros hijos por algo que nos ven hacer a nosotros, la disposición y negociación de rutinas dentro del espacio familiar por encima de las normas rígidas y la apertura hacia el disfrute en el uso creativo de la tecnología frente a la autopercepción de culpabilidad en la crianza de los hijos. De esta forma **se pretende abrir un diálogo fructífero de aprendizaje mutuo en lugar de imponer y generar rechazo.**

Por su parte, Livingstone y Blum-Rose nos dicen que en lugar de Cantidad hay que enfocarse en el Contexto (dónde, cuándo y cómo se accede al contenido), el Contenido (qué es lo que se está viendo o usando) y las Conexiones (qué relaciones se establecen o no y cómo se están facilitando o impidiendo otras). En otras palabras, **es más pernicioso que un niño esté 1 hora a su suerte con un tablet, que 3 horas acompañado de un adulto que actúa de mediador en un aprendizaje/entretenimiento más fructífero.**

¿Qué sucede con la Escuela, cómo puede afrontar este reto?

La Escuela no es ajena a la esquizofrenia social que hemos señalado tanto a nivel mediático como a nivel doméstico. Si por un lado volcamos sobre ella las esperanzas de formar a la nueva generación digital, por otro nos encontramos con paradojas como son las llamadas a la prohibición de los dispositivos móviles (cuando, recordemos, con [15 años ya tienen uno propio](#)

<https://planetajoven.org/2018/11/19/acompanamiento-digital-estrategias-para-una-vida-online-saludable/>

y con 10 años el 25% también). Esto acaba provocando una situación de parálisis, cuando no también de rechazo, ante los riesgos del mal uso de la tecnología.

Nunca es tarde, sino más urgente si cabe, seguir reclamando una mirada más global y empoderada sobre la tecnología, huyendo de concebirla como una mera herramienta y pasar a considerarla como parte de un ecosistema más complejo. Este enfoque parte de los principios de la Educación en medios o Media Literacy aplicada al entorno digital (también llamada “Alfabetización Transmedia”). Inspirados en teóricos y precursores como Paulo Freire, entre otros, **podemos abordar el entorno mediático digital con el objetivo de formar consumidores críticos pero también productores creativos** en un proceso iterativo que trabaje constantemente tanto el análisis como la práctica. Esto nos permite adentrarnos en el mundo digital conociendo sus lenguajes, sus códigos y sus técnicas para ser capaces de generar una distancia emocional del mismo y tomar decisiones más informadas. De igual forma, deberemos ser capaces de generar discursos y prácticas situadas en el contexto aprovechando las oportunidades que nos brindan los nuevos medios.

Una buena forma de estructurar esta aproximación es **partir de las motivaciones que guían el uso digital y desvelar sus mecanismos** con ejemplos cercanos a los intereses de los jóvenes para que incorporen herramientas de pensamiento crítico y de expresión creativa. Por ejemplo: ¿Por qué cuando visitamos una web o pulsamos en un anuncio, este **nos persigue** allá donde naveguemos? ¿Qué **papel juegan los algoritmos** en la imagen del mundo que recibimos en nuestro perfil social? ¿Cómo distinguir a un **presentador real de su avatar** creado por Inteligencia Artificial? ¿Cuáles son las **mecánicas** de los videojuegos que hacen que resulten tan adictivos?

Desde el plano creativo, **hay mucho también por hacer y, lo que es más importante, aprender con nuestros alumnos**. ¿Por qué no participar en una liga escolar de eSports liderada desde ámbitos educativos y no meramente comerciales? ¿Cómo diseñar una campaña para exigir un mejor etiquetado en la alimentación? ¿Por qué no aplicar técnicas de gamificación al aprendizaje? ¿Cómo crear una estrategia en Instagram para promover la belleza real?

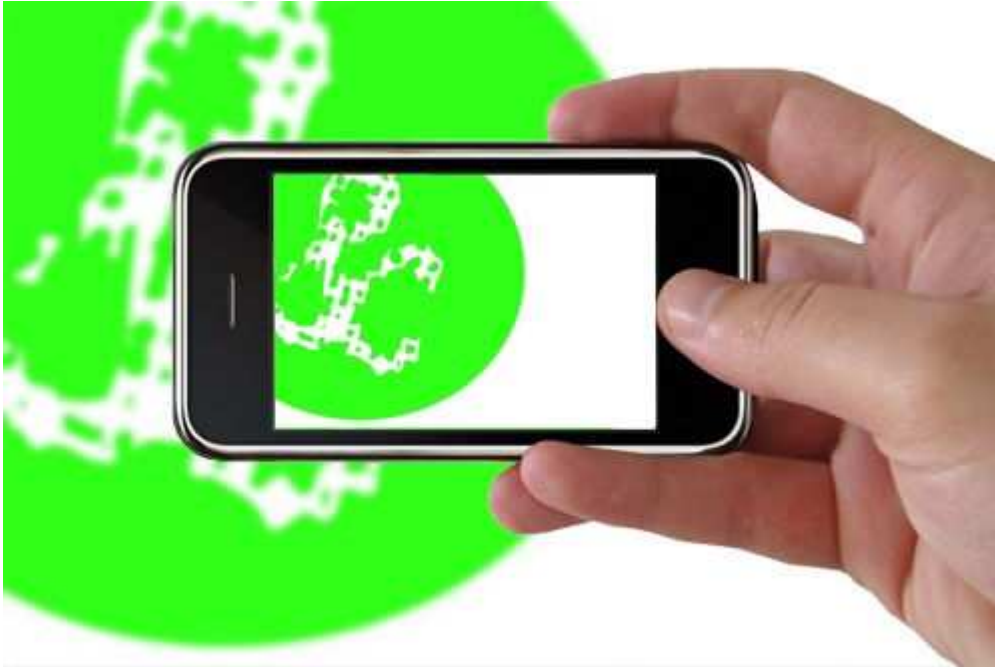
Para ello es clave que el profesorado no se sienta solo en este desafío, sino que comparta ansiedades y establezca relaciones en comunidad (alumnos, profesores y familias) y que se lance a experimentar sin miedo al fracaso anteponiendo el proceso sobre el resultado y **disfrutando de la cultura digital: conociendo sus límites y aprovechando sus oportunidades**.

** **Tíscar Lara** es Directora de Comunicación de la Escuela de Organización Industrial. Como periodista y profesora especializada en cultura digital tiene 20 años de experiencia en el uso crítico y creativo de la tecnología aplicada al aprendizaje. Ha sido distinguida como una de LasTOP100 Mujeres en España, además de Visiting Scholar en la Universidad de Harvard y Special Reader en la Universidad de Los Ángeles. Actualmente se enfrenta al mayor reto de su vida: acompañar a su hija en el apasionante desafío del mundo digital.*

<http://asturiasbusiness.es/2018/11/20/un-60-de-la-poblacion-mundial-no-dispone-de-retretes-en-sus-viviendas/>

Un 60% de la población mundial no dispone de retretes en sus viviendas

original



Aunque para la mayoría de la gente es un objeto tan cotidiano al que no se le presta atención, un 60% de la población mundial –unos 4.500 millones de personas– no disponen de retretes en sus viviendas o tienen sistemas de saneamiento deficientes, según la **OMS (Organización Mundial de la Salud)**.

Precisamente para recordar su trascendencia, las Naciones Unidas instituyeron el **Día Mundial del Retrete (Toilet Day)**, que se celebra hoy, 19 de noviembre.

El hecho de que cerca de 900 millones de personas defequen al aire libre implica que esas heces no sean tratadas: en torno a 1.800 millones de habitantes del planeta beben agua no potable que podría estar contaminada por estas, siguiendo con datos de la **OMS y UNICEF**.

Sin embargo, este no es el único problema. “La mayoría de los privilegiados que disponemos de este extraordinario avance material no lo usamos adecuadamente”, subraya **Jaime La Iglesia Gandarillas**, profesor de los programas máster en Ingeniería y Gestión del Agua e Ingeniería y Gestión Medioambiental de **EOI (Escuela de Organización Industrial)**.

“Las letrinas y/o retretes deben ser el lugar donde liberamos los compuestos que nuestro organismo ya no puede aprovechar. En ningún caso pueden concebirse como el *agujero mágico* donde desprenderse de cualquier cosa que nos estorbe”, subraya el profesor de EOI.

“Al tirar de la cadena, decimos adiós a nuestras colillas, compresas, preservativos,

<http://asturiasbusiness.es/2018/11/20/un-60-de-la-poblacion-mundial-no-dispone-de-retretes-en-sus-viviendas/>

algodones, gasas, plásticos, palillos, hilo dental, pelos, las famosas toallitas “biodegradables”, aceites y un largo etcétera de productos. Todos ellos se esfuman como por arte de magia, hasta llegar a las depuradoras en el mejor de los casos, si antes no han provocado la obstrucción de la red de saneamiento o el atasco total de las fosas sépticas, inutilizándolas por completo”, explica **Jaime La Iglesia**. “Posiblemente al hacerlo pensamos que ello no perjudica a nadie, pero nada más alejado de la realidad, pues en lugar de constituir una solución, engendra un problema mucho mayor”, añade.

¿Qué hacer ante esta situación? “Impliquémonos educando e informando a todos cuantos nos rodean sobre su uso adecuado y promovamos una gestión adecuada del producto que se genera a posteriori”, exhorta este profesional de la gestión de aguas. “Si así lo hacemos, conseguiremos un mejor funcionamiento de las redes de saneamiento y de los sistemas de depuración que, a pesar de estar ocultos o poco visibles, no dejan de ser fundamentales para el medio ambiente; en definitiva, para nosotros mismos”, concluye.

Acerca de EOI

La Escuela de Organización Industrial (EOI) es la primera escuela de negocios fundada en España (1955). En sus 63 años de historia han pasado por sus aulas más de 84.500 directivos y gestores empresariales especializados en liderazgo, internacionalización y sostenibilidad.

Como fundación pública adscrita al Ministerio de Industria, Comercio y Turismo y con la cofinanciación del Fondo Social Europeo, ha impulsado los negocios de más de 52.000 nuevos emprendedores en España y fundado una Red Nacional de 50 Espacios Coworking en distintas ciudades del país.

www.eoi.es // [@eoi](https://twitter.com/eoi) // www.facebook.com/eoi.edu // www.instagram.com/eoischool

Fuente: Notadeprensa.es

Un 60% de la población mundial no dispone de retretes en sus viviendas

original

Hoy se celebra el Día Mundial del Retrete, un sistema de saneamiento del que carecen 4.500 millones de personas. Según el experto de EOI Jaime La Iglesia Gandarillas, "la mayoría de los privilegiados que disponemos de este extraordinario avance material no lo usamos adecuadamente"

Hoy se celebra el Día Mundial del Retrete, un sistema de saneamiento del que carecen 4.500 millones de personas. Según el experto de EOI Jaime La Iglesia Gandarillas, "la mayoría de los privilegiados que disponemos de este extraordinario avance material no lo usamos adecuadamente"

Aunque para la mayoría de la gente es un objeto tan cotidiano al que no se le presta atención, un 60% de la población mundial –unos 4.500 millones de personas– no disponen de retretes en sus viviendas o tienen sistemas de saneamiento deficientes, según la **OMS (Organización Mundial de la Salud)**.

Precisamente para recordar su trascendencia, las Naciones Unidas instituyeron el **Día Mundial del Retrete (Toilet Day)**, que se celebra hoy, 19 de noviembre.

El hecho de que cerca de 900 millones de personas defequen al aire libre implica que esas heces no sean tratadas: en torno a 1.800 millones de habitantes del planeta beben agua no potable que podría estar contaminada por estas, siguiendo con datos de la **OMS y UNICEF**.

Sin embargo, este no es el único problema. "La mayoría de los privilegiados que disponemos de este extraordinario avance material no lo usamos adecuadamente", subraya **Jaime La Iglesia Gandarillas**, profesor de los programas máster en Ingeniería y Gestión del Agua e Ingeniería y Gestión Medioambiental de **EOI (Escuela de Organización Industrial)**.

"Las letrinas y/o retretes deben ser el lugar donde liberamos los compuestos que nuestro organismo ya no puede aprovechar. En ningún caso pueden concebirse como el *agujero mágico* donde desprenderse de cualquier cosa que nos estorbe", subraya el profesor de EOI.

"Al tirar de la cadena, decimos adiós a nuestras colillas, compresas, preservativos, algodones, gasas, plásticos, palillos, hilo dental, pelos, las famosas toallitas "biodegradables", aceites y un largo etcétera de productos. Todos ellos se esfuman como por arte de magia, hasta llegar a las depuradoras en el mejor de los casos, si antes no han provocado la obstrucción de la red de saneamiento o el atasco total de las fosas sépticas, inutilizándolas por completo", explica **Jaime La Iglesia**. "Posiblemente al hacerlo pensamos que ello no perjudica a nadie, pero nada más alejado de la realidad, pues en lugar de constituir una solución, engendra un problema mucho mayor", añade.

<https://andorranoticias.com/comunicado/21891-un-60-de-la-poblacion-mundial-no-dispone-de-retretes-en-sus-viviendas.htm>

¿Qué hacer ante esta situación? “Impliquémonos educando e informando a todos cuantos nos rodean sobre su uso adecuado y promovamos una gestión adecuada del producto que se genera a posteriori”, exhorta este profesional de la gestión de aguas. “Si así lo hacemos, conseguiremos un mejor funcionamiento de las redes de saneamiento y de los sistemas de depuración que, a pesar de estar ocultos o poco visibles, no dejan de ser fundamentales para el medio ambiente; en definitiva, para nosotros mismos”, concluye.

Acerca de EOI

La Escuela de Organización Industrial (EOI) es la primera escuela de negocios fundada en España (1955). En sus 63 años de historia han pasado por sus aulas más de 84.500 directivos y gestores empresariales especializados en liderazgo, internacionalización y sostenibilidad.

Como fundación pública adscrita al Ministerio de Industria, Comercio y Turismo y con la cofinanciación del Fondo Social Europeo, ha impulsado los negocios de más de 52.000 nuevos emprendedores en España y fundado una Red Nacional de 50 Espacios Coworking en distintas ciudades del país.

www.eoi.es // [@eoi](https://twitter.com/eoi) // www.facebook.com/eoi.edu // www.instagram.com/eoischool

Un 60% de la población mundial no dispone de retretes en sus viviendas

original

Aunque para la mayoría de la gente es un objeto tan cotidiano al que no se le presta atención, un 60% de la población mundial –unos 4.500 millones de personas– no disponen de retretes en sus viviendas o tienen sistemas de saneamiento deficientes, según la **OMS (Organización Mundial de la Salud)**.

Precisamente para recordar su trascendencia, las Naciones Unidas instituyeron el **Día Mundial del Retrete (Toilet Day)**, que se celebra hoy, 19 de noviembre.

El hecho de que cerca de 900 millones de personas defequen al aire libre implica que esas heces no sean tratadas: en torno a 1.800 millones de habitantes del planeta beben agua no potable que podría estar contaminada por estas, siguiendo con datos de la **OMS y UNICEF**.

Sin embargo, este no es el único problema. “La mayoría de los privilegiados que disponemos de este extraordinario avance material no lo usamos adecuadamente”, subraya **Jaime La Iglesia Gandarillas**, profesor de los programas máster en Ingeniería y Gestión del Agua e Ingeniería y Gestión Medioambiental de **EOI (Escuela de Organización Industrial)**.

“Las letrinas y/o retretes deben ser el lugar donde liberamos los compuestos que nuestro organismo ya no puede aprovechar. En ningún caso pueden concebirse como el *agujero mágico* donde desprenderse de cualquier cosa que nos estorbe”, subraya el profesor de EOI.

“Al tirar de la cadena, decimos adiós a nuestras colillas, compresas, preservativos, algodones, gasas, plásticos, palillos, hilo dental, pelos, las famosas toallitas “biodegradables”, aceites y un largo etcétera de productos. Todos ellos se esfuman como por arte de magia, hasta llegar a las depuradoras en el mejor de los casos, si antes no han provocado la obstrucción de la red de saneamiento o el atasco total de las fosas sépticas, inutilizándolas por completo”, explica **Jaime La Iglesia**.

“Posiblemente al hacerlo pensamos que ello no perjudica a nadie, pero nada más alejado de la realidad, pues en lugar de constituir una solución, engendra un problema mucho mayor”, añade.

¿Qué hacer ante esta situación? “Implicuémonos educando e informando a todos cuantos nos rodean sobre su uso adecuado y promovamos una gestión adecuada del producto que se genera a posteriori”, exhorta este profesional de la gestión de aguas. “Si así lo hacemos, conseguiremos un mejor funcionamiento de las redes de saneamiento y de los sistemas de depuración que, a pesar de estar ocultos o poco visibles, no dejan de ser fundamentales para el medio ambiente; en definitiva, para nosotros mismos”, concluye.

http://es.eprensa.com/cgi-bin/view_digital_media.cgi?subclient_id=4630&comps_id=186924873

Acerca de EOI

La Escuela de Organización Industrial (EOI) es la primera escuela de negocios fundada en España (1955). En sus 63 años de historia han pasado por sus aulas más de 84.500 directivos y gestores empresariales especializados en liderazgo, internacionalización y sostenibilidad.

Como fundación pública adscrita al Ministerio de Industria, Comercio y Turismo y con la cofinanciación del Fondo Social Europeo, ha impulsado los negocios de más de 52.000 nuevos emprendedores en España y fundado una Red Nacional de 50 Espacios Coworking en distintas ciudades del país.

www.eoi.es // [@eoi](https://twitter.com/eoi) // www.facebook.com/eoi.edu // www.instagram.com/eoischool

Un 60% de la población mundial no dispone de retretes en sus viviendas

original

/COMUNICAE/

Hoy se celebra el Día Mundial del Retrete, un sistema de saneamiento del que carecen 4.500 millones de personas. Según el experto de EOI Jaime La Iglesia Gandarillas, “la mayoría de los privilegiados que disponemos de este extraordinario avance material no lo usamos adecuadamente”

Aunque para la mayoría de la gente es un objeto tan cotidiano al que no se le presta atención, un 60% de la población mundial –unos 4.500 millones de personas– no disponen de retretes en sus viviendas o tienen sistemas de saneamiento deficientes, según la **OMS (Organización Mundial de la Salud)**.

Precisamente para recordar su trascendencia, las Naciones Unidas instituyeron el **Día Mundial del Retrete (Toilet Day)**, que se celebra hoy, 19 de noviembre.

El hecho de que cerca de 900 millones de personas defequen al aire libre implica que esas heces no sean tratadas: en torno a 1.800 millones de habitantes del planeta beben agua no potable que podría estar contaminada por estas, siguiendo con datos de la **OMS** y **UNICEF**.

Sin embargo, este no es el único problema. “La mayoría de los privilegiados que disponemos de este extraordinario avance material no lo usamos adecuadamente”, subraya **Jaime La Iglesia Gandarillas**, profesor de los programas máster en Ingeniería y Gestión del Agua e Ingeniería y Gestión Medioambiental de **EOI (Escuela de Organización Industrial)**.

“Las letrinas y/o retretes deben ser el lugar donde liberamos los compuestos que nuestro organismo ya no puede aprovechar. En ningún caso pueden concebirse como el *agujero mágico* donde desprenderse de cualquier cosa que nos estorbe”, subraya el profesor de EOI.

“Al tirar de la cadena, decimos adiós a nuestras colillas, compresas, preservativos, algodones, gasas, plásticos, palillos, hilo dental, pelos, las famosas toallitas “biodegradables”, aceites y un largo etcétera de productos. Todos ellos se esfuman como por arte de magia, hasta llegar a las depuradoras en el mejor de los casos, si antes no han provocado la obstrucción de la red de saneamiento o el atasco total de las fosas sépticas, inutilizándolas por completo”, explica **Jaime La Iglesia**.

“Posiblemente al hacerlo pensamos que ello no perjudica a nadie, pero nada más alejado de la realidad, pues en lugar de constituir una solución, engendra un problema mucho mayor”, añade.

¿Qué hacer ante esta situación? “Impliquémonos educando e informando a todos

<https://www.europa24horas.com/un-60-de-la-poblacion-mundial-no-dispone-de-retretes-en-sus-viviendas/>

cuantos nos rodean sobre su uso adecuado y promovamos una gestión adecuada del producto que se genera a posteriori”, exhorta este profesional de la gestión de aguas. “Si así lo hacemos, conseguiremos un mejor funcionamiento de las redes de saneamiento y de los sistemas de depuración que, a pesar de estar ocultos o poco visibles, no dejan de ser fundamentales para el medio ambiente; en definitiva, para nosotros mismos”, concluye.

Acerca de EOI

La Escuela de Organización Industrial (EOI) es la primera escuela de negocios fundada en España (1955). En sus 63 años de historia han pasado por sus aulas más de 84.500 directivos y gestores empresariales especializados en liderazgo, internacionalización y sostenibilidad.

Como fundación pública adscrita al Ministerio de Industria, Comercio y Turismo y con la cofinanciación del Fondo Social Europeo, ha impulsado los negocios de más de 52.000 nuevos emprendedores en España y fundado una Red Nacional de 50 Espacios Coworking en distintas ciudades del país.

www.eoi.es // [@eoi](https://twitter.com/eoi) // www.facebook.com/eoi.edu // www.instagram.com/eoischool

Fuente [Comunicae](#)

[Ir a la fuente](#)

Author:

Un 60% de la población mundial no dispone de retretes en sus viviendas

original

Hoy se celebra el Día Mundial del Retrete, un sistema de saneamiento del que carecen 4.500 millones de personas. Según el experto de EOI Jaime La Iglesia Gandarillas, "la mayoría de los privilegiados que disponemos de este extraordinario avance material no lo usamos adecuadamente"

Hoy se celebra el Día Mundial del Retrete, un sistema de saneamiento del que carecen 4.500 millones de personas. Según el experto de EOI Jaime La Iglesia Gandarillas, "la mayoría de los privilegiados que disponemos de este extraordinario avance material no lo usamos adecuadamente"

Aunque para la mayoría de la gente es un objeto tan cotidiano al que no se le presta atención, un 60% de la población mundial –unos 4.500 millones de personas– no disponen de retretes en sus viviendas o tienen sistemas de saneamiento deficientes, según la **OMS (Organización Mundial de la Salud)**.

Precisamente para recordar su trascendencia, las Naciones Unidas instituyeron el **Día Mundial del Retrete (Toilet Day)**, que se celebra hoy, 19 de noviembre.

El hecho de que cerca de 900 millones de personas defequen al aire libre implica que esas heces no sean tratadas: en torno a 1.800 millones de habitantes del planeta beben agua no potable que podría estar contaminada por estas, siguiendo con datos de la **OMS y UNICEF**.

Sin embargo, este no es el único problema. "La mayoría de los privilegiados que disponemos de este extraordinario avance material no lo usamos adecuadamente", subraya **Jaime La Iglesia Gandarillas**, profesor de los programas máster en Ingeniería y Gestión del Agua e Ingeniería y Gestión Medioambiental de **EOI (Escuela de Organización Industrial)**.

"Las letrinas y/o retretes deben ser el lugar donde liberamos los compuestos que nuestro organismo ya no puede aprovechar. En ningún caso pueden concebirse como el *agujero mágico* donde desprenderse de cualquier cosa que nos estorbe", subraya el profesor de EOI.

"Al tirar de la cadena, decimos adiós a nuestras colillas, compresas, preservativos, algodones, gasas, plásticos, palillos, hilo dental, pelos, las famosas toallitas "biodegradables", aceites y un largo etcétera de productos. Todos ellos se esfuman como por arte de magia, hasta llegar a las depuradoras en el mejor de los casos, si antes no han provocado la obstrucción de la red de saneamiento o el atasco total de las fosas sépticas, inutilizándolas por completo", explica **Jaime La Iglesia**. "Posiblemente al hacerlo pensamos que ello no perjudica a nadie, pero nada más alejado de la realidad, pues en lugar de constituir una solución, engendra un problema mucho mayor", añade.

http://es.eprensa.com/cgi-bin/view_digital_media.cgi?subclient_id=4630&comps_id=186924875

¿Qué hacer ante esta situación? “Impliquémonos educando e informando a todos cuantos nos rodean sobre su uso adecuado y promovamos una gestión adecuada del producto que se genera a posteriori”, exhorta este profesional de la gestión de aguas. “Si así lo hacemos, conseguiremos un mejor funcionamiento de las redes de saneamiento y de los sistemas de depuración que, a pesar de estar ocultos o poco visibles, no dejan de ser fundamentales para el medio ambiente; en definitiva, para nosotros mismos”, concluye.

Acerca de EOI

La Escuela de Organización Industrial (EOI) es la primera escuela de negocios fundada en España (1955). En sus 63 años de historia han pasado por sus aulas más de 84.500 directivos y gestores empresariales especializados en liderazgo, internacionalización y sostenibilidad.

Como fundación pública adscrita al Ministerio de Industria, Comercio y Turismo y con la cofinanciación del Fondo Social Europeo, ha impulsado los negocios de más de 52.000 nuevos emprendedores en España y fundado una Red Nacional de 50 Espacios Coworking en distintas ciudades del país.

www.eoi.es // [@eoi](https://twitter.com/eoi) // www.facebook.com/eoi.edu // www.instagram.com/eoischool

Un 60% de la población mundial no dispone de retretes en sus viviendas

original

Hoy se celebra el Día Mundial del Retrete, un sistema de saneamiento del que carecen 4.500 millones de personas. Según el experto de EOI Jaime La Iglesia Gandarillas, "la mayoría de los privilegiados que disponemos de este extraordinario avance material no lo usamos adecuadamente"

Hoy se celebra el Día Mundial del Retrete, un sistema de saneamiento del que carecen 4.500 millones de personas. Según el experto de EOI Jaime La Iglesia Gandarillas, "la mayoría de los privilegiados que disponemos de este extraordinario avance material no lo usamos adecuadamente"

Aunque para la mayoría de la gente es un objeto tan cotidiano al que no se le presta atención, un 60% de la población mundial –unos 4.500 millones de personas– no disponen de retretes en sus viviendas o tienen sistemas de saneamiento deficientes, según la **OMS (Organización Mundial de la Salud)**.

Precisamente para recordar su trascendencia, las Naciones Unidas instituyeron el **Día Mundial del Retrete (Toilet Day)**, que se celebra hoy, 19 de noviembre.

El hecho de que cerca de 900 millones de personas defequen al aire libre implica que esas heces no sean tratadas: en torno a 1.800 millones de habitantes del planeta beben agua no potable que podría estar contaminada por estas, siguiendo con datos de la **OMS y UNICEF**.

Sin embargo, este no es el único problema. "La mayoría de los privilegiados que disponemos de este extraordinario avance material no lo usamos adecuadamente", subraya **Jaime La Iglesia Gandarillas**, profesor de los programas máster en Ingeniería y Gestión del Agua e Ingeniería y Gestión Medioambiental de **EOI (Escuela de Organización Industrial)**.

"Las letrinas y/o retretes deben ser el lugar donde liberamos los compuestos que nuestro organismo ya no puede aprovechar. En ningún caso pueden concebirse como el *agujero mágico* donde desprenderse de cualquier cosa que nos estorbe", subraya el profesor de EOI.

"Al tirar de la cadena, decimos adiós a nuestras colillas, compresas, preservativos, algodones, gasas, plásticos, palillos, hilo dental, pelos, las famosas toallitas "biodegradables", aceites y un largo etcétera de productos. Todos ellos se esfuman como por arte de magia, hasta llegar a las depuradoras en el mejor de los casos, si antes no han provocado la obstrucción de la red de saneamiento o el atasco total de las fosas sépticas, inutilizándolas por completo", explica **Jaime La Iglesia**. "Posiblemente al hacerlo pensamos que ello no perjudica a nadie, pero nada más alejado de la realidad, pues en lugar de constituir una solución, engendra un problema mucho mayor", añade.

<http://www.lleidanoticias.com/comunicado/8414-un-60-de-la-poblacion-mundial-no-dispone-de-retretes-en-sus-viviendas.htm>

¿Qué hacer ante esta situación? “Impliquémonos educando e informando a todos cuantos nos rodean sobre su uso adecuado y promovamos una gestión adecuada del producto que se genera a posteriori”, exhorta este profesional de la gestión de aguas. “Si así lo hacemos, conseguiremos un mejor funcionamiento de las redes de saneamiento y de los sistemas de depuración que, a pesar de estar ocultos o poco visibles, no dejan de ser fundamentales para el medio ambiente; en definitiva, para nosotros mismos”, concluye.

Acerca de EOI

La Escuela de Organización Industrial (EOI) es la primera escuela de negocios fundada en España (1955). En sus 63 años de historia han pasado por sus aulas más de 84.500 directivos y gestores empresariales especializados en liderazgo, internacionalización y sostenibilidad.

Como fundación pública adscrita al Ministerio de Industria, Comercio y Turismo y con la cofinanciación del Fondo Social Europeo, ha impulsado los negocios de más de 52.000 nuevos emprendedores en España y fundado una Red Nacional de 50 Espacios Coworking en distintas ciudades del país.

www.eoi.es // [@eoi](https://twitter.com/eoi) // www.facebook.com/eoi.edu // www.instagram.com/eoischool

Día Mundial del Retrete

original



Aunque para la mayoría de la gente es un objeto tan cotidiano al que no se le presta atención, un 60% de la población mundial –unos 4.500 millones de personas– no disponen de retretes en sus viviendas o tienen sistemas de saneamiento deficientes, según la **OMS (Organización Mundial de la Salud)**.

Precisamente para recordar su trascendencia, las Naciones Unidas instituyeron el **Día Mundial del Retrete (Toilet Day)**, que se celebra hoy, 19 de noviembre.

El hecho de que cerca de 900 millones de personas defequen al aire libre implica que esas heces no sean tratadas: en torno a 1.800 millones de habitantes del planeta beben agua no potable que podría estar contaminada por estas, siguiendo con datos de la **OMS y UNICEF**.

Sin embargo, este no es el único problema. “La mayoría de los privilegiados que disponemos de este extraordinario avance material no lo usamos adecuadamente”, subraya **Jaime La Iglesia Gandarillas**, profesor de los programas máster en Ingeniería y Gestión del Agua e Ingeniería y Gestión Medioambiental de **EOI (Escuela de Organización Industrial)**.

“Las letrinas y/o retretes deben ser el lugar donde liberamos los compuestos que nuestro organismo ya no puede aprovechar. En ningún caso pueden concebirse como el *agujero mágico* donde desprenderse de cualquier cosa que nos estorbe”, subraya el profesor de EOI.

“Al tirar de la cadena, decimos adiós a nuestras colillas, compresas, preservativos, algodones, gasas, plásticos, palillos, hilo dental, pelos, las famosas toallitas “biodegradables”, aceites y un largo etcétera de productos. Todos ellos se esfuman como por arte de magia, hasta llegar a las depuradoras en el mejor de los casos, si antes no han provocado la obstrucción de la red

<http://www.panamaon.com/noticias/salud/56337-dia-mundial-del-retrete.html>

de saneamiento o el atasco total de las fosas sépticas, inutilizándolas por completo”, explica **Jaime La Iglesia**. “Posiblemente al hacerlo pensamos que ello no perjudica a nadie, pero nada más alejado de la realidad, pues en lugar de constituir una solución, engendra un problema mucho mayor”, añade.

¿Qué hacer ante esta situación? “Impliquémonos educando e informando a todos cuantos nos rodean sobre su uso adecuado y promovamos una gestión adecuada del producto que se genera a posteriori”, exhorta este profesional de la gestión de aguas. “Si así lo hacemos, conseguiremos un mejor funcionamiento de las redes de saneamiento y de los sistemas de depuración que, a pesar de estar ocultos o poco visibles, no dejan de ser fundamentales para el medio ambiente; en definitiva, para nosotros mismos”, concluye.

La UPV se suma a la segunda edición de este programa, promovido por Orange y EOI, para impulsar el emprendimiento digital en la Comunidad Valenciana

original



La Universidad Politécnica de Valencia apuesta decididamente por el talento universitario y por programas formativos que impulsan de manera práctica la adquisición de capacidades emprendedoras. Es por ello que, la UPV, junto con la Cámara de Comercio de Valencia, se ha unido a la iniciativa 'Lánzate', que busca impulsar el emprendimiento y nuevas oportunidades de negocio en el sector TIC a través del aprovechamiento del capital relacional con grandes directivos de la industria

Esta innovadora iniciativa promovida por Orange y la Escuela de Organización Industrial (EOI), y que cuenta en esta ocasión con el apoyo de la UPV, hará posible que nuevos emprendedores que estén desarrollando proyectos en hasta 14 líneas estratégicas clave para la nueva sociedad digital -como internet de las cosas, educación digital, smart cities, big data, ciberseguridad, etc.- reciban coaching por parte de figuras clave en el ámbito de las TIC.

Desde la UPV se anima a todas aquellas personas de la comunidad universitaria, especialmente a los jóvenes universitarios que tengan ideas innovadoras en cualquiera de las categorías definidas en las bases del concurso, a participar en la segunda edición del programa 'Lánzate', cuya convocatoria se desarrollará en varias fases, hasta abril de 2019.

Hasta el 30 de noviembre, abierto el plazo de presentación de candidaturas

Los emprendedores interesados en participar podrán presentar hasta el próximo 30 de noviembre sus candidaturas a través de la página web del programa, donde el 17 de diciembre se comunicarán los 20 proyectos 'más prometedores', en los ámbitos de negocio en los que se enmarca esta iniciativa.

<http://www.upv.es/noticias-upv/noticia-10584--lanzate-es.html>

Durante el mes de enero de 2019, se seleccionará a los 6 finalistas con un comité evaluador formado por profesionales del sector TIC, así como responsables y directivos de EOI y Orange, que escucharán su plan de negocio y plantearán preguntas sobre el mismo.

Finalmente, durante febrero y marzo, se desarrollará el programa de apoyo a los proyectos seleccionados, cuyos responsables podrán interactuar cara a cara con los 10 mentores del programa, que les guiarán y asesorarán sobre las oportunidades de crecimiento de sus proyectos, potenciales clientes y alianzas, proveedores, inversores, etc.

Mentores de primer nivel de grandes compañías tecnológicas

Mediante el contacto directo entre emprendedores y asesores, los seis finalistas del programa podrán optimizar el desarrollo de sus proyectos gracias a la experiencia de líderes empresariales como Silvio González, CEO de AtresMedia; Irene Cano, Country Manager Iberia de Facebook; María Valenzuela, Senior Vice President de Sony Pictures Television; José Antonio López, CEO de Ericsson; Rodrigo del Prado, Director General de BQ; Pilar López, CEO de Microsoft Ibérica; Marta Martínez, Presidenta de IBM España; Helena Herrero, Presidenta de Hewlett Packard; Almudena Román, Directora General de ING DIRECT; y Laurent Paillassot, CEO de Orange España.

También participarán en esta segunda edición del programa la consejera delegada de Microsoft Ibérica, Pilar López; la presidenta de IBM España, Helena Herrero; la presidenta de HP, Almudena Román; la directora general de ING Direct, Marta Martínez; y, el consejero delegado de Orange España, Laurent Paillassot.

Dichos directivos les ayudarán a identificar nuevas oportunidades de crecimiento y expansión para sus negocios y a ampliar su red de contactos, partners y potenciales clientes

'Lánzate' cuenta además con la colaboración de CEOE, la Fundación COTEC para la Innovación, Adigital, ENISA, DigitalES, I2cat, MWCF y los Espacios Coworking 'Go2Work' de EOI cofinanciados por Fondo Social Europeo. Todas estas entidades ayudarán a la difusión del programa para contribuir a su conocimiento y animar a los nuevos emprendedores a optar al mismo.

El reconocimiento, una poderosa herramienta de motivación

original



1. Alfredo Fernández Lorenzo

Un tema de máxima actualidad entre los responsables de la gestión de los recursos humanos es el denominado salario emocional, que podemos definir como toda aquella compensación no monetaria que una empresa ofrece a sus empleados, y que, por su propia naturaleza, es más difícil de cuantificar e incluso de concretar que la monetaria.

Este tipo de retribución emocional busca que el colaborador esté a gusto en la empresa y que eso se traduzca en una mayor productividad.

En los programas que observo que se están implantando en muchas empresas, se hace especial hincapié en la distribución y acomodación de los espacios o en la implantación de políticas de flexibilidad horaria y conciliación. Pero, con frecuencia, echo en falta una medida sin casi coste para la organización y con un efecto realmente espectacular sobre la motivación: simplemente fomentar el reconocimiento interno.

Las personas que se sienten apreciadas aumentan su autoconfianza, tienen más disposición por contribuir y colaborar con otros, aceptan y se adaptan mejor a los cambios, tienen más sentido de pertenencia y compromiso con la organización, presentan más satisfacción en el desempeño profesional y, además, se reduce significativamente su nivel de estrés. Se convierten, por tanto, en mejores y más motivados colaboradores y el ambiente de trabajo mejora muchísimo.

Fomentar el reconocimiento interno incrementa la productividad de forma significativa

Numerosos estudios han ido demostrando que un simple acto de apreciación significa más para la mayoría de las personas que una recompensa monetaria (por ejemplo, según el estudio Profit from the Positive de Greenberg y Arakawa, los líderes que más reconocen obtienen un 42 por ciento de mayor productividad de sus equipos). Con una adecuada política interna de reconocimiento gana la empresa por un mayor rendimiento de sus trabajadores y por aumentar su capacidad de atraer y retener el talento. En definitiva, fomentar esta filosofía en las empresas es muy rentable, porque presenta una excelente relación coste-beneficio, si lo definimos en términos económicos.

Cuando hablo de reconocimiento me refiero no sólo al formal, sino también al informal que se manifiesta en valorar el comportamiento y el desempeño entre nosotros, aunque sea con una mera frase de sentido agradecimiento, una palmada en la espalda, una invitación a un café o una comida, una tarjeta manuscrita, un reconocimiento público ante el resto del equipo, publicarlo en el boletín interno y tantas otras formas. Y tampoco me refiero sólo al que manifiestan los jefes con sus colaboradores, que es muy necesario siempre, sino también entre compañeros o con personas de otras áreas con las que se tiene relación.

La forma de realizar este reconocimiento debe adaptarse a las características y preferencias de cada uno y, evidentemente, su enfoque tiene que ser congruente con los valores de la organización y con sus objetivos estratégicos, con lo que la empresa considera especialmente importante y valioso.

Algunos aspectos a tener en cuenta para un adecuado reconocimiento son considerar cada trabajo como importante, reconocer tanto la calidad del trabajo realizado como el esfuerzo puesto en ello o reconocer a la persona y no a la situación. Además, tiene que ser sincero y realizado a tiempo, proporcionado con el desempeño y resultados obtenidos, y es mejor cuanto más específico sea. Es decir, no basta con indicar "buen trabajo", sino que hay que detallar los aspectos concretos del trabajo realizado que lo hicieron tan positivo.

También es importante compartir entre el resto de los colaboradores las acciones y actitudes que han dado lugar al reconocimiento, aunque este no se haya manifestado en público.

La habilidad para reconocer a los otros de forma adecuada se puede ir desarrollando conforme se vaya practicando, hasta que se convierta en un hábito especialmente beneficioso tanto para el que recibe el reconocimiento como también para el que lo emite. Y esta habilidad se puede fomentar y ayudar a desarrollar a través de la implantación de planes o dinámicas corporativas de reconocimiento, que definan las acciones y comportamientos a valorar y las prácticas a seguir para hacerlo.

En definitiva, se trata de una práctica relativamente sencilla de poner en marcha, con un bajo coste y con excelentes resultados. Es difícil entender por qué no se aplica mucho más en las empresas. Como bien señalaba Mark Twain: "Puedo vivir dos meses con un buen cumplido".

La UPV se suma a la segona edició d'aquest programa, promogut per Orange i EOI, per a impulsar l'emprenedoria digital a la Comunitat Valenciana

original



La Universitat Politècnica de València aposta decididament pel talent universitari i per programes formatius que impulsen de manera pràctica l'adquisició de capacitats emprenedores. Per això, la UPV, juntament amb la Cambra de Comerç de València, s'ha unit a la iniciativa 'Llança't', que cerca impulsar l'emprenedoria i noves oportunitats de negoci en el sector TIC a través de l'aprofitament del capital relacional amb grans directius de la indústria.

Aquesta innovadora iniciativa, promoguda per Orange i l'Escola d'Organització Industrial (EOI), i que en aquesta ocasió té el suport de la UPV, farà possible que nous emprenedors que estiguen desenvolupant projectes en fins a 14 línies estratègiques clau per a la nova societat digital -com ara l'internet de les coses, l'educació digital, les ciutats intel·ligents (*smart cities*), dades massives (*big data*), ciberseguretat, etc.- reben entrenament personal per part de figures clau en l'àmbit de les TIC.

Des de la UPV s'anima totes les persones de la comunitat universitària, especialment els joves universitaris que tinguen idees innovadores en qualsevol de les categories definides en les bases del concurs, a participar en la segona edició del programa 'Llança't', que es desenvoluparà en diverses fases, fins a l'abril de 2019.

Fins al 30 de novembre, obert el termini de presentació de candidatures

Els emprenedors interessats a participar-hi podran presentar, fins al 30 de novembre, les candidatures a través de la pàgina web del programa, on el 17 de desembre es comunicaran els 20 projectes 'més prometedors', en els àmbits de negoci en què s'emmarca aquesta iniciativa.

Durant el mes de gener de 2019, se seleccionarà els 6 finalistes, per mitjà d'un comitè avaluador format per professionals del sector TIC, i responsables i directius d'EOI i



<http://www.upv.es/noticias-upv/noticia-10584--lanzate-va.html>

Orange, que escoltaran els plans de negoci dels projectes i plantejaran preguntes.

Finalment, durant febrer i març, es desenvoluparà el programa de suport als projectes seleccionats, els responsables dels quals podran interactuar cara a cara amb els 10 mentors del programa, que els guiaran i assessoraran sobre les oportunitats de creixement dels seus projectes, potencials clients i aliances, proveïdors, inversors, etc.

Mentors de primer nivell de grans companyies tecnològiques

Mitjançant el contacte directe entre emprenedors i assessors, els sis finalistes del programa podran optimitzar el desenvolupament dels seus projectes gràcies a l'experiència de líders empresarials com ara Silvio González, CEO d'Atresmedia; Irene Cano, CountryManager Iberia de Facebook; María Valenzuela, vicepresidenta *senior* de Sony Pictures Television; José Antonio López, CEO d'Ericsson; Rodrigo del Prat, director general de BQ; Pilar López, CEO de Microsoft Ibèrica; Marta Martínez, presidenta d'IBM Espanya; Helena Herrero, presidenta de Hewlett Packard; Almudena Román, directora general d'INGDIRECT; i Laurent Paillassot, CEO d'Orange Espanya.

També participaran en aquesta segona edició del programa la consellera delegada de Microsoft Ibèrica, Pilar López; la presidenta d'IBM España, Helena Herrero; la presidenta d'HP, Almudena Román; la directora general d'ING Direct, Marta Martínez; i, el conseller delegat d'Orange Espanya, Laurent Paillassot.

Aquestes directives els ajudaran a identificar noves oportunitats de creixement i expansió per als seus negocis i a ampliar la xarxa de contactes, *partners* i potencials clients.

'Llança't té, a més a més, la col·laboració de CEOE, la Fundació COTEC per a la Innovació, Adigital, ENISA, digitalES, I2cat, MWCF i els Espais Coworking Go2Work d'EOI cofinançats pel Fons Social Europeu. Totes aquestes entitats ajudaran a la difusió del programa per a contribuir al seu coneixement i animar els nous emprenedors a participar-hi.

El retrete no es un agujero mágico donde desprenderse de cualquier cosa que nos estorbe

original

**EOI** Escuela de
organización
industrial

1.800 millones de habitantes beben agua no potable que podría estar contaminada por heces

- Hoy se celebra el Día Mundial del Retrete, un sistema de saneamiento del que carecen 4.500 millones de personas
- Según el experto de EOI Jaime La Iglesia Gandarillas, “la mayoría de los privilegiados que disponemos de este extraordinario avance material no lo usamos adecuadamente”

Aunque para la mayoría de nosotros es un objeto tan cotidiano que no le prestamos atención, **un 60% de la población mundial –unos 4.500 millones de personas– no disponen de retretes en sus viviendas o tienen sistemas de saneamiento deficientes**, según la OMS (Organización Mundial de la Salud).

Precisamente para recordar su trascendencia, las Naciones Unidas instituyeron el [Día Mundial del Retrete \(Toilet Day\)](#), que se celebra hoy, 19 de noviembre.

Datos a nivel mundial

El hecho de que cerca de 900 millones de personas defequen al aire libre implica que esas heces no sean tratadas: **en torno a 1.800 millones de habitantes del planeta beben agua no potable que podría estar contaminada por estas**, siguiendo con datos de la OMS y UNICEF.

Sin embargo, este no es el único problema. “*La mayoría de los privilegiados que disponemos de este extraordinario avance material no lo usamos adecuadamente*”, subraya Jaime La Iglesia Gandarillas, profesor de los programas máster en Ingeniería y Gestión del Agua e Ingeniería y Gestión Medioambiental de [EOI \(Escuela de Organización Industrial\)](#).

“Las letrinas y/o retretes deben ser el lugar donde liberamos los compuestos que nuestro organismo ya no puede aprovechar. En ningún caso pueden concebirse como el agujero mágico donde desprenderse de cualquier cosa que nos estorbe”, subraya el profesor de EOI.

“Al tirar de la cadena, decimos adiós a nuestras colillas, compresas, preservativos, algodones, gasas, plásticos, palillos, hilo dental, pelos, las famosas toallitas “biodegradables”, aceites y un largo etcétera de productos. Todos ellos se esfuman como por arte de magia, hasta llegar a

http://es.eprensa.com/cgi-bin/view_digital_media.cgi?subclient_id=4630&comps_id=185351548

las depuradoras en el mejor de los casos, si antes no han provocado la obstrucción de la red de saneamiento o el atasco total de las fosas sépticas, inutilizándolas por completo”, explica Jaime La Iglesia. “Posiblemente al hacerlo pensamos que ello no perjudica a nadie, pero nada más alejado de la realidad, pues en lugar de constituir una solución, engendra un problema mucho mayor”, añade.

¿Qué hacer ante esta situación?

“Impliquémonos educando e informando a todos cuantos nos rodean sobre su uso adecuado y promovamos una gestión adecuada del producto que se genera a posteriori”, exhorta este profesional de la gestión de aguas. “Si así lo hacemos, conseguiremos un mejor funcionamiento de las redes de saneamiento y de los sistemas de depuración que, a pesar de estar ocultos o poco visibles, no dejan de ser fundamentales para el medio ambiente; en definitiva, para nosotros mismos”, concluye.

Zafra es una de las ciudades que más ha crecido a nivel turístico en Extremadura

Infoprovincia • original



El alcalde de Zafra, José Carlos Contreras Asturiano, y el director general de Turismo de la Junta de Extremadura, Francisco Martín, han inaugurado este lunes en el pabellón central del recinto ferial las Jornadas de Sensibilización en Comercialización Turística y de Restauración, que arrancan en Zafra y que continuarán en Cáceres, Badajoz, Plasencia y Mérida.

Las jornadas están organizadas por la Dirección General de Turismo de la Junta de Extremadura y son impartidas por la Escuela de Organización Industrial (EOI). Están dirigidas a pymes, autónomos, emprendedores, técnicos de turismo y en general a todos los profesionales relacionados con el sector turístico, con el objetivo de abordar las últimas innovaciones y responder a las demandas actuales de este sector.

José Carlos Contreras informó que Zafra es una de las ciudades que más ha crecido de Extremadura a nivel turístico y, según él, es algo *“que compete a toda la sociedad: a los técnicos, establecimientos y las administraciones públicas, que tenemos la responsabilidad de publicitar y mover nuestros territorios para que sean conocidos en todo el mundo, pero también compete a los ciudadanos que se convierten en importantes agentes turísticos”*. El alcalde aseguró que desde el Ayuntamiento se está haciendo un gran trabajo para promocionar Zafra.

El director general de Turismo destacó la potencialidad que tiene Extremadura y sus recursos naturales, históricos, culturales, gastronómicos y humanos, algo que, según dijo *“no es suficiente para llegar al turista, no podemos esperar a que vengan, hay que salir a buscarlos y vender lo que tenemos fuera de nuestros territorios”*. También quiso destacar la importancia de

<http://infoprovincia.net/2018/11/19/zafra-es-una-de-las-ciudades-que-mas-ha-crecido-a-nivel-turistico-en-extremadura/>

la colaboración entre el sector público y privado, así como la innovación a la hora de la promoción turística

Antes de dar por inauguradas estas jornadas, Francisco Martín anunció que existirá una partida económica de la Junta de Extremadura destinada a elaborar un programa de turismo del sur de la región que se engarce en el plan único que hay para toda Extremadura.



Jordi Llinares Subdirector General de Digitalización de la Industria y Entornos Colaborativos participa en nuestra Comisión de Industria 4.0

14/11/2018

El 14 de noviembre la Comisión de Industria 4.0 cerró su última plenaria del año con broche de oro: contamos con la asistencia de **Jordi Llinares, Subdirector General de Digitalización de la Industria y Entornos Colaborativos** de la Secretaría General de Industria y de la PYME y de **Miguel Sánchez Galindo, Director de Innovación, Emprendedores y Pymes de la EOI**.

En la reunión se puso de manifiesto la apuesta conjunta por promover la **Estrategia de Industria Conectada** y se priorizaron tres ejes en dónde AMETIC puede colaborar estrechamente con la administración: la concienciación, la formación así como la regulación. La sintonía existente y el deseo de seguir avanzando en la digitalización de los sectores industriales quedó patente entre las partes.

En esta sesión, en la que participaron 25 asistentes dimos la bienvenida a los nuevos asociados: **Atos, Erni e I2Cat**. Además, como en otras ocasiones, se puso de manifiesto el avance de los diferentes grupos de trabajo: las reuniones mantenidas con el **Clúster TIC de Puebla** para intercambiar impresiones y compartir buenas prácticas, los primeros resultados e iteraciones del **ecosistema 4.0** del grupo de trabajo de tecnologías habilitadoras, así como la presentación realizada por el coordinador de **Co-Creación** en la Comisión de I+D+i de **Sernauto**. En esta plenaria fue **Mesbook** -Sistemas de gestión de fábricas en tiempo real- el encargado de compartir algunos de sus proyectos y casos de éxito.

Si quieres participar en nuestras reuniones de la Comisión de Industria 4.0, ponte en contacto con nosotros: industria40@ametic.es.

Categoría:

Mercados y Transformación Digital
Comisión Industria 4.0

Comparte:

 Share 0

 Share

Imágenes:





Nor gara Bilatu Harremanetarako Web mapa Buletinak



Hasiera

barrixen txostenak:
Berrikuntza Bizkaian

Laguntzak eta Diru
Laguntzak

Lizitazioak

Berrikuntza
Interesgarriak

Joerak

Arrakasta enpresariala

Berrikuntzaren
Europar Sareak

Prestakuntza

Liburutegia

Albisteak

Buletinerako harpidetza

Actualización Mayo
2018:
RGPD 2016/679

☐ He leído y acepto la
[Política de Privacidad y](#)
[Confidencialidad.](#)

email@dominio



Bat egin barrixerekin

FaceBook

Twitter

RSS

Hasiera > Joerak > Berrikuntza Teknologikoak > "Digital twin", 4.0 industria aholkatzeko biki digitala

Euskara

Español



"Digital twin", 4.0 industria aholkatzeko biki digitala



Aurrerapen teknologikoei esker posible da lantegi industrialen edo eraikinen ADNaren kopia bat egitea. Baina kopia horiek ez daude mundu fisikoan, baizik eta birtualean. Horixe da biki digital bat (edo digital twin bat ingelesez). Sistema informatikoak dira, bizitza errealean duten bikiarekin sentsoreen bitartez konektatzen direnak, azken horren funtzionamendua simulatzeko, aztertzeko eta balizko hobekuntzak definitzeko.

Biki digitalak funtsezkoak izango dira 4.0 Industriaren garapenean. "Biki digital bat da prozesu, produktu edo zerbitzu baten datu errealek birtualizatzea eta simulatzea [modelatzeko tresnak erabiliz]", azaldu du Jorge Hernandok, Eduardo Torroja **Eraikuntzako Zientzien Erakundeko (IETcc-CSIC)** IKtako arduradunak. "Horrela posible da akatsak prebenitzea, parametroak aldatzea eta portaerak aurreikustea; eta hori guztia mundu errealeko ereduarekin egingo balitz, diru edo denbora asko galduko litzateke" gaineratu du Eduardo Muñozek, Torrojaen departamenduko kidea **IETcc-CSIC**en.

Biki digitala ez da teknologia bakar bat. "Garapen desberdinak izan ditzake proiektuaren arabera. Izan liteke produktu baten kopia bat edo lantegi oso batena, baina oraingoz ezin esan dezakegu biki digitalak masiboki zabaldu direnik" zehaztu du Pablo Oietek, **Antolakuntza Industrialeko Eskolako (EOI)** 4.0 Industria masterreko zuzendariak. Hala ere, Oietek esan bezala, "dagoeneko badaude erreferente batzuk". Zuraren sektoreko Sonae Arauco enpresa da horietako bat. Biki digital batek zuzentzen du bere prozesuen zati bat eta, besteak beste, zuntzak lehortzeko proba birtualak egiten ditu prozedura hori optimizatzen.

technologyreview.es



Ekitaldiak

As Aza 20
10ª Conferencia del Programa Marco de Investigación e Innovación de la Unión Europea
Az Aza 21
LIBRECON powered by CEBIT
Al Aza 26
Basque Industry 4.0. The Meeting Point 2018
Az Mar 06
Change the Change

Twitter

Tweets by @barrixe

barrixe innovación Retweeted



Ana Sancho

@anabm30

¿Y si en el futuro los peatones 'trolean' a los coches inteligentes?

La llegada de vehículos autónomos podría rehacer las ciudades como sucedió hace un siglo con la aparición de los automóviles, pero en la dirección opuesta. Vía [@el_pais](#) [@BilbaoUrban](#) [elpais.com/tecnologia/201...](#)



6h



barrixe innovación

@barrixe

#Digitalización #Ayudas del Programa Asesores Digitales 2018 [barrixe.com/index.php/es/a...](#) vía [@barrixe](#)



7h



barrixe innovación

@barrixe

Los **#drones** que aprendieron a nadar para mejorar la gestión del agua [barrixe.com/index.php/es/t...](#) vía [@barrixe](#)



7h

Agiriak

Berrikuntza Bizkaian
Joerak

Laguntzak eta Diru Laguntzak
Berrikuntza Interesgarriak

Kontaktua

Email: info@barrixe.com

Zafra es una de las ciudades que más ha crecido en el ámbito turístico en Extremadura

Escrito por Redacción • [original](#)



El alcalde lo ha anunciado durante la apertura de las Jornadas de Sensibilización en Comercialización Turística celebradas hoy

El alcalde de Zafra, José Carlos Contreras Asturiano, y el director general de Turismo de la Junta de Extremadura, Francisco Martín, han inaugurado este lunes en el pabellón central del recinto ferial las Jornadas de Sensibilización en Comercialización Turística y de Restauración, que arrancan en Zafra y que continuarán en Cáceres, Badajoz, Plasencia y Mérida.

Las jornadas están organizadas por la Dirección General de Turismo de la Junta de Extremadura y son impartidas por la Escuela de Organización Industrial (EOI). Están dirigidas a pymes, autónomos, emprendedores, técnicos de turismo y en general a todos los profesionales relacionados con el sector turístico, con el objetivo de abordar las últimas innovaciones y responder a las demandas actuales de este sector.

José Carlos Contreras informó que Zafra es una de las ciudades que más ha crecido de Extremadura en el ámbito turístico y, según él, es algo “que compete a toda la sociedad: a los técnicos, establecimientos y las administraciones públicas, que tenemos la responsabilidad de publicitar y mover nuestros territorios para que sean conocidos en todo el mundo, pero también

http://es.eprensa.com/cgi-bin/view_digital_media.cgi?subclient_id=4630&comps_id=185456914

competen a los ciudadanos que se convierten en importantes agentes turísticos". El alcalde aseguró que desde el Ayuntamiento se está haciendo un gran trabajo para promocionar Zafra.

El director general de Turismo destacó la potencialidad que tiene Extremadura y sus recursos naturales, históricos, culturales, gastronómicos y humanos, algo que, según dijo "no es suficiente para llegar al turista, no podemos esperar a que vengan, hay que salir a buscarlos y vender lo que tenemos fuera de nuestros territorios". También quiso destacar la importancia de la colaboración entre el sector público y privado, así como la innovación a la hora de la promoción turística.

Antes de dar por inauguradas estas jornadas, Francisco Martínez anunció que existirá una partida económica de la Junta de Extremadura destinada a elaborar un programa de turismo del sur de la región que se engarce en el plan único que hay para toda Extremadura.

martes, noviembre 20, 2018

Última: La mayor atracción de invierno está de regreso al Coliseo de Elvas el 30 de noviembre / A maior atração de inverno está de regresso ao Coliseu a 30 de novembro


EXTREMADURA ▾

NACIONAL

LA RAYA

ECONOMÍA

ECO & AGRO

CULTURA

DEPORTES

TECNOLOGÍA

OPINION



BADAJOZ

Zafra es una de las ciudades que más ha crecido a nivel turístico en Extremadura

noviembre 19, 2018 • REDACCION EXTREMADURA ACTIVA • Turismo, Zafra

El alcalde de Zafra, José Carlos Contreras Asturiano, y el director general de Turismo de la Junta de Extremadura, Francisco Martín, han inaugurado este lunes en el pabellón central del recinto ferial las Jornadas de Sensibilización en Comercialización Turística y de Restauración, que arrancan en Zafra y que continuarán en Cáceres, Badajoz, Plasencia y Mérida.

Las jornadas están organizadas por la Dirección General de Turismo de la Junta de Extremadura y son impartidas por la Escuela de Organización Industrial (EOI). Están dirigidas a pymes, autónomos, emprendedores, técnicos de turismo y en general a todos los profesionales relacionados con el sector turístico, con el objetivo de abordar las últimas innovaciones y responder a las demandas actuales de este sector.

José Carlos Contreras informó que Zafra es una de las ciudades que más ha crecido de Extremadura a nivel turístico y, según él, es algo *"que compete a toda la sociedad: a los técnicos, establecimientos y las administraciones públicas, que tenemos la responsabilidad de publicitar y mover nuestros territorios para que sean conocidos en todo el mundo, pero también compete a los ciudadanos que se convierten en importantes agentes turísticos"*. El alcalde aseguró que desde el Ayuntamiento se está haciendo un gran trabajo para promocionar Zafra.

El director general de Turismo destacó la potencialidad que tiene Extremadura y sus recursos naturales, históricos, culturales, gastronómicos y humanos, algo que, según dijo *"no es suficiente para llegar al turista, no podemos esperar a que vengan, hay que salir a buscarlos y vender lo que tenemos fuera de nuestros territorios"*. También quiso destacar la importancia de la colaboración entre el sector público y privado, así



PREVEEX
 GABINETE DE PREVENCIÓN R.L. CREEX

En el partido
por la
SEGURIDAD y
SALUD en tu
empresa,
alineas siempre
tu mejor once

[INFÓRMATE AQUÍ](#)

Financiado por:


[Volver al índice](#)

<http://extremaduraactiva.com/zafra-es-una-de-las-ciudades-que-mas-ha-crecido-a-nivel-turistico-en-extremadura/>

como la innovación a la hora de la promoción turística

Antes de dar por inauguradas estas jornadas, Francisco Martínez anunció que existirá una partida económica de la Junta de Extremadura destinada a elaborar un programa de turismo del sur de la región que se engarce en el plan único que hay para toda Extremadura.



← Fernández Vara destaca el papel de la prevención y la salud pública en la construcción de un buen sistema sanitario

El SEXPE apuesta por el empleo en las zonas rurales en la inauguración del nuevo centro de Puebla de Alcocer →

Video Promocional Feria Internacional Ganadera de Zafra 2018. Te esperamos.

👍 También te puede gustar



Vitaldent Zafra colabora con la Sala de Lactancia de la Feria Zafra Gastronómica

📅 octubre 25, 2018

Comentarios desactivados



La Guardia Civil detuvo a un vecino de Los Santos de Maimona por dos delitos de estafa y apropiación indebida de vehículos

📅 octubre 24, 2018

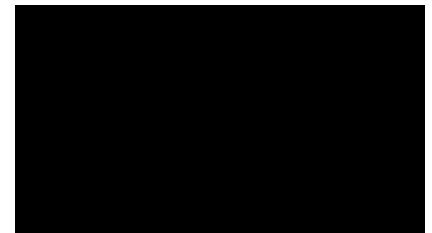
Comentarios desactivados



El Ayuntamiento de Zafra oferta un curso de albanilería y uno de atención sociosanitaria en instituciones en las Escuelas Profesionales Zafra III

📅 agosto 20, 2018

Comentarios desactivados



Un 60% de la población mundial no dispone de retretes en sus viviendas

Carolina Prada • [original](#)

Aunque para la mayoría de la gente es un objeto tan cotidiano al que no se le presta atención, un 60% de la población mundial –unos 4.500 millones de personas– no disponen de retretes en sus viviendas o tienen sistemas de saneamiento deficientes, según la **OMS (Organización Mundial de la Salud)**.

Precisamente para recordar su trascendencia, las Naciones Unidas instituyeron el **Día Mundial del Retrete (Toilet Day)**, que se celebra hoy, 19 de noviembre.

El hecho de que cerca de 900 millones de personas defequen al aire libre implica que esas heces no sean tratadas: en torno a 1.800 millones de habitantes del planeta beben agua no potable que podría estar contaminada por estas, siguiendo con datos de la **OMS** y **UNICEF**.

Sin embargo, este no es el único problema. "La mayoría de los privilegiados que disponemos de este extraordinario avance material no lo usamos adecuadamente", subraya **Jaime La Iglesia Gandarillas**, profesor de los programas máster en Ingeniería y Gestión del Agua e Ingeniería y Gestión Medioambiental de **EOI (Escuela de Organización Industrial)**.

"Las letrinas y/o retretes deben ser el lugar donde liberamos los compuestos que nuestro organismo ya no puede aprovechar. En ningún caso pueden concebirse como el *agujero mágico* donde desprenderse de cualquier cosa que nos estorbe", subraya el profesor de EOI.

"Al tirar de la cadena, decimos adiós a nuestras colillas, compresas, preservativos, algodones, gasas, plásticos, palillos, hilo dental, pelos, las famosas toallitas "biodegradables", aceites y un largo etcétera de productos. Todos ellos se esfuman como por arte de magia, hasta llegar a las depuradoras en el mejor de los casos, si antes no han provocado la obstrucción de la red de saneamiento o el atasco total de las fosas sépticas, inutilizándolas por completo", explica **Jaime La Iglesia**.

"Posiblemente al hacerlo pensamos que ello no perjudica a nadie, pero nada más alejado de la realidad, pues en lugar de constituir una solución, engendra un problema mucho mayor", añade.

¿Qué hacer ante esta situación? "Impliquémonos educando e informando a todos cuantos nos rodean sobre su uso adecuado y promovamos una gestión adecuada del producto que se genera a posteriori", exhorta este profesional de la gestión de aguas. "Si así lo hacemos, conseguiremos un mejor funcionamiento de las redes de saneamiento y de los sistemas de depuración que, a pesar de estar ocultos o poco visibles, no dejan de ser fundamentales para el medio ambiente; en definitiva, para nosotros mismos", concluye.

<https://www.comunicae.es/nota/un-60-de-la-poblacion-mundial-no-dispone-de-1200004/>**Acerca de EOI**

La Escuela de Organización Industrial (EOI) es la primera escuela de negocios fundada en España (1955). En sus 63 años de historia han pasado por sus aulas más de 84.500 directivos y gestores empresariales especializados en liderazgo, internacionalización y sostenibilidad.

Como fundación pública adscrita al Ministerio de Industria, Comercio y Turismo y con la cofinanciación del Fondo Social Europeo, ha impulsado los negocios de más de 52.000 nuevos emprendedores en España y fundado una Red Nacional de 50 Espacios Coworking en distintas ciudades del país.

'Digital twin', un gemelo virtual para aconsejar a la industria 4.0

original

Gracias a los avances tecnológicos, espacios tan diferentes como plantas industriales y edificios comparten su ADN con una copia de sí mismos. Pero en este caso las copias no se encuentran en el mundo físico, sino en el virtual. Son los llamados gemelos digitales (o digital twins, en inglés). Se trata de sistemas informáticos que se conectan con sus compañeros de la vida real a través de sensores, para simular su funcionamiento, analizarlo y definir posibles mejoras.

Ahora, los gemelos digitales se erigen como una figura clave para el desarrollo de la industria 4.0. "Un gemelo digital es una virtualización y simulación [a través de herramientas de modelado] de los datos reales de un proceso, producto o servicio", explica el responsable TIC del **Instituto de Ciencias de la Construcción Eduardo Torroja (IETcc-CSIC)**, Jorge Hernando. "Esto permite prevenir errores, modificar parámetros y predecir comportamientos, algo que conllevaría una pérdida de dinero o tiempo si se hiciera con el modelo del mundo real", añade su compañero del departamento de **Construcción del IETcc-CSIC** Eduardo Muñoz.

El gemelo digital no consiste en una única tecnología. "Su desarrollo varía según el proyecto. Puede ser desde una copia de un producto o incluso de una planta entera, pero todavía no se puede hablar de una implantación masiva de gemelos digitales", matiza el director del máster en Industria 4.0 de la **Escuela de Organización Industrial (EOI)**, Pablo Oliete. A pesar de ello, añade que "ya hay algunos referentes". Es el caso de la empresa del sector de la madera Sonae Arauco. Un gemelo digital dirige parte de su proceso y realiza, entre otras cosas, pruebas virtuales del secado de fibras para optimizar este procedimiento.

Un 60% de la población mundial no dispone de retretes en sus viviendas

redacción • [original](#)

Aunque para la mayoría de la gente es un objeto tan cotidiano al que no se le presta atención, un 60% de la población mundial –unos 4.500 millones de personas– no disponen de retretes en sus viviendas o tienen sistemas de saneamiento deficientes, según la **OMS (Organización Mundial de la Salud)**.

Precisamente para recordar su trascendencia, las Naciones Unidas instituyeron el **Día Mundial del Retrete (Toilet Day)**, que se celebra hoy, 19 de noviembre.

El hecho de que cerca de 900 millones de personas defequen al aire libre implica que esas heces no sean tratadas: en torno a 1.800 millones de habitantes del planeta beben agua no potable que podría estar contaminada por estas, siguiendo con datos de la **OMS y UNICEF**.

Sin embargo, este no es el único problema. “La mayoría de los privilegiados que disponemos de este extraordinario avance material no lo usamos adecuadamente”, subraya **Jaime La Iglesia Gandarillas**, profesor de los programas máster en Ingeniería y Gestión del Agua e Ingeniería y Gestión Medioambiental de **EOI (Escuela de Organización Industrial)**.

“Las letrinas y/o retretes deben ser el lugar donde liberamos los compuestos que nuestro organismo ya no puede aprovechar. En ningún caso pueden concebirse como el *agujero mágico* donde desprenderse de cualquier cosa que nos estorbe”, subraya el profesor de EOI.

“Al tirar de la cadena, decimos adiós a nuestras colillas, compresas, preservativos, algodones, gasas, plásticos, palillos, hilo dental, pelos, las famosas toallitas “biodegradables”, aceites y un largo etcétera de productos. Todos ellos se esfuman como por arte de magia, hasta llegar a las depuradoras en el mejor de los casos, si antes no han provocado la obstrucción de la red de saneamiento o el atasco total de las fosas sépticas, inutilizándolas por completo”, explica **Jaime La Iglesia**. “Posiblemente al hacerlo pensamos que ello no perjudica a nadie, pero nada más alejado de la realidad, pues en lugar de constituir una solución, engendra un problema mucho mayor”, añade.

¿Qué hacer ante esta situación? “Impliquémonos educando e informando a todos cuantos nos rodean sobre su uso adecuado y promovamos una gestión adecuada del producto que se genera a posteriori”, exhorta este profesional de la gestión de aguas. “Si así lo hacemos, conseguiremos un mejor funcionamiento de las redes de saneamiento y de los sistemas de depuración que, a pesar de estar ocultos o poco visibles, no dejan de ser fundamentales para el medio ambiente; en definitiva, para nosotros mismos”, concluye.

Acerca de EOI

La Escuela de Organización Industrial (EOI) es la primera escuela de negocios fundada

<http://www.notasdeprensa.es/1200004/un-60-de-la-poblacion-mundial-no-dispone-de>

en España (1955). En sus 63 años de historia han pasado por sus aulas más de 84.500 directivos y gestores empresariales especializados en liderazgo, internacionalización y sostenibilidad.

Como fundación pública adscrita al Ministerio de Industria, Comercio y Turismo y con la cofinanciación del Fondo Social Europeo, ha impulsado los negocios de más de 52.000 nuevos emprendedores en España y fundado una Red Nacional de 50 Espacios Coworking en distintas ciudades del país.

Un 60% de la población mundial no dispone de retretes en sus viviendas

Redacción • [original](#)

Aunque para la mayoría de la gente es un objeto tan cotidiano al que no se le presta atención, un 60% de la población mundial –unos 4.500 millones de personas– no disponen de retretes en sus viviendas o tienen sistemas de saneamiento deficientes, según la **OMS (Organización Mundial de la Salud)**.

Precisamente para recordar su trascendencia, las Naciones Unidas instituyeron el **Día Mundial del Retrete (Toilet Day)**, que se celebra hoy, 19 de noviembre.

El hecho de que cerca de 900 millones de personas defequen al aire libre implica que esas heces no sean tratadas: en torno a 1.800 millones de habitantes del planeta beben agua no potable que podría estar contaminada por estas, siguiendo con datos de la **OMS y UNICEF**.

Sin embargo, este no es el único problema. "La mayoría de los privilegiados que disponemos de este extraordinario avance material no lo usamos adecuadamente", subraya **Jaime La Iglesia Gandarillas**, profesor de los programas máster en Ingeniería y Gestión del Agua e Ingeniería y Gestión Medioambiental de **EOI (Escuela de Organización Industrial)**.

"Las letrinas y/o retretes deben ser el lugar donde liberamos los compuestos que nuestro organismo ya no puede aprovechar. En ningún caso pueden concebirse como el *agujero mágico* donde desprenderse de cualquier cosa que nos estorbe", subraya el profesor de EOI.

"Al tirar de la cadena, decimos adiós a nuestras colillas, compresas, preservativos, algodones, gasas, plásticos, palillos, hilo dental, pelos, las famosas toallitas "biodegradables", aceites y un largo etcétera de productos. Todos ellos se esfuman como por arte de magia, hasta llegar a las depuradoras en el mejor de los casos, si antes no han provocado la obstrucción de la red de saneamiento o el atasco total de las fosas sépticas, inutilizándolas por completo", explica **Jaime La Iglesia**. "Posiblemente al hacerlo pensamos que ello no perjudica a nadie, pero nada más alejado de la realidad, pues en lugar de constituir una solución, engendra un problema mucho mayor", añade.

¿Qué hacer ante esta situación? "Impliquémonos educando e informando a todos cuantos nos rodean sobre su uso adecuado y promovamos una gestión adecuada del producto que se genera a posteriori", exhorta este profesional de la gestión de aguas. "Si así lo hacemos, conseguiremos un mejor funcionamiento de las redes de saneamiento y de los sistemas de depuración que, a pesar de estar ocultos o poco visibles, no dejan de ser fundamentales para el medio ambiente; en definitiva, para nosotros mismos", concluye.

Acerca de EOI

La Escuela de Organización Industrial (EOI) es la primera escuela de negocios fundada

<https://www.camaltecpress.com/78272/un-60-de-la-poblacion-mundial-no-dispone-de-retretes-en-sus-viviendas/>

en España (1955). En sus 63 años de historia han pasado por sus aulas más de 84.500 directivos y gestores empresariales especializados en liderazgo, internacionalización y sostenibilidad.

Como fundación pública adscrita al Ministerio de Industria, Comercio y Turismo y con la cofinanciación del Fondo Social Europeo, ha impulsado los negocios de más de 52.000 nuevos emprendedores en España y fundado una Red Nacional de 50 Espacios Coworking en distintas ciudades del país.

Mas información sobre en [Un 60% de la población mundial no dispone de retretes en sus viviendas](#)

<https://sticknoticias.com/un-60-de-la-poblacion-mundial-no-dispone-de-retretes-en-sus-viviendas/>

Un 60% de la población mundial no dispone de retretes en sus viviendas

Redacción • original



/COMUNICAE/

Hoy se celebra el Día Mundial del Retrete, un sistema de saneamiento del que carecen 4.500 millones de personas. Según el experto de EOI Jaime La Iglesia Gandarillas, “la mayoría de los privilegiados que disponemos de este extraordinario avance material no lo usamos adecuadamente”

Aunque para la mayoría de la gente es un objeto tan cotidiano al que no se le presta atención, un 60% de la población mundial –unos 4.500 millones de personas– no disponen de retretes en sus viviendas o tienen sistemas de saneamiento deficientes, según la **OMS (Organización Mundial de la Salud)**.

Precisamente para recordar su trascendencia, las Naciones Unidas instituyeron el **Día Mundial del Retrete (Toilet Day)**, que se celebra hoy, 19 de noviembre.

El hecho de que cerca de 900 millones de personas defequen al aire libre implica que esas heces no sean tratadas: en torno a 1.800 millones de habitantes del planeta beben agua no potable que podría estar contaminada por estas, siguiendo con datos de la **OMS** y **UNICEF**.

Sin embargo, este no es el único problema. “La mayoría de los privilegiados que disponemos de este extraordinario avance material no lo usamos adecuadamente”, subraya **Jaime La Iglesia Gandarillas**, profesor de los programas máster en Ingeniería y Gestión del Agua e Ingeniería y Gestión Medioambiental de **EOI (Escuela de Organización Industrial)**.

“Las letrinas y/o retretes deben ser el lugar donde liberamos los compuestos que nuestro organismo ya no puede aprovechar. En ningún caso pueden concebirse como el *agujero mágico* donde desprenderse de cualquier cosa que nos estorbe”, subraya el profesor de

<https://sticknoticias.com/un-60-de-la-poblacion-mundial-no-dispone-de-retretes-en-sus-viviendas/>

EOI.

“Al tirar de la cadena, decimos adiós a nuestras colillas, compresas, preservativos, algodones, gasas, plásticos, palillos, hilo dental, pelos, las famosas toallitas “biodegradables”, aceites y un largo etcétera de productos. Todos ellos se esfuman como por arte de magia, hasta llegar a las depuradoras en el mejor de los casos, si antes no han provocado la obstrucción de la red de saneamiento o el atasco total de las fosas sépticas, inutilizándolas por completo”, explica **Jaime La Iglesia**. “Posiblemente al hacerlo pensamos que ello no perjudica a nadie, pero nada más alejado de la realidad, pues en lugar de constituir una solución, engendra un problema mucho mayor”, añade.

¿Qué hacer ante esta situación? “Impliquémonos educando e informando a todos cuantos nos rodean sobre su uso adecuado y promovamos una gestión adecuada del producto que se genera a posteriori”, exhorta este profesional de la gestión de aguas. “Si así lo hacemos, conseguiremos un mejor funcionamiento de las redes de saneamiento y de los sistemas de depuración que, a pesar de estar ocultos o poco visibles, no dejan de ser fundamentales para el medio ambiente; en definitiva, para nosotros mismos”, concluye.

Acerca de EOI

La Escuela de Organización Industrial (EOI) es la primera escuela de negocios fundada en España (1955). En sus 63 años de historia han pasado por sus aulas más de 84.500 directivos y gestores empresariales especializados en liderazgo, internacionalización y sostenibilidad.

Como fundación pública adscrita al Ministerio de Industria, Comercio y Turismo y con la cofinanciación del Fondo Social Europeo, ha impulsado los negocios de más de 52.000 nuevos emprendedores en España y fundado una Red Nacional de 50 Espacios Coworking en distintas ciudades del país.

www.eoi.es // [@eoi](https://twitter.com/eoi) // www.facebook.com/eoi.edu // www.instagram.com/eoischool

Un 60% de la población mundial no dispone de retretes en sus viviendas

original

Hoy se celebra el Día Mundial del Retrete, un sistema de saneamiento del que carecen 4.500 millones de personas. Según el experto de EOI Jaime La Iglesia Gandarillas, "la mayoría de los privilegiados que disponemos de este extraordinario avance material no lo usamos adecuadamente"

Hoy se celebra el Día Mundial del Retrete, un sistema de saneamiento del que carecen 4.500 millones de personas. Según el experto de EOI Jaime La Iglesia Gandarillas, "la mayoría de los privilegiados que disponemos de este extraordinario avance material no lo usamos adecuadamente"

Aunque para la mayoría de la gente es un objeto tan cotidiano al que no se le presta atención, un 60% de la población mundial –unos 4.500 millones de personas– no disponen de retretes en sus viviendas o tienen sistemas de saneamiento deficientes, según la **OMS (Organización Mundial de la Salud)**.

Precisamente para recordar su trascendencia, las Naciones Unidas instituyeron el **Día Mundial del Retrete (Toilet Day)**, que se celebra hoy, 19 de noviembre.

El hecho de que cerca de 900 millones de personas defequen al aire libre implica que esas heces no sean tratadas: en torno a 1.800 millones de habitantes del planeta beben agua no potable que podría estar contaminada por estas, siguiendo con datos de la **OMS y UNICEF**.

Sin embargo, este no es el único problema. "La mayoría de los privilegiados que disponemos de este extraordinario avance material no lo usamos adecuadamente", subraya **Jaime La Iglesia Gandarillas**, profesor de los programas máster en Ingeniería y Gestión del Agua e Ingeniería y Gestión Medioambiental de **EOI (Escuela de Organización Industrial)**.

"Las letrinas y/o retretes deben ser el lugar donde liberamos los compuestos que nuestro organismo ya no puede aprovechar. En ningún caso pueden concebirse como el *agujero mágico* donde desprenderse de cualquier cosa que nos estorbe", subraya el profesor de EOI.

"Al tirar de la cadena, decimos adiós a nuestras colillas, compresas, preservativos, algodones, gasas, plásticos, palillos, hilo dental, pelos, las famosas toallitas "biodegradables", aceites y un largo etcétera de productos. Todos ellos se esfuman como por arte de magia, hasta llegar a las depuradoras en el mejor de los casos, si antes no han provocado la obstrucción de la red de saneamiento o el atasco total de las fosas sépticas, inutilizándolas por completo", explica **Jaime La Iglesia**. "Posiblemente al hacerlo pensamos que ello no perjudica a nadie, pero nada más alejado de la realidad, pues en lugar de constituir una solución, engendra un problema mucho mayor", añade.

<http://madrid-noticias.com/comunicado/22194-un-60-de-la-poblacion-mundial-no-dispone-dehtm>

¿Qué hacer ante esta situación? “Impliquémonos educando e informando a todos cuantos nos rodean sobre su uso adecuado y promovamos una gestión adecuada del producto que se genera a posteriori”, exhorta este profesional de la gestión de aguas. “Si así lo hacemos, conseguiremos un mejor funcionamiento de las redes de saneamiento y de los sistemas de depuración que, a pesar de estar ocultos o poco visibles, no dejan de ser fundamentales para el medio ambiente; en definitiva, para nosotros mismos”, concluye.

Acerca de EOI

La Escuela de Organización Industrial (EOI) es la primera escuela de negocios fundada en España (1955). En sus 63 años de historia han pasado por sus aulas más de 84.500 directivos y gestores empresariales especializados en liderazgo, internacionalización y sostenibilidad.

Como fundación pública adscrita al Ministerio de Industria, Comercio y Turismo y con la cofinanciación del Fondo Social Europeo, ha impulsado los negocios de más de 52.000 nuevos emprendedores en España y fundado una Red Nacional de 50 Espacios Coworking en distintas ciudades del país.

www.eoi.es // [@eoi](https://twitter.com/eoi) // www.facebook.com/eoi.edu // www.instagram.com/eoischool

<https://gironanoticias.com/comunicado/80914-un-60-de-la-poblacion-mundial-no-dispone-de-retretes-en-sus-viviendas.htm>

Un 60% de la población mundial no dispone de retretes en sus viviendas

original



<https://gironanoticies.com/comunicado/80914-un-60-de-la-poblacion-mundial-no-dispone-de-retretes-en-sus-viviendas.htm>



Hoy se celebra el Día Mundial del Retrete, un sistema de saneamiento del que carecen 4.500 millones de personas. Según el experto de EOI Jaime La Iglesia Gandarillas, "la mayoría de los privilegiados que disponemos de este extraordinario avance material no lo usamos adecuadamente"

Hoy se celebra el Día Mundial del Retrete, un sistema de saneamiento del que carecen 4.500 millones de personas. Según el experto de EOI Jaime La Iglesia Gandarillas, "la mayoría de los privilegiados que disponemos de este extraordinario avance material no lo usamos adecuadamente"

Aunque para la mayoría de la gente es un objeto tan cotidiano al que no se le presta atención, un 60% de la población mundial ¿unos 4.500 millones de personas? no disponen de retretes en sus viviendas o tienen sistemas de saneamiento deficientes, según la **OMS (Organización Mundial de la Salud)**.

Precisamente para recordar su trascendencia, las Naciones Unidas instituyeron el **Día Mundial del Retrete (Toilet Day)**, que se celebra hoy, 19 de noviembre.

El hecho de que cerca de 900 millones de personas defequen al aire libre implica que esas heces no sean tratadas: en torno a 1.800 millones de habitantes del planeta beben agua no potable que podría estar contaminada por estas, siguiendo con datos de la **OMS y UNICEF**.

Sin embargo, este no es el único problema. "La mayoría de los privilegiados que disponemos de este extraordinario avance material no lo usamos adecuadamente", subraya **Jaime La Iglesia**

<https://gironanoticias.com/comunicado/80914-un-60-de-la-poblacion-mundial-no-dispone-de-retretes-en-sus-viviendas.htm>

Gandarillas, profesor de los programas máster en Ingeniería y Gestión del Agua e Ingeniería y Gestión Medioambiental de **EOI (Escuela de Organización Industrial)**.

“Las letrinas y/o retretes deben ser el lugar donde liberamos los compuestos que nuestro organismo ya no puede aprovechar. En ningún caso pueden concebirse como el *agujero mágico* donde desprenderse de cualquier cosa que nos estorbe”, subraya el profesor de EOI.

“Al tirar de la cadena, decimos adiós a nuestras colillas, compresas, preservativos, algodones, gasas, plásticos, palillos, hilo dental, pelos, las famosas toallitas “biodegradables”, aceites y un largo etcétera de productos. Todos ellos se esfuman como por arte de magia, hasta llegar a las depuradoras en el mejor de los casos, si antes no han provocado la obstrucción de la red de saneamiento o el atasco total de las fosas sépticas, inutilizándolas por completo”, explica **Jaime La Iglesia**. “Posiblemente al hacerlo pensamos que ello no perjudica a nadie, pero nada más alejado de la realidad, pues en lugar de constituir una solución, engendra un problema mucho mayor”, añade.

¿Qué hacer ante esta situación? “Impliquémonos educando e informando a todos cuantos nos rodean sobre su uso adecuado y promovamos una gestión adecuada del producto que se genera a posteriori”, exhorta este profesional de la gestión de aguas. “Si así lo hacemos, conseguiremos un mejor funcionamiento de las redes de saneamiento y de los sistemas de depuración que, a pesar de estar ocultos o poco visibles, no dejan de ser fundamentales para el medio ambiente; en definitiva, para nosotros mismos”, concluye.

Acerca de EOI

La Escuela de Organización Industrial (EOI) es la primera escuela de negocios fundada en España (1955). En sus 63 años de historia han pasado por sus aulas más de 84.500 directivos y gestores empresariales especializados en liderazgo, internacionalización y sostenibilidad.

Como fundación pública adscrita al Ministerio de Industria, Comercio y Turismo y con la cofinanciación del Fondo Social Europeo, ha impulsado los negocios de más de 52.000 nuevos emprendedores en España y fundado una Red Nacional de 50 Espacios Coworking en distintas ciudades del país.

www.eoi.es // [@eoi](https://twitter.com/eoi) // www.facebook.com/eoi.edu // www.instagram.com/eoischool

Un 60% de la población mundial no dispone de retretes en sus viviendas

original

Hoy se celebra el Día Mundial del Retrete, un sistema de saneamiento del que carecen 4.500 millones de personas. Según el experto de EOI Jaime La Iglesia Gandarillas, "la mayoría de los privilegiados que disponemos de este extraordinario avance material no lo usamos adecuadamente"

Hoy se celebra el Día Mundial del Retrete, un sistema de saneamiento del que carecen 4.500 millones de personas. Según el experto de EOI Jaime La Iglesia Gandarillas, "la mayoría de los privilegiados que disponemos de este extraordinario avance material no lo usamos adecuadamente"

Aunque para la mayoría de la gente es un objeto tan cotidiano al que no se le presta atención, un 60% de la población mundial –unos 4.500 millones de personas– no disponen de retretes en sus viviendas o tienen sistemas de saneamiento deficientes, según la **OMS (Organización Mundial de la Salud)**.

Precisamente para recordar su trascendencia, las Naciones Unidas instituyeron el **Día Mundial del Retrete (Toilet Day)**, que se celebra hoy, 19 de noviembre.

El hecho de que cerca de 900 millones de personas defequen al aire libre implica que esas heces no sean tratadas: en torno a 1.800 millones de habitantes del planeta beben agua no potable que podría estar contaminada por estas, siguiendo con datos de la **OMS y UNICEF**.

Sin embargo, este no es el único problema. "La mayoría de los privilegiados que disponemos de este extraordinario avance material no lo usamos adecuadamente", subraya **Jaime La Iglesia Gandarillas**, profesor de los programas máster en Ingeniería y Gestión del Agua e Ingeniería y Gestión Medioambiental de **EOI (Escuela de Organización Industrial)**.

"Las letrinas y/o retretes deben ser el lugar donde liberamos los compuestos que nuestro organismo ya no puede aprovechar. En ningún caso pueden concebirse como el *agujero mágico* donde desprenderse de cualquier cosa que nos estorbe", subraya el profesor de EOI.

"Al tirar de la cadena, decimos adiós a nuestras colillas, compresas, preservativos, algodones, gasas, plásticos, palillos, hilo dental, pelos, las famosas toallitas "biodegradables", aceites y un largo etcétera de productos. Todos ellos se esfuman como por arte de magia, hasta llegar a las depuradoras en el mejor de los casos, si antes no han provocado la obstrucción de la red de saneamiento o el atasco total de las fosas sépticas, inutilizándolas por completo", explica **Jaime La Iglesia**. "Posiblemente al hacerlo pensamos que ello no perjudica a nadie, pero nada más alejado de la realidad, pues en lugar de constituir una solución, engendra un problema mucho mayor", añade.

<https://tarragonanoticias.com/comunicado/8390-un-60-de-la-poblacion-mundial-no-dispone-dehtm>

¿Qué hacer ante esta situación? “Impliquémonos educando e informando a todos cuantos nos rodean sobre su uso adecuado y promovamos una gestión adecuada del producto que se genera a posteriori”, exhorta este profesional de la gestión de aguas. “Si así lo hacemos, conseguiremos un mejor funcionamiento de las redes de saneamiento y de los sistemas de depuración que, a pesar de estar ocultos o poco visibles, no dejan de ser fundamentales para el medio ambiente; en definitiva, para nosotros mismos”, concluye.

Acerca de EOI

La Escuela de Organización Industrial (EOI) es la primera escuela de negocios fundada en España (1955). En sus 63 años de historia han pasado por sus aulas más de 84.500 directivos y gestores empresariales especializados en liderazgo, internacionalización y sostenibilidad.

Como fundación pública adscrita al Ministerio de Industria, Comercio y Turismo y con la cofinanciación del Fondo Social Europeo, ha impulsado los negocios de más de 52.000 nuevos emprendedores en España y fundado una Red Nacional de 50 Espacios Coworking en distintas ciudades del país.

www.eoi.es // [@eoi](https://twitter.com/eoi) // www.facebook.com/eoi.edu // www.instagram.com/eoischool

Un 60% de la población mundial no dispone de retretes en sus viviendas

original

Hoy se celebra el Día Mundial del Retrete, un sistema de saneamiento del que carecen 4.500 millones de personas. Según el experto de EOI Jaime La Iglesia Gandarillas, "la mayoría de los privilegiados que disponemos de este extraordinario avance material no lo usamos adecuadamente"

Hoy se celebra el Día Mundial del Retrete, un sistema de saneamiento del que carecen 4.500 millones de personas. Según el experto de EOI Jaime La Iglesia Gandarillas, "la mayoría de los privilegiados que disponemos de este extraordinario avance material no lo usamos adecuadamente"

Aunque para la mayoría de la gente es un objeto tan cotidiano al que no se le presta atención, un 60% de la población mundial ¿unos 4.500 millones de personas? no disponen de retretes en sus viviendas o tienen sistemas de saneamiento deficientes, según la **OMS (Organización Mundial de la Salud)**.

Precisamente para recordar su trascendencia, las Naciones Unidas instituyeron el **Día Mundial del Retrete (Toilet Day)**, que se celebra hoy, 19 de noviembre.

El hecho de que cerca de 900 millones de personas defequen al aire libre implica que esas heces no sean tratadas: en torno a 1.800 millones de habitantes del planeta beben agua no potable que podría estar contaminada por estas, siguiendo con datos de la **OMS y UNICEF**.

Sin embargo, este no es el único problema. "La mayoría de los privilegiados que disponemos de este extraordinario avance material no lo usamos adecuadamente", subraya **Jaime La Iglesia Gandarillas**, profesor de los programas máster en Ingeniería y Gestión del Agua e Ingeniería y Gestión Medioambiental de **EOI (Escuela de Organización Industrial)**.

"Las letrinas y/o retretes deben ser el lugar donde liberamos los compuestos que nuestro organismo ya no puede aprovechar. En ningún caso pueden concebirse como el *agujero mágico* donde desprenderse de cualquier cosa que nos estorbe", subraya el profesor de EOI.

"Al tirar de la cadena, decimos adiós a nuestras colillas, compresas, preservativos, algodones, gasas, plásticos, palillos, hilo dental, pelos, las famosas toallitas "biodegradables", aceites y un largo etcétera de productos. Todos ellos se esfuman como por arte de magia, hasta llegar a las depuradoras en el mejor de los casos, si antes no han provocado la obstrucción de la red de saneamiento o el atasco total de las fosas sépticas, inutilizándolas por completo", explica **Jaime La Iglesia**.

"Posiblemente al hacerlo pensamos que ello no perjudica a nadie, pero nada más alejado de la realidad, pues en lugar de constituir una solución, engendra un

problema mucho mayor”, añade.

¿Qué hacer ante esta situación? “Impliquémonos educando e informando a todos cuantos nos rodean sobre su uso adecuado y promovamos una gestión adecuada del producto que se genera a posteriori”, exhorta este profesional de la gestión de aguas. “Si así lo hacemos, conseguiremos un mejor funcionamiento de las redes de saneamiento y de los sistemas de depuración que, a pesar de estar ocultos o poco visibles, no dejan de ser fundamentales para el medio ambiente; en definitiva, para nosotros mismos”, concluye.

Acerca de EOI

La Escuela de Organización Industrial (EOI) es la primera escuela de negocios fundada en España (1955). En sus 63 años de historia han pasado por sus aulas más de 84.500 directivos y gestores empresariales especializados en liderazgo, internacionalización y sostenibilidad.

Como fundación pública adscrita al Ministerio de Industria, Comercio y Turismo y con la cofinanciación del Fondo Social Europeo, ha impulsado los negocios de más de 52.000 nuevos emprendedores en España y fundado una Red Nacional de 50 Espacios Coworking en distintas ciudades del país.

<https://www.merca2.es/un-60-de-la-poblacion-mundial-no-dispone-de-retretes-en-sus-viviendas/>

Un 60% de la población mundial no dispone de retretes en sus viviendas

original



El té bancha se postula como una de las bebidas más beneficiosas

Hoy se celebra el Día Mundial del Retrete, un sistema de saneamiento del que carecen 4.500 millones de personas. Según el experto de EOI Jaime La Iglesia Gandarillas, “la mayoría de los privilegiados que disponemos de este extraordinario avance material no lo usamos adecuadamente”

Aunque para la mayoría de la gente es un objeto tan cotidiano al que no se le presta atención, un 60% de la población mundial –unos 4.500 millones de personas– no disponen de retretes en sus viviendas o tienen sistemas de saneamiento deficientes, según la **OMS (Organización Mundial de la Salud)**.

Precisamente para recordar su trascendencia, las Naciones Unidas instituyeron el **Día Mundial del Retrete (Toilet Day)**, que se celebra hoy, 19 de noviembre.

El hecho de que cerca de 900 millones de personas defequen al aire libre implica que esas heces no sean tratadas: en torno a 1.800 millones de habitantes del planeta beben agua no potable que podría estar contaminada por estas, siguiendo con datos de la **OMS y UNICEF**.

Sin embargo, este no es el único problema. “La mayoría de los privilegiados que disponemos de este extraordinario avance material no lo usamos adecuadamente”, subraya **Jaime La Iglesia Gandarillas**, profesor de los programas máster en Ingeniería y Gestión del Agua e Ingeniería y Gestión Medioambiental de **EOI (Escuela de Organización Industrial)**.

<https://www.merca2.es/un-60-de-la-poblacion-mundial-no-dispone-de-retretes-en-sus-viviendas/>

“Las letrinas y/o retretes deben ser el lugar donde liberamos los compuestos que nuestro organismo ya no puede aprovechar. En ningún caso pueden concebirse como el *agujero mágico* donde desprenderse de cualquier cosa que nos estorbe”, subraya el profesor de EOI.

“Al tirar de la cadena, decimos adiós a nuestras colillas, compresas, preservativos, algodones, gasas, plásticos, palillos, hilo dental, pelos, las famosas toallitas “biodegradables”, aceites y un largo etcétera de productos. Todos ellos se esfuman como por arte de magia, hasta llegar a las depuradoras en el mejor de los casos, si antes no han provocado la obstrucción de la red de saneamiento o el atasco total de las fosas sépticas, inutilizándolas por completo”, explica **Jaime La Iglesia**. “Posiblemente al hacerlo pensamos que ello no perjudica a nadie, pero nada más alejado de la realidad, pues en lugar de constituir una solución, engendra un problema mucho mayor”, añade.

¿Qué hacer ante esta situación? “Impliquémonos educando e informando a todos cuantos nos rodean sobre su uso adecuado y promovamos una gestión adecuada del producto que se genera a posteriori”, exhorta este profesional de la gestión de aguas. “Si así lo hacemos, conseguiremos un mejor funcionamiento de las redes de saneamiento y de los sistemas de depuración que, a pesar de estar ocultos o poco visibles, no dejan de ser fundamentales para el medio ambiente; en definitiva, para nosotros mismos”, concluye.

Acerca de EOI

La Escuela de Organización Industrial (EOI) es la primera escuela de negocios fundada en España (1955). En sus 63 años de historia han pasado por sus aulas más de 84.500 directivos y gestores empresariales especializados en liderazgo, internacionalización y sostenibilidad.

Como fundación pública adscrita al Ministerio de Industria, Comercio y Turismo y con la cofinanciación del Fondo Social Europeo, ha impulsado los negocios de más de 52.000 nuevos emprendedores en España y fundado una Red Nacional de 50 Espacios Coworking en distintas ciudades del país.

Un 60% de la población mundial no dispone de retretes en sus viviendas

original

Hoy se celebra el Día Mundial del Retrete, un sistema de saneamiento del que carecen 4.500 millones de personas. Según el experto de EOI Jaime La Iglesia Gandarillas, "la mayoría de los privilegiados que disponemos de este extraordinario avance material no lo usamos adecuadamente"

Aunque para la mayoría de la gente es un objeto tan cotidiano al que no se le presta atención, un 60% de la población mundial –unos 4.500 millones de personas– no disponen de retretes en sus viviendas o tienen sistemas de saneamiento deficientes, según la **OMS (Organización Mundial de la Salud)**.

Precisamente para recordar su trascendencia, las Naciones Unidas instituyeron el **Día Mundial del Retrete (Toilet Day)**, que se celebra hoy, 19 de noviembre.

El hecho de que cerca de 900 millones de personas defequen al aire libre implica que esas heces no sean tratadas: en torno a 1.800 millones de habitantes del planeta beben agua no potable que podría estar contaminada por estas, siguiendo con datos de la **OMS y UNICEF**.

Sin embargo, este no es el único problema. "La mayoría de los privilegiados que disponemos de este extraordinario avance material no lo usamos adecuadamente", subraya **Jaime La Iglesia Gandarillas**, profesor de los programas máster en Ingeniería y Gestión del Agua e Ingeniería y Gestión Medioambiental de **EOI (Escuela de Organización Industrial)**.

"Las letrinas y/o retretes deben ser el lugar donde liberamos los compuestos que nuestro organismo ya no puede aprovechar. En ningún caso pueden concebirse como el *agujero mágico* donde desprenderse de cualquier cosa que nos estorbe", subraya el profesor de EOI.

"Al tirar de la cadena, decimos adiós a nuestras colillas, compresas, preservativos, algodones, gasas, plásticos, palillos, hilo dental, pelos, las famosas toallitas "biodegradables", aceites y un largo etcétera de productos. Todos ellos se esfuman como por arte de magia, hasta llegar a las depuradoras en el mejor de los casos, si antes no han provocado la obstrucción de la red de saneamiento o el atasco total de las fosas sépticas, inutilizándolas por completo", explica **Jaime La Iglesia**. "Posiblemente al hacerlo pensamos que ello no perjudica a nadie, pero nada más alejado de la realidad, pues en lugar de constituir una solución, engendra un problema mucho mayor", añade.

¿Qué hacer ante esta situación? "Impliquémonos educando e informando a todos cuantos nos rodean sobre su uso adecuado y promovamos una gestión adecuada del producto que se genera a posteriori", exhorta este profesional de la gestión de aguas. "Si así lo hacemos, conseguiremos un mejor funcionamiento de las redes de saneamiento y de los sistemas de depuración que, a pesar de estar ocultos o poco

<http://www.diariosigloxxi.com/texto-diario/mostrar/1257663/60-poblacion-mundial-no-dispone-retretes-viviendas>

visibles, no dejan de ser fundamentales para el medio ambiente; en definitiva, para nosotros mismos”, concluye.

Acerca de EOI

La Escuela de Organización Industrial (EOI) es la primera escuela de negocios fundada en España (1955). En sus 63 años de historia han pasado por sus aulas más de 84.500 directivos y gestores empresariales especializados en liderazgo, internacionalización y sostenibilidad.

Como fundación pública adscrita al Ministerio de Industria, Comercio y Turismo y con la cofinanciación del Fondo Social Europeo, ha impulsado los negocios de más de 52.000 nuevos emprendedores en España y fundado una Red Nacional de 50 Espacios Coworking en distintas ciudades del país.

www.eoi.es // [@eoi](https://twitter.com/eoi) // www.facebook.com/eoi.edu // www.instagram.com/eoischool

SIGLO XXI

Diario digital independiente,
plural y abierto

www.diariosigloxxi.com

Un 60% de la población mundial no dispone de retretes en sus viviendas

original

Aunque para la mayoría de la gente es un objeto tan cotidiano al que no se le presta atención, un 60% de la población mundial –unos 4.500 millones de personas– no disponen de retretes en sus viviendas o tienen sistemas de saneamiento deficientes, según la **OMS (Organización Mundial de la Salud)**.

Precisamente para recordar su trascendencia, las Naciones Unidas instituyeron el **Día Mundial del Retrete (Toilet Day)**, que se celebra hoy, 19 de noviembre.

El hecho de que cerca de 900 millones de personas defequen al aire libre implica que esas heces no sean tratadas: en torno a 1.800 millones de habitantes del planeta beben agua no potable que podría estar contaminada por estas, siguiendo con datos de la **OMS** y **UNICEF**.

Sin embargo, este no es el único problema. “La mayoría de los privilegiados que disponemos de este extraordinario avance material no lo usamos adecuadamente”, subraya **Jaime La Iglesia Gandarillas**, profesor de los programas máster en Ingeniería y Gestión del Agua e Ingeniería y Gestión Medioambiental de **EOI (Escuela de Organización Industrial)**.

“Las letrinas y/o retretes deben ser el lugar donde liberamos los compuestos que nuestro organismo ya no puede aprovechar. En ningún caso pueden concebirse como el *agujero mágico* donde desprenderse de cualquier cosa que nos estorbe”, subraya el profesor de EOI.

“Al tirar de la cadena, decimos adiós a nuestras colillas, compresas, preservativos, algodones, gasas, plásticos, palillos, hilo dental, pelos, las famosas toallitas “biodegradables”, aceites y un largo etcétera de productos. Todos ellos se esfuman como por arte de magia, hasta llegar a las depuradoras en el mejor de los casos, si antes no han provocado la obstrucción de la red de saneamiento o el atasco total de las fosas sépticas, inutilizándolas por completo”, explica **Jaime La Iglesia**. “Posiblemente al hacerlo pensamos que ello no perjudica a nadie, pero nada más alejado de la realidad, pues en lugar de constituir una solución, engendra un problema mucho mayor”, añade.

¿Qué hacer ante esta situación? “Implicuémonos educando e informando a todos cuantos nos rodean sobre su uso adecuado y promovamos una gestión adecuada del producto que se genera a posteriori”, exhorta este profesional de la gestión de aguas. “Si así lo hacemos, conseguiremos un mejor funcionamiento de las redes de saneamiento y de los sistemas de depuración que, a pesar de estar ocultos o poco visibles, no dejan de ser fundamentales para el medio ambiente; en definitiva, para nosotros mismos”, concluye.

<https://noticiasempresa.com/2018/11/19/un-60-de-la-poblacion-mundial-no-dispone-de-retretes-en-sus-viviendas/>

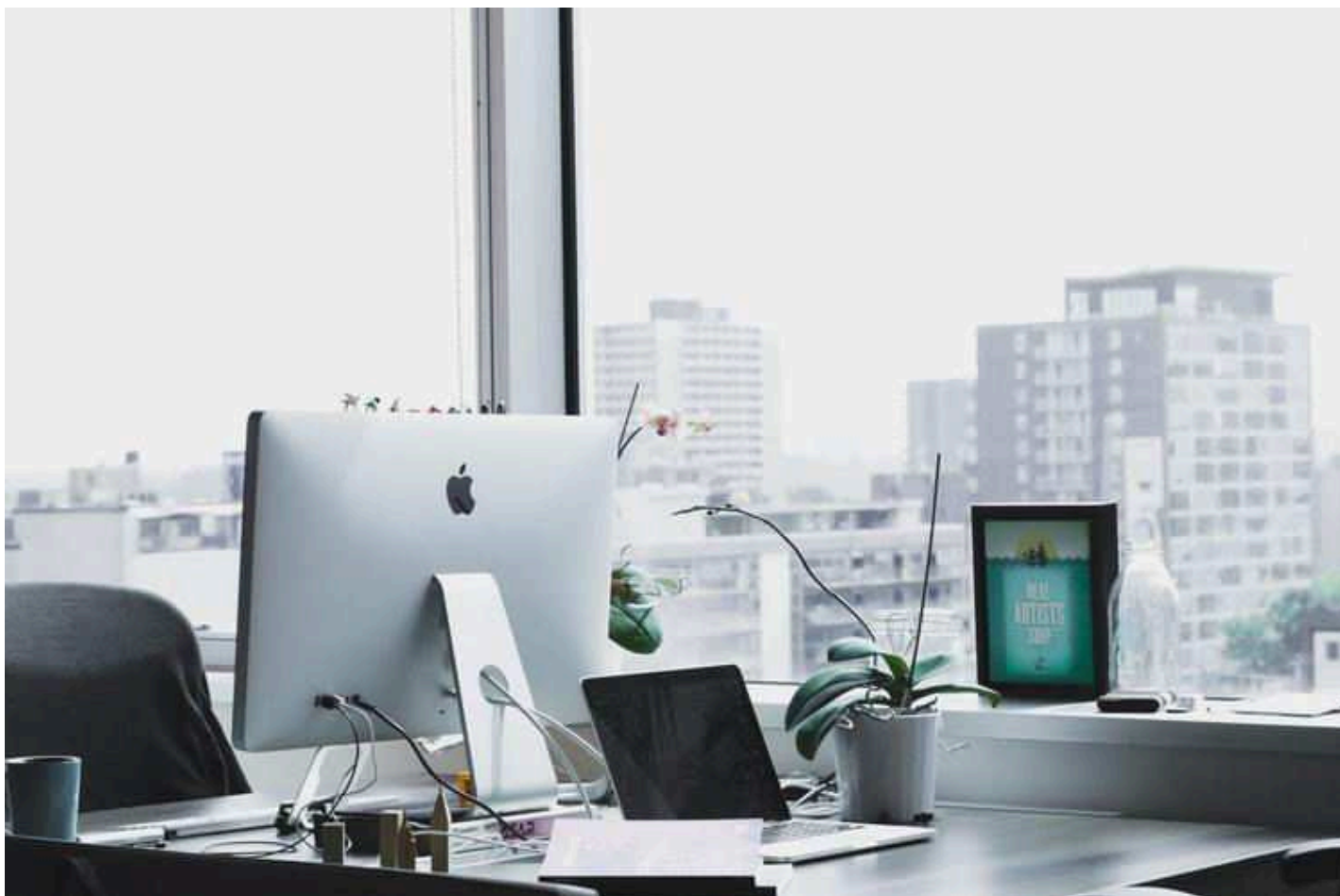
Acerca de EOI

La Escuela de Organización Industrial (EOI) es la primera escuela de negocios fundada en España (1955). En sus 63 años de historia han pasado por sus aulas más de 84.500 directivos y gestores empresariales especializados en liderazgo, internacionalización y sostenibilidad.

Como fundación pública adscrita al Ministerio de Industria, Comercio y Turismo y con la cofinanciación del Fondo Social Europeo, ha impulsado los negocios de más de 52.000 nuevos emprendedores en España y fundado una Red Nacional de 50 Espacios Coworking en distintas ciudades del país.

www.eoi.es // [@eoi](https://twitter.com/eoi) // www.facebook.com/eoi.edu // www.instagram.com/eoischool

Noticia [Un 60% de la población mundial no dispone de retretes en sus viviendas](#) publicada en comunicae.es



Un 60% de la población mundial no dispone de retretes en sus viviendas

Europa Press • [original](#)

Aunque para la mayoría de la gente es un objeto tan cotidiano al que no se le presta atención, un 60% de la población mundial –unos 4.500 millones de personas– no disponen de retretes en sus viviendas o tienen sistemas de saneamiento deficientes, según la **OMS (Organización Mundial de la Salud)**.

Precisamente para recordar su trascendencia, las Naciones Unidas instituyeron el **Día Mundial del Retrete (Toilet Day)**, que se celebra hoy, 19 de noviembre.

El hecho de que cerca de 900 millones de personas defequen al aire libre implica que esas heces no sean tratadas: en torno a 1.800 millones de habitantes del planeta beben agua no potable que podría estar contaminada por estas, siguiendo con datos de la **OMS** y **UNICEF**.

Sin embargo, este no es el único problema. “La mayoría de los privilegiados que disponemos de este extraordinario avance material no lo usamos adecuadamente”, subraya **Jaime La Iglesia Gandarillas**, profesor de los programas máster en Ingeniería y Gestión del Agua e Ingeniería y Gestión Medioambiental de **EOI (Escuela de Organización Industrial)**.

“Las letrinas y/o retretes deben ser el lugar donde liberamos los compuestos que nuestro organismo ya no puede aprovechar. En ningún caso pueden concebirse como el *agujero mágico* donde desprenderse de cualquier cosa que nos estorbe”, subraya el profesor de EOI.

“Al tirar de la cadena, decimos adiós a nuestras colillas, compresas, preservativos, algodones, gasas, plásticos, palillos, hilo dental, pelos, las famosas toallitas “biodegradables”, aceites y un largo etcétera de productos. Todos ellos se esfuman como por arte de magia, hasta llegar a las depuradoras en el mejor de los casos, si antes no han provocado la obstrucción de la red de saneamiento o el atasco total de las fosas sépticas, inutilizándolas por completo”, explica **Jaime La Iglesia**.

“Posiblemente al hacerlo pensamos que ello no perjudica a nadie, pero nada más alejado de la realidad, pues en lugar de constituir una solución, engendra un problema mucho mayor”, añade.

¿Qué hacer ante esta situación? “Impliquémonos educando e informando a todos cuantos nos rodean sobre su uso adecuado y promovamos una gestión adecuada del producto que se genera a posteriori”, exhorta este profesional de la gestión de aguas. “Si así lo hacemos, conseguiremos un mejor funcionamiento de las redes de saneamiento y de los sistemas de depuración que, a pesar de estar ocultos o poco visibles, no dejan de ser fundamentales para el medio ambiente; en definitiva, para nosotros mismos”, concluye.

<https://www.notasdeprensagratias.es/22847/un-60-de-la-poblacion-mundial-no-dispone-de-retretes-en-sus-viviendas/>

Acerca de EOI

La Escuela de Organización Industrial (EOI) es la primera escuela de negocios fundada en España (1955). En sus 63 años de historia han pasado por sus aulas más de 84.500 directivos y gestores empresariales especializados en liderazgo, internacionalización y sostenibilidad.

Como fundación pública adscrita al Ministerio de Industria, Comercio y Turismo y con la cofinanciación del Fondo Social Europeo, ha impulsado los negocios de más de 52.000 nuevos emprendedores en España y fundado una Red Nacional de 50 Espacios Coworking en distintas ciudades del país.

www.eoi.es // [@eoi](https://twitter.com/eoi) // www.facebook.com/eoi.edu // www.instagram.com/eoischool



<https://es.paperblog.com/un-60-de-la-poblacion-mundial-no-dispone-de-retretes-en-sus-viviendas-5151012/>

Un 60% de la población mundial no dispone de retretes en sus viviendas

original

Aunque para la mayoría de la gente es un objeto tan cotidiano al que no se le presta atención, un 60% de la población mundial –unos 4.500 millones de personas– no disponen de retretes en sus viviendas o tienen sistemas de saneamiento deficientes, según la **OMS (Organización Mundial de la Salud)**.

Precisamente para recordar su trascendencia, las Naciones Unidas instituyeron el **Día Mundial del Retrete (Toilet Day)**, que se celebra hoy, 19 de noviembre.

El hecho de que cerca de 900 millones de personas defequen al aire libre implica que esas heces no sean tratadas: en torno a 1.800 millones de habitantes del planeta beben agua no potable que podría estar contaminada por estas, siguiendo con datos de la **OMS y UNICEF**.

Sin embargo, este no es el único problema. “La mayoría de los privilegiados que disponemos de este extraordinario avance material no lo usamos adecuadamente”, subraya **Jaime La Iglesia Gandarillas**, profesor de los programas máster en Ingeniería y Gestión del Agua e Ingeniería y Gestión Medioambiental de **EOI (Escuela de Organización Industrial)**.

“Las letrinas y/o retretes deben ser el lugar donde liberamos los compuestos que nuestro organismo ya no puede aprovechar. En ningún caso pueden concebirse como el *agujero mágico* donde desprenderse de cualquier cosa que nos estorbe”, subraya el profesor de EOI.

“Al tirar de la cadena, decimos adiós a nuestras colillas, compresas, preservativos, algodones, gasas, plásticos, palillos, hilo dental, pelos, las famosas toallitas “biodegradables”, aceites y un largo etcétera de productos. Todos ellos se esfuman como por arte de magia, hasta llegar a las depuradoras en el mejor de los casos, si antes no han provocado la obstrucción de la red de saneamiento o el atasco total de las fosas sépticas, inutilizándolas por completo”, explica **Jaime La Iglesia**. “Posiblemente al hacerlo pensamos que ello no perjudica a nadie, pero nada más alejado de la realidad, pues en lugar de constituir una solución, engendra un problema mucho mayor”, añade.

¿Qué hacer ante esta situación? “Impliquémonos educando e informando a todos cuantos nos rodean sobre su uso adecuado y promovamos una gestión adecuada del producto que se genera a posteriori”, exhorta este profesional de la gestión de aguas. “Si así lo hacemos, conseguiremos un mejor funcionamiento de las redes de saneamiento y de los sistemas de depuración que, a pesar de estar ocultos o poco visibles, no dejan de ser fundamentales para el medio ambiente; en definitiva, para nosotros mismos”, concluye.

Acerca de EOI

La Escuela de Organización Industrial (EOI) es la primera escuela de negocios fundada

<https://es.paperblog.com/un-60-de-la-poblacion-mundial-no-dispone-de-retretes-en-sus-viviendas-5151012/>

en España (1955). En sus 63 años de historia han pasado por sus aulas más de 84.500 directivos y gestores empresariales especializados en liderazgo, internacionalización y sostenibilidad.

Como fundación pública adscrita al Ministerio de Industria, Comercio y Turismo y con la cofinanciación del Fondo Social Europeo, ha impulsado los negocios de más de 52.000 nuevos emprendedores en España y fundado una Red Nacional de 50 Espacios Coworking en distintas ciudades del país.

www.eoi.es // [@eoi](https://twitter.com/eoi) // www.facebook.com/eoi.edu // www.instagram.com/eoischool

 Like Sign Up to see what your friends like.

<https://www.hechosdehoy.com/empresas/1200004/un-60-de-la-poblacion-mundial-no-dispone-de.html>

Un 60% de la población mundial no dispone de retretes en sus viviendas

Comunicae • [original](#)

/COMUNICAE/

Hoy se celebra el Día Mundial del Retrete, un sistema de saneamiento del que carecen 4.500 millones de personas. Según el experto de EOI Jaime La Iglesia Gandarillas, "la mayoría de los privilegiados que disponemos de este extraordinario avance material no lo usamos adecuadamente"

Aunque para la mayoría de la gente es un objeto tan cotidiano al que no se le presta atención, un 60% de la población mundial -unos 4.500 millones de personas- no disponen de retretes en sus viviendas o tienen sistemas de saneamiento deficientes, según la **OMS (Organización Mundial de la Salud)**.

Precisamente para recordar su trascendencia, las Naciones Unidas instituyeron el **Día Mundial del Retrete (Toilet Day)**, que se celebra hoy, 19 de noviembre.

El hecho de que cerca de 900 millones de personas defequen al aire libre implica que esas heces no sean tratadas: en torno a 1.800 millones de habitantes del planeta beben agua no potable que podría estar contaminada por estas, siguiendo con datos de la **OMS y UNICEF**.

Sin embargo, este no es el único problema. "La mayoría de los privilegiados que disponemos de este extraordinario avance material no lo usamos adecuadamente", subraya **Jaime La Iglesia Gandarillas**, profesor de los programas máster en Ingeniería y Gestión del Agua e Ingeniería y Gestión Medioambiental de **EOI (Escuela de Organización Industrial)**.

"Las letrinas y/o retretes deben ser el lugar donde liberamos los compuestos que nuestro organismo ya no puede aprovechar. En ningún caso pueden concebirse como el *agujero mágico* donde desprenderse de cualquier cosa que nos estorbe", subraya el profesor de EOI.

"Al tirar de la cadena, decimos adiós a nuestras colillas, compresas, preservativos, algodones, gasas, plásticos, palillos, hilo dental, pelos, las famosas toallitas "biodegradables", aceites y un largo etcétera de productos. Todos ellos se esfuman como por arte de magia, hasta llegar a las depuradoras en el mejor de los casos, si antes no han provocado la obstrucción de la red de saneamiento o el atasco total de las fosas sépticas, inutilizándolas por completo", explica **Jaime La Iglesia**. "Posiblemente al hacerlo pensamos que ello no perjudica a nadie, pero nada más alejado de la realidad, pues en lugar de constituir una solución, engendra un problema mucho mayor", añade.

¿Qué hacer ante esta situación? "Impliquémonos educando e informando a todos cuantos nos rodean sobre su uso adecuado y promovamos una gestión adecuada del producto que se genera a posteriori", exhorta este profesional de la gestión de aguas.



<https://www.hechosdehoy.com/empresas/1200004/un-60-de-la-poblacion-mundial-no-dispone-de.html>

“Si así lo hacemos, conseguiremos un mejor funcionamiento de las redes de saneamiento y de los sistemas de depuración que, a pesar de estar ocultos o poco visibles, no dejan de ser fundamentales para el medio ambiente; en definitiva, para nosotros mismos”, concluye.

Acerca de EOI

La Escuela de Organización Industrial (EOI) es la primera escuela de negocios fundada en España (1955). En sus 63 años de historia han pasado por sus aulas más de 84.500 directivos y gestores empresariales especializados en liderazgo, internacionalización y sostenibilidad.

Como fundación pública adscrita al Ministerio de Industria, Comercio y Turismo y con la cofinanciación del Fondo Social Europeo, ha impulsado los negocios de más de 52.000 nuevos emprendedores en España y fundado una Red Nacional de 50 Espacios Coworking en distintas ciudades del país.

[Volver arriba](#)

Por qué el mundo de la empresa necesita la Filosofía

socialrrhh • [original](#)



En un mundo donde despertamos cada día con una innovación tecnológica que no existía el anterior, donde la transformación digital ha impactado de lleno en empresas y organizaciones, se pueden cometer el error de pensar que sólo las profesiones tecnológicas tendrán sentido en el futuro y no habrá lugar para las humanidades. Nada más lejos de la realidad.

Hoy se celebra el **Día Mundial de la Filosofía**, constituido en 2005 por la **UNESCO** para celebrar la importancia de la reflexión filosófica. La esfera empresarial no es en absoluto ajena a la Filosofía: es necesaria para comprender el entorno cambiante en el que se mueve.

“Pensemos, por ejemplo, en los dilemas sociales y éticos que plantean la creciente automatización de procesos y la irrupción de la inteligencia artificial. Estos avances tienen un fuerte impacto en nuestras formas de vida, como individuos y como sociedad. Es preciso entender todas las dimensiones de estos retos, para afrontarlos con garantías de éxito. En este contexto, las humanidades y específicamente la filosofía juegan un rol decisivo”, asegura **José Aguilar, doctor en Filosofía, profesor de EOI (Escuela de Organización Industrial) y socio de Mindvalue**.

Es más: los negocios, la tecnología o las humanidades no deberían ser compartimentos estancos. **Aguilar** recuerda unas palabras de **Fabiola Gianotti**, directora general del CERN (Organización Europea para la Investigación Nuclear): “Necesitamos romper los silos culturales. Muy a menudo las personas ponen la ciencia y las humanidades, o la ciencia y las artes, en diferentes silos. Son la máxima expresión de la curiosidad y creatividad de la humanidad”.

Por este motivo, cada vez son más demandados los perfiles profesionales con visión holística de la empresa y los proyectos. “Solo un trabajo colaborativo produce ventajas competitivas sostenibles”, asegura el profesor de EOI, siguiendo esta línea de pensamiento. “La creciente complejidad de los entornos de negocio exige un abordaje

<http://socialrrhh.com/por-que-el-mundo-de-la-empresa-necesita-la-filosofia/>

multidisciplinar. Ya no es posible progresar ni innovar desde una sola especialización. Los equipos más creativos integran aportaciones complementarias”, concluye Aguilar.

Acerca de EOI

La Escuela de Organización Industrial (EOI) es la primera escuela de negocios fundada en España (1955). En sus 63 años de historia han pasado por sus aulas más de 84.500 directivos y gestores empresariales especializados en liderazgo, internacionalización y sostenibilidad.

Como fundación pública adscrita al Ministerio de Industria, Comercio y Turismo y con la cofinanciación del Fondo Social Europeo, ha impulsado los negocios de más de 52.000 nuevos emprendedores en España y fundado una Red Nacional de 50 Espacios Coworking en distintas ciudades del país.

www.eoi.es // [@eoi](https://twitter.com/eoi) // www.facebook.com/eoi.edu // www.instagram.com/eoischool



Artículo original Por qué el mundo de la empresa necesita la Filosofía publicado en comunicae.es



Nor gara Bilatu Harremanetarako Web mapa Buletinak



Hasiera

barrixen txostenak:
Berrikuntza Bizkaian

Laguntzak eta Diru
Laguntzak

Lizitazioak

Berrikuntza
Interesgarriak

Joerak

Arrakasta enpresariala

Berrikuntzaren
Europar Sareak

Prestakuntza

Liburutegia

Albisteak

Buletinerako harpidetza

Actualización Mayo
2018:
RGPD 2016/679

☐ He leído y acepto la
[Política de Privacidad y
Confidencialidad.](#)

email@dominio



Bat egin barrixerekin



Hasiera > Joerak > Berrikuntza Teknologikoak > "Digital twin", 4.0 industria aholkatzeko biki digitala

Euskara

Español



"Digital twin", 4.0 industria aholkatzeko biki digitala



Aurrerapen teknologikoei esker posible da lantegi industrialen edo eraikinen ADNaren kopia bat egitea. Baina kopia horiek ez daude mundu fisikoan, baizik eta birtualean. Horixe da biki digital bat (edo digital twin bat ingelesez). Sistema informatikoak dira, bizitza errealean duten bikiarekin sentsoreen bitartez konektatzen direnak, azken horren funtzionamendua simulatzeko, aztertzeko eta balizko hobekuntzak definitzeko.

Biki digitalak funtsezkoak izango dira 4.0 Industriaren garapenean. "Biki digital bat da prozesu, produktu edo zerbitzu baten datu errealek birtualizatzea eta simulatzea [modelatzeko tresnak erabiliz]", azaldu du Jorge Hernandok, Eduardo Torroja **Eraikuntzako Zientzien Erakundeko (IETcc-CSIC)** IKTko arduradunak. "Horrela posible da akatsak prebenitzea, parametroak aldatzea eta portaerak aurreikustea; eta hori guztia mundu errealeko ereduarekin egingo balitz, diru edo denbora asko galduko litzateke" gaineratu du Eduardo Muñozek, Torrojaen departamenduko kidea **IETcc-CSIC**en.

Biki digitala ez da teknologia bakar bat. "Garapen desberdinak izan ditzake proiektuaren arabera. Izan liteke produktu baten kopia bat edo lantegi oso batena, baina oraingoz ezin esan dezakegu biki digitalak masiboki zabaldu direnik" zehaztu du Pablo Olielek, **Antolakuntza Industrialeko Eskolako (EOI)** 4.0 Industria masterreko zuzendariak. Hala ere, Olielek esan bezala, "dagoeneko badaude erreferente batzuk". Zuraren sektoreko Sonae Arauco enpresa da horietako bat. Biki digital batek zuzentzen du bere prozesuen zati bat eta, besteak beste, zuntzak lehortzeko proba birtualak egiten ditu prozedura hori optimizatzen.

technologyreview.es



Ekitaldiak

As Aza 20
**10ª Conferencia del Programa Marco de
Investigación e Innovación de la Unión Europea**
Az Aza 21
LIBRECON powered by CEBIT
Al Aza 26
Basque Industry 4.0. The Meeting Point 2018
Az Mar 06
Change the Change

Twitter

Tweets by @barrixe

barrixe innovación Retweeted



Ana Sancho

@anabm30

¿Y si en el futuro los peatones 'trolean' a los coches inteligentes?

La llegada de vehículos autónomos podría rehacer las ciudades como sucedió hace un siglo con la aparición de los automóviles, pero en la dirección opuesta. Vía [@el_pais](#) [@BilbaoUrban](#) [elpais.com/tecnologia/201...](#)



6h



barrixe innovación

@barrixe

[#Digitalización](#) [#Ayudas](#) del Programa Asesores Digitales 2018 [barrixe.com/index.php/es/a...](#) vía [@barrixe](#)



7h



barrixe innovación

@barrixe

Los [#drones](#) que aprendieron a nadar para mejorar la gestión del agua [barrixe.com/index.php/es/t...](#) vía [@barrixe](#)



7h

Agiriak

Berrikuntza Bizkaian
Joerak

Laguntzak eta Diru Laguntzak
Berrikuntza Interesgarriak

Kontaktua

Email: info@barrixe.com

martes, noviembre 20, 2018

Última: La mayor atracción de invierno está de regreso al Coliseo de Elvas el 30 de noviembre / A maior atração de inverno está de regresso ao Coliseu a 30 de novembro


EXTREMADURA ▾

NACIONAL

LA RAYA

ECONOMÍA

ECO & AGRO

CULTURA

DEPORTES

TECNOLOGÍA

OPINION



BADAJOZ

Zafra es una de las ciudades que más ha crecido a nivel turístico en Extremadura

noviembre 19, 2018 REDACCION EXTREMADURA ACTIVA Turismo, Zafra

El alcalde de Zafra, José Carlos Contreras Asturiano, y el director general de Turismo de la Junta de Extremadura, Francisco Martín, han inaugurado este lunes en el pabellón central del recinto ferial las Jornadas de Sensibilización en Comercialización Turística y de Restauración, que arrancan en Zafra y que continuarán en Cáceres, Badajoz, Plasencia y Mérida.

Las jornadas están organizadas por la Dirección General de Turismo de la Junta de Extremadura y son impartidas por la Escuela de Organización Industrial (EOI). Están dirigidas a pymes, autónomos, emprendedores, técnicos de turismo y en general a todos los profesionales relacionados con el sector turístico, con el objetivo de abordar las últimas innovaciones y responder a las demandas actuales de este sector.

José Carlos Contreras informó que Zafra es una de las ciudades que más ha crecido de Extremadura a nivel turístico y, según él, es algo *"que compete a toda la sociedad: a los técnicos, establecimientos y las administraciones públicas, que tenemos la responsabilidad de publicitar y mover nuestros territorios para que sean conocidos en todo el mundo, pero también compete a los ciudadanos que se convierten en importantes agentes turísticos"*. El alcalde aseguró que desde el Ayuntamiento se está haciendo un gran trabajo para promocionar Zafra.

El director general de Turismo destacó la potencialidad que tiene Extremadura y sus recursos naturales, históricos, culturales, gastronómicos y humanos, algo que, según dijo *"no es suficiente para llegar al turista, no podemos esperar a que vengan, hay que salir a buscarlos y vender lo que tenemos fuera de nuestros territorios"*. También quiso destacar la importancia de la colaboración entre el sector público y privado, así



PREVEEX
 GABINETE DE PREVENCIÓN R.L. CREEX

En el partido
por la
SEGURIDAD y
SALUD en tu
empresa,
alineas siempre
tu mejor once

[INFÓRMATE AQUÍ](#)

Financiado por:


[Volver al índice](#)

<http://extremaduraactiva.com/zafra-es-una-de-las-ciudades-que-mas-ha-crecido-a-nivel-turistico-en-extremadura/>

como la innovación a la hora de la promoción turística

Antes de dar por inauguradas estas jornadas, Francisco Martínez anunció que existirá una partida económica de la Junta de Extremadura destinada a elaborar un programa de turismo del sur de la región que se engarce en el plan único que hay para toda Extremadura.



← Fernández Vara destaca el papel de la prevención y la salud pública en la construcción de un buen sistema sanitario

El SEXPE apuesta por el empleo en las zonas rurales en la inauguración del nuevo centro de Puebla de Alcocer →

Video Promocional Feria Internacional Ganadera de Zafra 2018. Te esperamos.

👍 También te puede gustar



Vitaldent Zafra colabora con la Sala de Lactancia de la Feria Zafra Gastronómica

📅 octubre 25, 2018

Comentarios desactivados



La Guardia Civil detuvo a un vecino de Los Santos de Maimona por dos delitos de estafa y apropiación indebida de vehículos

📅 octubre 24, 2018

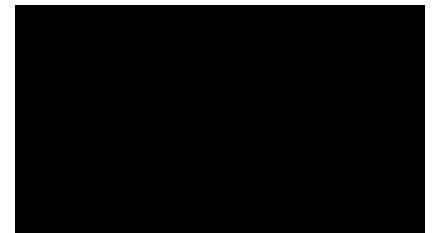
Comentarios desactivados



El Ayuntamiento de Zafra oferta un curso de albanilería y uno de atención sociosanitaria en instituciones en las Escuelas Profesionales Zafra III

📅 agosto 20, 2018

Comentarios desactivados



Zafra es una de las ciudades que más ha crecido en el ámbito turístico en Extremadura

Escrito por Redacción • [original](#)



El alcalde lo ha anunciado durante la apertura de las Jornadas de Sensibilización en Comercialización Turística celebradas hoy

El alcalde de Zafra, José Carlos Contreras Asturiano, y el director general de Turismo de la Junta de Extremadura, Francisco Martín, han inaugurado este lunes en el pabellón central del recinto ferial las Jornadas de Sensibilización en Comercialización Turística y de Restauración, que arrancan en Zafra y que continuarán en Cáceres, Badajoz, Plasencia y Mérida.

Las jornadas están organizadas por la Dirección General de Turismo de la Junta de Extremadura y son impartidas por la Escuela de Organización Industrial (EOI). Están dirigidas a pymes, autónomos, emprendedores, técnicos de turismo y en general a todos los profesionales relacionados con el sector turístico, con el objetivo de abordar las últimas innovaciones y responder a las demandas actuales de este sector.

José Carlos Contreras informó que Zafra es una de las ciudades que más ha crecido de Extremadura en el ámbito turístico y, según él, es algo “que compete a toda la sociedad: a los técnicos, establecimientos y las administraciones públicas, que tenemos la responsabilidad de publicitar y mover nuestros territorios para que sean conocidos en todo el mundo, pero también

http://es.eprensa.com/cgi-bin/view_digital_media.cgi?subclient_id=4630&comps_id=185456914

competen a los ciudadanos que se convierten en importantes agentes turísticos". El alcalde aseguró que desde el Ayuntamiento se está haciendo un gran trabajo para promocionar Zafra.

El director general de Turismo destacó la potencialidad que tiene Extremadura y sus recursos naturales, históricos, culturales, gastronómicos y humanos, algo que, según dijo "no es suficiente para llegar al turista, no podemos esperar a que vengan, hay que salir a buscarlos y vender lo que tenemos fuera de nuestros territorios". También quiso destacar la importancia de la colaboración entre el sector público y privado, así como la innovación a la hora de la promoción turística.

Antes de dar por inauguradas estas jornadas, Francisco Martínez anunció que existirá una partida económica de la Junta de Extremadura destinada a elaborar un programa de turismo del sur de la región que se engarce en el plan único que hay para toda Extremadura.

Un 60% de la población mundial no dispone de retretes en sus viviendas

Redacción • [original](#)

Aunque para la mayoría de la gente es un objeto tan cotidiano al que no se le presta atención, un 60% de la población mundial –unos 4.500 millones de personas– no disponen de retretes en sus viviendas o tienen sistemas de saneamiento deficientes, según la **OMS (Organización Mundial de la Salud)**.

Precisamente para recordar su trascendencia, las Naciones Unidas instituyeron el **Día Mundial del Retrete (Toilet Day)**, que se celebra hoy, 19 de noviembre.

El hecho de que cerca de 900 millones de personas defequen al aire libre implica que esas heces no sean tratadas: en torno a 1.800 millones de habitantes del planeta beben agua no potable que podría estar contaminada por estas, siguiendo con datos de la **OMS y UNICEF**.

Sin embargo, este no es el único problema. "La mayoría de los privilegiados que disponemos de este extraordinario avance material no lo usamos adecuadamente", subraya **Jaime La Iglesia Gandarillas**, profesor de los programas máster en Ingeniería y Gestión del Agua e Ingeniería y Gestión Medioambiental de **EOI (Escuela de Organización Industrial)**.

"Las letrinas y/o retretes deben ser el lugar donde liberamos los compuestos que nuestro organismo ya no puede aprovechar. En ningún caso pueden concebirse como el *agujero mágico* donde desprenderse de cualquier cosa que nos estorbe", subraya el profesor de EOI.

"Al tirar de la cadena, decimos adiós a nuestras colillas, compresas, preservativos, algodones, gasas, plásticos, palillos, hilo dental, pelos, las famosas toallitas "biodegradables", aceites y un largo etcétera de productos. Todos ellos se esfuman como por arte de magia, hasta llegar a las depuradoras en el mejor de los casos, si antes no han provocado la obstrucción de la red de saneamiento o el atasco total de las fosas sépticas, inutilizándolas por completo", explica **Jaime La Iglesia**. "Posiblemente al hacerlo pensamos que ello no perjudica a nadie, pero nada más alejado de la realidad, pues en lugar de constituir una solución, engendra un problema mucho mayor", añade.

¿Qué hacer ante esta situación? "Impliquémonos educando e informando a todos cuantos nos rodean sobre su uso adecuado y promovamos una gestión adecuada del producto que se genera a posteriori", exhorta este profesional de la gestión de aguas. "Si así lo hacemos, conseguiremos un mejor funcionamiento de las redes de saneamiento y de los sistemas de depuración que, a pesar de estar ocultos o poco visibles, no dejan de ser fundamentales para el medio ambiente; en definitiva, para nosotros mismos", concluye.

Acerca de EOI

La Escuela de Organización Industrial (EOI) es la primera escuela de negocios fundada

<https://www.camaltecpress.com/78272/un-60-de-la-poblacion-mundial-no-dispone-de-retretes-en-sus-viviendas/>

en España (1955). En sus 63 años de historia han pasado por sus aulas más de 84.500 directivos y gestores empresariales especializados en liderazgo, internacionalización y sostenibilidad.

Como fundación pública adscrita al Ministerio de Industria, Comercio y Turismo y con la cofinanciación del Fondo Social Europeo, ha impulsado los negocios de más de 52.000 nuevos emprendedores en España y fundado una Red Nacional de 50 Espacios Coworking en distintas ciudades del país.

Mas información sobre en [Un 60% de la población mundial no dispone de retretes en sus viviendas](#)

Un 60% de la población mundial no dispone de retretes en sus viviendas

Carolina Prada • [original](#)

Aunque para la mayoría de la gente es un objeto tan cotidiano al que no se le presta atención, un 60% de la población mundial –unos 4.500 millones de personas– no disponen de retretes en sus viviendas o tienen sistemas de saneamiento deficientes, según la **OMS (Organización Mundial de la Salud)**.

Precisamente para recordar su trascendencia, las Naciones Unidas instituyeron el **Día Mundial del Retrete (Toilet Day)**, que se celebra hoy, 19 de noviembre.

El hecho de que cerca de 900 millones de personas defequen al aire libre implica que esas heces no sean tratadas: en torno a 1.800 millones de habitantes del planeta beben agua no potable que podría estar contaminada por estas, siguiendo con datos de la **OMS** y **UNICEF**.

Sin embargo, este no es el único problema. "La mayoría de los privilegiados que disponemos de este extraordinario avance material no lo usamos adecuadamente", subraya **Jaime La Iglesia Gandarillas**, profesor de los programas máster en Ingeniería y Gestión del Agua e Ingeniería y Gestión Medioambiental de **EOI (Escuela de Organización Industrial)**.

"Las letrinas y/o retretes deben ser el lugar donde liberamos los compuestos que nuestro organismo ya no puede aprovechar. En ningún caso pueden concebirse como el *agujero mágico* donde desprenderse de cualquier cosa que nos estorbe", subraya el profesor de EOI.

"Al tirar de la cadena, decimos adiós a nuestras colillas, compresas, preservativos, algodones, gasas, plásticos, palillos, hilo dental, pelos, las famosas toallitas "biodegradables", aceites y un largo etcétera de productos. Todos ellos se esfuman como por arte de magia, hasta llegar a las depuradoras en el mejor de los casos, si antes no han provocado la obstrucción de la red de saneamiento o el atasco total de las fosas sépticas, inutilizándolas por completo", explica **Jaime La Iglesia**.

"Posiblemente al hacerlo pensamos que ello no perjudica a nadie, pero nada más alejado de la realidad, pues en lugar de constituir una solución, engendra un problema mucho mayor", añade.

¿Qué hacer ante esta situación? "Impliquémonos educando e informando a todos cuantos nos rodean sobre su uso adecuado y promovamos una gestión adecuada del producto que se genera a posteriori", exhorta este profesional de la gestión de aguas. "Si así lo hacemos, conseguiremos un mejor funcionamiento de las redes de saneamiento y de los sistemas de depuración que, a pesar de estar ocultos o poco visibles, no dejan de ser fundamentales para el medio ambiente; en definitiva, para nosotros mismos", concluye.

<https://www.comunicae.es/nota/un-60-de-la-poblacion-mundial-no-dispone-de-1200004/>**Acerca de EOI**

La Escuela de Organización Industrial (EOI) es la primera escuela de negocios fundada en España (1955). En sus 63 años de historia han pasado por sus aulas más de 84.500 directivos y gestores empresariales especializados en liderazgo, internacionalización y sostenibilidad.

Como fundación pública adscrita al Ministerio de Industria, Comercio y Turismo y con la cofinanciación del Fondo Social Europeo, ha impulsado los negocios de más de 52.000 nuevos emprendedores en España y fundado una Red Nacional de 50 Espacios Coworking en distintas ciudades del país.

Un 60% de la población mundial no dispone de retretes en sus viviendas

original



El té bancha se postula como una de las bebidas más beneficiosas

Hoy se celebra el Día Mundial del Retrete, un sistema de saneamiento del que carecen 4.500 millones de personas. Según el experto de EOI Jaime La Iglesia Gandarillas, “la mayoría de los privilegiados que disponemos de este extraordinario avance material no lo usamos adecuadamente”

Aunque para la mayoría de la gente es un objeto tan cotidiano al que no se le presta atención, un 60% de la población mundial –unos 4.500 millones de personas– no disponen de retretes en sus viviendas o tienen sistemas de saneamiento deficientes, según la **OMS (Organización Mundial de la Salud)**.

Precisamente para recordar su trascendencia, las Naciones Unidas instituyeron el **Día Mundial del Retrete (Toilet Day)**, que se celebra hoy, 19 de noviembre.

El hecho de que cerca de 900 millones de personas defequen al aire libre implica que esas heces no sean tratadas: en torno a 1.800 millones de habitantes del planeta beben agua no potable que podría estar contaminada por estas, siguiendo con datos de la **OMS y UNICEF**.

Sin embargo, este no es el único problema. “La mayoría de los privilegiados que disponemos de este extraordinario avance material no lo usamos adecuadamente”, subraya **Jaime La Iglesia Gandarillas**, profesor de los programas máster en Ingeniería y Gestión del Agua e Ingeniería y Gestión Medioambiental de **EOI (Escuela de Organización Industrial)**.

<https://www.merca2.es/un-60-de-la-poblacion-mundial-no-dispone-de-retretes-en-sus-viviendas/>

“Las letrinas y/o retretes deben ser el lugar donde liberamos los compuestos que nuestro organismo ya no puede aprovechar. En ningún caso pueden concebirse como el *agujero mágico* donde desprenderse de cualquier cosa que nos estorbe”, subraya el profesor de EOI.

“Al tirar de la cadena, decimos adiós a nuestras colillas, compresas, preservativos, algodones, gasas, plásticos, palillos, hilo dental, pelos, las famosas toallitas “biodegradables”, aceites y un largo etcétera de productos. Todos ellos se esfuman como por arte de magia, hasta llegar a las depuradoras en el mejor de los casos, si antes no han provocado la obstrucción de la red de saneamiento o el atasco total de las fosas sépticas, inutilizándolas por completo”, explica **Jaime La Iglesia**. “Posiblemente al hacerlo pensamos que ello no perjudica a nadie, pero nada más alejado de la realidad, pues en lugar de constituir una solución, engendra un problema mucho mayor”, añade.

¿Qué hacer ante esta situación? “Impliquémonos educando e informando a todos cuantos nos rodean sobre su uso adecuado y promovamos una gestión adecuada del producto que se genera a posteriori”, exhorta este profesional de la gestión de aguas. “Si así lo hacemos, conseguiremos un mejor funcionamiento de las redes de saneamiento y de los sistemas de depuración que, a pesar de estar ocultos o poco visibles, no dejan de ser fundamentales para el medio ambiente; en definitiva, para nosotros mismos”, concluye.

Acerca de EOI

La Escuela de Organización Industrial (EOI) es la primera escuela de negocios fundada en España (1955). En sus 63 años de historia han pasado por sus aulas más de 84.500 directivos y gestores empresariales especializados en liderazgo, internacionalización y sostenibilidad.

Como fundación pública adscrita al Ministerio de Industria, Comercio y Turismo y con la cofinanciación del Fondo Social Europeo, ha impulsado los negocios de más de 52.000 nuevos emprendedores en España y fundado una Red Nacional de 50 Espacios Coworking en distintas ciudades del país.

Un 60% de la población mundial no dispone de retretes en sus viviendas

original

Hoy se celebra el Día Mundial del Retrete, un sistema de saneamiento del que carecen 4.500 millones de personas. Según el experto de EOI Jaime La Iglesia Gandarillas, "la mayoría de los privilegiados que disponemos de este extraordinario avance material no lo usamos adecuadamente"

Hoy se celebra el Día Mundial del Retrete, un sistema de saneamiento del que carecen 4.500 millones de personas. Según el experto de EOI Jaime La Iglesia Gandarillas, "la mayoría de los privilegiados que disponemos de este extraordinario avance material no lo usamos adecuadamente"

Aunque para la mayoría de la gente es un objeto tan cotidiano al que no se le presta atención, un 60% de la población mundial –unos 4.500 millones de personas– no disponen de retretes en sus viviendas o tienen sistemas de saneamiento deficientes, según la **OMS (Organización Mundial de la Salud)**.

Precisamente para recordar su trascendencia, las Naciones Unidas instituyeron el **Día Mundial del Retrete (Toilet Day)**, que se celebra hoy, 19 de noviembre.

El hecho de que cerca de 900 millones de personas defequen al aire libre implica que esas heces no sean tratadas: en torno a 1.800 millones de habitantes del planeta beben agua no potable que podría estar contaminada por estas, siguiendo con datos de la **OMS y UNICEF**.

Sin embargo, este no es el único problema. "La mayoría de los privilegiados que disponemos de este extraordinario avance material no lo usamos adecuadamente", subraya **Jaime La Iglesia Gandarillas**, profesor de los programas máster en Ingeniería y Gestión del Agua e Ingeniería y Gestión Medioambiental de **EOI (Escuela de Organización Industrial)**.

"Las letrinas y/o retretes deben ser el lugar donde liberamos los compuestos que nuestro organismo ya no puede aprovechar. En ningún caso pueden concebirse como el *agujero mágico* donde desprenderse de cualquier cosa que nos estorbe", subraya el profesor de EOI.

"Al tirar de la cadena, decimos adiós a nuestras colillas, compresas, preservativos, algodones, gasas, plásticos, palillos, hilo dental, pelos, las famosas toallitas "biodegradables", aceites y un largo etcétera de productos. Todos ellos se esfuman como por arte de magia, hasta llegar a las depuradoras en el mejor de los casos, si antes no han provocado la obstrucción de la red de saneamiento o el atasco total de las fosas sépticas, inutilizándolas por completo", explica **Jaime La Iglesia**. "Posiblemente al hacerlo pensamos que ello no perjudica a nadie, pero nada más alejado de la realidad, pues en lugar de constituir una solución, engendra un problema mucho mayor", añade.

<https://tarragonanoticias.com/comunicado/8390-un-60-de-la-poblacion-mundial-no-dispone-de-retretes-en-sus-viviendas.htm>

¿Qué hacer ante esta situación? “Impliquémonos educando e informando a todos cuantos nos rodean sobre su uso adecuado y promovamos una gestión adecuada del producto que se genera a posteriori”, exhorta este profesional de la gestión de aguas. “Si así lo hacemos, conseguiremos un mejor funcionamiento de las redes de saneamiento y de los sistemas de depuración que, a pesar de estar ocultos o poco visibles, no dejan de ser fundamentales para el medio ambiente; en definitiva, para nosotros mismos”, concluye.

Acerca de EOI

La Escuela de Organización Industrial (EOI) es la primera escuela de negocios fundada en España (1955). En sus 63 años de historia han pasado por sus aulas más de 84.500 directivos y gestores empresariales especializados en liderazgo, internacionalización y sostenibilidad.

Como fundación pública adscrita al Ministerio de Industria, Comercio y Turismo y con la cofinanciación del Fondo Social Europeo, ha impulsado los negocios de más de 52.000 nuevos emprendedores en España y fundado una Red Nacional de 50 Espacios Coworking en distintas ciudades del país.

www.eoi.es // [@eoi](https://twitter.com/eoi) // www.facebook.com/eoi.edu // www.instagram.com/eoischool

Un 60% de la población mundial no dispone de retretes en sus viviendas

original

Hoy se celebra el Día Mundial del Retrete, un sistema de saneamiento del que carecen 4.500 millones de personas. Según el experto de EOI Jaime La Iglesia Gandarillas, "la mayoría de los privilegiados que disponemos de este extraordinario avance material no lo usamos adecuadamente"

Hoy se celebra el Día Mundial del Retrete, un sistema de saneamiento del que carecen 4.500 millones de personas. Según el experto de EOI Jaime La Iglesia Gandarillas, "la mayoría de los privilegiados que disponemos de este extraordinario avance material no lo usamos adecuadamente"

Aunque para la mayoría de la gente es un objeto tan cotidiano al que no se le presta atención, un 60% de la población mundial ¿unos 4.500 millones de personas? no disponen de retretes en sus viviendas o tienen sistemas de saneamiento deficientes, según la **OMS (Organización Mundial de la Salud)**.

Precisamente para recordar su trascendencia, las Naciones Unidas instituyeron el **Día Mundial del Retrete (Toilet Day)**, que se celebra hoy, 19 de noviembre.

El hecho de que cerca de 900 millones de personas defequen al aire libre implica que esas heces no sean tratadas: en torno a 1.800 millones de habitantes del planeta beben agua no potable que podría estar contaminada por estas, siguiendo con datos de la **OMS y UNICEF**.

Sin embargo, este no es el único problema. "La mayoría de los privilegiados que disponemos de este extraordinario avance material no lo usamos adecuadamente", subraya **Jaime La Iglesia Gandarillas**, profesor de los programas máster en Ingeniería y Gestión del Agua e Ingeniería y Gestión Medioambiental de **EOI (Escuela de Organización Industrial)**.

"Las letrinas y/o retretes deben ser el lugar donde liberamos los compuestos que nuestro organismo ya no puede aprovechar. En ningún caso pueden concebirse como el *agujero mágico* donde desprenderse de cualquier cosa que nos estorbe", subraya el profesor de EOI.

"Al tirar de la cadena, decimos adiós a nuestras colillas, compresas, preservativos, algodones, gasas, plásticos, palillos, hilo dental, pelos, las famosas toallitas "biodegradables", aceites y un largo etcétera de productos. Todos ellos se esfuman como por arte de magia, hasta llegar a las depuradoras en el mejor de los casos, si antes no han provocado la obstrucción de la red de saneamiento o el atasco total de las fosas sépticas, inutilizándolas por completo", explica **Jaime La Iglesia**.

"Posiblemente al hacerlo pensamos que ello no perjudica a nadie, pero nada más alejado de la realidad, pues en lugar de constituir una solución, engendra un

problema mucho mayor”, añade.

¿Qué hacer ante esta situación? “Impliquémonos educando e informando a todos cuantos nos rodean sobre su uso adecuado y promovamos una gestión adecuada del producto que se genera a posteriori”, exhorta este profesional de la gestión de aguas. “Si así lo hacemos, conseguiremos un mejor funcionamiento de las redes de saneamiento y de los sistemas de depuración que, a pesar de estar ocultos o poco visibles, no dejan de ser fundamentales para el medio ambiente; en definitiva, para nosotros mismos”, concluye.

Acerca de EOI

La Escuela de Organización Industrial (EOI) es la primera escuela de negocios fundada en España (1955). En sus 63 años de historia han pasado por sus aulas más de 84.500 directivos y gestores empresariales especializados en liderazgo, internacionalización y sostenibilidad.

Como fundación pública adscrita al Ministerio de Industria, Comercio y Turismo y con la cofinanciación del Fondo Social Europeo, ha impulsado los negocios de más de 52.000 nuevos emprendedores en España y fundado una Red Nacional de 50 Espacios Coworking en distintas ciudades del país.

Un 60% de la población mundial no dispone de retretes en sus viviendas

original

Hoy se celebra el Día Mundial del Retrete, un sistema de saneamiento del que carecen 4.500 millones de personas. Según el experto de EOI Jaime La Iglesia Gandarillas, "la mayoría de los privilegiados que disponemos de este extraordinario avance material no lo usamos adecuadamente"

Hoy se celebra el Día Mundial del Retrete, un sistema de saneamiento del que carecen 4.500 millones de personas. Según el experto de EOI Jaime La Iglesia Gandarillas, "la mayoría de los privilegiados que disponemos de este extraordinario avance material no lo usamos adecuadamente"

Aunque para la mayoría de la gente es un objeto tan cotidiano al que no se le presta atención, un 60% de la población mundial –unos 4.500 millones de personas– no disponen de retretes en sus viviendas o tienen sistemas de saneamiento deficientes, según la **OMS (Organización Mundial de la Salud)**.

Precisamente para recordar su trascendencia, las Naciones Unidas instituyeron el **Día Mundial del Retrete (Toilet Day)**, que se celebra hoy, 19 de noviembre.

El hecho de que cerca de 900 millones de personas defequen al aire libre implica que esas heces no sean tratadas: en torno a 1.800 millones de habitantes del planeta beben agua no potable que podría estar contaminada por estas, siguiendo con datos de la **OMS y UNICEF**.

Sin embargo, este no es el único problema. "La mayoría de los privilegiados que disponemos de este extraordinario avance material no lo usamos adecuadamente", subraya **Jaime La Iglesia Gandarillas**, profesor de los programas máster en Ingeniería y Gestión del Agua e Ingeniería y Gestión Medioambiental de **EOI (Escuela de Organización Industrial)**.

"Las letrinas y/o retretes deben ser el lugar donde liberamos los compuestos que nuestro organismo ya no puede aprovechar. En ningún caso pueden concebirse como el *agujero mágico* donde desprenderse de cualquier cosa que nos estorbe", subraya el profesor de EOI.

"Al tirar de la cadena, decimos adiós a nuestras colillas, compresas, preservativos, algodones, gasas, plásticos, palillos, hilo dental, pelos, las famosas toallitas "biodegradables", aceites y un largo etcétera de productos. Todos ellos se esfuman como por arte de magia, hasta llegar a las depuradoras en el mejor de los casos, si antes no han provocado la obstrucción de la red de saneamiento o el atasco total de las fosas sépticas, inutilizándolas por completo", explica **Jaime La Iglesia**. "Posiblemente al hacerlo pensamos que ello no perjudica a nadie, pero nada más alejado de la realidad, pues en lugar de constituir una solución, engendra un problema mucho mayor", añade.

<http://madrid-noticias.com/comunicado/22194-un-60-de-la-poblacion-mundial-no-dispone-dehtm>

¿Qué hacer ante esta situación? “Impliquémonos educando e informando a todos cuantos nos rodean sobre su uso adecuado y promovamos una gestión adecuada del producto que se genera a posteriori”, exhorta este profesional de la gestión de aguas. “Si así lo hacemos, conseguiremos un mejor funcionamiento de las redes de saneamiento y de los sistemas de depuración que, a pesar de estar ocultos o poco visibles, no dejan de ser fundamentales para el medio ambiente; en definitiva, para nosotros mismos”, concluye.

Acerca de EOI

La Escuela de Organización Industrial (EOI) es la primera escuela de negocios fundada en España (1955). En sus 63 años de historia han pasado por sus aulas más de 84.500 directivos y gestores empresariales especializados en liderazgo, internacionalización y sostenibilidad.

Como fundación pública adscrita al Ministerio de Industria, Comercio y Turismo y con la cofinanciación del Fondo Social Europeo, ha impulsado los negocios de más de 52.000 nuevos emprendedores en España y fundado una Red Nacional de 50 Espacios Coworking en distintas ciudades del país.

www.eoi.es // [@eoi](https://twitter.com/eoi) // www.facebook.com/eoi.edu // www.instagram.com/eoischool

<https://gironanoticias.com/comunicado/80914-un-60-de-la-poblacion-mundial-no-dispone-de-retretes-en-sus-viviendas.htm>

Un 60% de la población mundial no dispone de retretes en sus viviendas

original



<https://gironanoticies.com/comunicado/80914-un-60-de-la-poblacion-mundial-no-dispone-de-retretes-en-sus-viviendas.htm>



Hoy se celebra el Día Mundial del Retrete, un sistema de saneamiento del que carecen 4.500 millones de personas. Según el experto de EOI Jaime La Iglesia Gandarillas, "la mayoría de los privilegiados que disponemos de este extraordinario avance material no lo usamos adecuadamente"

Hoy se celebra el Día Mundial del Retrete, un sistema de saneamiento del que carecen 4.500 millones de personas. Según el experto de EOI Jaime La Iglesia Gandarillas, "la mayoría de los privilegiados que disponemos de este extraordinario avance material no lo usamos adecuadamente"

Aunque para la mayoría de la gente es un objeto tan cotidiano al que no se le presta atención, un 60% de la población mundial ¿unos 4.500 millones de personas? no disponen de retretes en sus viviendas o tienen sistemas de saneamiento deficientes, según la **OMS (Organización Mundial de la Salud)**.

Precisamente para recordar su trascendencia, las Naciones Unidas instituyeron el **Día Mundial del Retrete (Toilet Day)**, que se celebra hoy, 19 de noviembre.

El hecho de que cerca de 900 millones de personas defequen al aire libre implica que esas heces no sean tratadas: en torno a 1.800 millones de habitantes del planeta beben agua no potable que podría estar contaminada por estas, siguiendo con datos de la **OMS y UNICEF**.

Sin embargo, este no es el único problema. "La mayoría de los privilegiados que disponemos de este extraordinario avance material no lo usamos adecuadamente", subraya **Jaime La Iglesia**

<https://gironanoticias.com/comunicado/80914-un-60-de-la-poblacion-mundial-no-dispone-de-retretes-en-sus-viviendas.htm>

Gandarillas, profesor de los programas máster en Ingeniería y Gestión del Agua e Ingeniería y Gestión Medioambiental de **EOI (Escuela de Organización Industrial)**.

“Las letrinas y/o retretes deben ser el lugar donde liberamos los compuestos que nuestro organismo ya no puede aprovechar. En ningún caso pueden concebirse como el *agujero mágico* donde desprenderse de cualquier cosa que nos estorbe”, subraya el profesor de EOI.

“Al tirar de la cadena, decimos adiós a nuestras colillas, compresas, preservativos, algodones, gasas, plásticos, palillos, hilo dental, pelos, las famosas toallitas “biodegradables”, aceites y un largo etcétera de productos. Todos ellos se esfuman como por arte de magia, hasta llegar a las depuradoras en el mejor de los casos, si antes no han provocado la obstrucción de la red de saneamiento o el atasco total de las fosas sépticas, inutilizándolas por completo”, explica **Jaime La Iglesia**. “Posiblemente al hacerlo pensamos que ello no perjudica a nadie, pero nada más alejado de la realidad, pues en lugar de constituir una solución, engendra un problema mucho mayor”, añade.

¿Qué hacer ante esta situación? “Impliquémonos educando e informando a todos cuantos nos rodean sobre su uso adecuado y promovamos una gestión adecuada del producto que se genera a posteriori”, exhorta este profesional de la gestión de aguas. “Si así lo hacemos, conseguiremos un mejor funcionamiento de las redes de saneamiento y de los sistemas de depuración que, a pesar de estar ocultos o poco visibles, no dejan de ser fundamentales para el medio ambiente; en definitiva, para nosotros mismos”, concluye.

Acerca de EOI

La Escuela de Organización Industrial (EOI) es la primera escuela de negocios fundada en España (1955). En sus 63 años de historia han pasado por sus aulas más de 84.500 directivos y gestores empresariales especializados en liderazgo, internacionalización y sostenibilidad.

Como fundación pública adscrita al Ministerio de Industria, Comercio y Turismo y con la cofinanciación del Fondo Social Europeo, ha impulsado los negocios de más de 52.000 nuevos emprendedores en España y fundado una Red Nacional de 50 Espacios Coworking en distintas ciudades del país.

www.eoi.es // [@eoi](https://twitter.com/eoi) // www.facebook.com/eoi.edu // www.instagram.com/eoischool

<http://www.diariosigloxxi.com/texto-diario/mostrar/1257663/60-poblacion-mundial-no-dispone-retretes-viviendas>

Un 60% de la población mundial no dispone de retretes en sus viviendas

original

Hoy se celebra el Día Mundial del Retrete, un sistema de saneamiento del que carecen 4.500 millones de personas. Según el experto de EOI Jaime La Iglesia Gandarillas, "la mayoría de los privilegiados que disponemos de este extraordinario avance material no lo usamos adecuadamente"

Aunque para la mayoría de la gente es un objeto tan cotidiano al que no se le presta atención, un 60% de la población mundial –unos 4.500 millones de personas– no disponen de retretes en sus viviendas o tienen sistemas de saneamiento deficientes, según la **OMS (Organización Mundial de la Salud)**.

Precisamente para recordar su trascendencia, las Naciones Unidas instituyeron el **Día Mundial del Retrete (Toilet Day)**, que se celebra hoy, 19 de noviembre.

El hecho de que cerca de 900 millones de personas defequen al aire libre implica que esas heces no sean tratadas: en torno a 1.800 millones de habitantes del planeta beben agua no potable que podría estar contaminada por estas, siguiendo con datos de la **OMS y UNICEF**.

Sin embargo, este no es el único problema. "La mayoría de los privilegiados que disponemos de este extraordinario avance material no lo usamos adecuadamente", subraya **Jaime La Iglesia Gandarillas**, profesor de los programas máster en Ingeniería y Gestión del Agua e Ingeniería y Gestión Medioambiental de **EOI (Escuela de Organización Industrial)**.

"Las letrinas y/o retretes deben ser el lugar donde liberamos los compuestos que nuestro organismo ya no puede aprovechar. En ningún caso pueden concebirse como el *agujero mágico* donde desprenderse de cualquier cosa que nos estorbe", subraya el profesor de EOI.

"Al tirar de la cadena, decimos adiós a nuestras colillas, compresas, preservativos, algodones, gasas, plásticos, palillos, hilo dental, pelos, las famosas toallitas "biodegradables", aceites y un largo etcétera de productos. Todos ellos se esfuman como por arte de magia, hasta llegar a las depuradoras en el mejor de los casos, si antes no han provocado la obstrucción de la red de saneamiento o el atasco total de las fosas sépticas, inutilizándolas por completo", explica **Jaime La Iglesia**. "Posiblemente al hacerlo pensamos que ello no perjudica a nadie, pero nada más alejado de la realidad, pues en lugar de constituir una solución, engendra un problema mucho mayor", añade.

¿Qué hacer ante esta situación? "Impliquémonos educando e informando a todos cuantos nos rodean sobre su uso adecuado y promovamos una gestión adecuada del producto que se genera a posteriori", exhorta este profesional de la gestión de aguas. "Si así lo hacemos, conseguiremos un mejor funcionamiento de las redes de saneamiento y de los sistemas de depuración que, a pesar de estar ocultos o poco

<http://www.diariosigloxxi.com/texto-diario/mostrar/1257663/60-poblacion-mundial-no-dispone-retretes-viviendas>

visibles, no dejan de ser fundamentales para el medio ambiente; en definitiva, para nosotros mismos”, concluye.

Acerca de EOI

La Escuela de Organización Industrial (EOI) es la primera escuela de negocios fundada en España (1955). En sus 63 años de historia han pasado por sus aulas más de 84.500 directivos y gestores empresariales especializados en liderazgo, internacionalización y sostenibilidad.

Como fundación pública adscrita al Ministerio de Industria, Comercio y Turismo y con la cofinanciación del Fondo Social Europeo, ha impulsado los negocios de más de 52.000 nuevos emprendedores en España y fundado una Red Nacional de 50 Espacios Coworking en distintas ciudades del país.

www.eoi.es // [@eoi](https://twitter.com/eoi) // www.facebook.com/eoi.edu // www.instagram.com/eoischool

SIGLO XXI

Diario digital independiente,
plural y abierto

www.diariosigloxxi.com

Mi Actividad: Hablando de Agile y Automatización Robótica de Procesos en el marco del Programa Ejecutivo de Transformación Digital de EOI en Santander

original



El pasado viernes 16 de Noviembre tuve el placer de impartir una doble sesión dentro del marco del [Programa Ejecutivo de Transformación Digital](#) que imparte la [Escuela de Organización Industrial](#) en Santander.

Y hablé de dos temas que enfocan de forma diferente la necesidad de responder con agilidad ante los cambios continuos y acelerados que plantea la revolución digital.

Por un lado, una visión más de gestión, hablando de la gestión de proyectos con filosofía **Agile**. Repasamos los antecedentes, el porqué del surgimiento de Agile, los principios del manifiesto Agile y las principales características de Scrum, para acabar con alguna visión intermedia como la TI Bimodal.

Por otro lado, y en la segunda parte, adoptamos un cariz más tecnológico y con filosofía low-code, para hablar de **RPA (Robotic Process Automation)**, revisando primero lo que es un proceso de negocio y las diferentes tecnologías que se emplean en su digitalización, para luego abordar la definición de RPA, las funcionalidades más habituales, su relación con la inteligencia artificial y aspectos relacionados con los proyectos de puesta en marcha o el centro de excelencia RPA, sin olvidar alguna breve demostración con la herramienta [UiPath](#).

Cuatro horas intensas, con mucho diálogo y que espero que hayan sido tan provechosas para los alumnos como interesantes han resultado para mi.

<http://www.diario-economia.com/nota/16928/un-60-de-la-poblacion-mundial-no-dispone-de-retret.html>

Un 60% de la población mundial no dispone de retretes en sus viviendas

original



Aunque para la mayoría de la gente es un objeto tan cotidiano al que no se le presta atención, un 60% de la población mundial –unos 4.500 millones de personas– no disponen de retretes en sus viviendas o tienen sistemas de saneamiento deficientes, según la **OMS (Organización Mundial de la Salud)**.

Precisamente para recordar su trascendencia, las Naciones Unidas instituyeron el **Día Mundial del Retrete (Toilet Day)**, que se celebra hoy, 19 de noviembre.

El hecho de que cerca de 900 millones de personas defequen al aire libre implica que esas heces no sean tratadas: en torno a 1.800 millones de habitantes del planeta beben agua no potable que podría estar contaminada por estas, siguiendo con datos de la **OMS y UNICEF**.

Sin embargo, este no es el único problema. “La mayoría de los privilegiados que disponemos de este extraordinario avance material no lo usamos adecuadamente”, subraya **Jaime La Iglesia Gandarillas**, profesor de los programas máster en Ingeniería y Gestión del Agua e Ingeniería y Gestión Medioambiental de **EOI (Escuela de Organización Industrial)**.

“Las letrinas y/o retretes deben ser el lugar donde liberamos los compuestos que nuestro organismo ya no puede aprovechar. En ningún caso pueden concebirse como el *agujero mágico* donde desprenderse de cualquier cosa que nos estorbe”, subraya el profesor de EOI.

<http://www.diario-economia.com/nota/16928/un-60-de-la-poblacion-mundial-no-dispone-de-retret.html>

“Al tirar de la cadena, decimos adiós a nuestras colillas, compresas, preservativos, algodones, gasas, plásticos, palillos, hilo dental, pelos, las famosas toallitas “biodegradables”, aceites y un largo etcétera de productos. Todos ellos se esfuman como por arte de magia, hasta llegar a las depuradoras en el mejor de los casos, si antes no han provocado la obstrucción de la red de saneamiento o el atasco total de las fosas sépticas, inutilizándolas por completo”, explica **Jaime La Iglesia**. “Posiblemente al hacerlo pensamos que ello no perjudica a nadie, pero nada más alejado de la realidad, pues en lugar de constituir una solución, engendra un problema mucho mayor”, añade.

¿Qué hacer ante esta situación? “Impliquémonos educando e informando a todos cuantos nos rodean sobre su uso adecuado y promovamos una gestión adecuada del producto que se genera a posteriori”, exhorta este profesional de la gestión de aguas. “Si así lo hacemos, conseguiremos un mejor funcionamiento de las redes de saneamiento y de los sistemas de depuración que, a pesar de estar ocultos o poco visibles, no dejan de ser fundamentales para el medio ambiente; en definitiva, para nosotros mismos”, concluye.

Acerca de EOI

La Escuela de Organización Industrial (EOI) es la primera escuela de negocios fundada en España (1955). En sus 63 años de historia han pasado por sus aulas más de 84.500 directivos y gestores empresariales especializados en liderazgo, internacionalización y sostenibilidad.

Como fundación pública adscrita al Ministerio de Industria, Comercio y Turismo y con la cofinanciación del Fondo Social Europeo, ha impulsado los negocios de más de 52.000 nuevos emprendedores en España y fundado una Red Nacional de 50 Espacios Coworking en distintas ciudades del país.

www.eoi.es // [@eoi](https://twitter.com/eoi) // www.facebook.com/eoi.edu // www.instagram.com/eoischool

Un 60% de la población mundial no dispone de retretes en sus viviendas

original

Aunque para la mayoría de la gente es un objeto tan cotidiano al que no se le presta atención, un 60% de la población mundial –unos 4.500 millones de personas– no disponen de retretes en sus viviendas o tienen sistemas de saneamiento deficientes, según la **OMS (Organización Mundial de la Salud)**.

Precisamente para recordar su trascendencia, las Naciones Unidas instituyeron el **Día Mundial del Retrete (Toilet Day)**, que se celebra hoy, 19 de noviembre.

El hecho de que cerca de 900 millones de personas defequen al aire libre implica que esas heces no sean tratadas: en torno a 1.800 millones de habitantes del planeta beben agua no potable que podría estar contaminada por estas, siguiendo con datos de la **OMS y UNICEF**.

Sin embargo, este no es el único problema. “La mayoría de los privilegiados que disponemos de este extraordinario avance material no lo usamos adecuadamente”, subraya **Jaime La Iglesia Gandarillas**, profesor de los programas máster en Ingeniería y Gestión del Agua e Ingeniería y Gestión Medioambiental de **EOI (Escuela de Organización Industrial)**.

“Las letrinas y/o retretes deben ser el lugar donde liberamos los compuestos que nuestro organismo ya no puede aprovechar. En ningún caso pueden concebirse como el *agujero mágico* donde desprenderse de cualquier cosa que nos estorbe”, subraya el profesor de EOI.

“Al tirar de la cadena, decimos adiós a nuestras colillas, compresas, preservativos, algodones, gasas, plásticos, palillos, hilo dental, pelos, las famosas toallitas “biodegradables”, aceites y un largo etcétera de productos. Todos ellos se esfuman como por arte de magia, hasta llegar a las depuradoras en el mejor de los casos, si antes no han provocado la obstrucción de la red de saneamiento o el atasco total de las fosas sépticas, inutilizándolas por completo”, explica **Jaime La Iglesia**. “Posiblemente al hacerlo pensamos que ello no perjudica a nadie, pero nada más alejado de la realidad, pues en lugar de constituir una solución, engendra un problema mucho mayor”, añade.

¿Qué hacer ante esta situación? “Impliquémonos educando e informando a todos cuantos nos rodean sobre su uso adecuado y promovamos una gestión adecuada del producto que se genera a posteriori”, exhorta este profesional de la gestión de aguas. “Si así lo hacemos, conseguiremos un mejor funcionamiento de las redes de saneamiento y de los sistemas de depuración que, a pesar de estar ocultos o poco visibles, no dejan de ser fundamentales para el medio ambiente; en definitiva, para nosotros mismos”, concluye.

Acerca de EOI

La Escuela de Organización Industrial (EOI) es la primera escuela de negocios fundada

<http://www.diario-abc.com/nota/17423/un-60-de-la-poblacion-mundial-no-dispone-de-retret.html>

en España (1955). En sus 63 años de historia han pasado por sus aulas más de 84.500 directivos y gestores empresariales especializados en liderazgo, internacionalización y sostenibilidad.

Como fundación pública adscrita al Ministerio de Industria, Comercio y Turismo y con la cofinanciación del Fondo Social Europeo, ha impulsado los negocios de más de 52.000 nuevos emprendedores en España y fundado una Red Nacional de 50 Espacios Coworking en distintas ciudades del país.

www.eoi.es // [@eoi](https://twitter.com/eoi) // www.facebook.com/eoi.edu // www.instagram.com/eoischool

Un 60% de la población mundial no dispone de retretes en sus viviendas

original

Hoy se celebra el Día Mundial del Retrete, un sistema de saneamiento del que carecen 4.500 millones de personas. Según el experto de EOI Jaime La Iglesia Gandarillas, "la mayoría de los privilegiados que disponemos de este extraordinario avance material no lo usamos adecuadamente"

/COMUNICAE/

Hoy se celebra el Día Mundial del Retrete, un sistema de saneamiento del que carecen 4.500 millones de personas. Según el experto de EOI Jaime La Iglesia Gandarillas, "la mayoría de los privilegiados que disponemos de este extraordinario avance material no lo usamos adecuadamente"

Aunque para la mayoría de la gente es un objeto tan cotidiano al que no se le presta atención, un 60% de la población mundial –unos 4.500 millones de personas– no disponen de retretes en sus viviendas o tienen sistemas de saneamiento deficientes, según la **OMS (Organización Mundial de la Salud)**.

Precisamente para recordar su trascendencia, las Naciones Unidas instituyeron el **Día Mundial del Retrete (Toilet Day)**, que se celebra hoy, 19 de noviembre.

El hecho de que cerca de 900 millones de personas defequen al aire libre implica que esas heces no sean tratadas: en torno a 1.800 millones de habitantes del planeta beben agua no potable que podría estar contaminada por estas, siguiendo con datos de la **OMS y UNICEF**.

Sin embargo, este no es el único problema. "La mayoría de los privilegiados que disponemos de este extraordinario avance material no lo usamos adecuadamente", subraya **Jaime La Iglesia Gandarillas**, profesor de los programas máster en Ingeniería y Gestión del Agua e Ingeniería y Gestión Medioambiental de **EOI (Escuela de Organización Industrial)**.

"Las letrinas y/o retretes deben ser el lugar donde liberamos los compuestos que nuestro organismo ya no puede aprovechar. En ningún caso pueden concebirse como el *agujero mágico* donde desprenderse de cualquier cosa que nos estorbe", subraya el profesor de EOI.

"Al tirar de la cadena, decimos adiós a nuestras colillas, compresas, preservativos, algodones, gasas, plásticos, palillos, hilo dental, pelos, las famosas toallitas "biodegradables", aceites y un largo etcétera de productos. Todos ellos se esfuman como por arte de magia, hasta llegar a las depuradoras en el mejor de los casos, si antes no han provocado la obstrucción de la red de saneamiento o el atasco total de las fosas sépticas, inutilizándolas por completo", explica **Jaime La Iglesia**. "Posiblemente al hacerlo pensamos que ello no perjudica a nadie, pero nada más alejado de la realidad, pues en lugar de constituir una solución, engendra un problema mucho mayor", añade.

http://es.eprensa.com/cgi-bin/view_digital_media.cgi?subclient_id=4630&comps_id=185548793

¿Qué hacer ante esta situación? “Impliquémonos educando e informando a todos cuantos nos rodean sobre su uso adecuado y promovamos una gestión adecuada del producto que se genera a posteriori”, exhorta este profesional de la gestión de aguas. “Si así lo hacemos, conseguiremos un mejor funcionamiento de las redes de saneamiento y de los sistemas de depuración que, a pesar de estar ocultos o poco visibles, no dejan de ser fundamentales para el medio ambiente; en definitiva, para nosotros mismos”, concluye.

Acerca de EOI

La Escuela de Organización Industrial (EOI) es la primera escuela de negocios fundada en España (1955). En sus 63 años de historia han pasado por sus aulas más de 84.500 directivos y gestores empresariales especializados en liderazgo, internacionalización y sostenibilidad.

Como fundación pública adscrita al Ministerio de Industria, Comercio y Turismo y con la cofinanciación del Fondo Social Europeo, ha impulsado los negocios de más de 52.000 nuevos emprendedores en España y fundado una Red Nacional de 50 Espacios Coworking en distintas ciudades del país.

www.eoi.es // [@eoi](https://twitter.com/eoi) // www.facebook.com/eoi.edu // www.instagram.com/eoischool

Un 60% de la población mundial no dispone de retretes en sus viviendas

admin • [original](#)

/COMUNICAE/

Hoy se celebra el Día Mundial del Retrete, un sistema de saneamiento del que carecen 4.500 millones de personas. Según el experto de EOI Jaime La Iglesia Gandarillas, “la mayoría de los privilegiados que disponemos de este extraordinario avance material no lo usamos adecuadamente”

Aunque para la mayoría de la gente es un objeto tan cotidiano al que no se le presta atención, un 60% de la población mundial –unos 4.500 millones de personas– no disponen de retretes en sus viviendas o tienen sistemas de saneamiento deficientes, según la **OMS (Organización Mundial de la Salud)**.

Precisamente para recordar su trascendencia, las Naciones Unidas instituyeron el **Día Mundial del Retrete (Toilet Day)**, que se celebra hoy, 19 de noviembre.

El hecho de que cerca de 900 millones de personas defequen al aire libre implica que esas heces no sean tratadas: en torno a 1.800 millones de habitantes del planeta beben agua no potable que podría estar contaminada por estas, siguiendo con datos de la **OMS y UNICEF**.

Sin embargo, este no es el único problema. “La mayoría de los privilegiados que disponemos de este extraordinario avance material no lo usamos adecuadamente”, subraya **Jaime La Iglesia Gandarillas**, profesor de los programas máster en Ingeniería y Gestión del Agua e Ingeniería y Gestión Medioambiental de **EOI (Escuela de Organización Industrial)**.

“Las letrinas y/o retretes deben ser el lugar donde liberamos los compuestos que nuestro organismo ya no puede aprovechar. En ningún caso pueden concebirse como el *agujero mágico* donde desprenderse de cualquier cosa que nos estorbe”, subraya el profesor de EOI.

“Al tirar de la cadena, decimos adiós a nuestras colillas, compresas, preservativos, algodones, gasas, plásticos, palillos, hilo dental, pelos, las famosas toallitas “biodegradables”, aceites y un largo etcétera de productos. Todos ellos se esfuman como por arte de magia, hasta llegar a las depuradoras en el mejor de los casos, si antes no han provocado la obstrucción de la red de saneamiento o el atasco total de las fosas sépticas, inutilizándolas por completo”, explica **Jaime La Iglesia**. “Posiblemente al hacerlo pensamos que ello no perjudica a nadie, pero nada más alejado de la realidad, pues en lugar de constituir una solución, engendra un problema mucho mayor”, añade.

¿Qué hacer ante esta situación? “Impliquémonos educando e informando a todos cuantos nos rodean sobre su uso adecuado y promovamos una gestión adecuada del producto que se genera a posteriori”, exhorta este profesional de la gestión de aguas.

<http://valencia24horas.com/un-60-de-la-poblacion-mundial-no-dispone-de-retretes-en-sus-viviendas/>

“Si así lo hacemos, conseguiremos un mejor funcionamiento de las redes de saneamiento y de los sistemas de depuración que, a pesar de estar ocultos o poco visibles, no dejan de ser fundamentales para el medio ambiente; en definitiva, para nosotros mismos”, concluye.

Acerca de EOI

La Escuela de Organización Industrial (EOI) es la primera escuela de negocios fundada en España (1955). En sus 63 años de historia han pasado por sus aulas más de 84.500 directivos y gestores empresariales especializados en liderazgo, internacionalización y sostenibilidad.

Como fundación pública adscrita al Ministerio de Industria, Comercio y Turismo y con la cofinanciación del Fondo Social Europeo, ha impulsado los negocios de más de 52.000 nuevos emprendedores en España y fundado una Red Nacional de 50 Espacios Coworking en distintas ciudades del país.

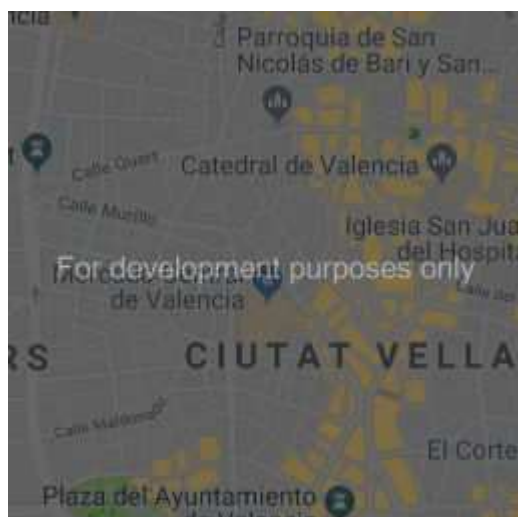
www.eoi.es // [@eoi](https://twitter.com/eoi) // www.facebook.com/eoi.edu // www.instagram.com/eoischool

Fuente [Comunicae](#)

<https://www.lovevalencia.com/evento/exposicion-fusion-certamen-de-joyeria-en-vidrio>

Exposición Fusión Certamen de Joyería en vidrio

original



La exposición '**Fusión Certamen de Joyería en Vidrio**' esta disponible del 4 de octubre hasta el 29 de noviembre en el [Centro de Artesanía de la Comunitat Valenciana](#).

Si eres un curioso de la cultura valenciana, no lo pienses y visita nuestra [agenda cultural](#) en la que puedes encontrar distintos planes conciertos, teatros, [eventos gratuitos](#)...

En la exposición se incluyen las 41 piezas seleccionadas en el I Certamen de Joyería en Vidrio convocada por Fundesarte, la cátedra de de promoción de la artesanía de la Escuela de Organización Industrial (EOI) y el Museo de Arte en Vidrio de Alcorcón (MAVA).

Cuatro artistas valencianas -Ana Higuera, María del Mar Castellá, Sara Sorribes y Tiziana Chiara- participan en la exposición después de haber sido elegidas entre las 29 creadoras y

<https://www.lovevalencia.com/evento/exposicion-fusion-certamen-de-joyeria-en-vidrio>

creadores que exhiben un total de 41 obras.

El **objetivo de la exposición** es dar a conocer las distintas utilidades de un material tan versátil como es el vidrio y conceder al visitante una muestra representativa de este subsector artesano.

La muestra, de entrada gratuita, se puede visitar de lunes a viernes en horario de 10 a 13:30h y de 16 a 19h.

El Club EOI toma la Gran Vía de Madrid

original



La directora general de EOI, Nieves Olivera, abrió el acto destacando “la energía que se percibe en la Escuela” y agradeciendo “a la Asociación de Antiguos Alumnos **EOI** su trabajo y dedicación para mantener muy vivo el Club EOI”. En este sentido, el presidente del Club, Luis López-Cózar, describió a los alumnos como el “motor” del **Club EOI**.

Por su parte, María Valenzuela, senior vice president de Sony Pictures Entertainment, centró su charla en **el impacto de la digitalización en la empresa** y, en concreto, en el sector del entretenimiento. “No es el cambio: es la velocidad de ese cambio”, subrayó, al tiempo que puso de relieve hasta qué punto su área profesional “se está viendo afectada por tecnologías como deep learning e inteligencia artificial”.

Asimismo, Valenzuela puso el acento en **la necesidad de situar al usuario en el centro de toda la actividad**. “El futuro es incierto, pero tenemos que estar obsesionados con el usuario y escucharlo; hay que facilitarle la vida”, aseguró.

Por otro lado, **Fernando de Pablo**, secretario general de Administración Digital y alumni de EOI, **fue nombrado Miembro de Honor del Club EOI**, y en su discurso recordó la importancia del trabajo en equipo como fuerza transformadora.

Finalmente, en el acto se puso de relieve el fin social del mismo, dado que **la recaudación íntegra del encuentro irá destinada al proyecto del #ClubEOISocial ‘Ayuda a Kerala’**, que tiene por objetivo reconstruir la escuela Escuela Santa Carmen Sallés de Thelathuruth, que fue devastada por las inundaciones. En él, además colaboran con la Asociación Siempre Adelante y el **Fondo MFJF** (Fondo María Felicidad Jiménez Ferrer).

http://es.eprensa.com/cgi-bin/view_digital_media.cgi?subclient_id=4630&comps_id=185656143

El retrete no es un agujero mágico donde desprenderse de cualquier cosa que nos estorbe

original



- El 19 de noviembre se celebra el Día Mundial del Retrete, un sistema de saneamiento del que carecen 4.500 millones de personas
- Según el experto de EOI Jaime La Iglesia Gandarillas, “la mayoría de los privilegiados que disponemos de este extraordinario avance material no lo usamos adecuadamente”



Antonio R. Furones en tertulia **Primera Hora 21/11/2018**

[origen](#) Gestiona Radio

El Club EOI toma la Gran Vía de Madrid

Carlos González • [original](#)

Los emblemáticos Cines Capitol de Madrid acogieron anoche el **Encuentro Anual del Club EOI**, asociación de antiguos alumnos de la **Escuela de Organización Industrial (EOI)**.

Más de 350 asistentes se dieron cita en una emotiva noche de reencuentros con compañeros, profesores y personal de EOI, en la que **María Valenzuela, senior vice president de Sony PicturesEntertainment**, fue la invitada especial. El toque definitivo de emoción lo puso el espectáculo del mago e ilusionista **Jorge Blass**, que sorprendió a todo el auditorio con sus trucos.

La directora general de EOI, **Nieves Olivera**, abrió el acto destacando “la energía que se percibe en la Escuela” y agradeciendo “a la Asociación de Antiguos Alumnos EOI su trabajo y dedicación para mantener muy vivo el **Club EOI**”.

En este sentido, el presidente del Club, **Luis López-Cózar**, recordó a todos los presentes: “Os necesitamos porque los alumnos sois el motor; vosotros sois el Club EOI”.

Por su parte, **María Valenzuela** centró su charla en el impacto de la digitalización en la empresa y, en concreto, en el sector del entretenimiento. “No es el cambio: es la velocidad de ese cambio”, subrayó la senior vice president de Sony PicturesEntertainment, que puso de relieve hasta qué punto su área profesional “se está viendo afectada por tecnologías como deeplearninge inteligencia artificial”.



Igualmente, **Valenzuela** puso el acento en la necesidad de situar al usuario en el centro de toda la actividad. “El futuro es incierto, pero tenemos que estar obsesionados con el usuario y escucharlo; hay que facilitarle la vida”, aseguró.

Fernando de Pablo, secretario general de Administración Digital y alumni de EOI, fue nombrado Miembro de Honor del Club EOI. De Pablo, quien realizó en 1997 el Master en Gestión Empresarial, recordó con cariño su paso por la Escuela y la importancia del trabajo en equipo como fuerza transformadora.

La recaudación íntegra del Encuentro de Antiguos Alumnos se destinará al proyecto del #ClubEOISocial ‘**Ayuda a Kerala**’, que tiene por objetivo reconstruir una escuela local devastada por las inundaciones. El pasado agosto, las lluvias del monzón inundaron este Estado de India, causando más de 350 muertos, 725.000 desplazados y varios miles de

<https://www.emagister.com/blog/el-club-eoi-toma-la-gran-via-de-madrid/>

aislados.

Con la iniciativa #ClubEOISocial, la Asociación de Antiguos Alumnos busca contribuir a proyectos de ayuda humanitaria vinculados a los valores sociales y sostenibles de EOI. En la iniciativa 'Ayuda a Kerala', colaboran con la Asociación Siempre Adelante y el Fondo MFJF (Fondo María Felicidad Jiménez Ferrer) para reconstruir la Escuela Santa Carmen Sallés de Thelathuruth. Todo el mundo está invitado a [contribuir con una aportación económica](#).

<http://www.estrategia.net/estrategia/Competitividad/tabid/663/ItemID/65260/View/Details/Default.aspx>

Bilbao se suma con Orange y la EOI a las iniciativas Sé+Digital y Lánzate

original

El Ayuntamiento de Bilbao, la operadora de telefonía Orange y la Escuela de Organización Industrial (EOI) han unido sus fuerzas para poner en marcha en la capital vizcaína el programa 'Sé+Digital' y promover la segunda edición del concurso de emprendedores 'Lánzate', con el objetivo de impulsar la transformación digital de ciudadanos y empresas.

El programa 'Sé+Digital' busca fomentar la transformación digital de todos los ciudadanos y, desde marzo de 2016 ha formado ya de forma gratuita a más de 10.000 personas de 130 municipios y asociaciones. Se ofrece a los participantes la oportunidad de descubrir, desde un punto de vista práctico, nuevas oportunidades para hacer negocios y ofrecer servicios profesionales online. Asimismo, aprenderán estrategias de posicionamiento online para que los encuentren desde cualquier parte del mundo, y conocerán buenas prácticas y nuevas formas de financiación en internet para poner en marcha sus proyectos, así como herramientas recomendadas para iniciar la transformación digital de sus negocios o comenzar a emprender digitalmente. La fase de inscripción para esta convocatoria está abierta hasta el 27 de noviembre en la web sedigitalylanzate.com

Ambas iniciativas buscan impulsar la
transformación digital de empresas y
ciudadanos con cursos y herramientas

Por otro lado, los impulsores de esta iniciativa aprovecharon su presentación para animar a los emprendedores bilbainos a presentar a la segunda edición del programa 'Lánzate' sus proyectos en internet de las cosas, educación digital, 'smart cities', 'big data', ciberseguridad, etc. Recibirán 'coaching' por parte de figuras clave en el ámbito de las TIC, que les ayudarán a identificar nuevas oportunidades de crecimiento y expansión.

España rebaja sus expectativas en el Canal de Panamá

Elena de Jesús • [original](#)

La **ampliación del Canal de Panamá** zambulló al sector marítimo español en una montaña de expectativas que, dos años más tarde de su inauguración, parecen haberse esfumado. Desde [Puertos del Estado](#) confiaban en que la ampliación sería un factor determinante para la potenciación de las relaciones comerciales españolas y europeas con los países y regiones de la ribera del Pacífico en el continente americano. De hecho, ya en 2011 el organismo portuario, entonces liderado por Fernando González Laxe, suscribió un acuerdo con la [Autoridad del Canal de Panamá \(ACP\)](#) para que los enclaves españoles pudiesen beneficiarse del incremento de tráficos que supondría su ampliación.

Sin embargo, los pronósticos más optimistas se han debilitado y, lejos de verse reforzados por la ampliación, los flujos de actividad entre el Canal de Panamá y España se mantienen prácticamente en el punto de partida. Así, mientras que la repercusión del nuevo canal a nivel mundial ha sido enorme –e incluso en los puertos atlánticos portugueses, en especial Sines, han mejorado sus tráficos procedentes del canal–, **en España sus efectos han sido mínimos**. Por tanto, la pelota está ahora en los puertos españoles, que siguen intentando hacerse un hueco para obtener los máximos beneficios colaterales posibles de esta ampliación.

“En España no ha jugado un papel relevante en la creación de nuevas oportunidades. El que estaba, sigue, pero no me parece que haya muchos nuevos jugadores”, comenta Alejandro Molins, profesor de [EOI](#) y experto en logística internacional.

“Los pronósticos más optimistas se han debilitado y, lejos de verse reforzados por la ampliación, los flujos de actividad entre el Canal de Panamá y España se mantienen prácticamente en el punto de partida”

En la actualidad, **España es el principal socio europeo del canal** –seguido de Holanda–, con un tráfico de 4,7 millones de toneladas largas de carga con origen y destino y una cuota de mercado del 1,9% durante el ejercicio fiscal 2018. Pese a que estas cifras suponen una mejora respecto a los cuatro millones de toneladas largas registradas en 2015 o los 3,6 millones de 2016, se trata de un crecimiento limitado e inferior si se compara con los resultados récord de tráficos en el conjunto de puertos españoles. Además, tampoco el número de escalas en estos enclaves ha aumentado de forma significativa desde la apertura del canal e incluso ha descendido ligeramente entre 2017 y 2018, según indican las estadísticas facilitadas por [MarineTraffic](#). “Las llegadas a puertos españoles se han incrementado desde la inauguración de la ampliación, pero no en gran cantidad. En cambio, lo que sí que hemos observado es un crecimiento de las llegadas de buques Post Panamax, lo que implica una correlación directa con la apertura del canal”, apuntan los expertos. En concreto, los portacontenedores se han mantenido como el segmento con mayor impacto, con más de dos millones de toneladas largas de carga gestionadas, lo que supone el 42,3% del total movido entre el canal y

<http://elvigia.com/espana-rebaja-sus-expectativas-en-el-canal-de-panama/>

España.

El balance que realiza Alberto Camarero, profesor de la [Universidad Politécnica de Madrid](#) es que “el crecimiento del tráfico de nuestros puertos ha seguido la tendencia de los últimos años y no se ha observado ningún crecimiento extraordinario que pudiera ser causado por el Canal”. Esta dinámica también la observa Ramón Vázquez, presidente del Consejo Asesor Empresarial del Grado de Ciencias del Transporte y la Logística de la [Universidad Camilo José Cela](#), para quien de la teoría a la práctica hay un trecho. Aunque –según apunta–, la posibilidad de facilitar la navegación a más buques y de mayor tamaño debería permitir a los países de la cuenca del Pacífico un acceso más fácil y rápido de sus flujos comerciales a los mercados europeos –beneficiando así a los puertos de la fachada atlántica ibérica y, en concreto, a los españoles–, lo cierto es que “todavía no se está materializando”.

Los expertos tampoco esperan que esta situación cambie, por lo menos a corto plazo. “Deberemos esperar a ver cuáles son los efectos positivos de este proyecto, pues hasta la fecha no se vislumbran”, comenta Ramón Vázquez, cuyas previsiones apuntan a que los grandes buques seguirán transitando por Suez porque, cada vez más, son de mayor tamaño y no pueden pasar por el nuevo canal. En este sentido, entiende que los efectos de la ampliación van a ser ínfimos.

Antes de inaugurarse el nuevo canal, el anterior presidente de Puertos del Estado, José Llorca, se mostró convencido de que este proyecto **beneficiaría especialmente al puerto de Algeciras y a algunos enclaves de la Costa Atlántica**, en detrimento de los del Mediterráneo. “España está muy bien situada en el centro de las grandes rutas entre Asia y Norteamérica y junto a un punto clave como es el Estrecho de Gibraltar”, aseguró. Pero a día de hoy parece que estas afirmaciones ya no se las cree nadie. En el caso de Algeciras, por ejemplo, los expertos lamentan que la conectividad ferroviaria de esta dársena tanto con la meseta como con Europa, en especial hasta Bobadilla, resulta “arcaica”. “Vía única, sin electrificar, con pendientes muy elevadas... Todo ello provoca que Algeciras no sea un puerto atractivo para la captación de nuevos tráficos de estas rutas, a pesar de contar con infraestructuras portuarias muy adecuadas para los grandes buques”, asegura Vázquez. Por su parte, Jesús Martínez, coordinador del Grado Universitario en Logística y Negocios Marítimos del [TecnoCampus](#), también se refiere a Tanger Med, que se ha convertido en un competidor natural de Algeciras a la hora de captar tráficos y rutas con Panamá. “El juego dependerá de la capacidad de fortalecer las rutas que vengan de Panamá para ampliar su área de influencia en el Mediterráneo”, sostiene Martínez.

En relación con los puertos atlánticos, el panorama tampoco es mucho más alentador. Ramón Vázquez explica que el canal no ha producido ningún efecto en los **puertos gallegos o de la cornisa cantábrica**. “Ninguno de los puertos atlánticos españoles tiene las infraestructuras y alianzas comerciales suficientes para integrarse en las grandes rutas marítimas de contenedores y aprovechar esta importante oportunidad económica”, sostiene Vázquez.

Para ser competitivos y aprovechar la oportunidad económica que brinda el nuevo canal, el analista entiende que los puertos necesitan ser solventes, tanto a nivel de

<http://elvigia.com/espana-rebaja-sus-expectativas-en-el-canal-de-panama/>

infraestructuras como de conectividad. A su juicio, “son necesarios muelles con calados suficientes y dotados de grandes grúas para descargar estos buques a un ritmo de al menos 50 contenedores por hora y, además, conectados por ferrocarril. No basta con infraestructuras, también es **necesario tener conectividad**, es decir, integrarse en las grandes cadenas globales de tráfico de mercancías.

“Para ser competitivos y aprovechar la oportunidad económica que brinda el nuevo canal, el analista entiende que los puertos necesitan ser solventes, tanto a nivel de infraestructuras como de conectividad”

El análisis que realizan actualmente los expertos sobre la capacidad de atracción de tráficos del nuevo canal augura que los enclaves más beneficiados serán València y Barcelona, principales puntos de conexión entre España y Panamá actualmente. En su opinión, disponen de infraestructuras solventes y con un nivel de **conectividad ferroviaria** capaz de responder a los requerimientos de los nuevos espacios para el transporte marítimo internacional y las operaciones portuarias. Por otra parte, Jesús E. Martínez se refiere también a la confianza que tiene depositada Panamá en el **desarrollo del short sea shipping en España** y en su consolidación de tráficos con Europa a través de las líneas de transporte marítimo de corta distancia.

LAS CIFRAS RÉCORD DEL CANAL

La realidad del Canal de Panamá ha superado todas las expectativas a nivel mundial. Esta infraestructura, que **absorbe el 6% de las mercancías que se mueven en el mundo**, cerró el ejercicio fiscal 2018 con un récord histórico de tonelaje, al alcanzar los 442,1 millones de toneladas CP/SUAB (medida del volumen del sistema universal de arqueado de buques del Canal de Panamá), lo que representa una mejora del 9,5% respecto al año anterior y se sitúa un 29,72% y un 34% por encima de las cifras de 2015 y 2016, respectivamente. EEUU es el principal beneficiario del canal, siendo origen o destino de más de dos terceras partes de las mercancías que transitan, mientras que China ocupa la segunda posición, con una cuota del 22%.

Tras consultarlo con actores públicos y privados de la Autoridad Marítima del Canal de Panamá, así como con las propias navieras, el coordinador del Grado Universitario en Logística y Negocios Marítimos del TecnoCampus concluye que se han superado con récords históricos expectativas que no se tenían previstas tan a corto plazo. “Se tenían estimaciones de un crecimiento gradual, pero en dos años el crecimiento ha sido exponencial. También los efectos colaterales que estaban previstos se han cumplido, como el impacto negativo en los hubs de transbordo y la baja del sistema intermodal de EEUU de la costa oeste al centro y la parte este”, señala Jesús Martínez. Asimismo, Alberto Camarero también considera que “la tendencia seguirá al alza, alcanzando el límite de su capacidad bastante antes de lo previsto inicialmente”.

Las estadísticas achacan este buen comportamiento de la actividad al aumento del **tráfico de gas natural licuado de petróleo**, que ha contribuido al 7,1% del total de los tránsitos del Canal de Panamá y es el segundo mayor segmento después de los contenedores, que con una cuota del 25,4% sigue siendo el tráfico que más optimiza el canal. Además, otro de los objetivos que perseguía la ampliación era beneficiarse del

<http://elvigia.com/espana-rebaja-sus-expectativas-en-el-canal-de-panama/>

auge de la producción de GNL en EEUU y el interés del mismo en diferentes mercados, tales como Corea del Sur, India, China y Japón. De hecho, los datos aportados por Jesús Martínez indican que, en la actualidad, más del 90% de la flota mundial de buques de GNL pueden transitar por el Canal y todo el GNL que pasa por la ruta panameña proviene de EEUU (93%) y de Trinidad y Tobago (7%), siendo su principal destino Asia, y en concreto, China, donde va a parar el 20% del producto que pasa por Panamá. De continuar esta tendencia, las previsiones de Ramón Vázquez apuntan que para 2020 será el principal producto que transcurrirá por esta infraestructura.

“El tráfico de gas natural licuado de petróleo ha contribuido al 7,1% del total de los tránsitos del Canal de Panamá y es el segundo mayor segmento después de los contenedores”

De todas formas, algunas cuestiones siembran dudas sobre el futuro de esta infraestructura. Alejandro Molins se refiere, en este sentido, a la ralentización del crecimiento del comercio mundial, a los costes y, sobre todo, al desarrollo del nuevo marco comercial en el mercado norteamericano.



Zafra es una de las ciudades que más ha crecido a nivel turístico en Extremadura

original



18 de Noviembre | 17:12 - Redacción

El alcalde de Zafra, José Carlos Contreras Asturiano, y el director general de Turismo de la Junta de Extremadura, Francisco Martín, han inaugurado este lunes en el pabellón central del recinto ferial las Jornadas de Sensibilización en Comercialización Turística y de Restauración, que arrancan en Zafra y que continuarán en Cáceres, Badajoz, Plasencia y Mérida.

Las jornadas están organizadas por la Dirección General de Turismo de la Junta de Extremadura y son impartidas por la Escuela de Organización Industrial (EOI). Están dirigidas a pymes, autónomos, emprendedores, técnicos de turismo y en general a todos los profesionales relacionados con el sector turístico, con el objetivo de abordar las últimas innovaciones y responder a las demandas actuales de este sector.

José Carlos Contreras informó que Zafra es una de las ciudades que más ha crecido de Extremadura a nivel turístico y, según él, es algo *“que compete a toda la sociedad: a los técnicos, establecimientos y las administraciones públicas, que tenemos la responsabilidad de publicitar y mover nuestros territorios para que sean conocidos en todo el mundo, pero también compete a los ciudadanos que se convierten en importantes agentes turísticos”*. El alcalde aseguró que desde el Ayuntamiento se está haciendo un gran trabajo para promocionar Zafra. El director general de Turismo destacó la potencialidad que tiene Extremadura y sus recursos naturales, históricos, culturales, gastronómicos y humanos, algo que, según dijo *“no es suficiente para llegar al turista, no podemos esperar a que vengan, hay que salir a buscarlos y vender lo que tenemos fuera de nuestros territorios”*. También quiso destacar la importancia de

http://es.eprensa.com/cgi-bin/view_digital_media.cgi?subclient_id=4630&comps_id=185704065

la colaboración entre el sector público y privado, así como la innovación a la hora de la promoción turística

Antes de dar por inauguradas estas jornadas, Francisco Martínez anunció que existirá una partida económica de la Junta de Extremadura destinada a elaborar un programa de turismo del sur de la región que se engarce en el plan único que hay para toda Extremadura.

El foro Talent Woman en Málaga homenajeará a la científica Margarita Salas en su 80 cumpleaños

original

MÁLAGA, 21 Nov. (EUROPA PRESS) -

El evento dedicado a las mujeres, la ciencia y la tecnología Talent Woman ha organizado un homenaje a la científica española Margarita Salas, con motivo de su 80 años cumpleaños el 30 de noviembre, que tendrá lugar el día 1 de diciembre en el Palacio de Ferias y Congresos de Málaga (Fycma).

'80 años de talento', nombre del homenaje, quiere "reconocer, agradecer y resaltar el importantísimo trabajo realizado por Margarita Salas desde los años 60 cuando comenzó su carrera científica", que "ha tenido que superar los problemas científicos a los que se enfrenta cualquier investigador pero a la vez los añadidos por su condición de mujer", han indicado desde la organización.

Así, han señalado que para celebrar con ella su 80 cumpleaños y rendirle este homenaje, se ha invitado a investigadoras españolas como Flora de Pablo, Marisol Soengas, Carmen Simón, Clara Grima o Prado Martín, con las que se hará "un repaso por lo que ha significado dedicarse a la investigación científica para las españolas de los últimos 80 años".

Este homenaje servirá de cierre para Talent Woman, foro dedicado al talento de las mujeres en la ciencia y la tecnología, que tendrá lugar durante los días 30 de noviembre y 1 de diciembre en Fycma.

Se trata de un encuentro con mesas redondas, charlas cara a cara, talleres, conferencias y todo tipo de formatos conducidos por algunas de las científicas y tecnólogas más reconocidas del mundo para acercar la realidad de la ciencia y la tecnología hecha por mujeres a todo tipo de público y que cuenta ya con más de 4.000 inscripciones.

Talent Woman es una iniciativa de Fycma y Talent Network que cuenta con un importante respaldo institucional y empresarial a través de la participación como coorganizadores del Ayuntamiento de Málaga; la Diputación Provincial; la Consejería de Conocimiento, Investigación y Universidad de la Junta de Andalucía, y la Universidad de Málaga (UMA) y Link by UMA-ATech. Actúa, además, como 'partner premium' Fundación Unicaja.

Junto a las entidades mencionadas anteriormente, participan también como 'partners' institucionales la Asociación de Parques Científicos y Tecnológicos de España (APTE) a través del proyecto Ciencia y Tecnología en Femenino; el Parque Tecnológico de Andalucía (PTA), la Agencia Andaluza del Conocimiento, Extenda-Agencia Andaluza de Promoción Exterior, Andalucía Emprende-Fundación Pública Andaluza, Escuela de Organización Industrial (EOI) y Oficina Española de Patentes y Marcas.

Son 'partners' Iberdrola, Programa L'Oréal- Unesco "For Women in Science" y Plain

El foro Talent Woman homenajeará a la científica Margarita Salas en su 80 cumpleaños

original



Margarita Salas Abre El Legado Que Dejó En La Caja De Las Letras En 2008

Europa Press - Archivo

'80 años de talento', nombre del homenaje, quiere "reconocer, agradecer y resaltar el importantísimo trabajo realizado por Margarita Salas desde los años 60 cuando comenzó su carrera científica", que "ha tenido que superar los problemas científicos a los que se enfrenta cualquier investigador pero a la vez los añadidos por su condición de mujer", han indicado desde la organización.

Así, han señalado que para celebrar con ella su 80 cumpleaños y rendirle este homenaje, se ha invitado a investigadoras españolas como Flora de Pablo, Marisol Soengas, Carmen Simón, Clara Grima o Prado Martín, con las que se hará "un repaso por lo que ha significado dedicarse a la investigación científica para las españolas de los últimos 80 años".

Este homenaje servirá de cierre para Talent Woman, foro dedicado al talento de las mujeres en la ciencia y la tecnología, que tendrá lugar durante los días 30 de noviembre y 1 de diciembre en Fycma.

Se trata de un encuentro con mesas redondas, charlas cara a cara, talleres, conferencias y todo tipo de formatos conducidos por algunas de las científicas y tecnólogas más reconocidas del mundo para acercar la realidad de la ciencia y la tecnología hecha por mujeres a todo tipo de público y que cuenta ya con más de 4.000 inscripciones.

Talent Woman es una iniciativa de Fycma y Talent Network que cuenta con un importante

<https://www.20minutos.es/noticia/3497976/0/foro-talent-woman-homenajeara-cientifica-margarita-salas-su-80-cumpleanos/>

respaldo institucional y empresarial a través de la participación como coorganizadores del Ayuntamiento de Málaga; la Diputación Provincial; la Consejería de Conocimiento, Investigación y Universidad de la Junta de Andalucía, y la Universidad de Málaga (UMA) y Link by UMA-ATech. Actúa, además, como 'partner premium' Fundación Unicaja.

Junto a las entidades mencionadas anteriormente, participan también como 'partners' institucionales la Asociación de Parques Científicos y Tecnológicos de España (APTE) a través del proyecto Ciencia y Tecnología en Femenino; el Parque Tecnológico de Andalucía (PTA), la Agencia Andaluza del Conocimiento, Extenda-Agencia Andaluza de Promoción Exterior, Andalucía Emprende-Fundación Pública Andaluza, Escuela de Organización Industrial (EOI) y Oficina Española de Patentes y Marcas.

Son 'partners' Iberdrola, Programa L'Oréal- Unesco "For Women in Science" y Plain Concepts. Colaboran como aliados estratégicos Mindset, IBM, Encuentros con la Ciencia, Esesa IMF, Sercotel Hotels y Fundación Sando.



Zafra es una de las ciudades que más ha crecido a nivel turístico en Extremadura

original



18 de Noviembre | 17:12 - Redacción | Comentar

El alcalde de Zafra, José Carlos Contreras Asturiano, y el director general de Turismo de la Junta de Extremadura, Francisco Martín, han inaugurado este lunes en el pabellón central del recinto ferial las Jornadas de Sensibilización en Comercialización Turística y de Restauración, que arrancan en Zafra y que continuarán en Cáceres, Badajoz, Plasencia y Mérida.

Las jornadas están organizadas por la Dirección General de Turismo de la Junta de Extremadura y son impartidas por la Escuela de Organización Industrial (EOI). Están dirigidas a pymes, autónomos, emprendedores, técnicos de turismo y en general a todos los profesionales relacionados con el sector turístico, con el objetivo de abordar las últimas innovaciones y responder a las demandas actuales de este sector.

José Carlos Contreras informó que Zafra es una de las ciudades que más ha crecido de Extremadura a nivel turístico y, según él, es algo *“que compete a toda la sociedad: a los técnicos, establecimientos y la administraciones públicas, que tenemos la responsabilidad de publicitar y mover nuestros territorios para que sean conocidos en todo el mundo, pero también compete a los ciudadanos que se convierten en importantes agentes turísticos”*. El alcalde aseguró que desde el Ayuntamiento se está haciendo un gran trabajo para promocionar Zafra.

El director general de Turismo destacó la potencialidad que tiene Extremadura y sus recursos naturales, históricos, culturales, gastronómicos y humanos, algo que, según dijo *“no es suficiente para llegar al turista, no podemos esperar a que vengan, hay que salir a buscarlos y vender lo que tenemos fuera de nuestros territorios”*. También quiso destacar la importancia de la colaboración entre el sector público y privado, así como la innovación a la hora de la promoción turística.

Antes de dar por inauguradas estas jornadas, Francisco Martínez anunció que existirá una partida económica de la Junta de Extremadura destinada a elaborar un programa de turismo del sur de la región que se engarce en el plan único que hay para toda Extremadura.

<http://malagactualidad.es/teletipos/item/21029-homenaje-a-la-cientifica-margarita-salas-en-su-80-cumpleanos.html>

Homenaje a la científica Margarita Salas en su 80 cumpleaños Destacado

original



MÁLAGA - Margarita Salas, la científica española más importante de la historia, cumple 80 años el 30 de noviembre y con ese motivo el evento dedicado a las mujeres, la ciencia y la tecnología Talent Woman le ha organizado un gran homenaje. "80 años de talento" es el título del reconocimiento que se rendirá a Margarita Salas el día 1 de diciembre en FYCMA (Palacio de Ferias y Congresos de Málaga).

"80 años de talento" quiere reconocer, agradecer y resaltar el importantísimo trabajo realizado por Margarita Salas desde los años sesenta cuando comenzó su carrera científica. Una carrera en la que ha tenido que superar los problemas científicos a los que se enfrenta cualquier investigador pero a la vez los añadidos por su condición de mujer. Y a pesar de esas trabas, la doctora Salas cuenta con una trayectoria profesional que la ha convertido en uno de los referentes en nuestro país. Para celebrar con ella su 80 cumpleaños y rendirle este homenaje, nos acompañarán en Málaga destacadas investigadoras españolas como Flora de Pablo, Marisol Soengas, Carmen Simón, Clara Grima o Prado Martín. Con la ayuda de todas ellas, en "80 años de talento" haremos un repaso por lo que ha significado dedicarse a la investigación científica para las españolas de los últimos ochenta años; vamos a recordar la trayectoria de Margarita Salas y vamos a imaginarla en su laboratorio, el lugar al que todavía hoy acude cada jornada para seguir con su trabajo.

El homenaje "80 años de talento" que se celebrará a las 13:30 del sábado 1 de diciembre servirá de cierre de oro para Talent Woman. Este foro dedicado al talento de las mujeres en

<http://malagactualidad.es/teletipos/item/21029-homenaje-a-la-cientifica-margarita-salas-en-su-80-cumpleanos.html>

la ciencia y la tecnología tendrá lugar durante los días 30 de noviembre y 1 de diciembre en FYCMA. Se trata de un encuentro con mesas redondas, charlas cara a cara, talleres, conferencias y todo tipo de formatos conducidos por algunas de las científicas y tecnólogas más reconocidas del mundo para acercar la realidad de la ciencia y la tecnología hecha por mujeres a todo tipo de público y que cuenta ya con más de 4.000 inscripciones.

Talent Woman es una iniciativa de FYCMA y Talent Network que cuenta con un importante respaldo institucional y empresarial a través de la participación como coorganizadores del Ayuntamiento de Málaga; la Diputación Provincial de Málaga; la Consejería de Conocimiento, Investigación y Universidad de la Junta de Andalucía, y la Universidad de Málaga (UMA) y Link by UMA-ATECH. Actúa, además, como partner premium Fundación Unicaja.

Junto a las entidades mencionadas anteriormente, participan también como partners institucionales la Asociación de Parques Científicos y Tecnológicos de España (APTE) a través del proyecto Ciencia y Tecnología en Femenino, el Parque Tecnológico de Andalucía (PTA), la Agencia Andaluza del Conocimiento, Extenda-Agencia Andaluza de Promoción Exterior, Andalucía Emprende-Fundación Pública Andaluza, Escuela de Organización Industrial (EOI) y Oficina Española de Patentes y Marcas. Son partners Iberdrola, Programa L'Oréal- Unesco "For Women in Science" y Plain Concepts. Colaboran como aliados estratégicos Mindset, IBM, Encuentros con la Ciencia, Esesa IMF, Sercotel Hotels y Fundación Sando.

El foro Talent Woman homenajeará a la científica Margarita Salas en su 80 cumpleaños

original



foto 1 de El foro Talent Woman homenajeará a la científica Margarita Salas en su 80 cumpleaños

El evento dedicado a las mujeres, la ciencia y la tecnología Talent Woman ha organizado un homenaje a la científica española Margarita Salas, con motivo de su 80 años cumpleaños el 30 de noviembre, que tendrá lugar el día 1 de diciembre en el Palacio de Ferias y Congresos de Málaga (Fycma).

'80 años de talento', nombre del homenaje, quiere "reconocer, agradecer y resaltar el importantísimo trabajo realizado por Margarita Salas desde los años 60 cuando comenzó su carrera científica", que "ha tenido que superar los problemas científicos a los que se enfrenta cualquier investigador pero a la vez los añadidos por su condición de mujer", han indicado desde la organización.

Así, han señalado que para celebrar con ella su 80 cumpleaños y rendirle este homenaje, se ha invitado a investigadoras españolas como Flora de Pablo, Marisol Soengas, Carmen Simón, Clara Grima o Prado Martín, con las que se hará "un repaso por lo que ha significado dedicarse a la investigación científica para las españolas de los últimos 80 años".

Este homenaje servirá de cierre para Talent Woman, foro dedicado al talento de las mujeres en la ciencia y la tecnología, que tendrá lugar durante los días 30 de noviembre y 1 de diciembre en Fycma.

Se trata de un encuentro con mesas redondas, charlas cara a cara, talleres, conferencias y todo tipo de formatos conducidos por algunas de las científicas y tecnólogas más

<http://www.elnoticierodigital.com/noticias-turismo/1057999.php>

reconocidas del mundo para acercar la realidad de la ciencia y la tecnología hecha por mujeres a todo tipo de público y que cuenta ya con más de 4.000 inscripciones.

Talent Woman es una iniciativa de Fycma y Talent Network que cuenta con un importante respaldo institucional y empresarial a través de la participación como coorganizadores del Ayuntamiento de Málaga; la Diputación Provincial; la Consejería de Conocimiento, Investigación y Universidad de la Junta de Andalucía, y la Universidad de Málaga (UMA) y Link by UMA-ATech. Actúa, además, como 'partner premium' Fundación Unicaja.

Junto a las entidades mencionadas anteriormente, participan también como 'partners' institucionales la Asociación de Parques Científicos y Tecnológicos de España (APTE) a través del proyecto Ciencia y Tecnología en Femenino; el Parque Tecnológico de Andalucía (PTA), la Agencia Andaluza del Conocimiento, Extenda-Agencia Andaluza de Promoción Exterior, Andalucía Emprende-Fundación Pública Andaluza, Escuela de Organización Industrial (EOI) y Oficina Española de Patentes y Marcas.

Son 'partners' Iberdrola, Programa L'Oréal- Unesco "For Women in Science" y Plain Concepts. Colaboran como aliados estratégicos Mindset, IBM, Encuentros con la Ciencia, Esesa IMF, Sercotel Hotels y Fundación Sando.



El foro Talent Woman homenajeará a la científica Margarita Salas en su 80 cumpleaños

original

MÁLAGA, 21 (EUROPA PRESS)

El evento dedicado a las mujeres, la ciencia y la tecnología Talent Woman ha organizado un homenaje a la científica española Margarita Salas, con motivo de su 80 años cumpleaños el 30 de noviembre, que tendrá lugar el día 1 de diciembre en el Palacio de Ferias y Congresos de Málaga (Fycma).

'80 años de talento', nombre del homenaje, quiere "reconocer, agradecer y resaltar el importantísimo trabajo realizado por Margarita Salas desde los años 60 cuando comenzó su carrera científica", que "ha tenido que superar los problemas científicos a los que se enfrenta cualquier investigador pero a la vez los añadidos por su condición de mujer", han indicado desde la organización.

Así, han señalado que para celebrar con ella su 80 cumpleaños y rendirle este homenaje, se ha invitado a investigadoras españolas como Flora de Pablo, Marisol Soengas, Carmen Simón, Clara Grima o Prado Martín, con las que se hará "un repaso por lo que ha significado dedicarse a la investigación científica para las españolas de los últimos 80 años".

Este homenaje servirá de cierre para Talent Woman, foro dedicado al talento de las mujeres en la ciencia y la tecnología, que tendrá lugar durante los días 30 de noviembre y 1 de diciembre en Fycma.

Se trata de un encuentro con mesas redondas, charlas cara a cara, talleres, conferencias y todo tipo de formatos conducidos por algunas de las científicas y tecnólogas más reconocidas del mundo para acercar la realidad de la ciencia y la tecnología hecha por mujeres a todo tipo de público y que cuenta ya con más de 4.000 inscripciones.

Talent Woman es una iniciativa de Fycma y Talent Network que cuenta con un importante respaldo institucional y empresarial a través de la participación como coorganizadores del Ayuntamiento de Málaga; la Diputación Provincial; la Consejería de Conocimiento, Investigación y Universidad de la Junta de Andalucía, y la Universidad de Málaga (UMA) y Link by UMA-ATech. Actúa, además, como 'partner premium' Fundación Unicaja.

Junto a las entidades mencionadas anteriormente, participan también como 'partners' institucionales la Asociación de Parques Científicos y Tecnológicos de España (APTE) a través del proyecto Ciencia y Tecnología en Femenino; el Parque Tecnológico de Andalucía (PTA), la Agencia Andaluza del Conocimiento, Extenda-Agencia Andaluza de Promoción Exterior, Andalucía Emprende-Fundación Pública Andaluza, Escuela de Organización Industrial (EOI) y Oficina Española de Patentes y Marcas.

Son 'partners' Iberdrola, Programa L'Oréal- Unesco "For Women in Science" y Plain

http://es.eprensa.com/cgi-bin/view_digital_media.cgi?subclient_id=4630&comps_id=185766855

Concepts. Colaboran como aliados estratégicos Mindset, IBM, Encuentros con la Ciencia, Esesa IMF, Sercotel Hotels y Fundación Sando.

Bilbao se suma con Orange y la EOI a las iniciativas 'Sé+Digital' y 'Lánzate'

> EMPRENDEDORES

■ El Ayuntamiento de Bilbao, la operadora de telefonía Orange y la Escuela de Organización Industrial (EOI) han unido sus fuerzas para poner en marcha en la capital vizcaína el programa 'Sé+Digital' y promover la segunda edición del concurso de emprendedores 'Lánzate', con el objetivo de impulsar la transformación digital de ciudadanos y empresas.

El programa 'Sé+Digital' busca fomentar la transformación digital de todos los ciudadanos y, desde marzo de 2016 ha formado ya de forma gratuita a más de 10.000 personas de 130 municipios y asociaciones. Se ofrece a los participantes la oportunidad de descubrir, desde un punto de

vista práctico, nuevas oportunidades para hacer negocios y ofrecer servicios profesionales online. Asimismo, aprenderán estrategias de posicionamiento online para que los encuentren desde cualquier parte del mundo, y conocerán buenas prácticas y nuevas for-



objetivos

Ambas iniciativas buscan impulsar la transformación digital de empresas y ciudadanos con cursos y herramientas

mas de financiación en internet para poner en marcha sus proyectos, así como herramientas recomendadas para iniciar la transformación digital de sus negocios o comenzar a emprender digitalmente. La fase de inscripción para esta convocatoria está abierta hasta el 27 de noviembre en la web sedigitalylanzate.com

Por otro lado, los impulsores de esta iniciativa aprovecharon su presentación para animar a los emprendedores bilbainos a presentar a la segunda edición del programa 'Lánzate' sus proyectos en internet de las cosas, educación digital, 'smart cities', 'big data', ciberseguridad, etc. Recibirán 'coaching' por parte de figuras clave en el ámbito de las TIC, que les ayudarán a identificar nuevas oportunidades de crecimiento y expansión. [EE]

<http://www.loyolaandnews.es/carlos-sanchez-habla-sobre-el-imparable-avance-de-la-inteligencia-artificial/>

El imparable avance de la Inteligencia Artificial

Francisco Javier Burrero • [original](#)

El subdirector del Área de Ingeniería de **Loyola Leadership School** y profesor de la **Universidad Loyola Andalucía**, **Carlos Sánchez Cazorla** nos habla en su videoblog de análisis sobre el avance de la **Inteligencia Artificial**.

“Los avances de **Inteligencia Artificial** no dejan de continuar. Hace unas semanas **Google presentaba su herramienta LYNA (Lymph Node Assistant)**, una herramienta que ayuda a los doctores a diagnosticar cáncer de mama utilizando Inteligencia Artificial. Esta herramienta permite diagnosticar el cancer de mama metastasico con una tasa de acierto del 99%. En comparacion, la tasa de acierto de un patologo humano suele rondar el 40%.

Es poco probable que estas herramientas reemplacen a los humanos, no obstante lo más plausible es que estas herramientas complementen las habilidades de los especialistas, mejorando y agilizando los diagnosticos. En cualquier caso, cada vez estamos mas cerca de ser nosotros mismos, los pacientes, los que exijamos qué herramientas de Inteligencia Artificial analicen las pruebas científicas, acompañadas siempre del consejo de un especialista”, explica el **profesor Sánchez**.

Carlos Sánchez Cazorla

Carlos Sánchez Cazorla es Ingeniero de Telecomunicaciones y Doctor en Sistemas de Control por la ETSI de la Universidad de Sevilla, Máster en Automática, Robótica y Telemática, y MBA por la Escuela de Organización Industrial (EOI). Actualmente es el Subdirector del Área de Ingeniería en Loyola Leadership School e imparte docencia en varias asignaturas del Grado de Informática y Tecnologías Virtuales.

<http://www.loyolaandnews.es/carlos-sanchez-habla-sobre-el-imparable-avance-de-la-inteligencia-artificial/>



<https://www.comunicae.es/nota/nicola-cerantola-tenemos-que-empezar-a-1200135/>

Nicola Cerantola: "Tenemos que empezar a preguntarnos si realmente necesitamos lo que vamos a comprar"

original



<https://www.comunicae.es/nota/nicola-cerantola-tenemos-que-empezar-a-1200135/>

¡AQUÍ PARTICIPAMOS!

Para más información www.ewwr.eu

Del 17 al 25 de noviembre se celebra la **Semana Europea de la Prevención de Residuos (European Week for Waste Reduction, EWWR)**. Promovida por diferentes agencias y organismos de la Unión Europea y de los Estados miembro, esta iniciativa tiene como objetivo concienciar a la sociedad de la necesidad de reducir el volumen de residuos a través de su prevención, de la reutilización de productos y del reciclaje de materiales.

Pero ¿a que se refieren cuándo se habla de prevención? “Cuando lo aplicamos a nuestro modo de vida, al tema de la sostenibilidad o la salud, quizás nos referimos a una prevención incorrecta”, asegura **Nicola Cerantola**, profesor de **EOI (Escuela de Organización Industrial)** y experto en ecodiseño, ecoemprendimiento y economía circular.

“El concepto de ‘prevenir’ es como las matrioskas, aquellas muñecas rusas que tienen otras muñequitas dentro cada vez más pequeñas: siempre hay un nivel más profundo que mirar, un nivel de prevención anterior”, explica **Cerantola**.

Según este experto, al hablar de prevención de residuos la atención se centra en el proceso de extracción de recursos, fabricación y embalaje del producto. Sin embargo, “pocas veces nos preguntamos por qué ese producto se fabricó, se comercializó y se compró. Esa quizás debería ser la primera pieza del juego, nuestro ‘prevenir’ más efectivo”, subraya.

“Si de verdad queremos caminar hacia un mundo más sostenible, tendremos que empezar a mirar no sólo en las entrañas del sistema productivo o del producto a través del ecodiseño y la economía circular: tendremos que preguntarnos sobre las necesidades verdaderas de los consumidores para ayudarles a decidir si el producto es realmente necesario o no, desde nuevas perspectivas más responsables e inteligentes”, concluye **Nicola Cerantola**. “Quizá esa sea la primera matrioska que tendremos que buscar para que nos lleve hacia una sociedad menos consumista, sostenible en el tiempo y, sobre todo, más feliz”.

Acerca de EOI

La Escuela de Organización Industrial (EOI) es la primera escuela de negocios fundada en España (1955). En sus 63 años de historia han pasado por sus aulas más de 84.500 directivos y gestores empresariales especializados en liderazgo, internacionalización y sostenibilidad.

Como fundación pública adscrita al Ministerio de Industria, Comercio y Turismo y con la cofinanciación del Fondo Social Europeo, ha impulsado los negocios de más de 52.000 nuevos emprendedores en España y fundado una Red Nacional de 50 Espacios Coworking en distintas ciudades del país.

<http://www.notasdeprensa.es/1200135/nicola-cerantola-tenemos-que-empezar-a>

Nicola Cerantola: "Tenemos que empezar a preguntarnos si realmente necesitamos lo que vamos a comprar"

redacción • [original](#)



<http://www.notasdeprensa.es/1200135/nicola-cerantola-tenemos-que-empezar-a>


¡AQUÍ PARTICIPAMOS!

 Para más información www.ewwr.eu


Del 17 al 25 de noviembre se celebra la **Semana Europea de la Prevención de Residuos (European Week for Waste Reduction, EWWR)**. Promovida por diferentes agencias y organismos de la Unión Europea y de los Estados miembro, esta iniciativa tiene como objetivo concienciar a la sociedad de la necesidad de reducir el volumen de residuos a través de su prevención, de la reutilización de productos y del reciclaje de materiales.

Pero ¿a que se refieren cuándo se habla de prevención? “Cuando lo aplicamos a nuestro modo de vida, al tema de la sostenibilidad o la salud, quizás nos referimos a una prevención incorrecta”, asegura **Nicola Cerantola**, profesor de **EOI (Escuela de Organización Industrial)** y experto en ecodiseño, ecoemprendimiento y economía circular.

“El concepto de ‘prevenir’ es como las matrioskas, aquellas muñecas rusas que tienen otras muñequitas dentro cada vez más pequeñas: siempre hay un nivel más profundo que mirar, un nivel de prevención anterior”, explica **Cerantola**.

Según este experto, al hablar de prevención de residuos la atención se centra en el proceso de extracción de recursos, fabricación y embalaje del producto. Sin embargo, “pocas veces nos preguntamos por qué ese producto se fabricó, se comercializó y se compró. Esa quizás debería ser la primera pieza del juego, nuestro ‘prevenir’ más efectivo”, subraya.

“Si de verdad queremos caminar hacia un mundo más sostenible, tendremos que empezar a mirar no sólo en las entrañas del sistema productivo o del producto a través del ecodiseño y la economía circular: tendremos que preguntarnos sobre las necesidades verdaderas de los consumidores para ayudarles a decidir si el producto es realmente necesario o no, desde nuevas perspectivas más responsables e inteligentes”, concluye **Nicola Cerantola**. “Quizá esa sea la primera matrioska que tendremos que buscar para que nos lleve hacia una sociedad menos consumista, sostenible en el tiempo y, sobre todo, más feliz”.

Acerca de EOI

La Escuela de Organización Industrial (EOI) es la primera escuela de negocios fundada en España (1955). En sus 63 años de historia han pasado por sus aulas más de 84.500 directivos y gestores empresariales especializados en liderazgo, internacionalización y sostenibilidad.

Como fundación pública adscrita al Ministerio de Industria, Comercio y Turismo y con la cofinanciación del Fondo Social Europeo, ha impulsado los negocios de más de 52.000 nuevos emprendedores en España y fundado una Red Nacional de 50 Espacios Coworking en distintas ciudades del país.

Nicola Cerantola: "Tenemos que empezar a preguntarnos si realmente necesitamos lo que vamos a comprar"

original

En la Semana Europea de la Prevención de Residuos, este profesor de EOI, experto en diseño, emprendimiento y economía circular, propone un cambio de perspectiva para avanzar hacia una sociedad más sostenible y feliz. En su opinión, al hablar de prevención la atención se centra en la reducción de desperdicios en la producción o el empaquetado, pero "pocas veces nos preguntamos por qué ese producto se fabricó, se comercializó y se adquirió"





En la Semana Europea de la Prevención de Residuos, este profesor de EOI, experto en diseño, emprendimiento y economía circular, propone un cambio de perspectiva para avanzar hacia una sociedad más sostenible y feliz. En su opinión, al hablar de prevención la atención se centra en la reducción de desperdicios en la producción o el empaquetado, pero "pocas veces nos preguntamos por qué ese producto se fabricó, se comercializó y se adquirió"

Del 17 al 25 de noviembre se celebra la **Semana Europea de la Prevención de Residuos (European Week for Waste Reduction, EWWR)**. Promovida por diferentes agencias y organismos de la Unión Europea y de los Estados miembro, esta iniciativa tiene como objetivo concienciar a la sociedad de la necesidad de reducir el volumen de residuos a través de su prevención, de la reutilización de productos y del reciclaje de materiales.

Pero ¿a que se refieren cuándo se habla de prevención? "Cuando lo aplicamos a nuestro modo de vida, al tema de la sostenibilidad o la salud, quizás nos referimos a una prevención incorrecta", asegura **Nicola Cerantola**, profesor de **EOI (Escuela de Organización Industrial)** y experto en ecodiseño, ecoemprendimiento y economía circular.

"El concepto de 'prevenir' es como las matrioskas, aquellas muñecas rusas que tienen otras muñequitas dentro cada vez más pequeñas: siempre hay un nivel más profundo que mirar, un nivel de prevención anterior", explica **Cerantola**.

Según este experto, al hablar de prevención de residuos la atención se centra en el proceso de extracción de recursos, fabricación y embalaje del producto. Sin embargo, "pocas veces nos preguntamos por qué ese producto se fabricó, se comercializó y se compró. Esa quizás debería ser la primera pieza del juego, nuestro 'prevenir' más efectivo", subraya.

"Si de verdad queremos caminar hacia un mundo más sostenible, tendremos que empezar a mirar no sólo en las entrañas del sistema productivo o del producto a través del ecodiseño y la economía circular: tendremos que preguntarnos sobre las necesidades verdaderas de los consumidores para ayudarles a decidir si el producto es realmente necesario o no, desde nuevas perspectivas más responsables e inteligentes", concluye **Nicola Cerantola**. "Quizá esa

sea la primera matrioska que tendremos que buscar para que nos lleve hacia una sociedad menos consumista, sostenible en el tiempo y, sobre todo, más feliz".

Acerca de EOI

La Escuela de Organización Industrial (EOI) es la primera escuela de negocios fundada en España (1955). En sus 63 años de historia han pasado por sus aulas más de 84.500 directivos y gestores empresariales especializados en liderazgo, internacionalización y

http://www.barcelonanotcies.com/ver-nota2.php?id_nota=176234

sostenibilidad.

Como fundación pública adscrita al Ministerio de Industria, Comercio y Turismo y con la cofinanciación del Fondo Social Europeo, ha impulsado los negocios de más de 52.000 nuevos emprendedores en España y fundado una Red Nacional de 50 Espacios Coworking en distintas ciudades del país.

www.eoi.es // [@eoi](https://twitter.com/eoi) // www.facebook.com/eoi.edu // www.instagram.com/eoischool

http://es.eprensa.com/cgi-bin/view_digital_media.cgi?subclient_id=4630&comps_id=185920866

Nicola Cerantola: Tenemos que empezar a preguntarnos si realmente necesitamos lo que vamos a comprar

Redacción • original



/COMUNICAE/

LA SEMANA EUROPEA

[Volver al índice](#)



¡AQUÍ PARTICIPAMOS!

Para más información www.ewwr.eu



En la Semana Europea de la Prevención de Residuos, este profesor de EOI, experto en diseño, emprendimiento y economía circular, propone un cambio de perspectiva para avanzar

http://es.eprensa.com/cgi-bin/view_digital_media.cgi?subclient_id=4630&comps_id=185920866

hacia una sociedad más sostenible y feliz. En su opinión, al hablar de prevención la atención se centra en la reducción de desperdicios en la producción o el empaquetado, pero “pocas veces nos preguntamos por qué ese producto se fabricó, se comercializó y se adquirió”

Del 17 al 25 de noviembre se celebra la **Semana Europea de la Prevención de Residuos** (*European Week for Waste Reduction, EWWR*). Promovida por diferentes agencias y organismos de la Unión Europea y de los Estados miembro, esta iniciativa tiene como objetivo concienciar a la sociedad de la necesidad de reducir el volumen de residuos a través de su prevención, de la reutilización de productos y del reciclaje de materiales.

Pero ¿a que se refieren cuándo se habla de prevención? “Cuando lo aplicamos a nuestro modo de vida, al tema de la sostenibilidad o la salud, quizás nos referimos a una prevención incorrecta”, asegura **Nicola Cerantola**, profesor de **EOI (Escuela de Organización Industrial)** y experto en ecodiseño, ecoemprendimiento y economía circular.

“El concepto de ‘prevenir’ es como las matrioskas, aquellas muñecas rusas que tienen otras muñequitas dentro cada vez más pequeñas: siempre hay un nivel más profundo que mirar, un nivel de prevención anterior”, explica **Cerantola**.

Según este experto, al hablar de prevención de residuos la atención se centra en el proceso de extracción de recursos, fabricación y embalaje del producto. Sin embargo, “pocas veces nos preguntamos por qué ese producto se fabricó, se comercializó y se compró. Esa quizás debería ser la primera pieza del juego, nuestro ‘prevenir’ más efectivo”, subraya.

“Si de verdad queremos caminar hacia un mundo más sostenible, tendremos que empezar a mirar no sólo en las entrañas del sistema productivo o del producto a través del ecodiseño y la economía circular: tendremos que preguntarnos sobre las necesidades verdaderas de los consumidores para ayudarles a decidir si el producto es realmente necesario o no, desde nuevas perspectivas más responsables e inteligentes”, concluye **Nicola Cerantola**. “Quizá esa sea la primera matrioska que tendremos que buscar para que nos lleve hacia una sociedad menos consumista, sostenible en el tiempo y, sobre todo, más feliz”.

Acerca de EOI

La Escuela de Organización Industrial (EOI) es la primera escuela de negocios fundada en España (1955). En sus 63 años de historia han pasado por sus aulas más de 84.500 directivos y gestores empresariales especializados en liderazgo, internacionalización y sostenibilidad.

Como fundación pública adscrita al Ministerio de Industria, Comercio y Turismo y con la cofinanciación del Fondo Social Europeo, ha impulsado los negocios de más de 52.000 nuevos emprendedores en España y fundado una Red Nacional de 50 Espacios Coworking en distintas ciudades del país.

www.eoi.es // [@eoi](https://twitter.com/eoi) // www.facebook.com/eoi.edu // www.instagram.com/eoischool

GRUPO 24 HORAS

EL PORTALUCO

EUROPA

CUBA

GRUPO 24^h
BURGOSDIGITAL
24HORAS



HOSTING 100%
WORDPRESS

Fanáticos del Soporte

webempresa
HOSTING CONFIABLE WORDPRESS

NOTICIAS DE BURGOS Y SUS PUEBLOS

TURISMO BURGOS

PRENSA DE BURGOS

DE INTERÉS ▾

CONTACTO

22 NOVIEMBRE, 2018

Buscar ...

INICIO > EMPRESAS > Nicola Cerantola: "Tenemos que empezar a preguntarnos si realmente necesitamos lo que vamos a comprar"

Buscar ...

Nicola Cerantola: "Tenemos que empezar a preguntarnos si realmente necesitamos lo que vamos a comprar"

© 22 noviembre, 2018 Redacción



/COMUNICAE/



¡AQUÍ PARTICIPAMOS!

Volver al índice

http://es.eprensa.com/cgi-bin/view_digital_media.cgi?subclient_id=4630&comps_id=185921101Para más información www.ewwr.eu

En la Semana Europea de la Prevención de Residuos, este profesor de EOI, experto en diseño, emprendimiento y economía circular, propone un cambio de perspectiva para avanzar hacia una sociedad más sostenible y feliz. En su opinión, al hablar de prevención la atención se centra en la reducción de desperdicios en la producción o el empaquetado, pero “pocas veces nos preguntamos por qué ese producto se fabricó, se comercializó y se adquirió”

Del 17 al 25 de noviembre se celebra la **Semana Europea de la Prevención de Residuos (European Week for Waste Reduction, EWWR)**. Promovida por diferentes agencias y organismos de la Unión Europea y de los Estados miembro, esta iniciativa tiene como objetivo concienciar a la sociedad de la necesidad de reducir el volumen de residuos a través de su prevención, de la reutilización de productos y del reciclaje de materiales.

Pero ¿a qué se refieren cuando se habla de prevención? “Cuando lo aplicamos a nuestro modo de vida, al tema de la sostenibilidad o la salud, quizás nos referimos a una prevención incorrecta”, asegura **Nicola Cerantola**, profesor de **EOI (Escuela de Organización Industrial)** y experto en ecodiseño, ecoemprendimiento y economía circular.

“El concepto de ‘prevenir’ es como las matrioskas, aquellas muñecas rusas que tienen otras muñequitas dentro cada vez más pequeñas: siempre hay un nivel más profundo que mirar, un nivel de prevención anterior”, explica **Cerantola**.

Según este experto, al hablar de prevención de residuos la atención se centra en el proceso de extracción de recursos, fabricación y embalaje del producto. Sin embargo, “pocas veces nos preguntamos por qué ese producto se fabricó, se comercializó y se compró. Esa quizás debería ser la primera pieza del juego, nuestro ‘prevenir’ más efectivo”, subraya.

“Si de verdad queremos caminar hacia un mundo más sostenible, tendremos que empezar a mirar no sólo en las entrañas del sistema productivo o del producto a través del ecodiseño y la economía circular: tendremos que preguntarnos sobre las necesidades verdaderas de los consumidores para ayudarles a decidir si el producto es realmente necesario o no, desde nuevas perspectivas más responsables e inteligentes”, concluye **Nicola Cerantola**. “Quizá esa sea la primera matrioska que tendremos que buscar para que nos lleve hacia una sociedad menos consumista, sostenible en el tiempo y, sobre todo, más feliz”.

Acerca de EOI

La Escuela de Organización Industrial (EOI) es la primera escuela de negocios fundada en España (1955). En sus 63 años de historia han pasado por sus aulas más de 84.500 directivos y gestores empresariales especializados en liderazgo, internacionalización y sostenibilidad.

Como fundación pública adscrita al Ministerio de Industria, Comercio y Turismo y con la cofinanciación del Fondo Social Europeo, ha impulsado los negocios de más de 52.000 nuevos emprendedores en España y fundado una Red Nacional de 50 Espacios Coworking en distintas ciudades del país.

www.eoi.es // [@eoi](https://twitter.com/eoi) // www.facebook.com/eoi.edu // www.instagram.com/eoischool

Fuente **Comunicae**

Powered by **WP-Matico**



Nicola Cerantola: Tenemos que empezar a preguntarnos si realmente necesitamos lo que vamos a comprar

Redacción • [original](#)

/COMUNICAE/



http://es.eprensa.com/cgi-bin/view_digital_media.cgi?subclient_id=4630&comps_id=185923772**¡AQUÍ PARTICIPAMOS!**Para más información www.ewwr.eu

En la Semana Europea de la Prevención de Residuos, este profesor de EOI, experto en diseño, emprendimiento y economía circular, propone un cambio de perspectiva para avanzar hacia una sociedad más sostenible y feliz. En su opinión, al hablar de prevención la atención se centra en la reducción de desperdicios en la producción o el empaquetado, pero “pocas veces nos preguntamos por qué ese producto se fabricó, se comercializó y se adquirió”

Del 17 al 25 de noviembre se celebra la **Semana Europea de la Prevención de Residuos (European Week for Waste Reduction, EWWR)**. Promovida por diferentes agencias y organismos de la Unión Europea y de los Estados miembro, esta iniciativa tiene como objetivo concienciar a la sociedad de la necesidad de reducir el volumen de residuos a través de su prevención, de la reutilización de productos y del reciclaje de materiales.

Pero ¿a que se refieren cuándo se habla de prevención? “Cuando lo aplicamos a nuestro modo de vida, al tema de la sostenibilidad o la salud, quizás nos referimos a una prevención incorrecta”, asegura **Nicola Cerantola**, profesor de **EOI (Escuela de Organización Industrial)** y experto en ecodiseño, ecoemprendimiento y economía circular.

“El concepto de ‘prevenir’ es como las matrioskas, aquellas muñecas rusas que tienen otras muñequitas dentro cada vez más pequeñas: siempre hay un nivel más profundo que mirar, un nivel de prevención anterior”, explica **Cerantola**.

Según este experto, al hablar de prevención de residuos la atención se centra en el proceso de extracción de recursos, fabricación y embalaje del producto. Sin embargo, “pocas veces nos preguntamos por qué ese producto se fabricó, se comercializó y se compró. Esa quizás debería ser la primera pieza del juego, nuestro ‘prevenir’ más efectivo”, subraya.

“Si de verdad queremos caminar hacia un mundo más sostenible, tendremos que empezar a mirar no sólo en las entrañas del sistema productivo o del producto a través del ecodiseño y la economía circular: tendremos que preguntarnos sobre las necesidades verdaderas de los consumidores para ayudarles a decidir si el producto es realmente necesario o no, desde nuevas perspectivas más responsables e inteligentes”, concluye **Nicola Cerantola**. “Quizá esa sea la primera matrioska que tendremos que buscar para que nos lleve hacia una sociedad menos consumista, sostenible en el tiempo y, sobre todo, más feliz”.

Acerca de EOI

La Escuela de Organización Industrial (EOI) es la primera escuela de negocios fundada en España (1955). En sus 63 años de historia han pasado por sus aulas más de 84.500 directivos y gestores empresariales especializados en liderazgo, internacionalización y

http://es.eprensa.com/cgi-bin/view_digital_media.cgi?subclient_id=4630&comps_id=185923772

sostenibilidad.

Como fundación pública adscrita al Ministerio de Industria, Comercio y Turismo y con la cofinanciación del Fondo Social Europeo, ha impulsado los negocios de más de 52.000 nuevos emprendedores en España y fundado una Red Nacional de 50 Espacios Coworking en distintas ciudades del país.

www.eoi.es // [@eoi](https://twitter.com/eoi) // www.facebook.com/eoi.edu // www.instagram.com/eoischool

Fuente [Comunicae](#)

<http://madrid-noticias.com/comunicado/22438-nicola-cerantola-tenemos-que-empezar-ahtm>

Nicola Cerantola: "Tenemos que empezar a preguntarnos si realmente necesitamos lo que vamos a comprar"

original

En la Semana Europea de la Prevención de Residuos, este profesor de EOI, experto en diseño, emprendimiento y economía circular, propone un cambio de perspectiva para avanzar hacia una sociedad más sostenible y feliz. En su opinión, al hablar de prevención la atención se centra en la reducción de desperdicios en la producción o el empaquetado, pero "pocas veces nos preguntamos por qué ese producto se fabricó, se comercializó y se adquirió"



<http://madrid-noticias.com/comunicado/22438-nicola-cerantola-tenemos-que-empezar-ahtm>

En la Semana Europea de la Prevención de Residuos, este profesor de EOI, experto en diseño, emprendimiento y economía circular, propone un cambio de perspectiva para avanzar hacia una sociedad más sostenible y feliz. En su opinión, al hablar de prevención la atención se centra en la reducción de desperdicios en la producción o el empaquetado, pero "pocas veces nos preguntamos por qué ese producto se fabricó, se comercializó y se adquirió"

Del 17 al 25 de noviembre se celebra la **Semana Europea de la Prevención de Residuos (European Week for Waste Reduction, EWWR)**. Promovida por diferentes agencias y organismos de la Unión Europea y de los Estados miembro, esta iniciativa tiene como objetivo concienciar a la sociedad de la necesidad de reducir el volumen de residuos a través de su prevención, de la reutilización de productos y del reciclaje de materiales.

Pero ¿a que se refieren cuándo se habla de prevención? "Cuando lo aplicamos a nuestro modo de vida, al tema de la sostenibilidad o la salud, quizás nos referimos a una prevención incorrecta", asegura **Nicola Cerantola**, profesor de **EOI (Escuela de Organización Industrial)** y experto en ecodiseño, ecoemprendimiento y economía circular.

"El concepto de 'prevenir' es como las matrioskas, aquellas muñecas rusas que tienen otras muñequitas dentro cada vez más pequeñas: siempre hay un nivel más profundo que mirar, un nivel de prevención anterior", explica **Cerantola**.

Según este experto, al hablar de prevención de residuos la atención se centra en el proceso de extracción de recursos, fabricación y embalaje del producto. Sin embargo, "pocas veces nos preguntamos por qué ese producto se fabricó, se comercializó y se compró. Esa quizás debería ser la primera pieza del juego, nuestro 'prevenir' más efectivo", subraya.

"Si de verdad queremos caminar hacia un mundo más sostenible, tendremos que empezar a mirar no sólo en las entrañas del sistema productivo o del producto a través del ecodiseño y la economía circular: tendremos que preguntarnos sobre las necesidades verdaderas de los consumidores para ayudarles a decidir si el producto es realmente necesario o no, desde nuevas perspectivas más responsables e inteligentes", concluye **Nicola Cerantola**. "Quizá esa

<http://madrid-noticias.com/comunicado/22438-nicola-cerantola-tenemos-que-empezar-ahtm>

sea la primera matrioska que tendremos que buscar para que nos lleve hacia una sociedad menos consumista, sostenible en el tiempo y, sobre todo, más feliz”.

Acerca de EOI

La Escuela de Organización Industrial (EOI) es la primera escuela de negocios fundada en España (1955). En sus 63 años de historia han pasado por sus aulas más de 84.500 directivos y gestores empresariales especializados en liderazgo, internacionalización y sostenibilidad.

Como fundación pública adscrita al Ministerio de Industria, Comercio y Turismo y con la cofinanciación del Fondo Social Europeo, ha impulsado los negocios de más de 52.000 nuevos emprendedores en España y fundado una Red Nacional de 50 Espacios Coworking en distintas ciudades del país.

www.eoi.es // [@eoi](https://twitter.com/eoi) // www.facebook.com/eoi.edu // www.instagram.com/eoischool

Nicola Cerantola: "Tenemos que empezar a preguntarnos si realmente necesitamos lo que vamos a comprar"

Redacción • [original](#)



Del 17 al 25 de noviembre se celebra la **Semana Europea de la Prevención de Residuos (European Week for Waste Reduction, EWWR)**. Promovida por diferentes agencias y organismos de la Unión Europea y de los Estados miembro, esta iniciativa tiene como objetivo concienciar a la sociedad de la necesidad de reducir el volumen de residuos a través de su prevención, de la reutilización de productos y del reciclaje de materiales.

Pero ¿a que se refieren cuándo se habla de prevención? “Cuando lo aplicamos a nuestro modo de vida, al tema de la sostenibilidad o la salud, quizás nos referimos a una prevención incorrecta”, asegura **Nicola Cerantola**, profesor de **EOI (Escuela de Organización Industrial)** y experto en ecodiseño, ecoemprendimiento y economía circular.

“El concepto de ‘prevenir’ es como las matrioskas, aquellas muñecas rusas que tienen otras muñequitas dentro cada vez más pequeñas: siempre hay un nivel más profundo que mirar, un nivel de prevención anterior”, explica **Cerantola**.

Según este experto, al hablar de prevención de residuos la atención se centra en el proceso de extracción de recursos, fabricación y embalaje del producto. Sin embargo, “pocas veces nos preguntamos por qué ese producto se fabricó, se comercializó y se compró. Esa quizás debería ser la primera pieza del juego, nuestro ‘prevenir’ más efectivo”, subraya.

“Si de verdad queremos caminar hacia un mundo más sostenible, tendremos que empezar a mirar no sólo en las entrañas del sistema productivo o del producto a través del ecodiseño y la economía circular: tendremos que preguntarnos sobre las necesidades verdaderas de los consumidores para ayudarles a decidir si el producto es realmente necesario o no, desde nuevas perspectivas más responsables e inteligentes”, concluye **Nicola Cerantola**. “Quizá esa sea la primera matrioska que tendremos que

http://es.eprensa.com/cgi-bin/view_digital_media.cgi?subclient_id=4630&comps_id=185925532

buscar para que nos lleve hacia una sociedad menos consumista, sostenible en el tiempo y, sobre todo, más feliz”.

Acerca de EOI

La Escuela de Organización Industrial (EOI) es la primera escuela de negocios fundada en España (1955). En sus 63 años de historia han pasado por sus aulas más de 84.500 directivos y gestores empresariales especializados en liderazgo, internacionalización y sostenibilidad.

Como fundación pública adscrita al Ministerio de Industria, Comercio y Turismo y con la cofinanciación del Fondo Social Europeo, ha impulsado los negocios de más de 52.000 nuevos emprendedores en España y fundado una Red Nacional de 50 Espacios Coworking en distintas ciudades del país.

www.eoi.es // [@eoi](https://twitter.com/eoi) // www.facebook.com/eoi.edu // www.instagram.com/eoischool

Mas información sobre en Nicola Cerantola: “Tenemos que empezar a preguntarnos si realmente necesitamos lo que vamos a comprar”

Nicola Cerantola: Tenemos que empezar a preguntarnos si realmente necesitamos lo que vamos a comprar

original

/COMUNICAE/



http://es.eprensa.com/cgi-bin/view_digital_media.cgi?subclient_id=4630&comps_id=185925505**¡AQUÍ PARTICIPAMOS!**Para más información www.ewwr.eu

En la Semana Europea de la Prevención de Residuos, este profesor de EOI, experto en diseño, emprendimiento y economía circular, propone un cambio de perspectiva para avanzar hacia una sociedad más sostenible y feliz. En su opinión, al hablar de prevención la atención se centra en la reducción de desperdicios en la producción o el empaquetado, pero “pocas veces nos preguntamos por qué ese producto se fabricó, se comercializó y se adquirió”

Del 17 al 25 de noviembre se celebra la **Semana Europea de la Prevención de Residuos (European Week for Waste Reduction, EWWR)**. Promovida por diferentes agencias y organismos de la Unión Europea y de los Estados miembro, esta iniciativa tiene como objetivo concienciar a la sociedad de la necesidad de reducir el volumen de residuos a través de su prevención, de la reutilización de productos y del reciclaje de materiales.

Pero ¿a que se refieren cuándo se habla de prevención? “Cuando lo aplicamos a nuestro modo de vida, al tema de la sostenibilidad o la salud, quizás nos referimos a una prevención incorrecta”, asegura **Nicola Cerantola**, profesor de **EOI (Escuela de Organización Industrial)** y experto en ecodiseño, ecoemprendimiento y economía circular.

“El concepto de ‘prevenir’ es como las matrioskas, aquellas muñecas rusas que tienen otras muñequitas dentro cada vez más pequeñas: siempre hay un nivel más profundo que mirar, un nivel de prevención anterior”, explica **Cerantola**.

Según este experto, al hablar de prevención de residuos la atención se centra en el proceso de extracción de recursos, fabricación y embalaje del producto. Sin embargo, “pocas veces nos preguntamos por qué ese producto se fabricó, se comercializó y se compró. Esa quizás debería ser la primera pieza del juego, nuestro ‘prevenir’ más efectivo”, subraya.

“Si de verdad queremos caminar hacia un mundo más sostenible, tendremos que empezar a mirar no sólo en las entrañas del sistema productivo o del producto a través del ecodiseño y la economía circular: tendremos que preguntarnos sobre las necesidades verdaderas de los consumidores para ayudarles a decidir si el producto es realmente necesario o no, desde nuevas perspectivas más responsables e inteligentes”, concluye **Nicola Cerantola**. “Quizá esa sea la primera matrioska que tendremos que buscar para que nos lleve hacia una sociedad menos consumista, sostenible en el tiempo y, sobre todo, más feliz”.

Acerca de EOI

La Escuela de Organización Industrial (EOI) es la primera escuela de negocios fundada en España (1955). En sus 63 años de historia han pasado por sus aulas más de 84.500 directivos y gestores empresariales especializados en liderazgo, internacionalización y

http://es.eprensa.com/cgi-bin/view_digital_media.cgi?subclient_id=4630&comps_id=185925505

sostenibilidad.

Como fundación pública adscrita al Ministerio de Industria, Comercio y Turismo y con la cofinanciación del Fondo Social Europeo, ha impulsado los negocios de más de 52.000 nuevos emprendedores en España y fundado una Red Nacional de 50 Espacios Coworking en distintas ciudades del país.

www.eoi.es // [@eoi](https://twitter.com/eoi) // www.facebook.com/eoi.edu // www.instagram.com/eoischool

<https://tarragonanoticias.com/comunicado/8503-nicola-cerantola-tenemos-que-empezar-ahtm>

Nicola Cerantola: "Tenemos que empezar a preguntarnos si realmente necesitamos lo que vamos a comprar"

original

En la Semana Europea de la Prevención de Residuos, este profesor de EOI, experto en diseño, emprendimiento y economía circular, propone un cambio de perspectiva para avanzar hacia una sociedad más sostenible y feliz. En su opinión, al hablar de prevención la atención se centra en la reducción de desperdicios en la producción o el empaquetado, pero "pocas veces nos preguntamos por qué ese producto se fabricó, se comercializó y se adquirió"



<https://tarragonanoticias.com/comunicado/8503-nicola-cerantola-tenemos-que-empezar-ahtm>


En la Semana Europea de la Prevención de Residuos, este profesor de EOI, experto en diseño, emprendimiento y economía circular, propone un cambio de perspectiva para avanzar hacia una sociedad más sostenible y feliz. En su opinión, al hablar de prevención la atención se centra en la reducción de desperdicios en la producción o el empaquetado, pero "pocas veces nos preguntamos por qué ese producto se fabricó, se comercializó y se adquirió"

Del 17 al 25 de noviembre se celebra la **Semana Europea de la Prevención de Residuos (European Week for Waste Reduction, EWWR)**. Promovida por diferentes agencias y organismos de la Unión Europea y de los Estados miembro, esta iniciativa tiene como objetivo concienciar a la sociedad de la necesidad de reducir el volumen de residuos a través de su prevención, de la reutilización de productos y del reciclaje de materiales.

Pero ¿a que se refieren cuándo se habla de prevención? "Cuando lo aplicamos a nuestro modo de vida, al tema de la sostenibilidad o la salud, quizás nos referimos a una prevención incorrecta", asegura **Nicola Cerantola**, profesor de **EOI (Escuela de Organización Industrial)** y experto en ecodiseño, ecoemprendimiento y economía circular.

"El concepto de 'prevenir' es como las matrioskas, aquellas muñecas rusas que tienen otras muñequitas dentro cada vez más pequeñas: siempre hay un nivel más profundo que mirar, un nivel de prevención anterior", explica **Cerantola**.

Según este experto, al hablar de prevención de residuos la atención se centra en el proceso de extracción de recursos, fabricación y embalaje del producto. Sin embargo, "pocas veces nos preguntamos por qué ese producto se fabricó, se comercializó y se compró. Esa quizás debería ser la primera pieza del juego, nuestro 'prevenir' más efectivo", subraya.

"Si de verdad queremos caminar hacia un mundo más sostenible, tendremos que empezar a mirar no sólo en las entrañas del sistema productivo o del producto a través del ecodiseño y la economía circular: tendremos que preguntarnos sobre las necesidades verdaderas de los consumidores para ayudarles a decidir si el producto es realmente necesario o no, desde nuevas perspectivas más responsables e inteligentes", concluye **Nicola Cerantola**. "Quizá esa

<https://tarragonanoticias.com/comunicado/8503-nicola-cerantola-tenemos-que-empezar-ahtm>

sea la primera matrioska que tendremos que buscar para que nos lleve hacia una sociedad menos consumista, sostenible en el tiempo y, sobre todo, más feliz”.

Acerca de EOI

La Escuela de Organización Industrial (EOI) es la primera escuela de negocios fundada en España (1955). En sus 63 años de historia han pasado por sus aulas más de 84.500 directivos y gestores empresariales especializados en liderazgo, internacionalización y sostenibilidad.

Como fundación pública adscrita al Ministerio de Industria, Comercio y Turismo y con la cofinanciación del Fondo Social Europeo, ha impulsado los negocios de más de 52.000 nuevos emprendedores en España y fundado una Red Nacional de 50 Espacios Coworking en distintas ciudades del país.

www.eoi.es // [@eoi](https://twitter.com/eoi) // www.facebook.com/eoi.edu // www.instagram.com/eoischool

Nicola Cerantola: Tenemos que empezar a preguntarnos si realmente necesitamos lo que vamos a comprar

original

/COMUNICAE/



http://es.eprensa.com/cgi-bin/view_digital_media.cgi?subclient_id=4630&comps_id=185926037**¡AQUÍ PARTICIPAMOS!**Para más información www.ewwr.eu

En la Semana Europea de la Prevención de Residuos, este profesor de EOI, experto en diseño, emprendimiento y economía circular, propone un cambio de perspectiva para avanzar hacia una sociedad más sostenible y feliz. En su opinión, al hablar de prevención la atención se centra en la reducción de desperdicios en la producción o el empaquetado, pero “pocas veces nos preguntamos por qué ese producto se fabricó, se comercializó y se adquirió”

Del 17 al 25 de noviembre se celebra la **Semana Europea de la Prevención de Residuos (European Week for Waste Reduction, EWWR)**. Promovida por diferentes agencias y organismos de la Unión Europea y de los Estados miembro, esta iniciativa tiene como objetivo concienciar a la sociedad de la necesidad de reducir el volumen de residuos a través de su prevención, de la reutilización de productos y del reciclaje de materiales.

Pero ¿a que se refieren cuándo se habla de prevención? “Cuando lo aplicamos a nuestro modo de vida, al tema de la sostenibilidad o la salud, quizás nos referimos a una prevención incorrecta”, asegura **Nicola Cerantola**, profesor de **EOI (Escuela de Organización Industrial)** y experto en ecodiseño, ecoemprendimiento y economía circular.

“El concepto de ‘prevenir’ es como las matrioskas, aquellas muñecas rusas que tienen otras muñequitas dentro cada vez más pequeñas: siempre hay un nivel más profundo que mirar, un nivel de prevención anterior”, explica **Cerantola**.

Según este experto, al hablar de prevención de residuos la atención se centra en el proceso de extracción de recursos, fabricación y embalaje del producto. Sin embargo, “pocas veces nos preguntamos por qué ese producto se fabricó, se comercializó y se compró. Esa quizás debería ser la primera pieza del juego, nuestro ‘prevenir’ más efectivo”, subraya.

“Si de verdad queremos caminar hacia un mundo más sostenible, tendremos que empezar a mirar no sólo en las entrañas del sistema productivo o del producto a través del ecodiseño y la economía circular: tendremos que preguntarnos sobre las necesidades verdaderas de los consumidores para ayudarles a decidir si el producto es realmente necesario o no, desde nuevas perspectivas más responsables e inteligentes”, concluye **Nicola Cerantola**. “Quizá esa sea la primera matrioska que tendremos que buscar para que nos lleve hacia una sociedad menos consumista, sostenible en el tiempo y, sobre todo, más feliz”.

Acerca de EOI

La Escuela de Organización Industrial (EOI) es la primera escuela de negocios fundada en España (1955). En sus 63 años de historia han pasado por sus aulas más de 84.500 directivos y gestores empresariales especializados en liderazgo, internacionalización y

http://es.eprensa.com/cgi-bin/view_digital_media.cgi?subclient_id=4630&comps_id=185926037

sostenibilidad.

Como fundación pública adscrita al Ministerio de Industria, Comercio y Turismo y con la cofinanciación del Fondo Social Europeo, ha impulsado los negocios de más de 52.000 nuevos emprendedores en España y fundado una Red Nacional de 50 Espacios Coworking en distintas ciudades del país.

www.eoi.es // [@eoi](https://twitter.com/eoi) // www.facebook.com/eoi.edu // www.instagram.com/eoischool

Fuente [Comunicae](#)

[Ir a la fuente](#)

Author:

http://es.eprensa.com/cgi-bin/view_digital_media.cgi?subclient_id=4630&comps_id=185926951

Nicola Cerantola: Tenemos que empezar a preguntarnos si realmente necesitamos lo que vamos a comprar

original

/COMUNICAE/



http://es.eprensa.com/cgi-bin/view_digital_media.cgi?subclient_id=4630&comps_id=185926951

¡AQUÍ PARTICIPAMOS!

Para más información www.ewwr.eu


En la Semana Europea de la Prevención de Residuos, este profesor de EOI, experto en diseño, emprendimiento y economía circular, propone un cambio de perspectiva para avanzar hacia una sociedad más sostenible y feliz. En su opinión, al hablar de prevención la atención se centra en la reducción de desperdicios en la producción o el empaquetado, pero “pocas veces nos preguntamos por qué ese producto se fabricó, se comercializó y se adquirió”

Del 17 al 25 de noviembre se celebra la **Semana Europea de la Prevención de Residuos (European Week for Waste Reduction, EWWR)**. Promovida por diferentes agencias y organismos de la Unión Europea y de los Estados miembro, esta iniciativa tiene como objetivo concienciar a la sociedad de la necesidad de reducir el volumen de residuos a través de su prevención, de la reutilización de productos y del reciclaje de materiales.

Pero ¿a que se refieren cuándo se habla de prevención? “Cuando lo aplicamos a nuestro modo de vida, al tema de la sostenibilidad o la salud, quizás nos referimos a una prevención incorrecta”, asegura **Nicola Cerantola**, profesor de **EOI (Escuela de Organización Industrial)** y experto en ecodiseño, ecoemprendimiento y economía circular.

“El concepto de ‘prevenir’ es como las matrioskas, aquellas muñecas rusas que tienen otras muñequitas dentro cada vez más pequeñas: siempre hay un nivel más profundo que mirar, un nivel de prevención anterior”, explica **Cerantola**.

Según este experto, al hablar de prevención de residuos la atención se centra en el proceso de extracción de recursos, fabricación y embalaje del producto. Sin embargo, “pocas veces nos preguntamos por qué ese producto se fabricó, se comercializó y se compró. Esa quizás debería ser la primera pieza del juego, nuestro ‘prevenir’ más efectivo”, subraya.

“Si de verdad queremos caminar hacia un mundo más sostenible, tendremos que empezar a mirar no sólo en las entrañas del sistema productivo o del producto a través del ecodiseño y la economía circular: tendremos que preguntarnos sobre las necesidades verdaderas de los consumidores para ayudarles a decidir si el producto es realmente necesario o no, desde nuevas perspectivas más responsables e inteligentes”, concluye **Nicola Cerantola**. “Quizá esa sea la primera matrioska que tendremos que buscar para que nos lleve hacia una sociedad menos consumista, sostenible en el tiempo y, sobre todo, más feliz”.

Acerca de EOI

La Escuela de Organización Industrial (EOI) es la primera escuela de negocios fundada en España (1955). En sus 63 años de historia han pasado por sus aulas más de 84.500 directivos y gestores empresariales especializados en liderazgo, internacionalización y

http://es.eprensa.com/cgi-bin/view_digital_media.cgi?subclient_id=4630&comps_id=185926951

sostenibilidad.

Como fundación pública adscrita al Ministerio de Industria, Comercio y Turismo y con la cofinanciación del Fondo Social Europeo, ha impulsado los negocios de más de 52.000 nuevos emprendedores en España y fundado una Red Nacional de 50 Espacios Coworking en distintas ciudades del país.

www.eoi.es // [@eoi](https://twitter.com/eoi) // www.facebook.com/eoi.edu // www.instagram.com/eoischool

Fuente [Comunicae](#)

[Ir a la fuente](#)

Author:

Nicola Cerantola: Tenemos que empezar a preguntarnos si realmente necesitamos lo que vamos a comprar

Redacción • [original](#)

/COMUNICAE/



http://es.eprensa.com/cgi-bin/view_digital_media.cgi?subclient_id=4630&comps_id=185927103



¡AQUÍ PARTICIPAMOS!

Para más información www.ewwr.eu



En la Semana Europea de la Prevención de Residuos, este profesor de EOI, experto en diseño, emprendimiento y economía circular, propone un cambio de perspectiva para avanzar hacia una sociedad más sostenible y feliz. En su opinión, al hablar de prevención la atención se centra en la reducción de desperdicios en la producción o el empaquetado, pero “pocas veces nos preguntamos por qué ese producto se fabricó, se comercializó y se adquirió”

Del 17 al 25 de noviembre se celebra la **Semana Europea de la Prevención de Residuos (European Week for Waste Reduction, EWWR)**. Promovida por diferentes agencias y organismos de la Unión Europea y de los Estados miembro, esta iniciativa tiene como objetivo concienciar a la sociedad de la necesidad de reducir el volumen de residuos a través de su prevención, de la reutilización de productos y del reciclaje de materiales.

Pero ¿a que se refieren cuándo se habla de prevención? “Cuando lo aplicamos a nuestro modo de vida, al tema de la sostenibilidad o la salud, quizás nos referimos a una prevención incorrecta”, asegura **Nicola Cerantola**, profesor de **EOI (Escuela de Organización Industrial)** y experto en ecodiseño, ecoemprendimiento y economía circular.

“El concepto de ‘prevenir’ es como las matrioskas, aquellas muñecas rusas que tienen otras muñequitas dentro cada vez más pequeñas: siempre hay un nivel más profundo que mirar, un nivel de prevención anterior”, explica **Cerantola**.

Según este experto, al hablar de prevención de residuos la atención se centra en el proceso de extracción de recursos, fabricación y embalaje del producto. Sin embargo, “pocas veces nos preguntamos por qué ese producto se fabricó, se comercializó y se compró. Esa quizás debería ser la primera pieza del juego, nuestro ‘prevenir’ más efectivo”, subraya.

“Si de verdad queremos caminar hacia un mundo más sostenible, tendremos que empezar a mirar no sólo en las entrañas del sistema productivo o del producto a través del ecodiseño y la economía circular: tendremos que preguntarnos sobre las necesidades verdaderas de los consumidores para ayudarles a decidir si el producto es realmente necesario o no, desde nuevas perspectivas más responsables e inteligentes”, concluye **Nicola Cerantola**. “Quizá esa sea la primera matrioska que tendremos que buscar para que nos lleve hacia una sociedad menos consumista, sostenible en el tiempo y, sobre todo, más feliz”.

Acerca de EOI

La Escuela de Organización Industrial (EOI) es la primera escuela de negocios fundada en España (1955). En sus 63 años de historia han pasado por sus aulas más de 84.500 directivos y gestores empresariales especializados en liderazgo, internacionalización y

http://es.eprensa.com/cgi-bin/view_digital_media.cgi?subclient_id=4630&comps_id=185927103

sostenibilidad.

Como fundación pública adscrita al Ministerio de Industria, Comercio y Turismo y con la cofinanciación del Fondo Social Europeo, ha impulsado los negocios de más de 52.000 nuevos emprendedores en España y fundado una Red Nacional de 50 Espacios Coworking en distintas ciudades del país.

www.eoi.es // [@eoi](https://twitter.com/eoi) // www.facebook.com/eoi.edu // www.instagram.com/eoischool

Fuente [Comunicae](#)

Nicola Cerantola: "Tenemos que empezar a preguntarnos si realmente necesitamos lo que vamos a comprar"

Europa Press • [original](#)

Del 17 al 25 de noviembre se celebra la **Semana Europea de la Prevención de Residuos** (*European Week for Waste Reduction, EWWR*). Promovida por diferentes agencias y organismos de la Unión Europea y de los Estados miembro, esta iniciativa tiene como objetivo concienciar a la sociedad de la necesidad de reducir el volumen de residuos a través de su prevención, de la reutilización de productos y del reciclaje de materiales.

Pero ¿a que se refieren cuándo se habla de prevención? “Cuando lo aplicamos a nuestro modo de vida, al tema de la sostenibilidad o la salud, quizás nos referimos a una prevención incorrecta”, asegura **Nicola Cerantola**, profesor de **EOI (Escuela de Organización Industrial)** y experto en ecodiseño, ecoemprendimiento y economía circular.

“El concepto de ‘prevenir’ es como las matrioskas, aquellas muñecas rusas que tienen otras muñequitas dentro cada vez más pequeñas: siempre hay un nivel más profundo que mirar, un nivel de prevención anterior”, explica **Cerantola**.

Según este experto, al hablar de prevención de residuos la atención se centra en el proceso de extracción de recursos, fabricación y embalaje del producto. Sin embargo, “pocas veces nos preguntamos por qué ese producto se fabricó, se comercializó y se compró. Esa quizás debería ser la primera pieza del juego, nuestro ‘prevenir’ más efectivo”, subraya.

“Si de verdad queremos caminar hacia un mundo más sostenible, tendremos que empezar a mirar no sólo en las entrañas del sistema productivo o del producto a través del ecodiseño y la economía circular: tendremos que preguntarnos sobre las necesidades verdaderas de los consumidores para ayudarles a decidir si el producto es realmente necesario o no, desde nuevas perspectivas más responsables e inteligentes”, concluye **Nicola Cerantola**. “Quizá esa sea la primera matrioska que tendremos que buscar para que nos lleve hacia una sociedad menos consumista, sostenible en el tiempo y, sobre todo, más feliz”.

Acerca de EOI

La Escuela de Organización Industrial (EOI) es la primera escuela de negocios fundada en España (1955). En sus 63 años de historia han pasado por sus aulas más de 84.500 directivos y gestores empresariales especializados en liderazgo, internacionalización y sostenibilidad.

Como fundación pública adscrita al Ministerio de Industria, Comercio y Turismo y con la cofinanciación del Fondo Social Europeo, ha impulsado los negocios de más de 52.000 nuevos emprendedores en España y fundado una Red Nacional de 50 Espacios Coworking en distintas ciudades del país.

Antiguos alumnos de la EOI Retomar el pasado para pensar el futuro

original

Un momento de la intervención de Nieves Olivera.



Un momento de la intervención de Nieves Olivera. / Juan Carlos Muñoz

Retomar el pasado para pensar el futuro. Los **antiguos alumnos** de la **Escuela de Organización Industrial (EOI)** se han reunido este jueves en un encuentro en el que se dieron cita **500 asistentes**. El acto –conducido por la periodista **Fátima Ramírez**– ha tenido lugar en el auditorio Box del antiguo Pabellón de Canadá, en la **Isla de la Cartuja**. Durante su desarrollo se han dado a conocer las distintas novedades de la **escuela de negocio** más antigua de España para el presente curso.

La primera en tomar la palabra ha sido la directora general de la EOI, **Nieves Olivera**, quien se ha congratulado de abrir un acto “repleto de público” y al que, además de los **antiguos alumnos** de la escuela, han acudido los actuales **estudiantes, profesores y empresarios**. “Es la familia **EOI**”, resumió la principal representante de la entidad.

Entre los asistentes se encontraba **Raúl Blanco**, secretario general de Industria y de la Pequeña y Mediana Empresa (Pyme). No pudo acudir, como otros años, el alcalde de Sevilla, **Juan Espadas**. Olivera lleva dos meses al frente de la dirección general de esta acreditada escuela, de la que ha destacado, entre otros aspectos, “el gran sentido de pertenencia” que tienen los antiguos alumnos.

La directora general ha subrayado que la **EOI** desarrolla actualmente 130 actividades en Andalucía, de las cuales 80 se llevan a cabo en **Sevilla**. Olivera ha hecho hincapié en que uno

https://www.diariodesevilla.es/vivirenvillasevilla/escuela-organizacion-industrial-antiguos-alumnos_0_1302770196.html

de los fines de dicha entidad es “aportar valor añadido” a los distintos proyectos puestos en marcha por quienes han pasado por la escuela. Entre ellos se encuentra el Ciclo de **Economía Digital** en el que participan empresas sevillanas como Ybarra, Azvi o Aussa.

También ha mencionado los foros EOI y las diversas iniciativas puestas en marcha por **antiguos alumnos**, como el **Club de la Energía** o el **Club de Ejecutivas EOI**, “en la que se destaca el papel fundamental de la mujer en el empresariado”. Olivera ha animado a continuar presentando proyectos para “crecer”. “Esto es un paraguas que sirve de punto de encuentro y ayuda a avanzar en la carrera profesional”, ha apostillado.

Nieves Olivera, directora general de la EOI, ha destacado el “gran sentido de pertenencia” que tienen los antiguos alumnos de esta escuela

Tras ella ha intervenido **Luis López**, presidente del **Club EOI**, quien ha detallado los fines de esta agrupación: la **formación continua** para lograr la **excelencia**, resolver dudas o reorientar proyectos que se han quedado fuera del mercado y fomentar la reunión, lo que en términos empresariales se conoce actualmente como **networking**.

López ha añadido que este curso se han puesto en marcha 25 líneas de acción y que entre los proyectos a desarrollar, además de los mencionados por Olivera, se encuentra en marcha uno que se lleva a cabo para atender a los afectados por el Monzón en la India el pasado verano. En concreto, en colaboración con la Asociación Siempre Adelante y Fondo MFJF, se trabaja en la recuperación de una **escuela** en Kerala. También se abrirá un Club EOI en República Dominicana.

http://es.eprensa.com/cgi-bin/view_digital_media.cgi?subclient_id=4630&comps_id=185928508

Nicola Cerantola: "Tenemos que empezar a preguntarnos si realmente necesitamos lo que vamos a comprar"

original



GIRONA
Pl. Mercat del Lleó
Pl. Salvador Espriu

POSA'T AL MEU LLOC
✓ multicapacitats fundació eurofirms

2
desembr
2018
10h a 16h

En la Semana Europea de la Prevención de Residuos, este profesor de EOI, experto en diseño, emprendimiento y economía circular, propone un cambio de perspectiva para avanzar hacia una sociedad más sostenible y feliz. En su opinión, al hablar de prevención la atención se centra en la reducción de desperdicios en la producción o el empaquetado, pero "pocas veces nos preguntamos por qué ese producto se fabricó, se comercializó y se adquirió"



http://es.eprensa.com/cgi-bin/view_digital_media.cgi?subclient_id=4630&comps_id=185928508**¡AQUÍ PARTICIPAMOS!**Para más información www.ewwr.eu

En la Semana Europea de la Prevención de Residuos, este profesor de EOI, experto en diseño, emprendimiento y economía circular, propone un cambio de perspectiva para avanzar hacia una sociedad más sostenible y feliz. En su opinión, al hablar de prevención la atención se centra en la reducción de desperdicios en la producción o el empaquetado, pero "pocas veces nos preguntamos por qué ese producto se fabricó, se comercializó y se adquirió"

Del 17 al 25 de noviembre se celebra la **Semana Europea de la Prevención de Residuos**

http://es.eprensa.com/cgi-bin/view_digital_media.cgi?subclient_id=4630&comps_id=185928508

(European Week for Waste Reduction, EWWR). Promovida por diferentes agencias y organismos de la Unión Europea y de los Estados miembro, esta iniciativa tiene como objetivo concienciar a la sociedad de la necesidad de reducir el volumen de residuos a través de su prevención, de la reutilización de productos y del reciclaje de materiales.

Pero ¿a que se refieren cuándo se habla de prevención? “Cuando lo aplicamos a nuestro modo de vida, al tema de la sostenibilidad o la salud, quizás nos referimos a una prevención incorrecta”, asegura **Nicola Cerantola**, profesor de **EOI (Escuela de Organización Industrial)** y experto en ecodiseño, ecoemprendimiento y economía circular.

“El concepto de ‘prevenir’ es como las matrioskas, aquellas muñecas rusas que tienen otras muñequitas dentro cada vez más pequeñas: siempre hay un nivel más profundo que mirar, un nivel de prevención anterior”, explica **Cerantola**.

Según este experto, al hablar de prevención de residuos la atención se centra en el proceso de extracción de recursos, fabricación y embalaje del producto. Sin embargo, “pocas veces nos preguntamos por qué ese producto se fabricó, se comercializó y se compró. Esa quizás debería ser la primera pieza del juego, nuestro ‘prevenir’ más efectivo”, subraya.

“Si de verdad queremos caminar hacia un mundo más sostenible, tendremos que empezar a mirar no sólo en las entrañas del sistema productivo o del producto a través del ecodiseño y la economía circular: tendremos que preguntarnos sobre las necesidades verdaderas de los consumidores para ayudarles a decidir si el producto es realmente necesario o no, desde nuevas perspectivas más responsables e inteligentes”, concluye **Nicola Cerantola**. “Quizá esa sea la primera matrioska que tendremos que buscar para que nos lleve hacia una sociedad menos consumista, sostenible en el tiempo y, sobre todo, más feliz”.

Acerca de EOI

La Escuela de Organización Industrial (EOI) es la primera escuela de negocios fundada en España (1955). En sus 63 años de historia han pasado por sus aulas más de 84.500 directivos y gestores empresariales especializados en liderazgo, internacionalización y sostenibilidad.

Como fundación pública adscrita al Ministerio de Industria, Comercio y Turismo y con la cofinanciación del Fondo Social Europeo, ha impulsado los negocios de más de 52.000 nuevos emprendedores en España y fundado una Red Nacional de 50 Espacios Coworking en distintas ciudades del país.

www.eoi.es // [@eoi](https://twitter.com/eoi) // www.facebook.com/eoi.edu // www.instagram.com/eoischool

http://es.eprensa.com/cgi-bin/view_digital_media.cgi?subclient_id=4630&comps_id=185928561

Nicola Cerantola: Tenemos que empezar a preguntarnos si realmente necesitamos lo que vamos a comprar

original

/COMUNICAE/



http://es.eprensa.com/cgi-bin/view_digital_media.cgi?subclient_id=4630&comps_id=185928561**¡AQUI PARTICIPAMOS!**Para más información www.ewwr.eu

En la Semana Europea de la Prevención de Residuos, este profesor de EOI, experto en diseño, emprendimiento y economía circular, propone un cambio de perspectiva para avanzar hacia una sociedad más sostenible y feliz. En su opinión, al hablar de prevención la atención se centra en la reducción de desperdicios en la producción o el empaquetado, pero “pocas veces nos preguntamos por qué ese producto se fabricó, se comercializó y se adquirió”

Del 17 al 25 de noviembre se celebra la **Semana Europea de la Prevención de Residuos (European Week for Waste Reduction, EWWR)**. Promovida por diferentes agencias y organismos de la Unión Europea y de los Estados miembro, esta iniciativa tiene como objetivo concienciar a la sociedad de la necesidad de reducir el volumen de residuos a través de su prevención, de la reutilización de productos y del reciclaje de materiales.

Pero ¿a que se refieren cuándo se habla de prevención? “Cuando lo aplicamos a nuestro modo de vida, al tema de la sostenibilidad o la salud, quizás nos referimos a una prevención incorrecta”, asegura **Nicola Cerantola**, profesor de **EOI (Escuela de Organización Industrial)** y experto en ecodiseño, ecoemprendimiento y economía circular.

“El concepto de ‘prevenir’ es como las matrioskas, aquellas muñecas rusas que tienen otras muñequitas dentro cada vez más pequeñas: siempre hay un nivel más profundo que mirar, un nivel de prevención anterior”, explica **Cerantola**.

Según este experto, al hablar de prevención de residuos la atención se centra en el proceso de extracción de recursos, fabricación y embalaje del producto. Sin embargo, “pocas veces nos preguntamos por qué ese producto se fabricó, se comercializó y se compró. Esa quizás debería ser la primera pieza del juego, nuestro ‘prevenir’ más efectivo”, subraya.

“Si de verdad queremos caminar hacia un mundo más sostenible, tendremos que empezar a mirar no sólo en las entrañas del sistema productivo o del producto a través del ecodiseño y la economía circular: tendremos que preguntarnos sobre las necesidades verdaderas de los consumidores para ayudarles a decidir si el producto es realmente necesario o no, desde nuevas perspectivas más responsables e inteligentes”, concluye **Nicola Cerantola**. “Quizá esa sea la primera matrioska que tendremos que buscar para que nos lleve hacia una sociedad menos consumista, sostenible en el tiempo y, sobre todo, más feliz”.

Acerca de EOI

La Escuela de Organización Industrial (EOI) es la primera escuela de negocios fundada en España (1955). En sus 63 años de historia han pasado por sus aulas más de 84.500 directivos y gestores empresariales especializados en liderazgo, internacionalización y sostenibilidad.

Como fundación pública adscrita al Ministerio de Industria, Comercio y Turismo y con la cofinanciación del Fondo Social Europeo, ha impulsado los negocios de más de 52.000 nuevos emprendedores en España y fundado una Red Nacional de 50 Espacios Coworking en

http://es.eprensa.com/cgi-bin/view_digital_media.cgi?subclient_id=4630&comps_id=185928561

distintas ciudades del país.

www.eoi.es // [@eoi](https://twitter.com/eoi) // www.facebook.com/eoi.edu // www.instagram.com/eoischool

Fuente [Comunicae](#)

[Ir a la fuente](#)

Author:

Antiguos alumnos de la EOI Retomar el pasado para pensar el futuro

original

Un momento de la intervención de Nieves Olivera.



Un momento de la intervención de Nieves Olivera.

Retomar el pasado para pensar el futuro. Los **antiguos alumnos** de la **Escuela de Organización Industrial (EOI)** se han reunido este jueves en un encuentro en el que se dieron cita **500 asistentes**. El acto –conducido por la periodista **Fátima Ramírez**– ha tenido lugar en el auditorio Box del antiguo Pabellón de Canadá, en la **Isla de la Cartuja**. Durante su desarrollo se han dado a conocer las distintas novedades de la **escuela de negocio** más antigua de España para el presente curso.

La primera en tomar la palabra ha sido la directora general de la EOI, **Nieves Olivera**, quien se ha congratulado de abrir un acto “repleto de público” y al que, además de los **antiguos alumnos** de la escuela, han acudido los actuales **estudiantes, profesores y empresarios**. “Es la familia **EOI**”, resumió la principal representante de la entidad.

Entre los asistentes se encontraba **Raúl Blanco**, secretario general de Industria y de la Pequeña y Mediana Empresa (Pyme). No pudo acudir, como otros años, el alcalde de Sevilla, **Juan Espadas**. Olivera lleva dos meses al frente de la dirección general de esta acreditada escuela, de la que ha destacado, entre otros aspectos, “el gran sentido de pertenencia” que tienen los antiguos alumnos.

La directora general ha subrayado que la **EOI** desarrolla actualmente 130 actividades en Andalucía, de las cuales 80 se llevan a cabo en **Sevilla**. Olivera ha hecho hincapié en que uno

http://www.diariodesevilla.es/vivirensevilla/escuela-organizacion-industrial-antiguos-alumnos_0_1302770196.html

de los fines de dicha entidad es “aportar valor añadido” a los distintos proyectos puestos en marcha por quienes han pasado por la escuela. Entre ellos se encuentra el Ciclo de **Economía Digital** en el que participan empresas sevillanas como Ybarra, Azvi o Aussa.

También ha mencionado los foros EOI y las diversas iniciativas puestas en marcha por **antiguos alumnos**, como el **Club de la Energía** o el **Club de Ejecutivas EOI**, “en la que se destaca el papel fundamental de la mujer en el empresariado”. Olivera ha animado a continuar presentando proyectos para “crecer”. “Esto es un paraguas que sirve de punto de encuentro y ayuda a avanzar en la carrera profesional”, ha apostillado.

Nieves Olivera, directora general de la EOI, ha destacado el “gran sentido de pertenencia” que tienen los antiguos alumnos de esta escuela

Tras ella ha intervenido **Luis López**, presidente del **Club EOI**, quien ha detallado los fines de esta agrupación: la **formación continua** para lograr la **excelencia**, resolver dudas o reorientar proyectos que se han quedado fuera del mercado y fomentar la reunión, lo que en términos empresariales se conoce actualmente como **networking**.

López ha añadido que este curso se han puesto en marcha 25 líneas de acción y que entre los proyectos a desarrollar, además de los mencionados por Olivera, se encuentra en marcha uno que se lleva a cabo para atender a los afectados por el Monzón en la India el pasado verano. En concreto, en colaboración con la Asociación Siempre Adelante y Fondo MFJF, se trabaja en la recuperación de una **escuela** en Kerala. También se abrirá un Club EOI en República Dominicana.

Nicola Cerantola: "Tenemos que empezar a preguntarnos si realmente necesitamos lo que vamos a comprar"

original

En la Semana Europea de la Prevención de Residuos, este profesor de EOI, experto en diseño, emprendimiento y economía circular, propone un cambio de perspectiva para avanzar hacia una sociedad más sostenible y feliz. En su opinión, al hablar de prevención la atención se centra en la reducción de desperdicios en la producción o el empaquetado, pero "pocas veces nos preguntamos por qué ese producto se fabricó, se comercializó y se adquirió"

Del 17 al 25 de noviembre se celebra la **Semana Europea de la Prevención de Residuos (European Week for Waste Reduction, EWWR)**. Promovida por diferentes agencias y organismos de la Unión Europea y de los Estados miembro, esta iniciativa tiene como objetivo concienciar a la sociedad de la necesidad de reducir el volumen de residuos a través de su prevención, de la reutilización de productos y del reciclaje de materiales.

Pero ¿a que se refieren cuándo se habla de prevención? "Cuando lo aplicamos a nuestro modo de vida, al tema de la sostenibilidad o la salud, quizás nos referimos a una prevención incorrecta", asegura **Nicola Cerantola**, profesor de **EOI (Escuela de Organización Industrial)** y experto en ecodiseño, ecoemprendimiento y economía circular.

"El concepto de 'prevenir' es como las matrioskas, aquellas muñecas rusas que tienen otras muñequitas dentro cada vez más pequeñas: siempre hay un nivel más profundo que mirar, un nivel de prevención anterior", explica **Cerantola**.

Según este experto, al hablar de prevención de residuos la atención se centra en el proceso de extracción de recursos, fabricación y embalaje del producto. Sin embargo, "pocas veces nos preguntamos por qué ese producto se fabricó, se comercializó y se compró. Esa quizás debería ser la primera pieza del juego, nuestro 'prevenir' más efectivo", subraya.

"Si de verdad queremos caminar hacia un mundo más sostenible, tendremos que empezar a mirar no sólo en las entrañas del sistema productivo o del producto a través del ecodiseño y la economía circular: tendremos que preguntarnos sobre las necesidades verdaderas de los consumidores para ayudarles a decidir si el producto es realmente necesario o no, desde nuevas perspectivas más responsables e inteligentes", concluye **Nicola Cerantola**. "Quizá esa sea la primera matrioska que tendremos que buscar para que nos lleve hacia una sociedad menos consumista, sostenible en el tiempo y, sobre todo, más feliz".

Acerca de EOI

La Escuela de Organización Industrial (EOI) es la primera escuela de negocios fundada en España (1955). En sus 63 años de historia han pasado por sus aulas más de 84.500 directivos y gestores empresariales especializados en liderazgo, internacionalización y

http://es.eprensa.com/cgi-bin/view_digital_media.cgi?subclient_id=4630&comps_id=185932015

sostenibilidad.

Como fundación pública adscrita al Ministerio de Industria, Comercio y Turismo y con la cofinanciación del Fondo Social Europeo, ha impulsado los negocios de más de 52.000 nuevos emprendedores en España y fundado una Red Nacional de 50 Espacios Coworking en distintas ciudades del país.

www.eoi.es // [@eoi](https://twitter.com/eoi) // www.facebook.com/eoi.edu // www.instagram.com/eoischool

SIGLO XXI

Diario digital independiente,
plural y abierto

www.diariosigloxxi.com

Nicola Cerantola: "Tenemos que empezar a preguntarnos si realmente necesitamos lo que vamos a comprar"

original



http://es.eprensa.com/cgi-bin/view_digital_media.cgi?subclient_id=4630&comps_id=185934919**¡AQUÍ PARTICIPAMOS!**Para más información www.ewwr.eu

En la Semana Europea de la Prevención de Residuos, este profesor de EOI, experto en diseño, emprendimiento y economía circular, propone un cambio de perspectiva para avanzar hacia una sociedad más sostenible y feliz. En su opinión, al hablar de prevención la atención se centra en la reducción de desperdicios en la producción o el empaquetado, pero “pocas veces nos preguntamos por qué ese producto se fabricó, se comercializó y se adquirió”

Del 17 al 25 de noviembre se celebra la **Semana Europea de la Prevención de Residuos (European Week for Waste Reduction, EWWR)**. Promovida por diferentes agencias y organismos de la Unión Europea y de los Estados miembro, esta iniciativa tiene como objetivo concienciar a la sociedad de la necesidad de reducir el volumen de residuos a través de su prevención, de la reutilización de productos y del reciclaje de materiales.

Pero ¿a que se refieren cuándo se habla de prevención? “Cuando lo aplicamos a nuestro modo de vida, al tema de la sostenibilidad o la salud, quizás nos referimos a una prevención incorrecta”, asegura **Nicola Cerantola**, profesor de **EOI (Escuela de Organización Industrial)** y experto en ecodiseño, ecoemprendimiento y economía circular.

“El concepto de ‘prevenir’ es como las matrioskas, aquellas muñecas rusas que tienen otras muñequitas dentro cada vez más pequeñas: siempre hay un nivel más profundo que mirar, un nivel de prevención anterior”, explica **Cerantola**.

Según este experto, al hablar de prevención de residuos la atención se centra en el proceso de extracción de recursos, fabricación y embalaje del producto. Sin embargo, “pocas veces nos preguntamos por qué ese producto se fabricó, se comercializó y se compró. Esa quizás debería ser la primera pieza del juego, nuestro ‘prevenir’ más efectivo”, subraya.

“Si de verdad queremos caminar hacia un mundo más sostenible, tendremos que empezar a mirar no sólo en las entrañas del sistema productivo o del producto a través del ecodiseño y la economía circular: tendremos que preguntarnos sobre las necesidades verdaderas de los consumidores para ayudarles a decidir si el producto es realmente necesario o no, desde nuevas perspectivas más responsables e inteligentes”, concluye **Nicola Cerantola**. “Quizá esa sea la primera matrioska que tendremos que buscar para que nos lleve hacia una sociedad menos consumista, sostenible en el tiempo y, sobre todo, más feliz”.

Acerca de EOI

La Escuela de Organización Industrial (EOI) es la primera escuela de negocios fundada en España (1955). En sus 63 años de historia han pasado por sus aulas más de 84.500 directivos y gestores empresariales especializados en liderazgo, internacionalización y sostenibilidad.

http://es.eprensa.com/cgi-bin/view_digital_media.cgi?subclient_id=4630&comps_id=185934919

Como fundación pública adscrita al Ministerio de Industria, Comercio y Turismo y con la cofinanciación del Fondo Social Europeo, ha impulsado los negocios de más de 52.000 nuevos emprendedores en España y fundado una Red Nacional de 50 Espacios Coworking en distintas ciudades del país.

Nicola Cerantola: Tenemos que empezar a preguntarnos si realmente necesitamos lo que vamos a comprar

admin • original

/COMUNICAE/



http://es.eprensa.com/cgi-bin/view_digital_media.cgi?subclient_id=4630&comps_id=185947921



¡AQUÍ PARTICIPAMOS!

Para más información www.ewwr.eu



En la Semana Europea de la Prevención de Residuos, este profesor de EOI, experto en diseño, emprendimiento y economía circular, propone un cambio de perspectiva para avanzar hacia una sociedad más sostenible y feliz. En su opinión, al hablar de prevención la atención se centra en la reducción de desperdicios en la producción o el empaquetado, pero “pocas veces nos preguntamos por qué ese producto se fabricó, se comercializó y se adquirió”

Del 17 al 25 de noviembre se celebra la **Semana Europea de la Prevención de Residuos (European Week for Waste Reduction, EWWR)**. Promovida por diferentes agencias y organismos de la Unión Europea y de los Estados miembro, esta iniciativa tiene como objetivo concienciar a la sociedad de la necesidad de reducir el volumen de residuos a través de su prevención, de la reutilización de productos y del reciclaje de materiales.

Pero ¿a que se refieren cuándo se habla de prevención? “Cuando lo aplicamos a nuestro modo de vida, al tema de la sostenibilidad o la salud, quizás nos referimos a una prevención incorrecta”, asegura **Nicola Cerantola**, profesor de **EOI (Escuela de Organización Industrial)** y experto en ecodiseño, ecoemprendimiento y economía circular.

“El concepto de ‘prevenir’ es como las matrioskas, aquellas muñecas rusas que tienen otras muñequitas dentro cada vez más pequeñas: siempre hay un nivel más profundo que mirar, un nivel de prevención anterior”, explica **Cerantola**.

Según este experto, al hablar de prevención de residuos la atención se centra en el proceso de extracción de recursos, fabricación y embalaje del producto. Sin embargo, “pocas veces nos preguntamos por qué ese producto se fabricó, se comercializó y se compró. Esa quizás debería ser la primera pieza del juego, nuestro ‘prevenir’ más efectivo”, subraya.

“Si de verdad queremos caminar hacia un mundo más sostenible, tendremos que empezar a mirar no sólo en las entrañas del sistema productivo o del producto a través del ecodiseño y la economía circular: tendremos que preguntarnos sobre las necesidades verdaderas de los consumidores para ayudarles a decidir si el producto es realmente necesario o no, desde nuevas perspectivas más responsables e inteligentes”, concluye **Nicola Cerantola**. “Quizá esa sea la primera matrioska que tendremos que buscar para que nos lleve hacia una sociedad menos consumista, sostenible en el tiempo y, sobre todo, más feliz”.

Acerca de EOI

La Escuela de Organización Industrial (EOI) es la primera escuela de negocios fundada en España (1955). En sus 63 años de historia han pasado por sus aulas más de 84.500 directivos y gestores empresariales especializados en liderazgo, internacionalización y

http://es.eprensa.com/cgi-bin/view_digital_media.cgi?subclient_id=4630&comps_id=185947921

sostenibilidad.

Como fundación pública adscrita al Ministerio de Industria, Comercio y Turismo y con la cofinanciación del Fondo Social Europeo, ha impulsado los negocios de más de 52.000 nuevos emprendedores en España y fundado una Red Nacional de 50 Espacios Coworking en distintas ciudades del país.

www.eoi.es // [@eoi](https://twitter.com/eoi) // www.facebook.com/eoi.edu // www.instagram.com/eoischool

Fuente [Comunicae](#)

http://es.eprensa.com/cgi-bin/view_digital_media.cgi?subclient_id=4630&comps_id=185948364

Nicola Cerantola: Tenemos que empezar a preguntarnos si realmente necesitamos lo que vamos a comprar

admin • [original](#)



/COMUNICAE/



http://es.eprensa.com/cgi-bin/view_digital_media.cgi?subclient_id=4630&comps_id=185948364



**¡Juntos,
reducir es
actuar!**

¡AQUÍ PARTICIPAMOS!

Para más información www.ewwr.eu



En la Semana Europea de la Prevención de Residuos, este profesor de EOI, experto en diseño, emprendimiento y economía circular, propone un cambio de perspectiva para avanzar hacia una sociedad más sostenible y feliz. En su opinión, al hablar de prevención la atención se centra en la reducción de desperdicios en la producción o el empaquetado, pero “pocas veces nos preguntamos por qué ese producto se fabricó, se comercializó y se adquirió”

Del 17 al 25 de noviembre se celebra la **Semana Europea de la Prevención de Residuos (European Week for Waste Reduction, EWWR)**. Promovida por diferentes agencias y organismos de la Unión Europea y de los Estados miembro, esta iniciativa tiene como objetivo concienciar a la sociedad de la necesidad de reducir el volumen de residuos a través de su prevención, de la reutilización de productos y del reciclaje de materiales.

Pero ¿a que se refieren cuándo se habla de prevención? “Cuando lo aplicamos a nuestro modo de vida, al tema de la sostenibilidad o la salud, quizás nos referimos a una prevención incorrecta”, asegura **Nicola Cerantola**, profesor de **EOI (Escuela de Organización Industrial)** y experto en ecodiseño, ecoemprendimiento y economía circular.

“El concepto de ‘prevenir’ es como las matrioskas, aquellas muñecas rusas que tienen otras

http://es.eprensa.com/cgi-bin/view_digital_media.cgi?subclient_id=4630&comps_id=185948364

muñequitas dentro cada vez más pequeñas: siempre hay un nivel más profundo que mirar, un nivel de prevención anterior”, explica **Cerantola**.

Según este experto, al hablar de prevención de residuos la atención se centra en el proceso de extracción de recursos, fabricación y embalaje del producto. Sin embargo, “pocas veces nos preguntamos por qué ese producto se fabricó, se comercializó y se compró. Esa quizás debería ser la primera pieza del juego, nuestro ‘prevenir’ más efectivo”, subraya.

“Si de verdad queremos caminar hacia un mundo más sostenible, tendremos que empezar a mirar no sólo en las entrañas del sistema productivo o del producto a través del ecodiseño y la economía circular: tendremos que preguntarnos sobre las necesidades verdaderas de los consumidores para ayudarles a decidir si el producto es realmente necesario o no, desde nuevas perspectivas más responsables e inteligentes”, concluye **Nicola Cerantola**. “Quizá esa sea la primera matrioska que tendremos que buscar para que nos lleve hacia una sociedad menos consumista, sostenible en el tiempo y, sobre todo, más feliz”.

Acerca de EOI

La Escuela de Organización Industrial (EOI) es la primera escuela de negocios fundada en España (1955). En sus 63 años de historia han pasado por sus aulas más de 84.500 directivos y gestores empresariales especializados en liderazgo, internacionalización y sostenibilidad.

Como fundación pública adscrita al Ministerio de Industria, Comercio y Turismo y con la cofinanciación del Fondo Social Europeo, ha impulsado los negocios de más de 52.000 nuevos emprendedores en España y fundado una Red Nacional de 50 Espacios Coworking en distintas ciudades del país.

www.eoi.es // [@eoi](https://twitter.com/eoi) // www.facebook.com/eoi.edu // www.instagram.com/eoischool

Fuente [Comunicae](#)

Nicola Cerantola: Tenemos que empezar a preguntarnos si realmente necesitamos lo que vamos a comprar

admin • [original](#)



/COMUNICAE/





En la Semana Europea de la Prevención de Residuos, este profesor de EOI, experto en diseño, emprendimiento y economía circular, propone un cambio de perspectiva para avanzar hacia una sociedad más sostenible y feliz. En su opinión, al hablar de prevención la atención se centra en la reducción de desperdicios en la producción o el empaquetado, pero “pocas veces nos preguntamos por qué ese producto se fabricó, se comercializó y se adquirió”

Del 17 al 25 de noviembre se celebra la **Semana Europea de la Prevención de Residuos (European Week for Waste Reduction, EWWR)**. Promovida por diferentes agencias y organismos de la Unión Europea y de los Estados miembro, esta iniciativa tiene como objetivo concienciar a la sociedad de la necesidad de reducir el volumen de residuos a través de su prevención, de la reutilización de productos y del reciclaje de materiales.

Pero ¿a que se refieren cuándo se habla de prevención? “Cuando lo aplicamos a nuestro modo de vida, al tema de la sostenibilidad o la salud, quizás nos referimos a una prevención incorrecta”, asegura **Nicola Cerantola**, profesor de **EOI (Escuela de Organización Industrial)** y experto en ecodiseño, ecoemprendimiento y economía circular.

“El concepto de ‘prevenir’ es como las matrioskas, aquellas muñecas rusas que tienen otras

http://es.eprensa.com/cgi-bin/view_digital_media.cgi?subclient_id=4630&comps_id=185948462

muñequitas dentro cada vez más pequeñas: siempre hay un nivel más profundo que mirar, un nivel de prevención anterior”, explica **Cerantola**.

Según este experto, al hablar de prevención de residuos la atención se centra en el proceso de extracción de recursos, fabricación y embalaje del producto. Sin embargo, “pocas veces nos preguntamos por qué ese producto se fabricó, se comercializó y se compró. Esa quizás debería ser la primera pieza del juego, nuestro ‘prevenir’ más efectivo”, subraya.

“Si de verdad queremos caminar hacia un mundo más sostenible, tendremos que empezar a mirar no sólo en las entrañas del sistema productivo o del producto a través del ecodiseño y la economía circular: tendremos que preguntarnos sobre las necesidades verdaderas de los consumidores para ayudarles a decidir si el producto es realmente necesario o no, desde nuevas perspectivas más responsables e inteligentes”, concluye **Nicola Cerantola**. “Quizá esa sea la primera matrioska que tendremos que buscar para que nos lleve hacia una sociedad menos consumista, sostenible en el tiempo y, sobre todo, más feliz”.

Acerca de EOI

La Escuela de Organización Industrial (EOI) es la primera escuela de negocios fundada en España (1955). En sus 63 años de historia han pasado por sus aulas más de 84.500 directivos y gestores empresariales especializados en liderazgo, internacionalización y sostenibilidad.

Como fundación pública adscrita al Ministerio de Industria, Comercio y Turismo y con la cofinanciación del Fondo Social Europeo, ha impulsado los negocios de más de 52.000 nuevos emprendedores en España y fundado una Red Nacional de 50 Espacios Coworking en distintas ciudades del país.

www.eoi.es // [@eoi](https://twitter.com/eoi) // www.facebook.com/eoi.edu // www.instagram.com/eoischool

Fuente [Comunicae](#)

Nicola Cerantola: Tenemos que empezar a preguntarnos si realmente necesitamos lo que vamos a comprar

original

/COMUNICAE/



http://es.eprensa.com/cgi-bin/view_digital_media.cgi?subclient_id=4630&comps_id=185948457**¡AQUÍ PARTICIPAMOS!**Para más información www.ewwr.eu

En la Semana Europea de la Prevención de Residuos, este profesor de EOI, experto en diseño, emprendimiento y economía circular, propone un cambio de perspectiva para avanzar hacia una sociedad más sostenible y feliz. En su opinión, al hablar de prevención la atención se centra en la reducción de desperdicios en la producción o el empaquetado, pero “pocas veces nos preguntamos por qué ese producto se fabricó, se comercializó y se adquirió”

Del 17 al 25 de noviembre se celebra la **Semana Europea de la Prevención de Residuos (European Week for Waste Reduction, EWWR)**. Promovida por diferentes agencias y organismos de la Unión Europea y de los Estados miembro, esta iniciativa tiene como objetivo concienciar a la sociedad de la necesidad de reducir el volumen de residuos a través de su prevención, de la reutilización de productos y del reciclaje de materiales.

Pero ¿a que se refieren cuándo se habla de prevención? “Cuando lo aplicamos a nuestro modo de vida, al tema de la sostenibilidad o la salud, quizás nos referimos a una prevención incorrecta”, asegura **Nicola Cerantola**, profesor de **EOI (Escuela de Organización Industrial)** y experto en ecodiseño, ecoemprendimiento y economía circular.

“El concepto de ‘prevenir’ es como las matrioskas, aquellas muñecas rusas que tienen otras muñequitas dentro cada vez más pequeñas: siempre hay un nivel más profundo que mirar, un nivel de prevención anterior”, explica **Cerantola**.

Según este experto, al hablar de prevención de residuos la atención se centra en el proceso de extracción de recursos, fabricación y embalaje del producto. Sin embargo, “pocas veces nos preguntamos por qué ese producto se fabricó, se comercializó y se compró. Esa quizás debería ser la primera pieza del juego, nuestro ‘prevenir’ más efectivo”, subraya.

“Si de verdad queremos caminar hacia un mundo más sostenible, tendremos que empezar a mirar no sólo en las entrañas del sistema productivo o del producto a través del ecodiseño y la economía circular: tendremos que preguntarnos sobre las necesidades verdaderas de los consumidores para ayudarles a decidir si el producto es realmente necesario o no, desde nuevas perspectivas más responsables e inteligentes”, concluye **Nicola Cerantola**. “Quizá esa sea la primera matrioska que tendremos que buscar para que nos lleve hacia una sociedad menos consumista, sostenible en el tiempo y, sobre todo, más feliz”.

Acerca de EOI

La Escuela de Organización Industrial (EOI) es la primera escuela de negocios fundada en España (1955). En sus 63 años de historia han pasado por sus aulas más de 84.500 directivos y gestores empresariales especializados en liderazgo, internacionalización y

http://es.eprensa.com/cgi-bin/view_digital_media.cgi?subclient_id=4630&comps_id=185948457

sostenibilidad.

Como fundación pública adscrita al Ministerio de Industria, Comercio y Turismo y con la cofinanciación del Fondo Social Europeo, ha impulsado los negocios de más de 52.000 nuevos emprendedores en España y fundado una Red Nacional de 50 Espacios Coworking en distintas ciudades del país.

www.eoi.es // [@eoi](https://twitter.com/eoi) // www.facebook.com/eoi.edu // www.instagram.com/eoischool

Fuente [Comunicae](#)

[Ir a la fuente](#)

Author:

Nicola Cerantola: "Tenemos que empezar a preguntarnos si realmente necesitamos lo que vamos a comprar" - Noticias de Palencia

admin • original

/COMUNICAE/



http://es.eprensa.com/cgi-bin/view_digital_media.cgi?subclient_id=4630&comps_id=185948684



¡AQUÍ PARTICIPAMOS!

Para más información www.ewwr.eu



En la Semana Europea de la Prevención de Residuos, este profesor de EOI, experto en diseño, emprendimiento y economía circular, propone un cambio de perspectiva para avanzar hacia una sociedad más sostenible y feliz. En su opinión, al hablar de prevención la atención se centra en la reducción de desperdicios en la producción o el empaquetado, pero "pocas veces nos preguntamos por qué ese producto se fabricó, se comercializó y se adquirió"

Del 17 al 25 de noviembre se celebra la **Semana Europea de la Prevención de Residuos (European Week for Waste Reduction, EWWR)**. Promovida por diferentes agencias y organismos de la Unión Europea y de los Estados miembro, esta iniciativa tiene como objetivo concienciar a la sociedad de la necesidad de reducir el volumen de residuos a través de su prevención, de la reutilización de productos y del reciclaje de materiales.

Pero ¿a que se refieren cuándo se habla de prevención? "Cuando lo aplicamos a nuestro modo de vida, al tema de la sostenibilidad o la salud, quizás nos referimos a una prevención incorrecta", asegura **Nicola Cerantola**, profesor de **EOI (Escuela de Organización Industrial)** y experto en ecodiseño, ecoemprendimiento y economía circular.

"El concepto de 'prevenir' es como las matrioskas, aquellas muñecas rusas que tienen otras muñequitas dentro cada vez más pequeñas: siempre hay un nivel más profundo que mirar, un nivel de prevención anterior", explica **Cerantola**.

Según este experto, al hablar de prevención de residuos la atención se centra en el proceso de extracción de recursos, fabricación y embalaje del producto. Sin embargo, "pocas veces nos preguntamos por qué ese producto se fabricó, se comercializó y se compró. Esa quizás debería ser la primera pieza del juego, nuestro 'prevenir' más efectivo", subraya.

"Si de verdad queremos caminar hacia un mundo más sostenible, tendremos que empezar a mirar no sólo en las entrañas del sistema productivo o del producto a través del ecodiseño y la economía circular: tendremos que preguntarnos sobre las necesidades verdaderas de los consumidores para ayudarles a decidir si el producto es realmente necesario o no, desde nuevas perspectivas más responsables e inteligentes", concluye **Nicola Cerantola**. "Quizá esa sea la primera matrioska que tendremos que buscar para que nos lleve hacia una sociedad menos consumista, sostenible en el tiempo y, sobre todo, más feliz".

Acerca de EOI

La Escuela de Organización Industrial (EOI) es la primera escuela de negocios fundada en España (1955). En sus 63 años de historia han pasado por sus aulas más de 84.500 directivos y gestores empresariales especializados en liderazgo, internacionalización y

http://es.eprensa.com/cgi-bin/view_digital_media.cgi?subclient_id=4630&comps_id=185948684

sostenibilidad.

Como fundación pública adscrita al Ministerio de Industria, Comercio y Turismo y con la cofinanciación del Fondo Social Europeo, ha impulsado los negocios de más de 52.000 nuevos emprendedores en España y fundado una Red Nacional de 50 Espacios Coworking en distintas ciudades del país.

Fuente [Comunicae](#)

.

Nicola Cerantola: Tenemos que empezar a preguntarnos si realmente necesitamos lo que vamos a comprar

original



Del 17 al 25 de noviembre se celebra la **Semana Europea de la Prevención de Residuos (European Week for Waste Reduction, EWWR)**. Promovida por diferentes agencias y organismos de la Unión Europea y de los Estados miembro, esta iniciativa tiene como objetivo concienciar a la sociedad de la necesidad de reducir el volumen de residuos a través de su prevención, de la reutilización de productos y del reciclaje de materiales.

Pero ¿a que se refieren cuándo se habla de prevención? “Cuando lo aplicamos a nuestro modo de vida, al tema de la sostenibilidad o la salud, quizás nos referimos a una prevención incorrecta”, asegura **Nicola Cerantola**, profesor de **EOI (Escuela de Organización Industrial)** y experto en ecodiseño, ecoemprendimiento y economía circular.

“El concepto de ‘prevenir’ es como las matrioskas, aquellas muñecas rusas que tienen otras muñequitas dentro cada vez más pequeñas: siempre hay un nivel más profundo que mirar, un nivel de prevención anterior”, explica **Cerantola**.

Según este experto, al hablar de prevención de residuos la atención se centra en el proceso de extracción de recursos, fabricación y embalaje del producto. Sin embargo, “pocas veces nos preguntamos por qué ese producto se fabricó, se comercializó y se compró. Esa quizás debería ser la primera pieza del juego, nuestro ‘prevenir’ más efectivo”, subraya.

“Si de verdad queremos caminar hacia un mundo más sostenible, tendremos que empezar a mirar no sólo en las entrañas del sistema productivo o del producto a través

http://es.eprensa.com/cgi-bin/view_digital_media.cgi?subclient_id=4630&comps_id=185948734

del ecodiseño y la economía circular: tendremos que preguntarnos sobre las necesidades verdaderas de los consumidores para ayudarles a decidir si el producto es realmente necesario o no, desde nuevas perspectivas más responsables e inteligentes”, concluye **Nicola Cerantola**. “Quizá esa sea la primera matrioska que tendremos que buscar para que nos lleve hacia una sociedad menos consumista, sostenible en el tiempo y, sobre todo, más feliz”.

Acerca de EOI

La Escuela de Organización Industrial (EOI) es la primera escuela de negocios fundada en España (1955). En sus 63 años de historia han pasado por sus aulas más de 84.500 directivos y gestores empresariales especializados en liderazgo, internacionalización y sostenibilidad.

Como fundación pública adscrita al Ministerio de Industria, Comercio y Turismo y con la cofinanciación del Fondo Social Europeo, ha impulsado los negocios de más de 52.000 nuevos emprendedores en España y fundado una Red Nacional de 50 Espacios Coworking en distintas ciudades del país.

www.eoi.es // [@eoi](https://twitter.com/eoi) // www.facebook.com/eoi.edu // www.instagram.com/eoischool

Noticia **Nicola Cerantola**: “Tenemos que empezar a preguntarnos si realmente necesitamos lo que vamos a comprar” publicada en comunicae.es



http://es.eprensa.com/cgi-bin/view_digital_media.cgi?subclient_id=4630&comps_id=185948901

Nicola Cerantola: Tenemos que empezar a preguntarnos si realmente necesitamos lo que vamos a comprar

original

/COMUNICAE/



http://es.eprensa.com/cgi-bin/view_digital_media.cgi?subclient_id=4630&comps_id=185948901



¡AQUÍ PARTICIPAMOS!

Para más información www.ewwr.eu



En la Semana Europea de la Prevención de Residuos, este profesor de EOI, experto en diseño, emprendimiento y economía circular, propone un cambio de perspectiva para avanzar hacia una sociedad más sostenible y feliz. En su opinión, al hablar de prevención la atención se centra en la reducción de desperdicios en la producción o el empaquetado, pero “pocas veces nos preguntamos por qué ese producto se fabricó, se comercializó y se adquirió”

Del 17 al 25 de noviembre se celebra la **Semana Europea de la Prevención de Residuos (European Week for Waste Reduction, EWWR)**. Promovida por diferentes agencias y organismos de la Unión Europea y de los Estados miembro, esta iniciativa tiene como objetivo concienciar a la sociedad de la necesidad de reducir el volumen de residuos a través de su prevención, de la reutilización de productos y del reciclaje de materiales.

Pero ¿a que se refieren cuándo se habla de prevención? “Cuando lo aplicamos a nuestro modo de vida, al tema de la sostenibilidad o la salud, quizás nos referimos a una prevención incorrecta”, asegura **Nicola Cerantola**, profesor de **EOI (Escuela de Organización Industrial)** y experto en ecodiseño, ecoemprendimiento y economía circular.

“El concepto de ‘prevenir’ es como las matrioskas, aquellas muñecas rusas que tienen otras muñequitas dentro cada vez más pequeñas: siempre hay un nivel más profundo que mirar, un nivel de prevención anterior”, explica **Cerantola**.

Según este experto, al hablar de prevención de residuos la atención se centra en el proceso de extracción de recursos, fabricación y embalaje del producto. Sin embargo, “pocas veces nos preguntamos por qué ese producto se fabricó, se comercializó y se compró. Esa quizás debería ser la primera pieza del juego, nuestro ‘prevenir’ más efectivo”, subraya.

“Si de verdad queremos caminar hacia un mundo más sostenible, tendremos que empezar a mirar no sólo en las entrañas del sistema productivo o del producto a través del ecodiseño y la economía circular: tendremos que preguntarnos sobre las necesidades verdaderas de los consumidores para ayudarles a decidir si el producto es realmente necesario o no, desde nuevas perspectivas más responsables e inteligentes”, concluye **Nicola Cerantola**. “Quizá esa sea la primera matrioska que tendremos que buscar para que nos lleve hacia una sociedad menos consumista, sostenible en el tiempo y, sobre todo, más feliz”.

Acerca de EOI

La Escuela de Organización Industrial (EOI) es la primera escuela de negocios fundada en España (1955). En sus 63 años de historia han pasado por sus aulas más de 84.500 directivos y gestores empresariales especializados en liderazgo, internacionalización y

http://es.eprensa.com/cgi-bin/view_digital_media.cgi?subclient_id=4630&comps_id=185948901

sostenibilidad.

Como fundación pública adscrita al Ministerio de Industria, Comercio y Turismo y con la cofinanciación del Fondo Social Europeo, ha impulsado los negocios de más de 52.000 nuevos emprendedores en España y fundado una Red Nacional de 50 Espacios Coworking en distintas ciudades del país.

www.eoi.es // [@eoi](https://twitter.com/eoi) // www.facebook.com/eoi.edu // www.instagram.com/eoischool

Fuente [Comunicae](#)

http://es.eprensa.com/cgi-bin/view_digital_media.cgi?subclient_id=4630&comps_id=185949330

Nicola Cerantola: Tenemos que empezar a preguntarnos si realmente necesitamos lo que vamos a comprar

Redacción • [original](#)



/COMUNICAE/



http://es.eprensa.com/cgi-bin/view_digital_media.cgi?subclient_id=4630&comps_id=185949330



En la Semana Europea de la Prevención de Residuos, este profesor de EOI, experto en diseño, emprendimiento y economía circular, propone un cambio de perspectiva para avanzar hacia una sociedad más sostenible y feliz. En su opinión, al hablar de prevención la atención se centra en la reducción de desperdicios en la producción o el empaquetado, pero “pocas veces nos preguntamos por qué ese producto se fabricó, se comercializó y se adquirió”

Del 17 al 25 de noviembre se celebra la **Semana Europea de la Prevención de Residuos (European Week for Waste Reduction, EWWR)**. Promovida por diferentes agencias y organismos de la Unión Europea y de los Estados miembro, esta iniciativa tiene como objetivo concienciar a la sociedad de la necesidad de reducir el volumen de residuos a través de su prevención, de la reutilización de productos y del reciclaje de materiales.

Pero ¿a que se refieren cuándo se habla de prevención? “Cuando lo aplicamos a nuestro modo de vida, al tema de la sostenibilidad o la salud, quizás nos referimos a una prevención incorrecta”, asegura **Nicola Cerantola**, profesor de **EOI (Escuela de Organización Industrial)** y experto en ecodiseño, ecoemprendimiento y economía circular.

“El concepto de ‘prevenir’ es como las matrioskas, aquellas muñecas rusas que tienen otras

http://es.eprensa.com/cgi-bin/view_digital_media.cgi?subclient_id=4630&comps_id=185949330

muñequitas dentro cada vez más pequeñas: siempre hay un nivel más profundo que mirar, un nivel de prevención anterior”, explica **Cerantola**.

Según este experto, al hablar de prevención de residuos la atención se centra en el proceso de extracción de recursos, fabricación y embalaje del producto. Sin embargo, “pocas veces nos preguntamos por qué ese producto se fabricó, se comercializó y se compró. Esa quizás debería ser la primera pieza del juego, nuestro ‘prevenir’ más efectivo”, subraya.

“Si de verdad queremos caminar hacia un mundo más sostenible, tendremos que empezar a mirar no sólo en las entrañas del sistema productivo o del producto a través del ecodiseño y la economía circular: tendremos que preguntarnos sobre las necesidades verdaderas de los consumidores para ayudarles a decidir si el producto es realmente necesario o no, desde nuevas perspectivas más responsables e inteligentes”, concluye **Nicola Cerantola**. “Quizá esa sea la primera matrioska que tendremos que buscar para que nos lleve hacia una sociedad menos consumista, sostenible en el tiempo y, sobre todo, más feliz”.

Acerca de EOI

La Escuela de Organización Industrial (EOI) es la primera escuela de negocios fundada en España (1955). En sus 63 años de historia han pasado por sus aulas más de 84.500 directivos y gestores empresariales especializados en liderazgo, internacionalización y sostenibilidad.

Como fundación pública adscrita al Ministerio de Industria, Comercio y Turismo y con la cofinanciación del Fondo Social Europeo, ha impulsado los negocios de más de 52.000 nuevos emprendedores en España y fundado una Red Nacional de 50 Espacios Coworking en distintas ciudades del país.

www.eoi.es // [@eoi](https://twitter.com/eoi) // www.facebook.com/eoi.edu // www.instagram.com/eoischool

Fuente [Comunicae](#)

http://es.eprensa.com/cgi-bin/view_digital_media.cgi?subclient_id=4630&comps_id=185950056

Nicola Cerantola: Tenemos que empezar a preguntarnos si realmente necesitamos lo que vamos a comprar

admin • [original](#)



/COMUNICAE/



[Volver al índice](#)



En la Semana Europea de la Prevención de Residuos, este profesor de EOI, experto en diseño, emprendimiento y economía circular, propone un cambio de perspectiva para avanzar hacia una sociedad más sostenible y feliz. En su opinión, al hablar de prevención la atención se centra en la reducción de desperdicios en la producción o el empaquetado, pero “pocas veces nos preguntamos por qué ese producto se fabricó, se comercializó y se adquirió”

Del 17 al 25 de noviembre se celebra la **Semana Europea de la Prevención de Residuos (European Week for Waste Reduction, EWWR)**. Promovida por diferentes agencias y organismos de la Unión Europea y de los Estados miembro, esta iniciativa tiene como objetivo concienciar a la sociedad de la necesidad de reducir el volumen de residuos a través de su prevención, de la reutilización de productos y del reciclaje de materiales.

Pero ¿a que se refieren cuándo se habla de prevención? “Cuando lo aplicamos a nuestro modo de vida, al tema de la sostenibilidad o la salud, quizás nos referimos a una prevención incorrecta”, asegura **Nicola Cerantola**, profesor de **EOI (Escuela de Organización Industrial)** y experto en ecodiseño, ecoemprendimiento y economía circular.

“El concepto de ‘prevenir’ es como las matrioskas, aquellas muñecas rusas que tienen otras

http://es.eprensa.com/cgi-bin/view_digital_media.cgi?subclient_id=4630&comps_id=185950056

muñequitas dentro cada vez más pequeñas: siempre hay un nivel más profundo que mirar, un nivel de prevención anterior”, explica **Cerantola**.

Según este experto, al hablar de prevención de residuos la atención se centra en el proceso de extracción de recursos, fabricación y embalaje del producto. Sin embargo, “pocas veces nos preguntamos por qué ese producto se fabricó, se comercializó y se compró. Esa quizás debería ser la primera pieza del juego, nuestro ‘prevenir’ más efectivo”, subraya.

“Si de verdad queremos caminar hacia un mundo más sostenible, tendremos que empezar a mirar no sólo en las entrañas del sistema productivo o del producto a través del ecodiseño y la economía circular: tendremos que preguntarnos sobre las necesidades verdaderas de los consumidores para ayudarles a decidir si el producto es realmente necesario o no, desde nuevas perspectivas más responsables e inteligentes”, concluye **Nicola Cerantola**. “Quizá esa sea la primera matrioska que tendremos que buscar para que nos lleve hacia una sociedad menos consumista, sostenible en el tiempo y, sobre todo, más feliz”.

Acerca de EOI

La Escuela de Organización Industrial (EOI) es la primera escuela de negocios fundada en España (1955). En sus 63 años de historia han pasado por sus aulas más de 84.500 directivos y gestores empresariales especializados en liderazgo, internacionalización y sostenibilidad.

Como fundación pública adscrita al Ministerio de Industria, Comercio y Turismo y con la cofinanciación del Fondo Social Europeo, ha impulsado los negocios de más de 52.000 nuevos emprendedores en España y fundado una Red Nacional de 50 Espacios Coworking en distintas ciudades del país.

www.eoi.es // [@eoi](https://twitter.com/eoi) // www.facebook.com/eoi.edu // www.instagram.com/eoischool

Fuente [Comunicae](#)

Nicola Cerantola: Tenemos que empezar a preguntarnos si realmente necesitamos lo que vamos a comprar

original

/COMUNICAE/



http://es.eprensa.com/cgi-bin/view_digital_media.cgi?subclient_id=4630&comps_id=185950099

¡AQUI PARTICIPAMOS!

Para más información www.ewwr.eu


En la Semana Europea de la Prevención de Residuos, este profesor de EOI, experto en diseño, emprendimiento y economía circular, propone un cambio de perspectiva para avanzar hacia una sociedad más sostenible y feliz. En su opinión, al hablar de prevención la atención se centra en la reducción de desperdicios en la producción o el empaquetado, pero “pocas veces nos preguntamos por qué ese producto se fabricó, se comercializó y se adquirió”

Del 17 al 25 de noviembre se celebra la **Semana Europea de la Prevención de Residuos (European Week for Waste Reduction, EWWR)**. Promovida por diferentes agencias y organismos de la Unión Europea y de los Estados miembro, esta iniciativa tiene como objetivo concienciar a la sociedad de la necesidad de reducir el volumen de residuos a través de su prevención, de la reutilización de productos y del reciclaje de materiales.

Pero ¿a que se refieren cuándo se habla de prevención? “Cuando lo aplicamos a nuestro modo de vida, al tema de la sostenibilidad o la salud, quizás nos referimos a una prevención incorrecta”, asegura **Nicola Cerantola**, profesor de **EOI (Escuela de Organización Industrial)** y experto en ecodiseño, ecoemprendimiento y economía circular.

“El concepto de ‘prevenir’ es como las matrioskas, aquellas muñecas rusas que tienen otras muñequitas dentro cada vez más pequeñas: siempre hay un nivel más profundo que mirar, un nivel de prevención anterior”, explica **Cerantola**.

Según este experto, al hablar de prevención de residuos la atención se centra en el proceso de extracción de recursos, fabricación y embalaje del producto. Sin embargo, “pocas veces nos preguntamos por qué ese producto se fabricó, se comercializó y se compró. Esa quizás debería ser la primera pieza del juego, nuestro ‘prevenir’ más efectivo”, subraya.

“Si de verdad queremos caminar hacia un mundo más sostenible, tendremos que empezar a mirar no sólo en las entrañas del sistema productivo o del producto a través del ecodiseño y la economía circular: tendremos que preguntarnos sobre las necesidades verdaderas de los consumidores para ayudarles a decidir si el producto es realmente necesario o no, desde nuevas perspectivas más responsables e inteligentes”, concluye **Nicola Cerantola**. “Quizá esa sea la primera matrioska que tendremos que buscar para que nos lleve hacia una sociedad menos consumista, sostenible en el tiempo y, sobre todo, más feliz”.

Acerca de EOI

La Escuela de Organización Industrial (EOI) es la primera escuela de negocios fundada en España (1955). En sus 63 años de historia han pasado por sus aulas más de 84.500 directivos y gestores empresariales especializados en liderazgo, internacionalización y sostenibilidad.

Como fundación pública adscrita al Ministerio de Industria, Comercio y Turismo y con la cofinanciación del Fondo Social Europeo, ha impulsado los negocios de más de 52.000 nuevos emprendedores en España y fundado una Red Nacional de 50 Espacios Coworking en

http://es.eprensa.com/cgi-bin/view_digital_media.cgi?subclient_id=4630&comps_id=185950099

distintas ciudades del país.

www.eoi.es // [@eoi](https://twitter.com/eoi) // www.facebook.com/eoi.edu // www.instagram.com/eoischool

Fuente [Comunicae](#)

<https://www.hechosdehoy.com/empresas/1200135/nicola-cerantola-tenemos-que-empezar-a.html>

Nicola Cerantola: “Tenemos que empezar a preguntarnos si realmente necesitamos lo que vamos a comprar”

Comunicacae • original



<https://www.hechosdehoy.com/empresas/1200135/nicola-cerantola-tenemos-que-empezar-a.html>



¡AQUÍ PARTICIPAMOS!

Para más información www.ewwr.eu



Sociedad

En la Semana Europea de la Prevención de Residuos, este profesor de EOI, experto en diseño, emprendimiento y economía circular, propone un cambio de perspectiva para avanzar hacia una sociedad más sostenible y feliz. En su opinión, al hablar de prevención la atención se centra en la reducción de desperdicios en la producción o el empaquetado, pero "pocas veces nos preguntamos por qué ese producto se fabricó, se comercializó y se adquirió"

En la Semana Europea de la Prevención de Residuos, este profesor de EOI, experto en diseño, emprendimiento y economía circular, propone un cambio de perspectiva para avanzar hacia una sociedad más sostenible y feliz. En su opinión, al hablar de prevención la atención se centra en la reducción de desperdicios en la producción o el empaquetado, pero "pocas veces nos preguntamos por qué ese producto se fabricó, se comercializó y se adquirió"

Del 17 al 25 de noviembre se celebra la **Semana Europea de la Prevención de Residuos (European Week for Waste Reduction, EWWR)**. Promovida por diferentes agencias y organismos de la Unión Europea y de los Estados miembro, esta iniciativa tiene como objetivo concienciar a la sociedad de la necesidad de reducir el volumen de residuos a través de su prevención, de la reutilización de productos y del reciclaje de materiales.

Pero ¿a que se refieren cuándo se habla de prevención? "Cuando lo aplicamos a nuestro modo de vida, al tema de la sostenibilidad o la salud, quizás nos referimos a una prevención incorrecta", asegura **Nicola Cerantola**, profesor de **EOI (Escuela de Organización Industrial)** y experto en ecodiseño, ecoemprendimiento y economía circular.

"El concepto de 'prevenir' es como las matrioskas, aquellas muñecas rusas que tienen otras muñequitas dentro cada vez más pequeñas: siempre hay un nivel más profundo que mirar, un nivel de prevención anterior", explica **Cerantola**.

Según este experto, al hablar de prevención de residuos la atención se centra en el proceso de extracción de recursos, fabricación y embalaje del producto. Sin embargo, "pocas veces nos preguntamos por qué ese producto se fabricó, se comercializó y se compró. Esa quizás

<https://www.hechosdehoy.com/empresas/1200135/nicola-cerantola-tenemos-que-empezar-a.html>

debería ser la primera pieza del juego, nuestro ‘prevenir’ más efectivo”, subraya.

“Si de verdad queremos caminar hacia un mundo más sostenible, tendremos que empezar a mirar no sólo en las entrañas del sistema productivo o del producto a través del ecodiseño y la economía circular: tendremos que preguntarnos sobre las necesidades verdaderas de los consumidores para ayudarles a decidir si el producto es realmente necesario o no, desde nuevas perspectivas más responsables e inteligentes”, concluye **Nicola Cerantola**. “Quizá esa sea la primera matrioska que tendremos que buscar para que nos lleve hacia una sociedad menos consumista, sostenible en el tiempo y, sobre todo, más feliz”.

Acerca de EOI

La Escuela de Organización Industrial (EOI) es la primera escuela de negocios fundada en España (1955). En sus 63 años de historia han pasado por sus aulas más de 84.500 directivos y gestores empresariales especializados en liderazgo, internacionalización y sostenibilidad.

Como fundación pública adscrita al Ministerio de Industria, Comercio y Turismo y con la cofinanciación del Fondo Social Europeo, ha impulsado los negocios de más de 52.000 nuevos emprendedores en España y fundado una Red Nacional de 50 Espacios Coworking en distintas ciudades del país.

[Volver arriba](#)

Nicola Cerantola: Tenemos que empezar a preguntarnos si realmente necesitamos lo que vamos a comprar

original

/COMUNICAE/





¡AQUÍ PARTICIPAMOS!

Para más información www.ewwr.eu



En la Semana Europea de la Prevención de Residuos, este profesor de EOI, experto en diseño, emprendimiento y economía circular, propone un cambio de perspectiva para avanzar hacia una sociedad más sostenible y feliz. En su opinión, al hablar de prevención la atención se centra en la reducción de desperdicios en la producción o el empaquetado, pero “pocas veces nos preguntamos por qué ese producto se fabricó, se comercializó y se adquirió”

Del 17 al 25 de noviembre se celebra la **Semana Europea de la Prevención de Residuos (European Week for Waste Reduction, EWWR)**. Promovida por diferentes agencias y organismos de la Unión Europea y de los Estados miembro, esta iniciativa tiene como objetivo concienciar a la sociedad de la necesidad de reducir el volumen de residuos a través de su prevención, de la reutilización de productos y del reciclaje de materiales.

Pero ¿a que se refieren cuándo se habla de prevención? “Cuando lo aplicamos a nuestro modo de vida, al tema de la sostenibilidad o la salud, quizás nos referimos a una prevención incorrecta”, asegura **Nicola Cerantola**, profesor de **EOI (Escuela de Organización Industrial)** y experto en ecodiseño, ecoemprendimiento y economía circular.

“El concepto de ‘prevenir’ es como las matrioskas, aquellas muñecas rusas que tienen otras muñequitas dentro cada vez más pequeñas: siempre hay un nivel más profundo que mirar, un nivel de prevención anterior”, explica **Cerantola**.

Según este experto, al hablar de prevención de residuos la atención se centra en el proceso de extracción de recursos, fabricación y embalaje del producto. Sin embargo, “pocas veces nos preguntamos por qué ese producto se fabricó, se comercializó y se compró. Esa quizás debería ser la primera pieza del juego, nuestro ‘prevenir’ más efectivo”, subraya.

“Si de verdad queremos caminar hacia un mundo más sostenible, tendremos que empezar a mirar no sólo en las entrañas del sistema productivo o del producto a través del ecodiseño y la economía circular: tendremos que preguntarnos sobre las necesidades verdaderas de los consumidores para ayudarles a decidir si el producto es realmente necesario o no, desde nuevas perspectivas más responsables e inteligentes”, concluye **Nicola Cerantola**. “Quizá esa sea la primera matrioska que tendremos que buscar para que nos lleve hacia una sociedad menos consumista, sostenible en el tiempo y, sobre todo, más feliz”.

Acerca de EOI

La Escuela de Organización Industrial (EOI) es la primera escuela de negocios fundada en España (1955). En sus 63 años de historia han pasado por sus aulas más de 84.500 directivos y gestores empresariales especializados en liderazgo, internacionalización y

http://es.eprensa.com/cgi-bin/view_digital_media.cgi?subclient_id=4630&comps_id=185950364

sostenibilidad.

Como fundación pública adscrita al Ministerio de Industria, Comercio y Turismo y con la cofinanciación del Fondo Social Europeo, ha impulsado los negocios de más de 52.000 nuevos emprendedores en España y fundado una Red Nacional de 50 Espacios Coworking en distintas ciudades del país.

www.eoi.es // [@eoi](https://twitter.com/eoi) // www.facebook.com/eoi.edu // www.instagram.com/eoischool

Fuente [Comunicae](#)

<http://www.diario-abc.com/nota/17484/nicola-cerantola--tenemos-que-empezar-a-preguntarn.html>

Nicola Cerantola: "Tenemos que empezar a preguntarnos si realmente necesitamos lo que vamos a comprar"

original



Del 17 al 25 de noviembre se celebra la **Semana Europea de la Prevención de Residuos (European Week for Waste Reduction, EWWR)**. Promovida por diferentes agencias y organismos de la Unión Europea y de los Estados miembro, esta iniciativa tiene como objetivo concienciar a la sociedad de la necesidad de reducir el volumen de residuos a través de su prevención, de la reutilización de productos y del reciclaje de materiales.

Pero ¿a que se refieren cuándo se habla de prevención? “Cuando lo aplicamos a nuestro modo de vida, al tema de la sostenibilidad o la salud, quizás nos referimos a una prevención incorrecta”, asegura **Nicola Cerantola**, profesor de **EOI (Escuela de Organización Industrial)** y experto en ecodiseño, ecoemprendimiento y economía circular.

“El concepto de ‘prevenir’ es como las matrioskas, aquellas muñecas rusas que tienen otras muñequitas dentro cada vez más pequeñas: siempre hay un nivel más profundo que mirar, un nivel de prevención anterior”, explica **Cerantola**.

<http://www.diario-abc.com/nota/17484/nicola-cerantola--tenemos-que-empezar-a-preguntarn.html>

Según este experto, al hablar de prevención de residuos la atención se centra en el proceso de extracción de recursos, fabricación y embalaje del producto. Sin embargo, “pocas veces nos preguntamos por qué ese producto se fabricó, se comercializó y se compró. Esa quizás debería ser la primera pieza del juego, nuestro ‘prevenir’ más efectivo”, subraya.

“Si de verdad queremos caminar hacia un mundo más sostenible, tendremos que empezar a mirar no sólo en las entrañas del sistema productivo o del producto a través del ecodiseño y la economía circular: tendremos que preguntarnos sobre las necesidades verdaderas de los consumidores para ayudarles a decidir si el producto es realmente necesario o no, desde nuevas perspectivas más responsables e inteligentes”, concluye **Nicola Cerantola**. “Quizá esa sea la primera matrioska que tendremos que buscar para que nos lleve hacia una sociedad menos consumista, sostenible en el tiempo y, sobre todo, más feliz”.

Acerca de EOI

La Escuela de Organización Industrial (EOI) es la primera escuela de negocios fundada en España (1955). En sus 63 años de historia han pasado por sus aulas más de 84.500 directivos y gestores empresariales especializados en liderazgo, internacionalización y sostenibilidad.

Como fundación pública adscrita al Ministerio de Industria, Comercio y Turismo y con la cofinanciación del Fondo Social Europeo, ha impulsado los negocios de más de 52.000 nuevos emprendedores en España y fundado una Red Nacional de 50 Espacios Coworking en distintas ciudades del país.

www.eoi.es // [@eoi](https://twitter.com/eoi) // www.facebook.com/eoi.edu // www.instagram.com/eoischool

<http://www.diario-economia.com/nota/16991/nicola-cerantola--tenemos-que-empezar-a-preguntarn.html>

Nicola Cerantola: "Tenemos que empezar a preguntarnos si realmente necesitamos lo que vamos a comprar"

original



Del 17 al 25 de noviembre se celebra la **Semana Europea de la Prevención de Residuos (European Week for Waste Reduction, EWWR)**. Promovida por diferentes agencias y organismos de la Unión Europea y de los Estados miembro, esta iniciativa tiene como objetivo concienciar a la sociedad de la necesidad de reducir el volumen de residuos a través de su prevención, de la reutilización de productos y del reciclaje de materiales.

Pero ¿a que se refieren cuándo se habla de prevención? “Cuando lo aplicamos a nuestro modo de vida, al tema de la sostenibilidad o la salud, quizás nos referimos a una prevención incorrecta”, asegura **Nicola Cerantola**, profesor de **EOI (Escuela de Organización Industrial)** y experto en ecodiseño, ecoemprendimiento y economía circular.

“El concepto de ‘prevenir’ es como las matrioskas, aquellas muñecas rusas que tienen otras muñequitas dentro cada vez más pequeñas: siempre hay un nivel más profundo que mirar, un nivel de prevención anterior”, explica **Cerantola**.

Según este experto, al hablar de prevención de residuos la atención se centra en el proceso de extracción de recursos, fabricación y embalaje del producto. Sin embargo, “pocas veces nos preguntamos por qué ese producto se fabricó, se comercializó y se

<http://www.diario-economia.com/nota/16991/nicola-cerantola--tenemos-que-empezar-a-preguntarn.html>

compró. Esa quizás debería ser la primera pieza del juego, nuestro ‘prevenir’ más efectivo”, subraya.

“Si de verdad queremos caminar hacia un mundo más sostenible, tendremos que empezar a mirar no sólo en las entrañas del sistema productivo o del producto a través del ecodiseño y la economía circular: tendremos que preguntarnos sobre las necesidades verdaderas de los consumidores para ayudarles a decidir si el producto es realmente necesario o no, desde nuevas perspectivas más responsables e inteligentes”, concluye **Nicola Cerantola**. “Quizá esa sea la primera matrioska que tendremos que buscar para que nos lleve hacia una sociedad menos consumista, sostenible en el tiempo y, sobre todo, más feliz”.

Acerca de EOI

La Escuela de Organización Industrial (EOI) es la primera escuela de negocios fundada en España (1955). En sus 63 años de historia han pasado por sus aulas más de 84.500 directivos y gestores empresariales especializados en liderazgo, internacionalización y sostenibilidad.

Como fundación pública adscrita al Ministerio de Industria, Comercio y Turismo y con la cofinanciación del Fondo Social Europeo, ha impulsado los negocios de más de 52.000 nuevos emprendedores en España y fundado una Red Nacional de 50 Espacios Coworking en distintas ciudades del país.

www.eoi.es // [@eoi](https://twitter.com/eoi) // www.facebook.com/eoi.edu // www.instagram.com/eoischool

http://es.eprensa.com/cgi-bin/view_digital_media.cgi?subclient_id=4630&comps_id=185950808

Nicola Cerantola: Tenemos que empezar a preguntarnos si realmente necesitamos lo que vamos a comprar

Redacción • [original](#)

/COMUNICAE/



http://es.eprensa.com/cgi-bin/view_digital_media.cgi?subclient_id=4630&comps_id=185950808



¡AQUÍ PARTICIPAMOS!

Para más información www.ewwr.eu



En la Semana Europea de la Prevención de Residuos, este profesor de EOI, experto en diseño, emprendimiento y economía circular, propone un cambio de perspectiva para avanzar hacia una sociedad más sostenible y feliz. En su opinión, al hablar de prevención la atención se centra en la reducción de desperdicios en la producción o el empaquetado, pero “pocas veces nos preguntamos por qué ese producto se fabricó, se comercializó y se adquirió”

Del 17 al 25 de noviembre se celebra la **Semana Europea de la Prevención de Residuos (European Week for Waste Reduction, EWWR)**. Promovida por diferentes agencias y organismos de la Unión Europea y de los Estados miembro, esta iniciativa tiene como objetivo concienciar a la sociedad de la necesidad de reducir el volumen de residuos a través de su prevención, de la reutilización de productos y del reciclaje de materiales.

Pero ¿a que se refieren cuándo se habla de prevención? “Cuando lo aplicamos a nuestro modo de vida, al tema de la sostenibilidad o la salud, quizás nos referimos a una prevención incorrecta”, asegura **Nicola Cerantola**, profesor de **EOI (Escuela de Organización Industrial)** y experto en ecodiseño, ecoemprendimiento y economía circular.

“El concepto de ‘prevenir’ es como las matrioskas, aquellas muñecas rusas que tienen otras muñequitas dentro cada vez más pequeñas: siempre hay un nivel más profundo que mirar, un nivel de prevención anterior”, explica **Cerantola**.

Según este experto, al hablar de prevención de residuos la atención se centra en el proceso de extracción de recursos, fabricación y embalaje del producto. Sin embargo, “pocas veces nos preguntamos por qué ese producto se fabricó, se comercializó y se compró. Esa quizás debería ser la primera pieza del juego, nuestro ‘prevenir’ más efectivo”, subraya.

“Si de verdad queremos caminar hacia un mundo más sostenible, tendremos que empezar a mirar no sólo en las entrañas del sistema productivo o del producto a través del ecodiseño y la economía circular: tendremos que preguntarnos sobre las necesidades verdaderas de los consumidores para ayudarles a decidir si el producto es realmente necesario o no, desde nuevas perspectivas más responsables e inteligentes”, concluye **Nicola Cerantola**. “Quizá esa sea la primera matrioska que tendremos que buscar para que nos lleve hacia una sociedad menos consumista, sostenible en el tiempo y, sobre todo, más feliz”.

Acerca de EOI

La Escuela de Organización Industrial (EOI) es la primera escuela de negocios fundada en España (1955). En sus 63 años de historia han pasado por sus aulas más de 84.500 directivos y gestores empresariales especializados en liderazgo, internacionalización y

http://es.eprensa.com/cgi-bin/view_digital_media.cgi?subclient_id=4630&comps_id=185950808

sostenibilidad.

Como fundación pública adscrita al Ministerio de Industria, Comercio y Turismo y con la cofinanciación del Fondo Social Europeo, ha impulsado los negocios de más de 52.000 nuevos emprendedores en España y fundado una Red Nacional de 50 Espacios Coworking en distintas ciudades del país.

www.eoi.es // [@eoi](https://twitter.com/eoi) // www.facebook.com/eoi.edu // www.instagram.com/eoischool

Fuente [Comunicae](#)

Nicola Cerantola: Tenemos que empezar a preguntarnos si realmente necesitamos lo que vamos a comprar

original

/COMUNICAE/





¡AQUÍ PARTICIPAMOS!

Para más información www.ewwr.eu



En la Semana Europea de la Prevención de Residuos, este profesor de EOI, experto en diseño, emprendimiento y economía circular, propone un cambio de perspectiva para avanzar hacia una sociedad más sostenible y feliz. En su opinión, al hablar de prevención la atención se centra en la reducción de desperdicios en la producción o el empaquetado, pero “pocas veces nos preguntamos por qué ese producto se fabricó, se comercializó y se adquirió”

Del 17 al 25 de noviembre se celebra la **Semana Europea de la Prevención de Residuos (European Week for Waste Reduction, EWWR)**. Promovida por diferentes agencias y organismos de la Unión Europea y de los Estados miembro, esta iniciativa tiene como objetivo concienciar a la sociedad de la necesidad de reducir el volumen de residuos a través de su prevención, de la reutilización de productos y del reciclaje de materiales.

Pero ¿a que se refieren cuándo se habla de prevención? “Cuando lo aplicamos a nuestro modo de vida, al tema de la sostenibilidad o la salud, quizás nos referimos a una prevención incorrecta”, asegura **Nicola Cerantola**, profesor de **EOI (Escuela de Organización Industrial)** y experto en ecodiseño, ecoemprendimiento y economía circular.

“El concepto de ‘prevenir’ es como las matrioskas, aquellas muñecas rusas que tienen otras muñequitas dentro cada vez más pequeñas: siempre hay un nivel más profundo que mirar, un nivel de prevención anterior”, explica **Cerantola**.

Según este experto, al hablar de prevención de residuos la atención se centra en el proceso de extracción de recursos, fabricación y embalaje del producto. Sin embargo, “pocas veces nos preguntamos por qué ese producto se fabricó, se comercializó y se compró. Esa quizás debería ser la primera pieza del juego, nuestro ‘prevenir’ más efectivo”, subraya.

“Si de verdad queremos caminar hacia un mundo más sostenible, tendremos que empezar a mirar no sólo en las entrañas del sistema productivo o del producto a través del ecodiseño y la economía circular: tendremos que preguntarnos sobre las necesidades verdaderas de los consumidores para ayudarles a decidir si el producto es realmente necesario o no, desde nuevas perspectivas más responsables e inteligentes”, concluye **Nicola Cerantola**. “Quizá esa sea la primera matrioska que tendremos que buscar para que nos lleve hacia una sociedad menos consumista, sostenible en el tiempo y, sobre todo, más feliz”.

Acerca de EOI

La Escuela de Organización Industrial (EOI) es la primera escuela de negocios fundada en España (1955). En sus 63 años de historia han pasado por sus aulas más de 84.500 directivos y gestores empresariales especializados en liderazgo, internacionalización y

http://es.eprensa.com/cgi-bin/view_digital_media.cgi?subclient_id=4630&comps_id=185953035

sostenibilidad.

Como fundación pública adscrita al Ministerio de Industria, Comercio y Turismo y con la cofinanciación del Fondo Social Europeo, ha impulsado los negocios de más de 52.000 nuevos emprendedores en España y fundado una Red Nacional de 50 Espacios Coworking en distintas ciudades del país.

www.eoi.es // [@eoi](https://twitter.com/eoi) // www.facebook.com/eoi.edu // www.instagram.com/eoischool

Nicola Cerantola: Tenemos que empezar a preguntarnos si realmente necesitamos lo que vamos a comprar

admin • original

/COMUNICAE/



http://es.eprensa.com/cgi-bin/view_digital_media.cgi?subclient_id=4630&comps_id=185954113



¡AQUÍ PARTICIPAMOS!

Para más información www.ewwr.eu



En la Semana Europea de la Prevención de Residuos, este profesor de EOI, experto en diseño, emprendimiento y economía circular, propone un cambio de perspectiva para avanzar hacia una sociedad más sostenible y feliz. En su opinión, al hablar de prevención la atención se centra en la reducción de desperdicios en la producción o el empaquetado, pero “pocas veces nos preguntamos por qué ese producto se fabricó, se comercializó y se adquirió”

Del 17 al 25 de noviembre se celebra la **Semana Europea de la Prevención de Residuos (European Week for Waste Reduction, EWWR)**. Promovida por diferentes agencias y organismos de la Unión Europea y de los Estados miembro, esta iniciativa tiene como objetivo concienciar a la sociedad de la necesidad de reducir el volumen de residuos a través de su prevención, de la reutilización de productos y del reciclaje de materiales.

Pero ¿a que se refieren cuándo se habla de prevención? “Cuando lo aplicamos a nuestro modo de vida, al tema de la sostenibilidad o la salud, quizás nos referimos a una prevención incorrecta”, asegura **Nicola Cerantola**, profesor de **EOI (Escuela de Organización Industrial)** y experto en ecodiseño, ecoemprendimiento y economía circular.

“El concepto de ‘prevenir’ es como las matrioskas, aquellas muñecas rusas que tienen otras muñequitas dentro cada vez más pequeñas: siempre hay un nivel más profundo que mirar, un nivel de prevención anterior”, explica **Cerantola**.

Según este experto, al hablar de prevención de residuos la atención se centra en el proceso de extracción de recursos, fabricación y embalaje del producto. Sin embargo, “pocas veces nos preguntamos por qué ese producto se fabricó, se comercializó y se compró. Esa quizás debería ser la primera pieza del juego, nuestro ‘prevenir’ más efectivo”, subraya.

“Si de verdad queremos caminar hacia un mundo más sostenible, tendremos que empezar a mirar no sólo en las entrañas del sistema productivo o del producto a través del ecodiseño y la economía circular: tendremos que preguntarnos sobre las necesidades verdaderas de los consumidores para ayudarles a decidir si el producto es realmente necesario o no, desde nuevas perspectivas más responsables e inteligentes”, concluye **Nicola Cerantola**. “Quizá esa sea la primera matrioska que tendremos que buscar para que nos lleve hacia una sociedad menos consumista, sostenible en el tiempo y, sobre todo, más feliz”.

Acerca de EOI

La Escuela de Organización Industrial (EOI) es la primera escuela de negocios fundada en España (1955). En sus 63 años de historia han pasado por sus aulas más de 84.500 directivos y gestores empresariales especializados en liderazgo, internacionalización y

http://es.eprensa.com/cgi-bin/view_digital_media.cgi?subclient_id=4630&comps_id=185954113

sostenibilidad.

Como fundación pública adscrita al Ministerio de Industria, Comercio y Turismo y con la cofinanciación del Fondo Social Europeo, ha impulsado los negocios de más de 52.000 nuevos emprendedores en España y fundado una Red Nacional de 50 Espacios Coworking en distintas ciudades del país.

www.eoi.es // [@eoi](https://twitter.com/eoi) // www.facebook.com/eoi.edu // www.instagram.com/eoischool

Fuente [Comunicae](#)

Nicola Cerantola: Tenemos que empezar a preguntarnos si realmente necesitamos lo que vamos a comprar

original

/COMUNICAE/



http://es.eprensa.com/cgi-bin/view_digital_media.cgi?subclient_id=4630&comps_id=185954337**¡AQUÍ PARTICIPAMOS!**Para más información www.ewwr.eu

En la Semana Europea de la Prevención de Residuos, este profesor de EOI, experto en diseño, emprendimiento y economía circular, propone un cambio de perspectiva para avanzar hacia una sociedad más sostenible y feliz. En su opinión, al hablar de prevención la atención se centra en la reducción de desperdicios en la producción o el empaquetado, pero “pocas veces nos preguntamos por qué ese producto se fabricó, se comercializó y se adquirió”

Del 17 al 25 de noviembre se celebra la **Semana Europea de la Prevención de Residuos (European Week for Waste Reduction, EWWR)**. Promovida por diferentes agencias y organismos de la Unión Europea y de los Estados miembro, esta iniciativa tiene como objetivo concienciar a la sociedad de la necesidad de reducir el volumen de residuos a través de su prevención, de la reutilización de productos y del reciclaje de materiales.

Pero ¿a que se refieren cuándo se habla de prevención? “Cuando lo aplicamos a nuestro modo de vida, al tema de la sostenibilidad o la salud, quizás nos referimos a una prevención incorrecta”, asegura **Nicola Cerantola**, profesor de **EOI (Escuela de Organización Industrial)** y experto en ecodiseño, ecoemprendimiento y economía circular.

“El concepto de ‘prevenir’ es como las matrioskas, aquellas muñecas rusas que tienen otras muñequitas dentro cada vez más pequeñas: siempre hay un nivel más profundo que mirar, un nivel de prevención anterior”, explica **Cerantola**.

Según este experto, al hablar de prevención de residuos la atención se centra en el proceso de extracción de recursos, fabricación y embalaje del producto. Sin embargo, “pocas veces nos preguntamos por qué ese producto se fabricó, se comercializó y se compró. Esa quizás debería ser la primera pieza del juego, nuestro ‘prevenir’ más efectivo”, subraya.

“Si de verdad queremos caminar hacia un mundo más sostenible, tendremos que empezar a mirar no sólo en las entrañas del sistema productivo o del producto a través del ecodiseño y la economía circular: tendremos que preguntarnos sobre las necesidades verdaderas de los consumidores para ayudarles a decidir si el producto es realmente necesario o no, desde nuevas perspectivas más responsables e inteligentes”, concluye **Nicola Cerantola**. “Quizá esa sea la primera matrioska que tendremos que buscar para que nos lleve hacia una sociedad menos consumista, sostenible en el tiempo y, sobre todo, más feliz”.

Acerca de EOI

La Escuela de Organización Industrial (EOI) es la primera escuela de negocios fundada en España (1955). En sus 63 años de historia han pasado por sus aulas más de 84.500 directivos y gestores empresariales especializados en liderazgo, internacionalización y

http://es.eprensa.com/cgi-bin/view_digital_media.cgi?subclient_id=4630&comps_id=185954337

sostenibilidad.

Como fundación pública adscrita al Ministerio de Industria, Comercio y Turismo y con la cofinanciación del Fondo Social Europeo, ha impulsado los negocios de más de 52.000 nuevos emprendedores en España y fundado una Red Nacional de 50 Espacios Coworking en distintas ciudades del país.

www.eoi.es // [@eoi](https://twitter.com/eoi) // www.facebook.com/eoi.edu // www.instagram.com/eoischool

Fuente [Comunicae](#)

Nicola Cerantola: Tenemos que empezar a preguntarnos si realmente necesitamos lo que vamos a comprar

original

/COMUNICAE/



http://es.eprensa.com/cgi-bin/view_digital_media.cgi?subclient_id=4630&comps_id=185959906



¡AQUÍ PARTICIPAMOS!

Para más información www.ewwr.eu



En la Semana Europea de la Prevención de Residuos, este profesor de EOI, experto en diseño, emprendimiento y economía circular, propone un cambio de perspectiva para avanzar hacia una sociedad más sostenible y feliz. En su opinión, al hablar de prevención la atención se centra en la reducción de desperdicios en la producción o el empaquetado, pero “pocas veces nos preguntamos por qué ese producto se fabricó, se comercializó y se adquirió”

Del 17 al 25 de noviembre se celebra la **Semana Europea de la Prevención de Residuos (European Week for Waste Reduction, EWWR)**. Promovida por diferentes agencias y organismos de la Unión Europea y de los Estados miembro, esta iniciativa tiene como objetivo concienciar a la sociedad de la necesidad de reducir el volumen de residuos a través de su prevención, de la reutilización de productos y del reciclaje de materiales.

Pero ¿a que se refieren cuándo se habla de prevención? “Cuando lo aplicamos a nuestro modo de vida, al tema de la sostenibilidad o la salud, quizás nos referimos a una prevención incorrecta”, asegura **Nicola Cerantola**, profesor de **EOI (Escuela de Organización Industrial)** y experto en ecodiseño, ecoemprendimiento y economía circular.

“El concepto de ‘prevenir’ es como las matrioskas, aquellas muñecas rusas que tienen otras muñequitas dentro cada vez más pequeñas: siempre hay un nivel más profundo que mirar, un nivel de prevención anterior”, explica **Cerantola**.

Según este experto, al hablar de prevención de residuos la atención se centra en el proceso de extracción de recursos, fabricación y embalaje del producto. Sin embargo, “pocas veces nos preguntamos por qué ese producto se fabricó, se comercializó y se compró. Esa quizás debería ser la primera pieza del juego, nuestro ‘prevenir’ más efectivo”, subraya.

“Si de verdad queremos caminar hacia un mundo más sostenible, tendremos que empezar a mirar no sólo en las entrañas del sistema productivo o del producto a través del ecodiseño y la economía circular: tendremos que preguntarnos sobre las necesidades verdaderas de los consumidores para ayudarles a decidir si el producto es realmente necesario o no, desde nuevas perspectivas más responsables e inteligentes”, concluye **Nicola Cerantola**. “Quizá esa sea la primera matrioska que tendremos que buscar para que nos lleve hacia una sociedad menos consumista, sostenible en el tiempo y, sobre todo, más feliz”.

Acerca de EOI

La Escuela de Organización Industrial (EOI) es la primera escuela de negocios fundada en España (1955). En sus 63 años de historia han pasado por sus aulas más de 84.500 directivos y gestores empresariales especializados en liderazgo, internacionalización y

http://es.eprensa.com/cgi-bin/view_digital_media.cgi?subclient_id=4630&comps_id=185959906

sostenibilidad.

Como fundación pública adscrita al Ministerio de Industria, Comercio y Turismo y con la cofinanciación del Fondo Social Europeo, ha impulsado los negocios de más de 52.000 nuevos emprendedores en España y fundado una Red Nacional de 50 Espacios Coworking en distintas ciudades del país.

www.eoi.es // [@eoi](https://twitter.com/eoi) // www.facebook.com/eoi.edu // www.instagram.com/eoischool

Fuente [Comunicae](#)

[Ir a la fuente](#)

Author:

Estudios de postgrado en consultoría

Julen • original



Hace tiempo que no escribo sobre consultoría. Habrá que retomar los buenos hábitos, ¿no? Un tema que siempre me ha llamado la atención es **la forma en la cual nos profesionalizamos quienes trabajamos en este sector**. ¿Tiene sentido realizar estudios específicos de consultoría? Como quiera que ancha es Castilla y uno está sometido a bombardeos inmisericordes de correo electrónico el otro día me llegó un programa de la Universidad de Salamanca: un título propio denominado “Máster en Consultoría y Coaching Ejecutivo” que se imparte online. Detrás está [doinGlobal](#), una entidad con [sede en Silicon Valley](#) y [oficinas también en México y Argentina](#). El correo me llegó de esta gente, no directamente de la universidad.

En la [presentación del máster que puedes consultar en la web de la Universidad de Salamanca](#) (sí, esa que este año celebra sus 800 años de historia), el listado de competencias que adquirirás si te inscribes es muy amplio. La web lo vende de esta forma: “es el primero y el único que se ofertó en la USAL en temas de consultoría y coaching ejecutivo y el único actualmente existente y del resto de títulos ofertados en España porque va dirigido a la formación de consultores y coach ejecutivo en aquellas personas que quieren desarrollar una actividad emprendedora o desarrollar consultoría para emprendimientos u organizaciones en general”.

Ya veis que no está muy redactado. Eso sí, que os quede claro que [la UNED tiene un Máster en Project Management y Consultoría de Empresas](#), [la Universitat Abat Oliva CEU uno en Consultoría Empresarial](#) o [la Asociación Española de Empresas de Consultoría junto con la Universidad Politécnica de Madrid tienen otro Máster en Consultoría en Gestión de empresas](#). Podríamos seguir porque hay más oferta. Más cerca me queda por ejemplo la oferta de la EOI con su [Máster Executive en Consultoría y Asesoramiento a Empresas](#). Será que el rollo “coach ejecutivo” marca la diferencia de la oferta de la Universidad de Salamanca. Vete tú a saber.

<http://blog.consultorartesano.com/2018/11/estudios-de-postgrado-en-consultoria.html>

¿Hace falta pasar por unos de estos programas para ganar calidad de servicio y ofrecer más garantías a quienes vayan a ser nuestros clientes? Mal no vendrá, eso seguro. Ya me gustaría ver qué hablan de deontología en esos programas. Bueno, si es que hablan de estas cosas. En el que citaba al principio de la Universidad de Salamanca el programa es el que os reproduzco aquí ([el pdf completo lo podéis descargar desde este enlace](#)).

PRIMER SEMESTRE (S1)			SEGUNDO SEMESTRE (S1)		
Asignatura	Tipo	ECTS	Asignatura	Tipo	ECTS
1. Introducción a la consultoría y coaching ejecutivo	Ob	5	7. Desarrollo de competencias como consultor	Ob	5
2. Organización de la consultoría. Emprendimiento de Consultoría.	Ob	5	8. Técnicas fundamentales para el consultor	Ob	5
3. La oferta de servicios de consultoría	Ob	5	9. Marco general de trabajo del coaching ejecutivo	Ob	5
4. Plan global del proyecto de consultoría	Ob	5	10. Herramientas claves de coaching ejecutivo	Ob	5
5. Gestión del proyecto de consultoría	Ob	5	11. Trabajo fin de master	Ob	10
6. Protocolos de consultoría. Consultoría en Emprendimiento	Ob	5			
Total ECTS		30	Total ECTS		30

Lo que comentaba respecto a la ética se aborda en el bloque 7, desarrollo de competencias como consultor. Ahí hay un punto en el programa que dice: *Profesionalidad y ética del consultor de empresa*. Por otra parte, como podéis comprobar, hay trabajo fin de máster, pero no hay prácticas.

Del programa del máster de la Universidad de Salamanca se deriva un enfoque evidente hacia el emprendimiento. Ahora bien, da la impresión de que es más “proporcionar consultoría en emprendimiento” que no “emprender en consultoría”. En cierto momento del programa se hace referencia a modelos de algunas de las grandes empresas de consultoría. Ya sabéis, las actuales [Big Four](#). O sea, lo que queda de las antiguas Big Eight, para que nos entendamos.

Bueno, no me voy a alargar. Voy a ver si retomo artículos sobre consultoría y reflexiono algo más sobre esto de la formación en consultoría. No me quiero olvidar de otros completamente diferentes como [el que anda impulsando Ángel Alba](#), por ejemplo. Ya iremos comentando.

Retomar el pasado para pensar el **futuro**



JAUN CARLOS MUÑOZ

Un momento de la intervención de Nieves Olivera en el acto de ayer.

● Más de 500 personas asistieron ayer al encuentro de antiguos alumnos de la Escuela de Organización Industrial

Diego J. Geniz

Retomar el pasado para pensar el futuro. Los antiguos alumnos de la Escuela de Organización Industrial (EOI) se reunieron ayer en un encuentro en el que se dieron cita 500 asistentes. El acto –conducido por la periodista Fátima Ramírez– tuvo lugar en el auditorio Box del antiguo Pabellón de Canadá, en la Isla de la Cartuja. Durante su desarrollo se dieron a conocer las distintas novedades de la escuela de negocio más antigua de España para el presente curso.

La primera en tomar la palabra fue la directora general de la EOI, Nieves Olivera, quien se congratuló de abrir un acto “repleto de público” y al que, además de los antiguos alumnos de la escuela, habían acudido los actuales estudiantes, profesores y empresarios. “Es la familia EOI”, resumió la principal representante de la entidad.

Entre los asistentes se encontraba Raúl Blanco, secretario general de Industria y de la Pequeña y Mediana Empresa (Pyme).

No pudo acudir, como otros años, el alcalde de Sevilla, Juan Espadas. Olivera lleva dos meses al frente de la dirección general de esta acreditada escuela, de la que destacó, entre otros aspectos, “el gran sentido de pertenencia” que tienen los antiguos alumnos.

La directora general subrayó que la EOI desarrolla actualmente 130 actividades en Andalucía,

Nieves Olivera, directora de la EOI, destacó el sentido de pertenencia a la entidad

de las cuales 80 se llevan a cabo en Sevilla. Olivera hizo hincapié en que uno de los fines de dicha entidad es “aportar valor añadido” a los distintos proyectos puestos en marcha por quienes han pasado por la escuela. Entre ellos se encuentra el Ciclo de Economía Digital en el que participan empresas sevillanas como Ybarra, Azvi o Aussa.

También mencionó los foros EOI y las diversas iniciativas puestas en marcha por antiguos alumnos, como el Club de la Energía o el Club de Ejecutivos EOI, “en la que se destaca el papel fundamental de la mujer en el empresariado”. Olivera animó a continuar presentando proyectos para “crecer”. “Esto es un paraguas que sirve de punto de encuentro y ayuda a avanzar en la carrera profesional”, apostilló.

Tras ella intervino Luis López, presidente del Club EOI, quien detalló los fines de esta agrupación: la formación continua para lograr la excelencia, resolver dudas o reorientar proyectos que se han quedado fuera del mercado y fomentar la reunión, lo que en términos empresariales se conoce actualmente como *networking*.

López añadió que este curso se han puesto en marcha 25 líneas de acción y que entre los proyectos a desarrollar, además de los mencionados por Olivera, se encuentra en marcha uno que se lleva a cabo para atender a los afectados por el monzón en la India el pasado verano. En concreto, en colaboración con la Asociación Siempre Adelante y Fondo MFJF, se trabaja en la recuperación de una escuela en Kerala. También se abrirá un Club EOI en República Dominicana.

Nicola Cerantola: Tenemos que empezar a preguntarnos si realmente necesitamos lo que vamos a comprar

original

/COMUNICAE/



http://es.eprensa.com/cgi-bin/view_digital_media.cgi?subclient_id=4630&comps_id=185980425**¡AQUÍ PARTICIPAMOS!**Para más información www.ewwr.eu

En la Semana Europea de la Prevención de Residuos, este profesor de EOI, experto en diseño, emprendimiento y economía circular, propone un cambio de perspectiva para avanzar hacia una sociedad más sostenible y feliz. En su opinión, al hablar de prevención la atención se centra en la reducción de desperdicios en la producción o el empaquetado, pero “pocas veces nos preguntamos por qué ese producto se fabricó, se comercializó y se adquirió”

Del 17 al 25 de noviembre se celebra la **Semana Europea de la Prevención de Residuos (European Week for Waste Reduction, EWWR)**. Promovida por diferentes agencias y organismos de la Unión Europea y de los Estados miembro, esta iniciativa tiene como objetivo concienciar a la sociedad de la necesidad de reducir el volumen de residuos a través de su prevención, de la reutilización de productos y del reciclaje de materiales.

Pero ¿a que se refieren cuándo se habla de prevención? “Cuando lo aplicamos a nuestro modo de vida, al tema de la sostenibilidad o la salud, quizás nos referimos a una prevención incorrecta”, asegura **Nicola Cerantola**, profesor de **EOI (Escuela de Organización Industrial)** y experto en ecodiseño, ecoemprendimiento y economía circular.

“El concepto de ‘prevenir’ es como las matrioskas, aquellas muñecas rusas que tienen otras muñequitas dentro cada vez más pequeñas: siempre hay un nivel más profundo que mirar, un nivel de prevención anterior”, explica **Cerantola**.

Según este experto, al hablar de prevención de residuos la atención se centra en el proceso de extracción de recursos, fabricación y embalaje del producto. Sin embargo, “pocas veces nos preguntamos por qué ese producto se fabricó, se comercializó y se compró. Esa quizás debería ser la primera pieza del juego, nuestro ‘prevenir’ más efectivo”, subraya.

“Si de verdad queremos caminar hacia un mundo más sostenible, tendremos que empezar a mirar no sólo en las entrañas del sistema productivo o del producto a través del ecodiseño y la economía circular: tendremos que preguntarnos sobre las necesidades verdaderas de los consumidores para ayudarles a decidir si el producto es realmente necesario o no, desde nuevas perspectivas más responsables e inteligentes”, concluye **Nicola Cerantola**. “Quizá esa sea la primera matrioska que tendremos que buscar para que nos lleve hacia una sociedad menos consumista, sostenible en el tiempo y, sobre todo, más feliz”.

Acerca de EOI

La Escuela de Organización Industrial (EOI) es la primera escuela de negocios fundada en España (1955). En sus 63 años de historia han pasado por sus aulas más de 84.500 directivos y gestores empresariales especializados en liderazgo, internacionalización y

http://es.eprensa.com/cgi-bin/view_digital_media.cgi?subclient_id=4630&comps_id=185980425

sostenibilidad.

Como fundación pública adscrita al Ministerio de Industria, Comercio y Turismo y con la cofinanciación del Fondo Social Europeo, ha impulsado los negocios de más de 52.000 nuevos emprendedores en España y fundado una Red Nacional de 50 Espacios Coworking en distintas ciudades del país.

www.eoi.es // [@eoi](https://twitter.com/eoi) // www.facebook.com/eoi.edu // www.instagram.com/eoischool

Nicola Cerantola: Tenemos que empezar a preguntarnos si realmente necesitamos lo que vamos a comprar

original



Del 17 al 25 de noviembre se celebra la **Semana Europea de la Prevención de Residuos (European Week for Waste Reduction, EWWR)**. Promovida por diferentes agencias y organismos de la Unión Europea y de los Estados miembro, esta iniciativa tiene como objetivo concienciar a la sociedad de la necesidad de reducir el volumen de residuos a través de su prevención, de la reutilización de productos y del reciclaje de materiales.

Pero ¿a que se refieren cuándo se habla de prevención? “Cuando lo aplicamos a nuestro modo de vida, al tema de la sostenibilidad o la salud, quizás nos referimos a una prevención incorrecta”, asegura **Nicola Cerantola**, profesor de **EOI (Escuela de Organización Industrial)** y experto en ecodiseño, ecoemprendimiento y economía circular.

“El concepto de ‘prevenir’ es como las matrioskas, aquellas muñecas rusas que tienen otras muñequitas dentro cada vez más pequeñas: siempre hay un nivel más profundo que mirar, un nivel de prevención anterior”, explica **Cerantola**.

Según este experto, al hablar de prevención de residuos la atención se centra en el proceso de extracción de recursos, fabricación y embalaje del producto. Sin embargo, “muchas veces nos

http://es.eprensa.com/cgi-bin/view_digital_media.cgi?subclient_id=4630&comps_id=185984770

de emisiones de CO2, reducción y optimización del producto en empaque, pocas veces nos preguntamos por qué ese producto se fabricó, se comercializó y se compró. Esa quizás debería ser la primera pieza del juego, nuestro 'prevenir' más efectivo", subraya.

"Si de verdad queremos caminar hacia un mundo más sostenible, tendremos que empezar a mirar no sólo en las entrañas del sistema productivo o del producto a través del ecodiseño y la economía circular: tendremos que preguntarnos sobre las necesidades verdaderas de los consumidores para ayudarles a decidir si el producto es realmente necesario o no, desde nuevas perspectivas más responsables e inteligentes", concluye **Nicola Cerantola**. "Quizá esa sea la primera matrioska que tendremos que buscar para que nos lleve hacia una sociedad menos consumista, sostenible en el tiempo y, sobre todo, más feliz".

Acerca de EOI

La Escuela de Organización Industrial (EOI) es la primera escuela de negocios fundada en España (1955). En sus 63 años de historia han pasado por sus aulas más de 84.500 directivos y gestores empresariales especializados en liderazgo, internacionalización y sostenibilidad.

Como fundación pública adscrita al Ministerio de Industria, Comercio y Turismo y con la cofinanciación del Fondo Social Europeo, ha impulsado los negocios de más de 52.000 nuevos emprendedores en España y fundado una Red Nacional de 50 Espacios Coworking en distintas ciudades del país.

www.eoi.es // [@eoi](https://twitter.com/eoi) // www.facebook.com/eoi.edu // www.instagram.com/eoischool

<http://www.finanzas.com/noticias/noticias-corporativas/20181122/nicola-cerantola-tenemos-empezar-3951110.html>

Nicola Cerantola: "Tenemos que empezar a preguntarnos si realmente necesitamos lo que vamos a comprar"

original

Recomendar 0

•

En la Semana Europea de la Prevención de Residuos, este profesor de EOI, experto en diseño, emprendimiento y economía circular, propone un cambio de perspectiva para avanzar hacia una sociedad más sostenible y feliz. En su opinión, al hablar de prevención la atención se centra en la reducción de desperdicios en la producción o el empaquetado, pero "pocas veces nos preguntamos por qué ese producto se fabricó, se comercializó y se adquirió"



<http://www.finanzas.com/noticias/noticias-corporativas/20181122/nicola-cerantola-tenemos-empezar-3951110.html>



En la Semana Europea de la Prevención de Residuos, este profesor de EOI, experto en diseño, emprendimiento y economía circular, propone un cambio de perspectiva para avanzar hacia una sociedad más sostenible y feliz. En su opinión, al hablar de prevención la atención se centra en la reducción de desperdicios en la producción o el empaquetado, pero "pocas veces nos preguntamos por qué ese producto se fabricó, se comercializó y se adquirió"

Del 17 al 25 de noviembre se celebra la **Semana Europea de la Prevención de Residuos (European Week for Waste Reduction, EWWR)**. Promovida por diferentes agencias y organismos de la Unión Europea y de los Estados miembro, esta iniciativa tiene como objetivo concienciar a la sociedad de la necesidad de reducir el volumen de residuos a través de su prevención, de la reutilización de productos y del reciclaje de materiales.

Pero ¿a que se refieren cuándo se habla de prevención? "Cuando lo aplicamos a nuestro modo de vida, al tema de la sostenibilidad o la salud, quizás nos referimos a una prevención incorrecta", asegura **Nicola Cerantola**, profesor de **EOI (Escuela de Organización Industrial)** y experto en ecodiseño, ecoemprendimiento y economía circular.

"El concepto de ¿prevenir? es como las matrioskas, aquellas muñecas rusas que tienen otras muñequitas dentro cada vez más pequeñas: siempre hay un nivel más profundo que mirar, un nivel de prevención anterior", explica **Cerantola**.

Según este experto, al hablar de prevención de residuos la atención se centra en el proceso de extracción de recursos, fabricación y embalaje del producto. Sin embargo, "pocas veces nos preguntamos por qué ese producto se fabricó, se comercializó y se compró. Esa quizás

<http://www.finanzas.com/noticias/noticias-corporativas/20181122/nicola-cerantola-tenemos-empezar-3951110.html>

debería ser la primera pieza del juego, nuestro "prevenir" más efectivo", subraya.

"Si de verdad queremos caminar hacia un mundo más sostenible, tendremos que empezar a mirar no sólo en las entrañas del sistema productivo o del producto a través del ecodiseño y la economía circular: tendremos que preguntarnos sobre las necesidades verdaderas de los consumidores para ayudarles a decidir si el producto es realmente necesario o no, desde nuevas perspectivas más responsables e inteligentes", concluye **Nicola Cerantola**. "Quizá esa sea la primera matrioska que tendremos que buscar para que nos lleve hacia una sociedad menos consumista, sostenible en el tiempo y, sobre todo, más feliz".

Acerca de EOI

La Escuela de Organización Industrial (EOI) es la primera escuela de negocios fundada en España (1955). En sus 63 años de historia han pasado por sus aulas más de 84.500 directivos y gestores empresariales especializados en liderazgo, internacionalización y sostenibilidad.

Como fundación pública adscrita al Ministerio de Industria, Comercio y Turismo y con la cofinanciación del Fondo Social Europeo, ha impulsado los negocios de más de 52.000 nuevos emprendedores en España y fundado una Red Nacional de 50 Espacios Coworking en distintas ciudades del país.

www.eoi.es // [@eoi](https://twitter.com/eoi) // www.facebook.com/eoi.edu // www.instagram.com/eoischool

http://www.lacomarcadepuertollano.com/diario/noticia/2018_11_23/24

CORREOS recibe en Andalucía el reconocimiento de la EOI

original



http://www.lacomarcadepuertollano.com/diario/noticia/2018_11_23/24



La compañía postal y de paquetería ha sido nombrada Socio de Honor del Club EOI

La Escuela de Organización Industrial (EOI) ha nombrado a CORREOS como Socio de Honor del Club EOI, junto a otras 10 empresas e instituciones que en 1993 firmaron el Convenio

http://www.lacomarcadepuertollano.com/diario/noticia/2018_11_23/24

para el establecimiento de EOI en Andalucía.

El reconocimiento tuvo lugar en el Auditorio Box de Sevilla, el día 22 de noviembre, durante su Encuentro Anual de Antiguos Alumnos, en el año en el que cumple 25 años en Andalucía.

Junto al Ministerio de Industria y la Consejería de Economía, firmaron el citado Convenio, además de CORREOS, empresas como Alcatel, Cruzcampo, Endesa, Enresa, Gas Andalucía, Outokumpu Copper, Red Eléctrica de España, Río Tinto Minera y Unión Española de Explosivos.

Los representantes de estas empresas se unen a una lista de Socios de Honor del Club EOI donde se encuentran, entre otros, José Luis García-Palacios (exPresidente Caja Rural del Sur), Javier González de Lara (Presidente de CEA- Confederación de Empresarios de Andalucía), José Joly (Presidente Grupo Joly), Francisco de la Torre (Alcalde de Málaga), Juan Espadas (Alcalde de Sevilla, exViceConsejero de Medio Ambiente), José Luis Manzanares Japón (Presidente de AYESA), Mariano Alonso (VP RRHH Airbus), Adolfo Borrero (ExPresidente ETICOM), Javier Díaz Gil (CEO Alestis Aerospace), etc.

El acto, con asistencia de más de 500 antiguos alumnos y presencia de destacados empresarios, contó con la participación de Raul Blanco, Secretario General de Industria y Pyme del Ministerio de Industria, Comercio y Turismo y Presidente de EOI, entre otros. En representación de CORREOS, acudió Juan Linares Linares, responsable del área Logística de la empresa postal y de paquetería en Andalucía, Ceuta y Melilla.

La Escuela de Organización Industrial (EOI), fundada en 1955, es la escuela de negocios decana en España y una de las más antiguas de Europa. Vinculada al Ministerio de Industria, Energía y Turismo, más de 80.000 antiguos alumnos han pasado por sus aulas en sus más de 60 años de historia.

Emprendedores a la caza de financiación

josé a. mas • original

Elche ha acogido esta mañana una nueva edición del **Business Market** organizada por el Ayuntamiento de Elche con el apoyo de numerosas entidades. Este evento sirve para poner en contacto a emprendedores con ideas empresariales con posibles inversores. La jornada ha contado con la presencia del edil de Promoción Económica, Héctor Díez, que ha destacado que se trata de un evento único de estas características organizado por la administración pública.

"En esta séptima edición contamos con una **docena de iniciativas** empresariales muy interesantes que estamos convencidos de que van a suscitar el interés de los inversores por lo que gracias al trabajo que hace ese comité organizador en el que está la Universidad Miguel Hernández, el CEEI, la Cámara de Comercio, la **EOI** Estamos consiguiendo que edición tras edición se traigan proyectos cada vez más maduros y que sean ideas de negocio con más posibilidades de tener éxito", ha señalado Héctor Díez.

El edil de Promoción Económica ha señalado que siempre ha costado mucho atraer a la parte inversora, pero que este año ha sido más fácil hacerlo. "Creemos que esto ha sido fruto del **repunte de la situación económica** y que cada vez conseguimos traer proyectos más interesantes", ha explicado Díez.

En la presente edición se han presentado un total de 26 proyectos de los que 12 han sido finalistas y se han dado a conocer esta mañana.

LUCE IT organiza su IX Workshop enfocado a organizaciones Data-driven

redacción • original



El prestigioso evento ha reunido a más de **40 responsables** de marketing, negocio y áreas digitales de empresas multinacionales de sectores como banca, seguros, retail, transporte, logística y medios de comunicación.

“En este evento **nos volcamos en nuestros invitados**, queremos aprender, conocer experiencias reales, y mostrar situaciones que os puedan valer y ayudar en vuestros retos diarios”, explica **Javier Durán**, CEO de la compañía Luce Innovative Technologies.

En el workshop, **Vicente de los Ríos**, CEO de Líderes y Digitales, y Director de los Programas Ejecutivos en Transformación Digital de la EOI, ha presentado los retos y oportunidades a los que se enfrentan empresas y profesionales para conseguir **aumentar en un 20% los ingresos y reducir en un 30 % los costes** que resultan de sus inversiones en marketing.

Entre los retos planteados, los asistentes han destacado, mediante una encuesta, como las mayores amenazas a las que se enfrentan en su transformación digital es la **falta de expertos con capacidades analíticas** y digitales avanzadas, y la presión de los players digitales con orientación data-driven.

Ha destacado la participación del **Grupo Piñero**, grupo turístico con posiciones de liderazgo en el segmento vacacional internacional, presente en toda la cadena de valor de la industria de viajes y que tiene a la digitalización como uno de los tres pilares estratégicos.

Dentro de su proyecto de digitalización presentó como utilizan la inteligencia artificial para ver más allá del dato, mostrando cómo ha desarrollado una estrategia de analítica productiva, que además de conseguir **multiplicar sus cifras de negocio**, les ha permitido **personalizar la experiencia de cliente multicanal** mejorando simultáneamente la

<http://www.notasdeprensa.es/1200096/luce-it-organiza-su-ix-workshop-enfocado-a>

efectividad y eficiencia.

Además, **Telium, Domo y Swrve**, socios tecnológicos de Luce Innovative Technologies, han presentado su visión sobre **cómo convertir un negocio en una organización data-driven** a partir de las experiencias en la integración de soluciones con sus clientes. Presentaron casos de activación automática del cliente digital para ofrecerle una experiencia personalizada multicanal, y cómo conseguir tener una visión cierta y rápida de los datos de la organización.

Para finalizar el evento, se ha mantenido un debate entre todos los asistentes, moderado por los colaboradores de **Luce Innovative Technologies** Jorge Martínez-Arroyo, Presidente de la Asociación DEC y Javier Cabezas, Director de Estrategia en el sector financiero, sobre cómo abordar los cambios necesarios para aprovechar **tecnología, talento y cultura** transformando las empresas en organizaciones data-driven que **cumplan sus objetivos comerciales y de satisfacción de clientes**.

“En el área de Luce **Customer Experience**, hemos comprobado que el verdadero valor está en el **conocimiento del cliente** digital individual, qué hace, cómo es, cómo reacciona en los distintos touchpoints. Pujemos por cookies que nos aporten valor, que nos den una visión de cómo interactúa el cliente en cada momento para ir un paso más allá sobrepasando sus expectativas y ganando su confianza, lo que nos garantizará la maximización de las ventas ” explica la Subdirectora General **Evelyn Weiss**.

Conocer Luce Innovative Technologies: www.luceit.com

<http://noticiasdeformacion.es/luce-it-organiza-su-ix-workshop-enfocado-a-organizaciones-data-driven/>

LUCE IT organiza su IX Workshop enfocado a organizaciones Data-driven

Notas de prensa en RSS • [original](#)



Luce Innovative Technologies, empresa internacional experta en desarrollar, integrar e implantar soluciones tecnológicas de marketing digital y big data, celebró el martes 20 de noviembre en Espacio Como de Madrid su IX Workshop bajo el lema “Organizaciones Data-driven: nuevos retos y oportunidades”



El prestigioso evento ha reunido a más de **40 responsables** de marketing, negocio y áreas digitales de empresas multinacionales de sectores como banca, seguros, retail, transporte, logística y medios de comunicación.

“En este evento **nos volcamos en nuestros invitados**, queremos aprender, conocer experiencias reales, y mostrar situaciones que os puedan valer y ayudar en vuestros retos diarios”, explica **Javier Durán**, CEO de la compañía Luce Innovative Technologies.

En el workshop, **Vicente de los Ríos**, CEO de Líderes y Digitales, y Director de los

<http://noticiasdeformacion.es/luce-it-organiza-su-ix-workshop-enfocado-a-organizaciones-data-driven/>

Programas Ejecutivos en Transformación Digital de la EOI, ha presentado los retos y oportunidades a los que se enfrentan empresas y profesionales para conseguir **aumentar en un 20% los ingresos y reducir en un 30 % los costes** que resultan de sus inversiones en marketing.

Entre los retos planteados, los asistentes han destacado, mediante una encuesta, como las mayores amenazas a las que se enfrentan en su transformación digital es la **falta de expertos con capacidades analíticas** y digitales avanzadas, y la presión de los players digitales con orientación data-driven.

Ha destacado la participación del **Grupo Piñero**, grupo turístico con posiciones de liderazgo en el segmento vacacional internacional, presente en toda la cadena de valor de la industria de viajes y que tiene a la digitalización como uno de los tres pilares estratégicos.

Dentro de su proyecto de digitalización presentó como utilizan la inteligencia artificial para ver más allá del dato, mostrando cómo ha desarrollado una estrategia de analítica productiva, que además de conseguir **multiplicar sus cifras de negocio**, les ha permitido **personalizar la experiencia de cliente multicanal** mejorando simultáneamente la efectividad y eficiencia.

Además, **Telium, Domo y Swrve**, socios tecnológicos de Luce Innovative Technologies, han presentado su visión sobre **cómo convertir un negocio en una organización data-driven** a partir de las experiencias en la integración de soluciones con sus clientes. Presentaron casos de activación automática del cliente digital para ofrecerle una experiencia personalizada multicanal, y cómo conseguir tener una visión cierta y rápida de los datos de la organización.

Para finalizar el evento, se ha mantenido un debate entre todos los asistentes, moderado por los colaboradores de **Luce Innovative Technologies** Jorge Martínez-Arroyo, Presidente de la Asociación DEC y Javier Cabezas, Director de Estrategia en el sector financiero, sobre cómo abordar los cambios necesarios para aprovechar **tecnología, talento y cultura** transformando las empresas en organizaciones data-driven que **cumplan sus objetivos comerciales y de satisfacción de clientes**.

“En el área de Luce **Customer Experience**, hemos comprobado que el verdadero valor está en el **conocimiento del cliente** digital individual, qué hace, cómo es, cómo reacciona en los distintos touchpoints. Pujemos por cookies que nos aporten valor, que nos den una visión de cómo interactúa el cliente en cada momento para ir un paso más allá sobrepasando sus expectativas y ganando su confianza, lo que nos garantizará la maximización de las ventas ” explica la Subdirectora General **Evelyn Weiss**.

Conocer Luce Innovative Technologies: www.luceit.com

Fuente original: Comunicae.es.

Los principales grupos inversores de la provincia se reúnen en una nueva edición del Business Market en el Centro de Congresos

original



El evento que reúne tanto a emprendedores como inversores se ha celebrado este viernes y ha contado con la visita del concejal de Promoción Económica, Héctor Díez.

El edil de Promoción Económica, Héctor Díez, ha acudido a la edición número VII del Business Market, que se está celebrando este viernes, día 23, en el Centro de Congresos 'Ciutat d'Elx'. Un evento que, según ha explicado el edil de Promoción Económica, es único en la provincia de Alicante ya que une en un mismo lugar a emprendedores e inversores.

“En esta séptima edición contamos con una docena de iniciativas empresariales muy interesantes que estamos convencidos de que van a suscitar el interés de los inversores; por lo que gracias al trabajo que hace ese comité organizador en el que está la Universidad Miguel Hernández, el CEI, la Cámara de Comercio, la EOI... estamos consiguiendo que edición tras edición se traigan proyectos cada vez más maduros, y que sean ideas de negocio con más posibilidades de tener éxito”, ha señalado Díez.

El edil de Promoción Económica ha señalado que siempre ha costado mucho atraer a la parte inversora, pero que este año ha sido más fácil hacerlo. “Creemos que esto ha sido fruto del repunte de la situación económica y que cada vez conseguimos traer proyectos más interesantes”, ha explicado.

http://es.eprensa.com/cgi-bin/view_digital_media.cgi?subclient_id=4630&comps_id=186060815

En la presente edición se han presentado un total de 26 proyectos de los que 12 han sido finalistas:

- Anfechem: producción y venta de moléculas y polímeros para aplicaciones en biotecnología, nanotecnología y salud.
- Oscillum: desarrollo I+D de cosmética funcional. productos dirigidos al tratamiento de la piel con condiciones complejas. como por ejemplo en estrías.
- Traveling technology optimization, S.L: App turística optimizando rutas según preferencias, tiempo disponible, lugar y fin de ruta.
- Garpark: servicio para permitir ganar dinero a los dueños de garajes compartiendo su plaza (mientras no la usan) con conductores que necesiten un aparcamiento económico y accesible en el centro de la ciudad.
- Planttas: conectar viveristas con los profesionales del sector de las plantas y flores de todo el mundo a través de una plataforma digital y profesional.
- Wicharge+: creación de red de bases de carga inalámbrica en diferentes puntos de la ciudad.
- Bioferric Ink: producción de tinta para tatuajes extraíbles, utilizando una máquina extractora magnética.
- Indesa robotics company, S.L: diseño y producción de líneas de envasado multiformato para blister/tarrina totalmente automatizada con control de calidad y módulo cartesiano para encajado de tarrinas.
- Microgreens: cultivo interior de microgreens bajo condiciones controladas y su posterior comercialización.
- Pearl Jumps Ramps, S.L: diseño y fabricación de rampas modulares en estructura metálica y madera, para la práctica de deportes de *freestyle* de deslizamiento, como el skate, BMX, etc.
- Moda para el alma: prendas elaboradas con tejidos naturales y en condiciones laborales dignas potenciando las economías locales.
- Movement “Pausa laboral saludable”: asesoramiento integral con programas de salud y bienestar laboral enfocados a mejorar la productividad de las empresas.

LUCE IT organiza su IX Workshop enfocado a organizaciones Data-driven

original



Luce Innovative Technologies, empresa internacional experta en desarrollar, integrar e implantar soluciones tecnológicas de marketing digital y big data, celebró el martes 20 de noviembre en Espacio Como de Madrid su IX Workshop bajo el lema “Organizaciones Data-driven: nuevos retos y oportunidades”

El prestigioso evento ha reunido a más de **40 responsables** de marketing, negocio y áreas digitales de empresas multinacionales de sectores como banca, seguros, retail, transporte, logística y medios de comunicación.

“En este evento **nos volcamos en nuestros invitados**, queremos aprender, conocer experiencias reales, y mostrar situaciones que os puedan valer y ayudar en vuestros retos diarios”, explica **Javier Durán**, CEO de la compañía Luce Innovative Technologies.

En el workshop, **Vicente de los Ríos**, CEO de Líderes y Digitales, y Director de los Programas Ejecutivos en Transformación Digital de la EOI, ha presentado los retos y oportunidades a los que se enfrentan empresas y profesionales para conseguir **aumentar en un 20% los ingresos y reducir en un 30 % los costes** que resultan de sus inversiones en marketing.

Entre los retos planteados, los asistentes han destacado, mediante una encuesta, como las mayores amenazas a las que se enfrentan en su transformación digital es la **falta de expertos con capacidades analíticas** y digitales avanzadas, y la presión de los players digitales con orientación data-driven.

Ha destacado la participación del **Grupo Piñero**, grupo turístico con posiciones de liderazgo en el segmento vacacional internacional, presente en toda la cadena de valor de la industria de viajes y que tiene a la digitalización como uno de los tres pilares estratégicos.

<https://www.merca2.es/luce-it-organiza-su-ix-workshop-enfocado-a-organizaciones-data-driven/>

Dentro de su proyecto de digitalización presentó como utilizan la inteligencia artificial para ver más allá del dato, mostrando cómo ha desarrollado una estrategia de analítica productiva, que además de conseguir **multiplicar sus cifras de negocio**, les ha permitido **personalizar la experiencia de cliente multicanal** mejorando simultáneamente la efectividad y eficiencia.

Además, **Telium, Domo y Swrve**, socios tecnológicos de Luce Innovative Technologies, han presentado su visión sobre **cómo convertir un negocio en una organización data-driven** a partir de las experiencias en la integración de soluciones con sus clientes. Presentaron casos de activación automática del cliente digital para ofrecerle una experiencia personalizada multicanal, y cómo conseguir tener una visión cierta y rápida de los datos de la organización.

Para finalizar el evento, se ha mantenido un debate entre todos los asistentes, moderado por los colaboradores de **Luce Innovative Technologies** Jorge Martínez-Arroyo, Presidente de la Asociación DEC y Javier Cabezas, Director de Estrategia en el sector financiero, sobre cómo abordar los cambios necesarios para aprovechar **tecnología, talento y cultura** transformando las empresas en organizaciones data-driven que **cumplan sus objetivos comerciales y de satisfacción de clientes**.

“En el área de Luce **Customer Experience**, hemos comprobado que el verdadero valor está en el **conocimiento del cliente** digital individual, qué hace, cómo es, cómo reacciona en los distintos touchpoints. Pujemos por cookies que nos aporten valor, que nos den una visión de cómo interactúa el cliente en cada momento para ir un paso más allá sobrepasando sus expectativas y ganando su confianza, lo que nos garantizará la maximización de las ventas ” explica la Subdirectora General **Evelyn Weiss**.

Conocer Luce Innovative Technologies: www.luceit.com

<http://noticiasmktg.es/luce-it-organiza-su-ix-workshop-enfocado-a-organizaciones-data-driven/>

LUCE IT organiza su IX Workshop enfocado a organizaciones Data-driven

Notas de prensa en RSS • [original](#)



El prestigioso evento ha reunido a más de **40 responsables** de marketing, negocio y áreas digitales de empresas multinacionales de sectores como banca, seguros, retail, transporte, logística y medios de comunicación.

“En este evento **nos volcamos en nuestros invitados**, queremos aprender, conocer experiencias reales, y mostrar situaciones que os puedan valer y ayudar en vuestros retos diarios”, explica **Javier Durán**, CEO de la compañía Luce Innovative Technologies.

En el workshop, **Vicente de los Ríos**, CEO de Líderes y Digitales, y Director de los Programas Ejecutivos en Transformación Digital de la EOI, ha presentado los retos y oportunidades a los que se enfrentan empresas y profesionales para conseguir **aumentar en un 20% los ingresos y reducir en un 30 % los costes** que resultan de sus inversiones en marketing.

Entre los retos planteados, los asistentes han destacado, mediante una encuesta, como las mayores amenazas a las que se enfrentan en su transformación digital es la **falta de expertos con capacidades analíticas** y digitales avanzadas, y la presión de los players digitales con orientación data-driven.

Ha destacado la participación del **Grupo Piñero**, grupo turístico con posiciones de liderazgo en el segmento vacacional internacional, presente en toda la cadena de valor de la industria de viajes y que tiene a la digitalización como uno de los tres pilares estratégicos.

Dentro de su proyecto de digitalización presentó como utilizan la inteligencia artificial para ver más allá del dato, mostrando cómo ha desarrollado una estrategia de analítica productiva, que además de conseguir **multiplicar sus cifras de negocio**, les ha permitido **personalizar la experiencia de cliente multicanal** mejorando simultáneamente la

<http://noticiasmktg.es/luce-it-organiza-su-ix-workshop-enfocado-a-organizaciones-data-driven/>

efectividad y eficiencia.

Además, **Telium, Domo y Swrve**, socios tecnológicos de Luce Innovative Technologies, han presentado su visión sobre **cómo convertir un negocio en una organización data-driven** a partir de las experiencias en la integración de soluciones con sus clientes. Presentaron casos de activación automática del cliente digital para ofrecerle una experiencia personalizada multicanal, y cómo conseguir tener una visión cierta y rápida de los datos de la organización.

Para finalizar el evento, se ha mantenido un debate entre todos los asistentes, moderado por los colaboradores de **Luce Innovative Technologies** Jorge Martínez-Arroyo, Presidente de la Asociación DEC y Javier Cabezas, Director de Estrategia en el sector financiero, sobre cómo abordar los cambios necesarios para aprovechar **tecnología, talento y cultura** transformando las empresas en organizaciones data-driven que **cumplan sus objetivos comerciales y de satisfacción de clientes**.

“En el área de Luce **Customer Experience**, hemos comprobado que el verdadero valor está en el **conocimiento del cliente** digital individual, qué hace, cómo es, cómo reacciona en los distintos touchpoints. Pujemos por cookies que nos aporten valor, que nos den una visión de cómo interactúa el cliente en cada momento para ir un paso más allá sobrepasando sus expectativas y ganando su confianza, lo que nos garantizará la maximización de las ventas ” explica la Subdirectora General **Evelyn Weiss**.

Conocer Luce Innovative Technologies: www.luceit.com

Fuente original: Comunicae.es.

LUCE IT organiza su IX Workshop enfocado a organizaciones Data-driven

Redacción • [original](#)



El prestigioso evento ha reunido a más de **40 responsables** de marketing, negocio y áreas digitales de empresas multinacionales de sectores como banca, seguros, retail, transporte, logística y medios de comunicación.

“En este evento **nos volcamos en nuestros invitados**, queremos aprender, conocer experiencias reales, y mostrar situaciones que os puedan valer y ayudar en vuestros retos diarios”, explica **Javier Durán**, CEO de la compañía Luce Innovative Technologies.

En el workshop, **Vicente de los Ríos**, CEO de Líderes y Digitales, y Director de los Programas Ejecutivos en Transformación Digital de la EOI, ha presentado los retos y oportunidades a los que se enfrentan empresas y profesionales para conseguir **aumentar en un 20% los ingresos y reducir en un 30 % los costes** que resultan de sus inversiones en marketing.

Entre los retos planteados, los asistentes han destacado, mediante una encuesta, como las mayores amenazas a las que se enfrentan en su transformación digital es la **falta de expertos con capacidades analíticas** y digitales avanzadas, y la presión de los players digitales con orientación data-driven.

Ha destacado la participación del **Grupo Piñero**, grupo turístico con posiciones de liderazgo en el segmento vacacional internacional, presente en toda la cadena de valor de la industria de viajes y que tiene a la digitalización como uno de los tres pilares estratégicos.

Dentro de su proyecto de digitalización presentó como utilizan la inteligencia artificial para ver más allá del dato, mostrando cómo ha desarrollado una estrategia de analítica productiva, que además de conseguir **multiplicar sus cifras de negocio**, les ha permitido **personalizar la experiencia de cliente multicanal** mejorando simultáneamente la efectividad y eficiencia.

Además, **Telium, Domo y Swrve**, socios tecnológicos de Luce Innovative Technologies, han presentado su visión sobre **cómo convertir un negocio en una organización data-driven** a partir de las experiencias en la integración de soluciones con sus clientes. Presentaron casos de activación automática del cliente digital para ofrecerle una experiencia personalizada multicanal, y cómo conseguir tener una visión cierta y rápida de los datos de la organización.

Para finalizar el evento, se ha mantenido un debate entre todos los asistentes, moderado por los colaboradores de **Luce Innovative Technologies** Jorge Martínez-Arroyo, Presidente de la Asociación DEC y Javier Cabezas, Director de Estrategia en el sector financiero, sobre cómo abordar los cambios necesarios para aprovechar **tecnología, talento y cultura** transformando las empresas en organizaciones data-driven que **cumplan sus objetivos comerciales y de satisfacción de clientes**.

“En el área de Luce **Customer Experience**, hemos comprobado que el verdadero valor está en el **conocimiento del cliente** digital individual, qué hace, cómo es, cómo reacciona en los distintos touchpoints. Pujemos por cookies que nos aporten valor, que nos den una visión de cómo interactúa el cliente en cada momento para ir un paso más allá sobrepasando sus expectativas y ganando su confianza, lo que nos garantizará la maximización de las ventas ” explica la Subdirectora General **Evelyn Weiss**.

Conocer Luce Innovative Technologies: www.luceit.com

Mas información sobre en [LUCÉ IT organiza su IX Workshop enfocado a organizaciones Data-driven](#)

LUCE IT organiza su IX Workshop enfocado a organizaciones Data-driven

original



LUCE IT

Luce Innovative Technologies, empresa internacional experta en desarrollar, integrar e implantar soluciones tecnológicas de marketing digital y big data, celebró el martes 20 de noviembre en Espacio Como de Madrid su IX Workshop bajo el lema "Organizaciones Data-driven: nuevos retos y oportunidades"

El prestigioso evento ha reunido a más de **40 responsables** de marketing, negocio y áreas digitales de empresas multinacionales de sectores como banca, seguros, retail, transporte, logística y medios de comunicación.

"En este evento **nos volcamos en nuestros invitados**, queremos aprender, conocer experiencias reales, y mostrar situaciones que os puedan valer y ayudar en vuestros retos diarios", explica **Javier Durán**, CEO de la compañía Luce Innovative Technologies.

En el workshop, **Vicente de los Ríos**, CEO de Líderes y Digitales, y Director de los Programas Ejecutivos en Transformación Digital de la EOI, ha presentado los retos y oportunidades a los que se enfrentan empresas y profesionales para conseguir **aumentar en un 20% los ingresos y reducir en un 30 % los costes** que resultan de sus inversiones en marketing.

Entre los retos planteados, los asistentes han destacado, mediante una encuesta, como las mayores amenazas a las que se enfrentan en su transformación digital es la **falta de expertos con capacidades analíticas** y digitales avanzadas, y la presión de los players digitales con orientación data-driven.

Ha destacado la participación del **Grupo Piñero**, grupo turístico con posiciones de liderazgo en el segmento vacacional internacional, presente en toda la cadena de valor de la industria de viajes y que tiene a la digitalización como uno de los tres pilares estratégicos.

Dentro de su proyecto de digitalización presentó como utilizan la inteligencia artificial para ver más allá del dato, mostrando cómo ha desarrollado una estrategia de analítica productiva, que además de conseguir **multiplicar sus cifras de negocio**, les ha permitido **personalizar la experiencia de cliente multicanal** mejorando simultáneamente la efectividad y eficiencia.

http://es.eprensa.com/cgi-bin/view_digital_media.cgi?subclient_id=4630&comps_id=186109834

Además, **Telium, Domo y Swrve**, socios tecnológicos de Luce Innovative Technologies, han presentado su visión sobre **cómo convertir un negocio en una organización data-driven** a partir de las experiencias en la integración de soluciones con sus clientes. Presentaron casos de activación automática del cliente digital para ofrecerle una experiencia personalizada multicanal, y cómo conseguir tener una visión cierta y rápida de los datos de la organización.

Para finalizar el evento, se ha mantenido un debate entre todos los asistentes, moderado por los colaboradores de **Luce Innovative Technologies** Jorge Martínez-Arroyo, Presidente de la Asociación DEC y Javier Cabezas, Director de Estrategia en el sector financiero, sobre cómo abordar los cambios necesarios para aprovechar **tecnología, talento y cultura** transformando las empresas en organizaciones data-driven que **cumplan sus objetivos comerciales y de satisfacción de clientes**.

“En el área de Luce **Customer Experience**, hemos comprobado que el verdadero valor está en el **conocimiento del cliente** digital individual, qué hace, cómo es, cómo reacciona en los distintos touchpoints. Pujemos por cookies que nos aporten valor, que nos den una visión de cómo interactúa el cliente en cada momento para ir un paso más allá sobrepasando sus expectativas y ganando su confianza, lo que nos garantizará la maximización de las ventas ” explica la Subdirectora General **Evelyn Weiss**.

Conocer Luce Innovative Technologies: www.luceit.com

Contacto

Nombre contacto: Evelyn Weiss

Descripción contacto:

Teléfono de contacto: +34 648 235 549



LUCE IT organiza su IX Workshop enfocado a organizaciones Data-driven

original



El prestigioso evento ha reunido a más de **40 responsables** de marketing, negocio y áreas digitales de empresas multinacionales de sectores como banca, seguros, retail, transporte, logística y medios de comunicación.

“En este evento **nos volcamos en nuestros invitados**, queremos aprender, conocer experiencias reales, y mostrar situaciones que os puedan valer y ayudar en vuestros retos diarios”, explica **Javier Durán**, CEO de la compañía Luce Innovative Technologies.

En el workshop, **Vicente de los Ríos**, CEO de Líderes y Digitales, y Director de los Programas Ejecutivos en Transformación Digital de la EOI, ha presentado los retos y oportunidades a los que se enfrentan empresas y profesionales para conseguir **aumentar en un 20% los ingresos y reducir en un 30 % los costes** que resultan de sus inversiones en marketing.

Entre los retos planteados, los asistentes han destacado, mediante una encuesta, como las mayores amenazas a las que se enfrentan en su transformación digital es la **falta de expertos con capacidades analíticas** y digitales avanzadas, y la presión de los players digitales con orientación data-driven.

Ha destacado la participación del **Grupo Piñero**, grupo turístico con posiciones de liderazgo en el segmento vacacional internacional, presente en toda la cadena de valor de la industria de viajes y que tiene a la digitalización como uno de los tres pilares estratégicos.

Dentro de su proyecto de digitalización presentó como utilizan la inteligencia artificial para ver más allá del dato, mostrando cómo ha desarrollado una estrategia de analítica productiva, que además de conseguir **multiplicar sus cifras de negocio**, les ha permitido **personalizar la experiencia de cliente multicanal** mejorando simultáneamente la efectividad y eficiencia.

<https://noticiasempresa.com/2018/11/23/luce-it-organiza-su-ix-workshop-enfocado-a-organizaciones-data-driven/>

Además, **Telium, Domo y Swrve**, socios tecnológicos de Luce Innovative Technologies, han presentado su visión sobre **cómo convertir un negocio en una organización data-driven** a partir de las experiencias en la integración de soluciones con sus clientes. Presentaron casos de activación automática del cliente digital para ofrecerle una experiencia personalizada multicanal, y cómo conseguir tener una visión cierta y rápida de los datos de la organización.

Para finalizar el evento, se ha mantenido un debate entre todos los asistentes, moderado por los colaboradores de **Luce Innovative Technologies** Jorge Martínez-Arroyo, Presidente de la Asociación DEC y Javier Cabezas, Director de Estrategia en el sector financiero, sobre cómo abordar los cambios necesarios para aprovechar **tecnología, talento y cultura** transformando las empresas en organizaciones data-driven que **cumplan sus objetivos comerciales y de satisfacción de clientes**.

“En el área de Luce **Customer Experience**, hemos comprobado que el verdadero valor está en el **conocimiento del cliente** digital individual, qué hace, cómo es, cómo reacciona en los distintos touchpoints. Pujemos por cookies que nos aporten valor, que nos den una visión de cómo interactúa el cliente en cada momento para ir un paso más allá sobrepasando sus expectativas y ganando su confianza, lo que nos garantizará la maximización de las ventas ” explica la Subdirectora General **Evelyn Weiss**.

Conocer Luce Innovative Technologies: www.luceit.com



Artículo original [LUCE IT organiza su IX Workshop enfocado a organizaciones Data-driven](#) publicado en comunicae.es

Black Friday vs. Día Sin Compras: ¿con qué opción quedarse?

original



Los amantes de las compras esperan con ansia la llegada del **Black Friday** para lanzarse a la caza y captura de ofertas y gangas. Sin embargo, cada año cobra más fuerza la tendencia contraria: el **Día Sin Compras**, una jornada mundial en la que se invita a toda la población a no sucumbir a los cantos de sirena de los comercios y a promover formas de consumo alternativo.

“El **Día Sin Compras** cuestiona el actual modelo de producción y consumo y propugna un cambio basado en un consumo transformador y responsable con la sostenibilidad socioambiental y con el reparto equitativo de la riqueza”, explica **Freest S. Harries**, profesora del **International Master in Sustainable Development and Corporate Responsibility** de **EOI (Escuela de Organización Industrial)**. “Esta jornada, desde hace ya más de 25 años, pretende hacer frente al fenómeno hiperconsumista del **Black Friday**, que contribuye a perpetuar una situación social y ambiental poco o nada sostenible”, afirma.

En contrapartida, muchos sostienen que esta jornada es una buena oportunidad para ahorrar una suma considerable en compras que, de todas maneras, iban a efectuar. Pero ¿realmente se encuentran gangas tan sustanciosas? “Soy de la opinión de que puedes conseguir un buen

<https://www.comunicae.es/nota/black-friday-vs-dia-sin-compras-con-que-opcion-1200176/>

chollo con una investigación por adelantado, en particular porque las ventas ya no se limitan a un solo día y muchos establecimientos comienzan a lanzar ofertas en los días previos al Viernes Negro; de hecho, ya se empieza a hablar de **Black Fiveday**, comenta **Antonio Salas**, profesor de Marketing y Ventas en EOI.

Sin embargo, **Salas** llama a la moderación y a la cautela: “Es fácil dejarse llevar por la exageración y la emoción del día, pero no todas las ofertas son tan buenas como parecen. Algunas investigaciones señalan que el 60 % de los productos analizados estaban disponibles por el mismo precio o más baratos en otras épocas del año”, asegura este experto.

La clave está en meditar antes de sacar la cartera: “Piensa en la primera y principal de las motivaciones que te llevan a comprar en el Black Friday, aparca tu ansiedad por un momento y piensa que aún tendrás tiempo de acertar con tus regalos en el más tradicional periodo de Navidad”, concluye **Antonio Salas**.

En definitiva, el consumo responsable es la clave y en ese punto coincide con los defensores del Día Sin Compras, quienes invitan a la sociedad a llevar esta reflexión a su vida diaria: “Esta jornada es un paso más para ser más conscientes del impacto de nuestras acciones, no solo como individuos, sino como colectividad, pero no se trata de que limpiemos nuestra conciencia una vez al año, sino de generar un cambio que perdure los 364 días restantes”, concluye **Freest S. Harries**.

Acerca de EOI

La Escuela de Organización Industrial (EOI) es la primera escuela de negocios fundada en España (1955). En sus 63 años de historia han pasado por sus aulas más de 84.500 directivos y gestores empresariales especializados en sostenibilidad, liderazgo, internacionalización y transformación digital.

Como fundación pública adscrita al Ministerio de Industria, Comercio y Turismo y con la cofinanciación del Fondo Social Europeo, ha impulsado los negocios de más de 52.000 nuevos emprendedores en España y fundado una Red Nacional de 50 Espacios Coworking en distintas ciudades del país.

www.eoi.es // [@eoi](https://twitter.com/eoi) // www.facebook.com/eoi.edu // www.instagram.com/eoischool

<https://sticknoticias.com/luce-it-organiza-su-ix-workshop-enfocado-a-organizaciones-data-driven/>

LUCE IT organiza su IX Workshop enfocado a organizaciones Data-driven

Redacción • original



/COMUNICAE/

<https://sticknoticias.com/luce-it-organiza-su-ix-workshop-enfocado-a-organizaciones-data-driven/>

Luce Innovative Technologies, empresa internacional experta en desarrollar, integrar e implantar soluciones tecnológicas de marketing digital y big data, celebró el martes 20 de noviembre en Espacio Como de Madrid su IX Workshop bajo el lema “Organizaciones Data-driven: nuevos retos y oportunidades”

El prestigioso evento ha reunido a más de **40 responsables** de marketing, negocio y áreas digitales de empresas multinacionales de sectores como banca, seguros, retail, transporte, logística y medios de comunicación.

“En este evento **nos volcamos en nuestros invitados**, queremos aprender, conocer experiencias reales, y mostrar situaciones que os puedan valer y ayudar en vuestros retos diarios”, explica **Javier Durán**, CEO de la compañía Luce Innovative Technologies.

En el workshop, **Vicente de los Ríos**, CEO de Líderes y Digitales, y Director de los Programas Ejecutivos en Transformación Digital de la EOI, ha presentado los retos y oportunidades a los que se enfrentan empresas y profesionales para conseguir **aumentar en un 20% los ingresos y reducir en un 30 % los costes** que resultan de sus inversiones en marketing.

Entre los retos planteados, los asistentes han destacado, mediante una encuesta, como las mayores amenazas a las que se enfrentan en su transformación digital es la **falta de expertos con capacidades analíticas** y digitales avanzadas, y la presión de los players digitales con orientación data-driven.

Ha destacado la participación del **Grupo Piñero**, grupo turístico con posiciones de liderazgo en el segmento vacacional internacional, presente en toda la cadena de valor de la industria de viajes y que tiene a la digitalización como uno de los tres pilares estratégicos.

Dentro de su proyecto de digitalización presentó como utilizan la inteligencia artificial para ver más allá del dato, mostrando cómo ha desarrollado una estrategia de analítica productiva, que además de conseguir **multiplicar sus cifras de negocio**, les ha permitido **personalizar la experiencia de cliente multicanal** mejorando simultáneamente la efectividad y eficiencia.

<https://sticknoticias.com/luce-it-organiza-su-ix-workshop-enfocado-a-organizaciones-data-driven/>

Además, **Telium, Domo y Swrve**, socios tecnológicos de Luce Innovative Technologies, han presentado su visión sobre **cómo convertir un negocio en una organización data-driven** a partir de las experiencias en la integración de soluciones con sus clientes. Presentaron casos de activación automática del cliente digital para ofrecerle una experiencia personalizada multicanal, y cómo conseguir tener una visión cierta y rápida de los datos de la organización.

Para finalizar el evento, se ha mantenido un debate entre todos los asistentes, moderado por los colaboradores de **Luce Innovative Technologies** Jorge Martínez-Arroyo, Presidente de la Asociación DEC y Javier Cabezas, Director de Estrategia en el sector financiero, sobre cómo abordar los cambios necesarios para aprovechar **tecnología, talento y cultura** transformando las empresas en organizaciones data-driven que **cumplan sus objetivos comerciales y de satisfacción de clientes**.

“En el área de Luce **Customer Experience**, hemos comprobado que el verdadero valor está en el **conocimiento del cliente** digital individual, qué hace, cómo es, cómo reacciona en los distintos touchpoints. Pujemos por cookies que nos aporten valor, que nos den una visión de cómo interactúa el cliente en cada momento para ir un paso más allá sobrepasando sus expectativas y ganando su confianza, lo que nos garantizará la maximización de las ventas” explica la Subdirectora General **Evelyn Weiss**.

Conocer Luce Innovative Technologies: www.luceit.com

<http://www.notasdeprensa.es/1200176/black-friday-vs-dia-sin-compras-con-que-opcion>

Black Friday vs. Día Sin Compras: ¿con qué opción quedarse?

redacción • original



Los amantes de las compras esperan con ansia la llegada del **Black Friday** para lanzarse a la caza y captura de ofertas y gangas. Sin embargo, cada año cobra más fuerza la tendencia contraria: el **Día Sin Compras**, una jornada mundial en la que se invita a toda la población a no sucumbir a los cantos de sirena de los comercios y a promover formas de consumo alternativo.

“El **Día Sin Compras** cuestiona el actual modelo de producción y consumo y propugna un cambio basado en un consumo transformador y responsable con la sostenibilidad socioambiental y con el reparto equitativo de la riqueza”, explica **Freest S. Harries**, profesora del **International Master in Sustainable Development and Corporate Responsibility** de **EOI (Escuela de Organización Industrial)**. “Esta jornada, desde hace ya más de 25 años, pretende hacer frente al fenómeno hiperconsumista del **Black Friday**, que contribuye a perpetuar una situación social y ambiental poco o nada sostenible”, afirma.

En contrapartida, muchos sostienen que esta jornada es una buena oportunidad para ahorrar una suma considerable en compras que, de todas maneras, iban a efectuar. Pero ¿realmente se encuentran gangas tan sustanciosas? “Soy de la opinión de que puedes conseguir un buen

<http://www.notasdeprensa.es/1200176/black-friday-vs-dia-sin-compras-con-que-opcion>

chollo con una investigación por adelantado, en particular porque las ventas ya no se limitan a un solo día y muchos establecimientos comienzan a lanzar ofertas en los días previos al Viernes Negro; de hecho, ya se empieza a hablar de **Black Fiveday**", comenta **Antonio Salas**, **profesor de Marketing y Ventas en EOI**.

Sin embargo, **Salas** llama a la moderación y a la cautela: "Es fácil dejarse llevar por la exageración y la emoción del día, pero no todas las ofertas son tan buenas como parecen. Algunas investigaciones señalan que el 60 % de los productos analizados estaban disponibles por el mismo precio o más baratos en otras épocas del año", asegura este experto.

La clave está en meditar antes de sacar la cartera: "Piensa en la primera y principal de las motivaciones que te llevan a comprar en el Black Friday, aparca tu ansiedad por un momento y piensa que aún tendrás tiempo de acertar con tus regalos en el más tradicional periodo de Navidad", concluye **Antonio Salas**.

En definitiva, el consumo responsable es la clave y en ese punto coincide con los defensores del Día Sin Compras, quienes invitan a la sociedad a llevar esta reflexión a su vida diaria: "Esta jornada es un paso más para ser más conscientes del impacto de nuestras acciones, no solo como individuos, sino como colectividad, pero no se trata de que limpiemos nuestra conciencia una vez al año, sino de generar un cambio que perdure los 364 días restantes", concluye **Freest S. Harries**.

Acerca de EOI

La Escuela de Organización Industrial (EOI) es la primera escuela de negocios fundada en España (1955). En sus 63 años de historia han pasado por sus aulas más de 84.500 directivos y gestores empresariales especializados en sostenibilidad, liderazgo, internacionalización y transformación digital.

Como fundación pública adscrita al Ministerio de Industria, Comercio y Turismo y con la cofinanciación del Fondo Social Europeo, ha impulsado los negocios de más de 52.000 nuevos emprendedores en España y fundado una Red Nacional de 50 Espacios Coworking en distintas ciudades del país.

LUCE IT organiza su IX Workshop enfocado a organizaciones Data-driven

original

Luce Innovative Technologies, empresa internacional experta en desarrollar, integrar e implantar soluciones tecnológicas de marketing digital y big data, celebró el martes 20 de noviembre en Espacio Como de Madrid su IX Workshop bajo el lema "Organizaciones Data-driven: nuevos retos y oportunidades"



Luce Innovative Technologies, empresa internacional experta en desarrollar, integrar e implantar soluciones tecnológicas de marketing digital y big data, celebró el martes 20 de noviembre en Espacio Como de Madrid su IX Workshop bajo el lema "Organizaciones Data-driven: nuevos retos y oportunidades"

El prestigioso evento ha reunido a más de **40 responsables** de marketing, negocio y áreas digitales de empresas multinacionales de sectores como banca, seguros, retail, transporte, logística y medios de comunicación.

"En este evento **nos volcamos en nuestros invitados**, queremos aprender, conocer experiencias reales, y mostrar situaciones que os puedan valer y ayudar en vuestros retos diarios", explica **Javier Durán**, CEO de la compañía Luce Innovative Technologies.

En el workshop, **Vicente de los Ríos**, CEO de Líderes y Digitales, y Director de los Programas Ejecutivos en Transformación Digital de la EOI, ha presentado los retos y oportunidades a los que se enfrentan empresas y profesionales para conseguir **aumentar en un 20% los ingresos y reducir en un 30 % los costes** que resultan de sus inversiones en marketing.

Entre los retos planteados, los asistentes han destacado, mediante una encuesta, como las mayores amenazas a las que se enfrentan en su transformación digital es la **falta de expertos con capacidades analíticas** y digitales avanzadas, y la presión de los players

digitales con orientación data-driven.

Ha destacado la participación del **Grupo Piñero**, grupo turístico con posiciones de liderazgo en el segmento vacacional internacional, presente en toda la cadena de valor de la industria de viajes y que tiene a la digitalización como uno de los tres pilares estratégicos.

Dentro de su proyecto de digitalización presentó como utilizan la inteligencia artificial para ver más allá del dato, mostrando cómo ha desarrollado una estrategia de analítica productiva, que además de conseguir **multiplicar sus cifras de negocio**, les ha permitido **personalizar la experiencia de cliente multicanal** mejorando simultáneamente la efectividad y eficiencia.

Además, **Telium, Domo y Swrve**, socios tecnológicos de Luce Innovative Technologies, han presentado su visión sobre **cómo convertir un negocio en una organización data-driven** a partir de las experiencias en la integración de soluciones con sus clientes. Presentaron casos de activación automática del cliente digital para ofrecerle una experiencia personalizada multicanal, y cómo conseguir tener una visión cierta y rápida de los datos de la organización.

Para finalizar el evento, se ha mantenido un debate entre todos los asistentes, moderado por los colaboradores de **Luce Innovative Technologies** Jorge Martínez-Arroyo, Presidente de la Asociación DEC y Javier Cabezas, Director de Estrategia en el sector financiero, sobre cómo abordar los cambios necesarios para aprovechar **tecnología, talento y cultura** transformando las empresas en organizaciones data-driven que **cumplan sus objetivos comerciales y de satisfacción de clientes**.

“En el área de Luce **Customer Experience**, hemos comprobado que el verdadero valor está en el **conocimiento del cliente** digital individual, qué hace, cómo es, cómo reacciona en los distintos touchpoints. Pujemos por cookies que nos aporten valor, que nos den una visión de cómo interactúa el cliente en cada momento para ir un paso más allá sobrepasando sus expectativas y ganando su confianza, lo que nos garantizará la maximización de las ventas ” explica la Subdirectora General **Evelyn Weiss**.

Conocer Luce Innovative Technologies: www.luceit.com

LUCE IT organiza su IX Workshop enfocado a organizaciones Data-driven

original

Luce Innovative Technologies, empresa internacional experta en desarrollar, integrar e implantar soluciones tecnológicas de marketing digital y big data, celebró el martes 20 de noviembre en Espacio Como de Madrid su IX Workshop bajo el lema "Organizaciones Data-driven: nuevos retos y oportunidades"



Luce Innovative Technologies, empresa internacional experta en desarrollar, integrar e implantar soluciones tecnológicas de marketing digital y big data, celebró el martes 20 de noviembre en Espacio Como de Madrid su IX Workshop bajo el lema "Organizaciones Data-driven: nuevos retos y oportunidades"

El prestigioso evento ha reunido a más de **40 responsables** de marketing, negocio y áreas digitales de empresas multinacionales de sectores como banca, seguros, retail, transporte, logística y medios de comunicación.

"En este evento **nos volcamos en nuestros invitados**, queremos aprender, conocer experiencias reales, y mostrar situaciones que os puedan valer y ayudar en vuestros retos diarios", explica **Javier Durán**, CEO de la compañía Luce Innovative Technologies.

En el workshop, **Vicente de los Ríos**, CEO de Líderes y Digitales, y Director de los Programas Ejecutivos en Transformación Digital de la EOI, ha presentado los retos y oportunidades a los que se enfrentan empresas y profesionales para conseguir **aumentar en un 20% los ingresos y reducir en un 30 % los costes** que resultan de sus inversiones en marketing.

Entre los retos planteados, los asistentes han destacado, mediante una encuesta, como las mayores amenazas a las que se enfrentan en su transformación digital es la **falta de expertos con capacidades analíticas** y digitales avanzadas, y la presión de los players

digitales con orientación data-driven.

Ha destacado la participación del **Grupo Piñero**, grupo turístico con posiciones de liderazgo en el segmento vacacional internacional, presente en toda la cadena de valor de la industria de viajes y que tiene a la digitalización como uno de los tres pilares estratégicos.

Dentro de su proyecto de digitalización presentó como utilizan la inteligencia artificial para ver más allá del dato, mostrando cómo ha desarrollado una estrategia de analítica productiva, que además de conseguir **multiplicar sus cifras de negocio**, les ha permitido **personalizar la experiencia de cliente multicanal** mejorando simultáneamente la efectividad y eficiencia.

Además, **Telium, Domo y Swrve**, socios tecnológicos de Luce Innovative Technologies, han presentado su visión sobre **cómo convertir un negocio en una organización data-driven** a partir de las experiencias en la integración de soluciones con sus clientes. Presentaron casos de activación automática del cliente digital para ofrecerle una experiencia personalizada multicanal, y cómo conseguir tener una visión cierta y rápida de los datos de la organización.

Para finalizar el evento, se ha mantenido un debate entre todos los asistentes, moderado por los colaboradores de **Luce Innovative Technologies** Jorge Martínez-Arroyo, Presidente de la Asociación DEC y Javier Cabezas, Director de Estrategia en el sector financiero, sobre cómo abordar los cambios necesarios para aprovechar **tecnología, talento y cultura** transformando las empresas en organizaciones data-driven que **cumplan sus objetivos comerciales y de satisfacción de clientes**.

“En el área de Luce **Customer Experience**, hemos comprobado que el verdadero valor está en el **conocimiento del cliente** digital individual, qué hace, cómo es, cómo reacciona en los distintos touchpoints. Pujemos por cookies que nos aporten valor, que nos den una visión de cómo interactúa el cliente en cada momento para ir un paso más allá sobrepasando sus expectativas y ganando su confianza, lo que nos garantizará la maximización de las ventas ” explica la Subdirectora General **Evelyn Weiss**.

Conocer Luce Innovative Technologies: www.luceit.com

LUCE IT organiza su IX Workshop enfocado a organizaciones Data-driven

admin • original

/COMUNICAE/



Luce Innovative Technologies, empresa internacional experta en desarrollar, integrar e implantar soluciones tecnológicas de marketing digital y big data, celebró el martes 20 de noviembre en Espacio Como de Madrid su IX Workshop bajo el lema “Organizaciones Data-driven: nuevos retos y oportunidades”

El prestigioso evento ha reunido a más de **40 responsables** de marketing, negocio y áreas digitales de empresas multinacionales de sectores como banca, seguros, retail, transporte, logística y medios de comunicación.

“En este evento **nos volcamos en nuestros invitados**, queremos aprender, conocer experiencias reales, y mostrar situaciones que os puedan valer y ayudar en vuestros retos diarios”, explica **Javier Durán**, CEO de la compañía Luce Innovative Technologies.

En el workshop, **Vicente de los Ríos**, CEO de Líderes y Digitales, y Director de los Programas Ejecutivos en Transformación Digital de la EOI, ha presentado los retos y oportunidades a los que se enfrentan empresas y profesionales para conseguir **aumentar en un 20% los ingresos y reducir en un 30 % los costes** que resultan de sus inversiones en marketing.

Entre los retos planteados, los asistentes han destacado, mediante una encuesta, como las mayores amenazas a las que se enfrentan en su transformación digital es la **falta de expertos con capacidades analíticas** y digitales avanzadas, y la presión de los players digitales con orientación data-driven.

Ha destacado la participación del **Grupo Piñero**, grupo turístico con posiciones de liderazgo en el segmento vacacional internacional, presente en toda la cadena de valor de la industria de viajes y que tiene a la digitalización como uno de los tres pilares

<http://www.islasbaleares24horas.com/luce-it-organiza-su-ix-workshop-enfocado-a-organizaciones-data-driven/>

estratégicos.

Dentro de su proyecto de digitalización presentó como utilizan la inteligencia artificial para ver más allá del dato, mostrando cómo ha desarrollado una estrategia de analítica productiva, que además de conseguir **multiplicar sus cifras de negocio**, les ha permitido **personalizar la experiencia de cliente multicanal** mejorando simultáneamente la efectividad y eficiencia.

Además, **Telium, Domo y Swrve**, socios tecnológicos de Luce Innovative Technologies, han presentado su visión sobre **cómo convertir un negocio en una organización data-driven** a partir de las experiencias en la integración de soluciones con sus clientes. Presentaron casos de activación automática del cliente digital para ofrecerle una experiencia personalizada multicanal, y cómo conseguir tener una visión cierta y rápida de los datos de la organización.

Para finalizar el evento, se ha mantenido un debate entre todos los asistentes, moderado por los colaboradores de **Luce Innovative Technologies** Jorge Martínez-Arroyo, Presidente de la Asociación DEC y Javier Cabezas, Director de Estrategia en el sector financiero, sobre cómo abordar los cambios necesarios para aprovechar **tecnología, talento y cultura** transformando las empresas en organizaciones data-driven que **cumplan sus objetivos comerciales y de satisfacción de clientes**.

“En el área de Luce **Customer Experience**, hemos comprobado que el verdadero valor está en el **conocimiento del cliente** digital individual, qué hace, cómo es, cómo reacciona en los distintos touchpoints. Pujemos por cookies que nos aporten valor, que nos den una visión de cómo interactúa el cliente en cada momento para ir un paso más allá sobrepasando sus expectativas y ganando su confianza, lo que nos garantizará la maximización de las ventas ” explica la Subdirectora General **Evelyn Weiss**.

Conocer Luce Innovative Technologies: www.luceit.com

Fuente [Comunicae](#)

Los principales grupos inversores de la provincia se reúnen en una nueva edición del Business Market

original

El edil de Promoción Económica, Héctor Díez, ha acudido a la edición número VII del Business Market, que se está celebrando hoy en el Centro de Congresos Ciutat d'Elx. Un evento que según ha explicado el edil de Promoción Económica es único en la provincia de Alicante ya que une en un mismo lugar a emprendedores e inversores.

"En esta séptima edición contamos con una docena de iniciativas empresariales muy interesantes que estamos convencidos de que van a suscitar el interés de los inversores por lo que gracias al trabajo que hace ese comité organizador en el que está la Universidad Miguel Hernández, el CEI, la Cámara de Comercio, la **EOI...** Estamos consiguiendo que edición tras edición se traigan proyectos cada vez más maduros y que sean ideas de negocio con más posibilidades de tener éxito", ha señalado Héctor Díez.

El edil de Promoción Económica ha señalado que siempre ha costado mucho atraer a la parte inversora, pero que este año ha sido más fácil hacerlo. "Creemos que esto ha sido fruto del repunte de la situación económica y que cada vez conseguimos traer proyectos más interesantes", ha explicado Díez.

En la presente edición se han presentado un total de 26 proyectos de los que 12 han sido finalistas:

- Anfechem: producción y venta de moléculas y polímeros para aplicaciones en biotecnología, nanotecnología y salud.
- Oscillum: desarrollo I+D de cosmética funcional. productos dirigidos al tratamiento de la piel con condiciones complejas. como por ejemplo en estrías.
- Traveling technology optimization, S.L: App turística optimizando rutas según preferencias, tiempo disponible, lugar y fin de ruta.
- Garpark: servicio para permitir ganar dinero a los dueños de garajes compartiendo su plaza (mientras no la usan) con conductores que necesiten un aparcamiento económico y accesible en el centro de la ciudad.
- Planttas: conectar viveristas con los profesionales del sector de las plantas y flores de todo el mundo a través de una plataforma digital y profesional.
- Wicharge+: creación de red de bases de carga inalámbrica en diferentes puntos de la ciudad.
- Bioferric Ink: producción de tinta para tatuajes extraíbles, utilizando una máquina extractora magnética.
- Indesa robotics company, S.L: diseño y producción de líneas de envasado multiformato para blister/tarrina totalmente automatizada con control de calidad y módulo cartesiano para encajado de tarrinas.
- Microgreens: cultivo interior de microgreens bajo condiciones controladas y su posterior comercialización.
- Pearl Jumps Ramps, S.L: diseño y fabricación de rampas modulares en estructura metálica y madera, para la práctica de deportes de freestyle de deslizamiento,

http://es.eprensa.com/cgi-bin/view_digital_media.cgi?subclient_id=4630&comps_id=186124458

como el skate, BMX, etc.

- Moda para el alma: prendas elaboradas con tejidos naturales y en condiciones laborales dignas potenciando las economías locales.
- Movement "Pausa laboral saludable": asesoramiento integral con programas de salud y bienestar laboral enfocados a mejorar la productividad de las empresas.

LUCE IT organiza su IX Workshop enfocado a organizaciones Data-driven

original



/COMUNICAE/



Luce Innovative Technologies, empresa internacional experta en desarrollar, integrar e implantar soluciones tecnológicas de marketing digital y big data, celebró el martes 20 de noviembre en Espacio Como de Madrid su IX Workshop bajo el lema “Organizaciones Data-driven: nuevos retos y oportunidades”

El prestigioso evento ha reunido a más de **40 responsables** de marketing, negocio y áreas digitales de empresas multinacionales de sectores como banca, seguros, retail, transporte, logística y medios de comunicación.

“En este evento **nos volcamos en nuestros invitados**, queremos aprender, conocer experiencias reales, y mostrar situaciones que os puedan valer y ayudar en vuestros retos diarios”, explica **Javier Durán**, CEO de la compañía Luce Innovative Technologies.

<http://www.valladoliddigital24horas.com/luce-it-organiza-su-ix-workshop-enfocado-a-organizaciones-data-driven/>

En el workshop, **Vicente de los Ríos**, CEO de Líderes y Digitales, y Director de los Programas Ejecutivos en Transformación Digital de la EOI, ha presentado los retos y oportunidades a los que se enfrentan empresas y profesionales para conseguir **aumentar en un 20% los ingresos y reducir en un 30 % los costes** que resultan de sus inversiones en marketing.

Entre los retos planteados, los asistentes han destacado, mediante una encuesta, como las mayores amenazas a las que se enfrentan en su transformación digital es la **falta de expertos con capacidades analíticas** y digitales avanzadas, y la presión de los players digitales con orientación data-driven.

Ha destacado la participación del **Grupo Piñero**, grupo turístico con posiciones de liderazgo en el segmento vacacional internacional, presente en toda la cadena de valor de la industria de viajes y que tiene a la digitalización como uno de los tres pilares estratégicos.

Dentro de su proyecto de digitalización presentó como utilizan la inteligencia artificial para ver más allá del dato, mostrando cómo ha desarrollado una estrategia de analítica productiva, que además de conseguir **multiplicar sus cifras de negocio**, les ha permitido **personalizar la experiencia de cliente multicanal** mejorando simultáneamente la efectividad y eficiencia.

Además, **Telium, Domo y Swrve**, socios tecnológicos de Luce Innovative Technologies, han presentado su visión sobre **cómo convertir un negocio en una organización data-driven** a partir de las experiencias en la integración de soluciones con sus clientes. Presentaron casos de activación automática del cliente digital para ofrecerle una experiencia personalizada multicanal, y cómo conseguir tener una visión cierta y rápida de los datos de la organización.

Para finalizar el evento, se ha mantenido un debate entre todos los asistentes, moderado por los colaboradores de **Luce Innovative Technologies** Jorge Martínez-Arroyo, Presidente de la Asociación DEC y Javier Cabezas, Director de Estrategia en el sector financiero, sobre cómo abordar los cambios necesarios para aprovechar **tecnología, talento y cultura** transformando las empresas en organizaciones data-driven que **cumplan sus objetivos comerciales y de satisfacción de clientes**.

“En el área de Luce **Customer Experience**, hemos comprobado que el verdadero valor está en el **conocimiento del cliente** digital individual, qué hace, cómo es, cómo reacciona en los distintos touchpoints. Pujemos por cookies que nos aporten valor, que nos den una visión de cómo interactúa el cliente en cada momento para ir un paso más allá sobrepasando sus expectativas y ganando su confianza, lo que nos garantizará la maximización de las ventas ” explica la Subdirectora General **Evelyn Weiss**.

Conocer Luce Innovative Technologies: www.luceit.com

Fuente [Comunicae](#)

LUCE IT organiza su IX Workshop enfocado a organizaciones Data-driven

original



/COMUNICAE/



Luce Innovative Technologies, empresa internacional experta en desarrollar, integrar e implantar soluciones tecnológicas de marketing digital y big data, celebró el martes 20 de noviembre en Espacio Como de Madrid su IX Workshop bajo el lema “Organizaciones Data-driven: nuevos retos y oportunidades”

El prestigioso evento ha reunido a más de **40 responsables** de marketing, negocio y áreas digitales de empresas multinacionales de sectores como banca, seguros, retail, transporte, logística y medios de comunicación.

“En este evento **nos volcamos en nuestros invitados**, queremos aprender, conocer experiencias reales, y mostrar situaciones que os puedan valer y ayudar en vuestros retos diarios”, explica **Javier Durán**, CEO de la compañía Luce Innovative Technologies.

<http://sevilla24horas.com/luce-it-organiza-su-ix-workshop-enfocado-a-organizaciones-data-driven/>

En el workshop, **Vicente de los Ríos**, CEO de Líderes y Digitales, y Director de los Programas Ejecutivos en Transformación Digital de la EOI, ha presentado los retos y oportunidades a los que se enfrentan empresas y profesionales para conseguir **aumentar en un 20% los ingresos y reducir en un 30 % los costes** que resultan de sus inversiones en marketing.

Entre los retos planteados, los asistentes han destacado, mediante una encuesta, como las mayores amenazas a las que se enfrentan en su transformación digital es la **falta de expertos con capacidades analíticas** y digitales avanzadas, y la presión de los players digitales con orientación data-driven.

Ha destacado la participación del **Grupo Piñero**, grupo turístico con posiciones de liderazgo en el segmento vacacional internacional, presente en toda la cadena de valor de la industria de viajes y que tiene a la digitalización como uno de los tres pilares estratégicos.

Dentro de su proyecto de digitalización presentó como utilizan la inteligencia artificial para ver más allá del dato, mostrando cómo ha desarrollado una estrategia de analítica productiva, que además de conseguir **multiplicar sus cifras de negocio**, les ha permitido **personalizar la experiencia de cliente multicanal** mejorando simultáneamente la efectividad y eficiencia.

Además, **Telium, Domo y Swrve**, socios tecnológicos de Luce Innovative Technologies, han presentado su visión sobre **cómo convertir un negocio en una organización data-driven** a partir de las experiencias en la integración de soluciones con sus clientes. Presentaron casos de activación automática del cliente digital para ofrecerle una experiencia personalizada multicanal, y cómo conseguir tener una visión cierta y rápida de los datos de la organización.

Para finalizar el evento, se ha mantenido un debate entre todos los asistentes, moderado por los colaboradores de **Luce Innovative Technologies** Jorge Martínez-Arroyo, Presidente de la Asociación DEC y Javier Cabezas, Director de Estrategia en el sector financiero, sobre cómo abordar los cambios necesarios para aprovechar **tecnología, talento y cultura** transformando las empresas en organizaciones data-driven que **cumplan sus objetivos comerciales y de satisfacción de clientes**.

“En el área de Luce **Customer Experience**, hemos comprobado que el verdadero valor está en el **conocimiento del cliente** digital individual, qué hace, cómo es, cómo reacciona en los distintos touchpoints. Pujemos por cookies que nos aporten valor, que nos den una visión de cómo interactúa el cliente en cada momento para ir un paso más allá sobrepasando sus expectativas y ganando su confianza, lo que nos garantizará la maximización de las ventas ” explica la Subdirectora General **Evelyn Weiss**.

Conocer Luce Innovative Technologies: www.luceit.com

Fuente [Comunicae](#)

<http://galiciadigital24horas.com/luce-it-organiza-su-ix-workshop-enfocado-a-organizaciones-data-driven/>

LUCE IT organiza su IX Workshop enfocado a organizaciones Data-driven

admin • original

/COMUNICAE/



Luce Innovative Technologies, empresa internacional experta en desarrollar, integrar e implantar soluciones tecnológicas de marketing digital y big data, celebró el martes 20 de noviembre en Espacio Como de Madrid su IX Workshop bajo el lema “Organizaciones Data-driven: nuevos retos y oportunidades”

El prestigioso evento ha reunido a más de **40 responsables** de marketing, negocio y áreas digitales de empresas multinacionales de sectores como banca, seguros, retail, transporte, logística y medios de comunicación.

“En este evento **nos volcamos en nuestros invitados**, queremos aprender, conocer experiencias reales, y mostrar situaciones que os puedan valer y ayudar en vuestros retos diarios”, explica **Javier Durán**, CEO de la compañía Luce Innovative Technologies.

En el workshop, **Vicente de los Ríos**, CEO de Líderes y Digitales, y Director de los Programas Ejecutivos en Transformación Digital de la EOI, ha presentado los retos y oportunidades a los que se enfrentan empresas y profesionales para conseguir **aumentar en un 20% los ingresos y reducir en un 30 % los costes** que resultan de sus inversiones en marketing.

Entre los retos planteados, los asistentes han destacado, mediante una encuesta, como las mayores amenazas a las que se enfrentan en su transformación digital es la **falta de expertos con capacidades analíticas** y digitales avanzadas, y la presión de los players digitales con orientación data-driven.

Ha destacado la participación del **Grupo Piñero**, grupo turístico con posiciones de

<http://galiciadigital24horas.com/luce-it-organiza-su-ix-workshop-enfocado-a-organizaciones-data-driven/>

liderazgo en el segmento vacacional internacional, presente en toda la cadena de valor de la industria de viajes y que tiene a la digitalización como uno de los tres pilares estratégicos.

Dentro de su proyecto de digitalización presentó como utilizan la inteligencia artificial para ver más allá del dato, mostrando cómo ha desarrollado una estrategia de analítica productiva, que además de conseguir **multiplicar sus cifras de negocio**, les ha permitido **personalizar la experiencia de cliente multicanal** mejorando simultáneamente la efectividad y eficiencia.

Además, **Telium, Domo y Swrve**, socios tecnológicos de Luce Innovative Technologies, han presentado su visión sobre **cómo convertir un negocio en una organización data-driven** a partir de las experiencias en la integración de soluciones con sus clientes. Presentaron casos de activación automática del cliente digital para ofrecerle una experiencia personalizada multicanal, y cómo conseguir tener una visión cierta y rápida de los datos de la organización.

Para finalizar el evento, se ha mantenido un debate entre todos los asistentes, moderado por los colaboradores de **Luce Innovative Technologies** Jorge Martínez-Arroyo, Presidente de la Asociación DEC y Javier Cabezas, Director de Estrategia en el sector financiero, sobre cómo abordar los cambios necesarios para aprovechar **tecnología, talento y cultura** transformando las empresas en organizaciones data-driven que **cumplan sus objetivos comerciales y de satisfacción de clientes**.

“En el área de Luce **Customer Experience**, hemos comprobado que el verdadero valor está en el **conocimiento del cliente** digital individual, qué hace, cómo es, cómo reacciona en los distintos touchpoints. Pujemos por cookies que nos aporten valor, que nos den una visión de cómo interactúa el cliente en cada momento para ir un paso más allá sobrepasando sus expectativas y ganando su confianza, lo que nos garantizará la maximización de las ventas ” explica la Subdirectora General **Evelyn Weiss**.

Conocer Luce Innovative Technologies: www.luceit.com

Fuente [Comunicae](#)

[Ir a la fuente](#)

Author:

LUCE IT organiza su IX Workshop enfocado a organizaciones Data-driven

admin • original

/COMUNICAE/



Luce Innovative Technologies, empresa internacional experta en desarrollar, integrar e implantar soluciones tecnológicas de marketing digital y big data, celebró el martes 20 de noviembre en Espacio Como de Madrid su IX Workshop bajo el lema “Organizaciones Data-driven: nuevos retos y oportunidades”

El prestigioso evento ha reunido a más de **40 responsables** de marketing, negocio y áreas digitales de empresas multinacionales de sectores como banca, seguros, retail, transporte, logística y medios de comunicación.

“En este evento **nos volcamos en nuestros invitados**, queremos aprender, conocer experiencias reales, y mostrar situaciones que os puedan valer y ayudar en vuestros retos diarios”, explica **Javier Durán**, CEO de la compañía Luce Innovative Technologies.

En el workshop, **Vicente de los Ríos**, CEO de Líderes y Digitales, y Director de los Programas Ejecutivos en Transformación Digital de la EOI, ha presentado los retos y oportunidades a los que se enfrentan empresas y profesionales para conseguir **aumentar en un 20% los ingresos y reducir en un 30 % los costes** que resultan de sus inversiones en marketing.

Entre los retos planteados, los asistentes han destacado, mediante una encuesta, como las mayores amenazas a las que se enfrentan en su transformación digital es la **falta de expertos con capacidades analíticas** y digitales avanzadas, y la presión de los players digitales con orientación data-driven.

Ha destacado la participación del **Grupo Piñero**, grupo turístico con posiciones de liderazgo en el segmento vacacional internacional, presente en toda la cadena de valor de la industria de viajes y que tiene a la digitalización como uno de los tres pilares

<http://madriddigital24horas.com/luce-it-organiza-su-ix-workshop-enfocado-a-organizaciones-data-driven/>

estratégicos.

Dentro de su proyecto de digitalización presentó como utilizan la inteligencia artificial para ver más allá del dato, mostrando cómo ha desarrollado una estrategia de analítica productiva, que además de conseguir **multiplicar sus cifras de negocio**, les ha permitido **personalizar la experiencia de cliente multicanal** mejorando simultáneamente la efectividad y eficiencia.

Además, **Telium, Domo y Swrve**, socios tecnológicos de Luce Innovative Technologies, han presentado su visión sobre **cómo convertir un negocio en una organización data-driven** a partir de las experiencias en la integración de soluciones con sus clientes. Presentaron casos de activación automática del cliente digital para ofrecerle una experiencia personalizada multicanal, y cómo conseguir tener una visión cierta y rápida de los datos de la organización.

Para finalizar el evento, se ha mantenido un debate entre todos los asistentes, moderado por los colaboradores de **Luce Innovative Technologies** Jorge Martínez-Arroyo, Presidente de la Asociación DEC y Javier Cabezas, Director de Estrategia en el sector financiero, sobre cómo abordar los cambios necesarios para aprovechar **tecnología, talento y cultura** transformando las empresas en organizaciones data-driven que **cumplan sus objetivos comerciales y de satisfacción de clientes**.

“En el área de Luce **Customer Experience**, hemos comprobado que el verdadero valor está en el **conocimiento del cliente** digital individual, qué hace, cómo es, cómo reacciona en los distintos touchpoints. Pujemos por cookies que nos aporten valor, que nos den una visión de cómo interactúa el cliente en cada momento para ir un paso más allá sobrepasando sus expectativas y ganando su confianza, lo que nos garantizará la maximización de las ventas ” explica la Subdirectora General **Evelyn Weiss**.

Conocer Luce Innovative Technologies: www.luceit.com

Fuente [Comunicae](#)

LUCE IT organiza su IX Workshop enfocado a organizaciones Data-driven

Redacción • original

/COMUNICAE/



Luce Innovative Technologies, empresa internacional experta en desarrollar, integrar e implantar soluciones tecnológicas de marketing digital y big data, celebró el martes 20 de noviembre en Espacio Como de Madrid su IX Workshop bajo el lema “Organizaciones Data-driven: nuevos retos y oportunidades”

El prestigioso evento ha reunido a más de **40 responsables** de marketing, negocio y áreas digitales de empresas multinacionales de sectores como banca, seguros, retail, transporte, logística y medios de comunicación.

“En este evento **nos volcamos en nuestros invitados**, queremos aprender, conocer experiencias reales, y mostrar situaciones que os puedan valer y ayudar en vuestros retos diarios”, explica **Javier Durán**, CEO de la compañía Luce Innovative Technologies.

En el workshop, **Vicente de los Ríos**, CEO de Líderes y Digitales, y Director de los Programas Ejecutivos en Transformación Digital de la EOI, ha presentado los retos y oportunidades a los que se enfrentan empresas y profesionales para conseguir **aumentar en un 20% los ingresos y reducir en un 30 % los costes** que resultan de sus inversiones en marketing.

Entre los retos planteados, los asistentes han destacado, mediante una encuesta, como las mayores amenazas a las que se enfrentan en su transformación digital es la **falta de expertos con capacidades analíticas** y digitales avanzadas, y la presión de los players digitales con orientación data-driven.

Ha destacado la participación del **Grupo Piñero**, grupo turístico con posiciones de liderazgo en el segmento vacacional internacional, presente en toda la cadena de valor de la industria de viajes y que tiene a la digitalización como uno de los tres pilares

<http://www.extremaduradigital24horas.com/luce-it-organiza-su-ix-workshop-enfocado-a-organizaciones-data-driven/>

estratégicos.

Dentro de su proyecto de digitalización presentó como utilizan la inteligencia artificial para ver más allá del dato, mostrando cómo ha desarrollado una estrategia de analítica productiva, que además de conseguir **multiplicar sus cifras de negocio**, les ha permitido **personalizar la experiencia de cliente multicanal** mejorando simultáneamente la efectividad y eficiencia.

Además, **Telium, Domo y Swrve**, socios tecnológicos de Luce Innovative Technologies, han presentado su visión sobre **cómo convertir un negocio en una organización data-driven** a partir de las experiencias en la integración de soluciones con sus clientes. Presentaron casos de activación automática del cliente digital para ofrecerle una experiencia personalizada multicanal, y cómo conseguir tener una visión cierta y rápida de los datos de la organización.

Para finalizar el evento, se ha mantenido un debate entre todos los asistentes, moderado por los colaboradores de **Luce Innovative Technologies** Jorge Martínez-Arroyo, Presidente de la Asociación DEC y Javier Cabezas, Director de Estrategia en el sector financiero, sobre cómo abordar los cambios necesarios para aprovechar **tecnología, talento y cultura** transformando las empresas en organizaciones data-driven que **cumplan sus objetivos comerciales y de satisfacción de clientes**.

“En el área de Luce **Customer Experience**, hemos comprobado que el verdadero valor está en el **conocimiento del cliente** digital individual, qué hace, cómo es, cómo reacciona en los distintos touchpoints. Pujemos por cookies que nos aporten valor, que nos den una visión de cómo interactúa el cliente en cada momento para ir un paso más allá sobrepasando sus expectativas y ganando su confianza, lo que nos garantizará la maximización de las ventas ” explica la Subdirectora General **Evelyn Weiss**.

Conocer Luce Innovative Technologies: www.luceit.com

Fuente [Comunicae](#)

<http://valencia24horas.com/luce-it-organiza-su-ix-workshop-enfocado-a-organizaciones-data-driven/>

LUCE IT organiza su IX Workshop enfocado a organizaciones Data-driven

original



/COMUNICAE/



Luce Innovative Technologies, empresa internacional experta en desarrollar, integrar e implantar soluciones tecnológicas de marketing digital y big data, celebró el martes 20 de noviembre en Espacio Como de Madrid su IX Workshop bajo el lema “Organizaciones Data-driven: nuevos retos y oportunidades”

El prestigioso evento ha reunido a más de **40 responsables** de marketing, negocio y áreas digitales de empresas multinacionales de sectores como banca, seguros, retail, transporte, logística y medios de comunicación.

“En este evento **nos volcamos en nuestros invitados**, queremos aprender, conocer experiencias reales, y mostrar situaciones que os puedan valer y ayudar en vuestros retos diarios”, explica **Javier Durán**, CEO de la compañía Luce Innovative Technologies.

<http://valencia24horas.com/luce-it-organiza-su-ix-workshop-enfocado-a-organizaciones-data-driven/>

En el workshop, **Vicente de los Ríos**, CEO de Líderes y Digitales, y Director de los Programas Ejecutivos en Transformación Digital de la EOI, ha presentado los retos y oportunidades a los que se enfrentan empresas y profesionales para conseguir **aumentar en un 20% los ingresos y reducir en un 30 % los costes** que resultan de sus inversiones en marketing.

Entre los retos planteados, los asistentes han destacado, mediante una encuesta, como las mayores amenazas a las que se enfrentan en su transformación digital es la **falta de expertos con capacidades analíticas** y digitales avanzadas, y la presión de los players digitales con orientación data-driven.

Ha destacado la participación del **Grupo Piñero**, grupo turístico con posiciones de liderazgo en el segmento vacacional internacional, presente en toda la cadena de valor de la industria de viajes y que tiene a la digitalización como uno de los tres pilares estratégicos.

Dentro de su proyecto de digitalización presentó como utilizan la inteligencia artificial para ver más allá del dato, mostrando cómo ha desarrollado una estrategia de analítica productiva, que además de conseguir **multiplicar sus cifras de negocio**, les ha permitido **personalizar la experiencia de cliente multicanal** mejorando simultáneamente la efectividad y eficiencia.

Además, **Telium, Domo y Swrve**, socios tecnológicos de Luce Innovative Technologies, han presentado su visión sobre **cómo convertir un negocio en una organización data-driven** a partir de las experiencias en la integración de soluciones con sus clientes. Presentaron casos de activación automática del cliente digital para ofrecerle una experiencia personalizada multicanal, y cómo conseguir tener una visión cierta y rápida de los datos de la organización.

Para finalizar el evento, se ha mantenido un debate entre todos los asistentes, moderado por los colaboradores de **Luce Innovative Technologies** Jorge Martínez-Arroyo, Presidente de la Asociación DEC y Javier Cabezas, Director de Estrategia en el sector financiero, sobre cómo abordar los cambios necesarios para aprovechar **tecnología, talento y cultura** transformando las empresas en organizaciones data-driven que **cumplan sus objetivos comerciales y de satisfacción de clientes**.

“En el área de Luce **Customer Experience**, hemos comprobado que el verdadero valor está en el **conocimiento del cliente** digital individual, qué hace, cómo es, cómo reacciona en los distintos touchpoints. Pujemos por cookies que nos aporten valor, que nos den una visión de cómo interactúa el cliente en cada momento para ir un paso más allá sobrepasando sus expectativas y ganando su confianza, lo que nos garantizará la maximización de las ventas ” explica la Subdirectora General **Evelyn Weiss**.

Conocer Luce Innovative Technologies: www.luceit.com

Fuente [Comunicae](#)

<http://www.santanderdigital24horas.com/luce-it-organiza-su-ix-workshop-enfocado-a-organizaciones-data-driven/>

LUCE IT organiza su IX Workshop enfocado a organizaciones Data-driven

Redacción • original



/COMUNICAE/



Luce Innovative Technologies, empresa internacional experta en desarrollar, integrar e implantar soluciones tecnológicas de marketing digital y big data, celebró el martes 20 de noviembre en Espacio Como de Madrid su IX Workshop bajo el lema “Organizaciones Data-driven: nuevos retos y oportunidades”

El prestigioso evento ha reunido a más de **40 responsables** de marketing, negocio y áreas digitales de empresas multinacionales de sectores como banca, seguros, retail, transporte, logística y medios de comunicación.

“En este evento **nos volcamos en nuestros invitados**, queremos aprender, conocer experiencias reales, y mostrar situaciones que os puedan valer y ayudar en vuestros retos diarios”, explica **Javier Durán**, CEO de la compañía Luce Innovative Technologies.

<http://www.santanderdigital24horas.com/luce-it-organiza-su-ix-workshop-enfocado-a-organizaciones-data-driven/>

En el workshop, **Vicente de los Ríos**, CEO de Líderes y Digitales, y Director de los Programas Ejecutivos en Transformación Digital de la EOI, ha presentado los retos y oportunidades a los que se enfrentan empresas y profesionales para conseguir **aumentar en un 20% los ingresos y reducir en un 30 % los costes** que resultan de sus inversiones en marketing.

Entre los retos planteados, los asistentes han destacado, mediante una encuesta, como las mayores amenazas a las que se enfrentan en su transformación digital es la **falta de expertos con capacidades analíticas** y digitales avanzadas, y la presión de los players digitales con orientación data-driven.

Ha destacado la participación del **Grupo Piñero**, grupo turístico con posiciones de liderazgo en el segmento vacacional internacional, presente en toda la cadena de valor de la industria de viajes y que tiene a la digitalización como uno de los tres pilares estratégicos.

Dentro de su proyecto de digitalización presentó como utilizan la inteligencia artificial para ver más allá del dato, mostrando cómo ha desarrollado una estrategia de analítica productiva, que además de conseguir **multiplicar sus cifras de negocio**, les ha permitido **personalizar la experiencia de cliente multicanal** mejorando simultáneamente la efectividad y eficiencia.

Además, **Telium, Domo y Swrve**, socios tecnológicos de Luce Innovative Technologies, han presentado su visión sobre **cómo convertir un negocio en una organización data-driven** a partir de las experiencias en la integración de soluciones con sus clientes. Presentaron casos de activación automática del cliente digital para ofrecerle una experiencia personalizada multicanal, y cómo conseguir tener una visión cierta y rápida de los datos de la organización.

Para finalizar el evento, se ha mantenido un debate entre todos los asistentes, moderado por los colaboradores de **Luce Innovative Technologies** Jorge Martínez-Arroyo, Presidente de la Asociación DEC y Javier Cabezas, Director de Estrategia en el sector financiero, sobre cómo abordar los cambios necesarios para aprovechar **tecnología, talento y cultura** transformando las empresas en organizaciones data-driven que **cumplan sus objetivos comerciales y de satisfacción de clientes**.

“En el área de Luce **Customer Experience**, hemos comprobado que el verdadero valor está en el **conocimiento del cliente** digital individual, qué hace, cómo es, cómo reacciona en los distintos touchpoints. Pujemos por cookies que nos aporten valor, que nos den una visión de cómo interactúa el cliente en cada momento para ir un paso más allá sobrepasando sus expectativas y ganando su confianza, lo que nos garantizará la maximización de las ventas ” explica la Subdirectora General **Evelyn Weiss**.

Conocer Luce Innovative Technologies: www.luceit.com

Fuente [Comunicae](#)

LUCE IT organiza su IX Workshop enfocado a organizaciones Data-driven

Redacción • original

/COMUNICAE/



Luce Innovative Technologies, empresa internacional experta en desarrollar, integrar e implantar soluciones tecnológicas de marketing digital y big data, celebró el martes 20 de noviembre en Espacio Como de Madrid su IX Workshop bajo el lema “Organizaciones Data-driven: nuevos retos y oportunidades”

El prestigioso evento ha reunido a más de **40 responsables** de marketing, negocio y áreas digitales de empresas multinacionales de sectores como banca, seguros, retail, transporte, logística y medios de comunicación.

“En este evento **nos volcamos en nuestros invitados**, queremos aprender, conocer experiencias reales, y mostrar situaciones que os puedan valer y ayudar en vuestros retos diarios”, explica **Javier Durán**, CEO de la compañía Luce Innovative Technologies.

En el workshop, **Vicente de los Ríos**, CEO de Líderes y Digitales, y Director de los Programas Ejecutivos en Transformación Digital de la EOI, ha presentado los retos y oportunidades a los que se enfrentan empresas y profesionales para conseguir **aumentar en un 20% los ingresos y reducir en un 30 % los costes** que resultan de sus inversiones en marketing.

Entre los retos planteados, los asistentes han destacado, mediante una encuesta, como las mayores amenazas a las que se enfrentan en su transformación digital es la **falta de expertos con capacidades analíticas** y digitales avanzadas, y la presión de los players digitales con orientación data-driven.

Ha destacado la participación del **Grupo Piñero**, grupo turístico con posiciones de liderazgo en el segmento vacacional internacional, presente en toda la cadena de valor de la industria de viajes y que tiene a la digitalización como uno de los tres pilares

<http://www.cadiz24horas.com/luce-it-organiza-su-ix-workshop-enfocado-a-organizaciones-data-driven/>

estratégicos.

Dentro de su proyecto de digitalización presentó como utilizan la inteligencia artificial para ver más allá del dato, mostrando cómo ha desarrollado una estrategia de analítica productiva, que además de conseguir **multiplicar sus cifras de negocio**, les ha permitido **personalizar la experiencia de cliente multicanal** mejorando simultáneamente la efectividad y eficiencia.

Además, **Telium, Domo y Swrve**, socios tecnológicos de Luce Innovative Technologies, han presentado su visión sobre **cómo convertir un negocio en una organización data-driven** a partir de las experiencias en la integración de soluciones con sus clientes. Presentaron casos de activación automática del cliente digital para ofrecerle una experiencia personalizada multicanal, y cómo conseguir tener una visión cierta y rápida de los datos de la organización.

Para finalizar el evento, se ha mantenido un debate entre todos los asistentes, moderado por los colaboradores de **Luce Innovative Technologies** Jorge Martínez-Arroyo, Presidente de la Asociación DEC y Javier Cabezas, Director de Estrategia en el sector financiero, sobre cómo abordar los cambios necesarios para aprovechar **tecnología, talento y cultura** transformando las empresas en organizaciones data-driven que **cumplan sus objetivos comerciales y de satisfacción de clientes**.

“En el área de Luce **Customer Experience**, hemos comprobado que el verdadero valor está en el **conocimiento del cliente** digital individual, qué hace, cómo es, cómo reacciona en los distintos touchpoints. Pujemos por cookies que nos aporten valor, que nos den una visión de cómo interactúa el cliente en cada momento para ir un paso más allá sobrepasando sus expectativas y ganando su confianza, lo que nos garantizará la maximización de las ventas ” explica la Subdirectora General **Evelyn Weiss**.

Conocer Luce Innovative Technologies: www.luceit.com

Fuente [Comunicae](#)

http://es.eprensa.com/cgi-bin/view_digital_media.cgi?subclient_id=4630&comps_id=186141927

Nicola Cerantola: "Tenemos que empezar a preguntarnos si realmente necesitamos lo que vamos a comprar"

original

En la Semana Europea de la Prevención de Residuos, este profesor de EOI, experto en diseño, emprendimiento y economía circular, propone un cambio de perspectiva para avanzar hacia una sociedad más sostenible y feliz. En su opinión, al hablar de prevención la atención se centra en la reducción de desperdicios en la producción o el empaquetado, pero "pocas veces nos preguntamos por qué ese producto se fabricó, se comercializó y se adquirió"

/COMUNICAE/



http://es.eprensa.com/cgi-bin/view_digital_media.cgi?subclient_id=4630&comps_id=186141927

Nicola Cerantola: "Tenemos que empezar a preguntarnos si realmente necesitamos lo que vamos a comprar"

En la Semana Europea de la Prevención de Residuos, este profesor de EOI, experto en diseño, emprendimiento y economía circular, propone un cambio de perspectiva para avanzar hacia una sociedad más sostenible y feliz. En su opinión, al hablar de prevención la atención se centra en la reducción de desperdicios en la producción o el empaquetado, pero "pocas veces nos preguntamos por qué ese producto se fabricó, se comercializó y se adquirió"

Del 17 al 25 de noviembre se celebra la **Semana Europea de la Prevención de Residuos (European Week for Waste Reduction, EWWR)**. Promovida por diferentes agencias y organismos de la Unión Europea y de los Estados miembro, esta iniciativa tiene como objetivo concienciar a la sociedad de la necesidad de reducir el volumen de residuos a través de su prevención, de la reutilización de productos y del reciclaje de materiales.

Pero ¿a que se refieren cuándo se habla de prevención? "Cuando lo aplicamos a nuestro modo de vida, al tema de la sostenibilidad o la salud, quizás nos referimos a una prevención incorrecta", asegura , profesor de **EOI (Escuela de Organización Industrial)** y experto en ecodiseño, ecoemprendimiento y economía circular.

"El concepto de 'prevenir' es como las matrioskas, aquellas muñecas rusas que tienen otras muñequitas dentro cada vez más pequeñas: siempre hay un nivel más profundo que mirar, un nivel de prevención anterior", explica **Cerantola**.

Según este experto, al hablar de prevención de residuos la atención se centra en el proceso de extracción de recursos, fabricación y embalaje del producto. Sin embargo, "pocas veces nos preguntamos por qué ese producto se fabricó, se comercializó y se compró. Esa quizás debería ser la primera pieza del juego, nuestro 'prevenir' más efectivo", subraya.

"Si de verdad queremos caminar hacia un mundo más sostenible, tendremos que empezar a mirar no sólo en las entrañas del sistema productivo o del producto a través del ecodiseño y la economía circular: tendremos que preguntarnos sobre las necesidades verdaderas de los consumidores para ayudarles a decidir si el producto es realmente necesario o no, desde nuevas perspectivas más responsables e inteligentes", concluye **Nicola Cerantola**. "Quizá esa

http://es.eprensa.com/cgi-bin/view_digital_media.cgi?subclient_id=4630&comps_id=186141927

sea la primera matrioska que tendremos que buscar para que nos lleve hacia una sociedad menos consumista, sostenible en el tiempo y, sobre todo, más feliz”.

Acerca de EOI

La Escuela de Organización Industrial (EOI) es la primera escuela de negocios fundada en España (1955). En sus 63 años de historia han pasado por sus aulas más de 84.500 directivos y gestores empresariales especializados en liderazgo, internacionalización y sostenibilidad.

Como fundación pública adscrita al Ministerio de Industria, Comercio y Turismo y con la cofinanciación del Fondo Social Europeo, ha impulsado los negocios de más de 52.000 nuevos emprendedores en España y fundado una Red Nacional de 50 Espacios Coworking en distintas ciudades del país.

www.eoi.es // [@eoi](https://twitter.com/eoi) // www.facebook.com/eoi.edu // www.instagram.com/eoischool

LUCE IT organiza su IX Workshop enfocado a organizaciones Data-driven

admin • original

/COMUNICAE/



Luce Innovative Technologies, empresa internacional experta en desarrollar, integrar e implantar soluciones tecnológicas de marketing digital y big data, celebró el martes 20 de noviembre en Espacio Como de Madrid su IX Workshop bajo el lema “Organizaciones Data-driven: nuevos retos y oportunidades”

El prestigioso evento ha reunido a más de **40 responsables** de marketing, negocio y áreas digitales de empresas multinacionales de sectores como banca, seguros, retail, transporte, logística y medios de comunicación.

“En este evento **nos volcamos en nuestros invitados**, queremos aprender, conocer experiencias reales, y mostrar situaciones que os puedan valer y ayudar en vuestros retos diarios”, explica **Javier Durán**, CEO de la compañía Luce Innovative Technologies.

En el workshop, **Vicente de los Ríos**, CEO de Líderes y Digitales, y Director de los Programas Ejecutivos en Transformación Digital de la EOI, ha presentado los retos y oportunidades a los que se enfrentan empresas y profesionales para conseguir **aumentar en un 20% los ingresos y reducir en un 30 % los costes** que resultan de sus inversiones en marketing.

Entre los retos planteados, los asistentes han destacado, mediante una encuesta, como las mayores amenazas a las que se enfrentan en su transformación digital es la **falta de expertos con capacidades analíticas** y digitales avanzadas, y la presión de los players digitales con orientación data-driven.

Ha destacado la participación del **Grupo Piñero**, grupo turístico con posiciones de liderazgo en el segmento vacacional internacional, presente en toda la cadena de valor de la industria de viajes y que tiene a la digitalización como uno de los tres pilares

<https://www.islascanarias24horas.com/luce-it-organiza-su-ix-workshop-enfocado-a-organizaciones-data-driven/>

estratégicos.

Dentro de su proyecto de digitalización presentó como utilizan la inteligencia artificial para ver más allá del dato, mostrando cómo ha desarrollado una estrategia de analítica productiva, que además de conseguir **multiplicar sus cifras de negocio**, les ha permitido **personalizar la experiencia de cliente multicanal** mejorando simultáneamente la efectividad y eficiencia.

Además, **Telium, Domo y Swrve**, socios tecnológicos de Luce Innovative Technologies, han presentado su visión sobre **cómo convertir un negocio en una organización data-driven** a partir de las experiencias en la integración de soluciones con sus clientes. Presentaron casos de activación automática del cliente digital para ofrecerle una experiencia personalizada multicanal, y cómo conseguir tener una visión cierta y rápida de los datos de la organización.

Para finalizar el evento, se ha mantenido un debate entre todos los asistentes, moderado por los colaboradores de **Luce Innovative Technologies** Jorge Martínez-Arroyo, Presidente de la Asociación DEC y Javier Cabezas, Director de Estrategia en el sector financiero, sobre cómo abordar los cambios necesarios para aprovechar **tecnología, talento y cultura** transformando las empresas en organizaciones data-driven que **cumplan sus objetivos comerciales y de satisfacción de clientes**.

“En el área de Luce **Customer Experience**, hemos comprobado que el verdadero valor está en el **conocimiento del cliente** digital individual, qué hace, cómo es, cómo reacciona en los distintos touchpoints. Pujemos por cookies que nos aporten valor, que nos den una visión de cómo interactúa el cliente en cada momento para ir un paso más allá sobrepasando sus expectativas y ganando su confianza, lo que nos garantizará la maximización de las ventas ” explica la Subdirectora General **Evelyn Weiss**.

Conocer Luce Innovative Technologies: www.luceit.com

Fuente [Comunicae](#)

[Ir a la fuente](#)

Author:

LUCE IT organiza su IX Workshop enfocado a organizaciones Data-driven

admin • [original](#)

/COMUNICAE/



Luce Innovative Technologies, empresa internacional experta en desarrollar, integrar e implantar soluciones tecnológicas de marketing digital y big data, celebró el martes 20 de noviembre en Espacio Como de Madrid su IX Workshop bajo el lema “Organizaciones Data-driven: nuevos retos y oportunidades”

El prestigioso evento ha reunido a más de **40 responsables** de marketing, negocio y áreas digitales de empresas multinacionales de sectores como banca, seguros, retail, transporte, logística y medios de comunicación.

“En este evento **nos volcamos en nuestros invitados**, queremos aprender, conocer experiencias reales, y mostrar situaciones que os puedan valer y ayudar en vuestros retos diarios”, explica **Javier Durán**, CEO de la compañía Luce Innovative Technologies.

En el workshop, **Vicente de los Ríos**, CEO de Líderes y Digitales, y Director de los Programas Ejecutivos en Transformación Digital de la EOI, ha presentado los retos y oportunidades a los que se enfrentan empresas y profesionales para conseguir **aumentar en un 20% los ingresos y reducir en un 30 % los costes** que resultan de sus inversiones en marketing.

Entre los retos planteados, los asistentes han destacado, mediante una encuesta, como las mayores amenazas a las que se enfrentan en su transformación digital es la **falta de expertos con capacidades analíticas** y digitales avanzadas, y la presión de los players digitales con orientación data-driven.

Ha destacado la participación del **Grupo Piñero**, grupo turístico con posiciones de liderazgo en el segmento vacacional internacional, presente en toda la cadena de valor de la industria de viajes y que tiene a la digitalización como uno de los tres pilares

<https://www.zaragoza24horas.com/luce-it-organiza-su-ix-workshop-enfocado-a-organizaciones-data-driven/>

estratégicos.

Dentro de su proyecto de digitalización presentó como utilizan la inteligencia artificial para ver más allá del dato, mostrando cómo ha desarrollado una estrategia de analítica productiva, que además de conseguir **multiplicar sus cifras de negocio**, les ha permitido **personalizar la experiencia de cliente multicanal** mejorando simultáneamente la efectividad y eficiencia.

Además, **Telium, Domo y Swrve**, socios tecnológicos de Luce Innovative Technologies, han presentado su visión sobre **cómo convertir un negocio en una organización data-driven** a partir de las experiencias en la integración de soluciones con sus clientes. Presentaron casos de activación automática del cliente digital para ofrecerle una experiencia personalizada multicanal, y cómo conseguir tener una visión cierta y rápida de los datos de la organización.

Para finalizar el evento, se ha mantenido un debate entre todos los asistentes, moderado por los colaboradores de **Luce Innovative Technologies** Jorge Martínez-Arroyo, Presidente de la Asociación DEC y Javier Cabezas, Director de Estrategia en el sector financiero, sobre cómo abordar los cambios necesarios para aprovechar **tecnología, talento y cultura** transformando las empresas en organizaciones data-driven que **cumplan sus objetivos comerciales y de satisfacción de clientes**.

“En el área de Luce **Customer Experience**, hemos comprobado que el verdadero valor está en el **conocimiento del cliente** digital individual, qué hace, cómo es, cómo reacciona en los distintos touchpoints. Pujemos por cookies que nos aporten valor, que nos den una visión de cómo interactúa el cliente en cada momento para ir un paso más allá sobrepasando sus expectativas y ganando su confianza, lo que nos garantizará la maximización de las ventas ” explica la Subdirectora General **Evelyn Weiss**.

Conocer Luce Innovative Technologies: www.luceit.com

Fuente [Comunicae](#)

LUCE IT organiza su IX Workshop enfocado a organizaciones Data-driven

admin • original

/COMUNICAE/



Luce Innovative Technologies, empresa internacional experta en desarrollar, integrar e implantar soluciones tecnológicas de marketing digital y big data, celebró el martes 20 de noviembre en Espacio Como de Madrid su IX Workshop bajo el lema “Organizaciones Data-driven: nuevos retos y oportunidades”

El prestigioso evento ha reunido a más de **40 responsables** de marketing, negocio y áreas digitales de empresas multinacionales de sectores como banca, seguros, retail, transporte, logística y medios de comunicación.

“En este evento **nos volcamos en nuestros invitados**, queremos aprender, conocer experiencias reales, y mostrar situaciones que os puedan valer y ayudar en vuestros retos diarios”, explica **Javier Durán**, CEO de la compañía Luce Innovative Technologies.

En el workshop, **Vicente de los Ríos**, CEO de Líderes y Digitales, y Director de los Programas Ejecutivos en Transformación Digital de la EOI, ha presentado los retos y oportunidades a los que se enfrentan empresas y profesionales para conseguir **aumentar en un 20% los ingresos y reducir en un 30 % los costes** que resultan de sus inversiones en marketing.

Entre los retos planteados, los asistentes han destacado, mediante una encuesta, como las mayores amenazas a las que se enfrentan en su transformación digital es la **falta de expertos con capacidades analíticas** y digitales avanzadas, y la presión de los players digitales con orientación data-driven.

Ha destacado la participación del **Grupo Piñero**, grupo turístico con posiciones de liderazgo en el segmento vacacional internacional, presente en toda la cadena de valor de la industria de viajes y que tiene a la digitalización como uno de los tres pilares

<http://pamplona24horas.com/luce-it-organiza-su-ix-workshop-enfocado-a-organizaciones-data-driven/>
estratégicos.

Dentro de su proyecto de digitalización presentó como utilizan la inteligencia artificial para ver más allá del dato, mostrando cómo ha desarrollado una estrategia de analítica productiva, que además de conseguir **multiplicar sus cifras de negocio**, les ha permitido **personalizar la experiencia de cliente multicanal** mejorando simultáneamente la efectividad y eficiencia.

Además, **Telium, Domo y Swrve**, socios tecnológicos de Luce Innovative Technologies, han presentado su visión sobre **cómo convertir un negocio en una organización data-driven** a partir de las experiencias en la integración de soluciones con sus clientes. Presentaron casos de activación automática del cliente digital para ofrecerle una experiencia personalizada multicanal, y cómo conseguir tener una visión cierta y rápida de los datos de la organización.

Para finalizar el evento, se ha mantenido un debate entre todos los asistentes, moderado por los colaboradores de **Luce Innovative Technologies** Jorge Martínez-Arroyo, Presidente de la Asociación DEC y Javier Cabezas, Director de Estrategia en el sector financiero, sobre cómo abordar los cambios necesarios para aprovechar **tecnología, talento y cultura** transformando las empresas en organizaciones data-driven que **cumplan sus objetivos comerciales y de satisfacción de clientes**.

“En el área de Luce **Customer Experience**, hemos comprobado que el verdadero valor está en el **conocimiento del cliente** digital individual, qué hace, cómo es, cómo reacciona en los distintos touchpoints. Pujemos por cookies que nos aporten valor, que nos den una visión de cómo interactúa el cliente en cada momento para ir un paso más allá sobrepasando sus expectativas y ganando su confianza, lo que nos garantizará la maximización de las ventas ” explica la Subdirectora General **Evelyn Weiss**.

Conocer Luce Innovative Technologies: www.luceit.com

Fuente [Comunicae](#)

LUCE IT organiza su IX Workshop enfocado a organizaciones Data-driven

Redacción • original

/COMUNICAE/



Luce Innovative Technologies, empresa internacional experta en desarrollar, integrar e implantar soluciones tecnológicas de marketing digital y big data, celebró el martes 20 de noviembre en Espacio Como de Madrid su IX Workshop bajo el lema “Organizaciones Data-driven: nuevos retos y oportunidades”

El prestigioso evento ha reunido a más de **40 responsables** de marketing, negocio y áreas digitales de empresas multinacionales de sectores como banca, seguros, retail, transporte, logística y medios de comunicación.

“En este evento **nos volcamos en nuestros invitados**, queremos aprender, conocer experiencias reales, y mostrar situaciones que os puedan valer y ayudar en vuestros retos diarios”, explica **Javier Durán**, CEO de la compañía Luce Innovative Technologies.

En el workshop, **Vicente de los Ríos**, CEO de Líderes y Digitales, y Director de los Programas Ejecutivos en Transformación Digital de la EOI, ha presentado los retos y oportunidades a los que se enfrentan empresas y profesionales para conseguir **aumentar en un 20% los ingresos y reducir en un 30 % los costes** que resultan de sus inversiones en marketing.

Entre los retos planteados, los asistentes han destacado, mediante una encuesta, como las mayores amenazas a las que se enfrentan en su transformación digital es la **falta de expertos con capacidades analíticas** y digitales avanzadas, y la presión de los players digitales con orientación data-driven.

Ha destacado la participación del **Grupo Piñero**, grupo turístico con posiciones de liderazgo en el segmento vacacional internacional, presente en toda la cadena de valor de la industria de viajes y que tiene a la digitalización como uno de los tres pilares

<http://www.burgosdigital24horas.com/luce-it-organiza-su-ix-workshop-enfocado-a-organizaciones-data-driven/>

estratégicos.

Dentro de su proyecto de digitalización presentó como utilizan la inteligencia artificial para ver más allá del dato, mostrando cómo ha desarrollado una estrategia de analítica productiva, que además de conseguir **multiplicar sus cifras de negocio**, les ha permitido **personalizar la experiencia de cliente multicanal** mejorando simultáneamente la efectividad y eficiencia.

Además, **Telium, Domo y Swrve**, socios tecnológicos de Luce Innovative Technologies, han presentado su visión sobre **cómo convertir un negocio en una organización data-driven** a partir de las experiencias en la integración de soluciones con sus clientes. Presentaron casos de activación automática del cliente digital para ofrecerle una experiencia personalizada multicanal, y cómo conseguir tener una visión cierta y rápida de los datos de la organización.

Para finalizar el evento, se ha mantenido un debate entre todos los asistentes, moderado por los colaboradores de **Luce Innovative Technologies** Jorge Martínez-Arroyo, Presidente de la Asociación DEC y Javier Cabezas, Director de Estrategia en el sector financiero, sobre cómo abordar los cambios necesarios para aprovechar **tecnología, talento y cultura** transformando las empresas en organizaciones data-driven que **cumplan sus objetivos comerciales y de satisfacción de clientes**.

“En el área de Luce **Customer Experience**, hemos comprobado que el verdadero valor está en el **conocimiento del cliente** digital individual, qué hace, cómo es, cómo reacciona en los distintos touchpoints. Pujemos por cookies que nos aporten valor, que nos den una visión de cómo interactúa el cliente en cada momento para ir un paso más allá sobrepasando sus expectativas y ganando su confianza, lo que nos garantizará la maximización de las ventas ” explica la Subdirectora General **Evelyn Weiss**.

Conocer Luce Innovative Technologies: www.luceit.com

Fuente [Comunicae](#)

<https://tarragonanoticias.com/comunicado/8535-black-friday-vs-dia-sin-compras-con-que-opcionhtm>

Black Friday vs. Día Sin Compras: ¿con qué opción quedarse?

original

Cada año son más quienes se suman a la reacción al Viernes Negro para defender "un consumo responsable con la sostenibilidad socioambiental y con el reparto equitativo de la riqueza", en palabras de la profesora de EOI Freest S. Harries. El experto en ventas y profesor de EOI Antonio Salas recomienda no dejarse llevar por el ansia consumista y llevar a cabo "una investigación por adelantado" antes de comprar para asegurarnos de que las ofertas que anuncian son reales



Cada año son más quienes se suman a la reacción al Viernes Negro para defender "un consumo responsable con la sostenibilidad socioambiental y con el reparto equitativo de la riqueza", en palabras de la profesora de EOI Freest S. Harries. El experto en ventas y profesor de EOI Antonio Salas recomienda no dejarse llevar por el ansia consumista y llevar a cabo "una investigación por adelantado" antes de comprar para asegurarnos de que las ofertas que anuncian son reales

Los amantes de las compras esperan con ansia la llegada del **Black Friday** para lanzarse a la caza y captura de ofertas y gangas. Sin embargo, cada año cobra más fuerza la tendencia

<https://tarragonanoticias.com/comunicado/8535-black-friday-vs-dia-sin-compras-con-que-opcionhtml>

contraria: el **Día Sin Compras**, una jornada mundial en la que se invita a toda la población a no sucumbir a los cantos de sirena de los comercios y a promover formas de consumo alternativo.

“El **Día Sin Compras** cuestiona el actual modelo de producción y consumo y propugna un cambio basado en un consumo transformador y responsable con la sostenibilidad socioambiental y con el reparto equitativo de la riqueza”, explica **Freest S. Harries**, profesora del **International Master in Sustainable Development and Corporate Responsibility** de **EOI (Escuela de Organización Industrial)**. “Esta jornada, desde hace ya más de 25 años, pretende hacer frente al fenómeno hiperconsumista del **Black Friday**, que contribuye a perpetuar una situación social y ambiental poco o nada sostenible”, afirma.

En contrapartida, muchos sostienen que esta jornada es una buena oportunidad para ahorrar una suma considerable en compras que, de todas maneras, iban a efectuar. Pero ¿realmente se encuentran gangas tan sustanciosas? “Soy de la opinión de que puedes conseguir un buen chollo con una investigación por adelantado, en particular porque las ventas ya no se limitan a un solo día y muchos establecimientos comienzan a lanzar ofertas en los días previos al Viernes Negro; de hecho, ya se empieza a hablar de **Black Fiveday**”, comenta **Antonio Salas, profesor de Marketing y Ventas en EOI**.

Sin embargo, **Salas** llama a la moderación y a la cautela: “Es fácil dejarse llevar por la exageración y la emoción del día, pero no todas las ofertas son tan buenas como parecen. Algunas investigaciones señalan que el 60 % de los productos analizados estaban disponibles por el mismo precio o más baratos en otras épocas del año”, asegura este experto.

La clave está en meditar antes de sacar la cartera: “Piensa en la primera y principal de las motivaciones que te llevan a comprar en el Black Friday, aparca tu ansiedad por un momento y piensa que aún tendrás tiempo de acertar con tus regalos en el más tradicional periodo de Navidad”, concluye **Antonio Salas**.

En definitiva, el consumo responsable es la clave y en ese punto coincide con los defensores del Día Sin Compras, quienes invitan a la sociedad a llevar esta reflexión a su vida diaria: “Esta jornada es un paso más para ser más conscientes del impacto de nuestras acciones, no solo como individuos, sino como colectividad, pero no se trata de que limpiemos nuestra conciencia una vez al año, sino de generar un cambio que perdure los 364 días restantes”, concluye **Freest S. Harries**.

Acerca de EOI

La Escuela de Organización Industrial (EOI) es la primera escuela de negocios fundada en España (1955). En sus 63 años de historia han pasado por sus aulas más de 84.500 directivos y gestores empresariales especializados en sostenibilidad, liderazgo, internacionalización y transformación digital.

Como fundación pública adscrita al Ministerio de Industria, Comercio y Turismo y con la cofinanciación del Fondo Social Europeo, ha impulsado los negocios de más de 52.000 nuevos emprendedores en España y fundado una Red Nacional de 50 Espacios Coworking en distintas ciudades del país.

<https://tarragonanoticias.com/comunicado/8535-black-friday-vs-dia-sin-compras-con-que-opcionhtm>www.eoi.es // [@eoi](https://twitter.com/eoi) // www.facebook.com/eoi.edu // www.instagram.com/eoischool

Black Friday vs. Día Sin Compras: ¿con qué opción quedarse?

Redacción • original



Los amantes de las compras esperan con ansia la llegada del **Black Friday** para lanzarse a la caza y captura de ofertas y gangas. Sin embargo, cada año cobra más fuerza la tendencia contraria: el **Día Sin Compras**, una jornada mundial en la que se invita a toda la población a no sucumbir a los cantos de sirena de los comercios y a promover formas de consumo alternativo.

“El **Día Sin Compras** cuestiona el actual modelo de producción y consumo y propugna un cambio basado en un consumo transformador y responsable con la sostenibilidad socioambiental y con el reparto equitativo de la riqueza”, explica **Freest S. Harries**, profesora del **International Master in Sustainable Development and Corporate Responsibility** de **EOI (Escuela de Organización Industrial)**. “Esta jornada, desde hace ya más de 25 años, pretende hacer frente al fenómeno hiperconsumista del **Black Friday**, que contribuye a perpetuar una situación social y ambiental poco o nada sostenible”, afirma.

En contrapartida, muchos sostienen que esta jornada es una buena oportunidad para ahorrar una suma considerable en compras que, de todas maneras, iban a efectuar. Pero ¿realmente se encuentran gangas tan sustanciosas? “Soy de la opinión de que puedes conseguir un buen chollo con una investigación por adelantado, en particular porque las ventas ya no se limitan a un solo día y muchos establecimientos comienzan a lanzar ofertas en los días previos al Viernes Negro; de hecho, ya se empieza a hablar de **Black Fiveday**”, comenta **Antonio Salas**, profesor de Marketing y Ventas en EOI.

Sin embargo, **Salas** llama a la moderación y a la cautela: “Es fácil dejarse llevar por la exageración y la emoción del día, pero no todas las ofertas son tan buenas como parecen. Algunas investigaciones señalan que el 60 % de los productos analizados estaban disponibles por el mismo precio o más baratos en otras épocas del año”, asegura este experto.

<https://www.camaltecpress.com/78900/black-friday-vs-dia-sin-compras-con-que-opcion-quedarse/>

La clave está en meditar antes de sacar la cartera: “Piensa en la primera y principal de las motivaciones que te llevan a comprar en el Black Friday, aparca tu ansiedad por un momento y piensa que aún tendrás tiempo de acertar con tus regalos en el más tradicional periodo de Navidad”, concluye **Antonio Salas**.

En definitiva, el consumo responsable es la clave y en ese punto coincide con los defensores del Día Sin Compras, quienes invitan a la sociedad a llevar esta reflexión a su vida diaria: “Esta jornada es un paso más para ser más conscientes del impacto de nuestras acciones, no solo como individuos, sino como colectividad, pero no se trata de que limpiemos nuestra conciencia una vez al año, sino de generar un cambio que perdure los 364 días restantes”, concluye **Freest S. Harries**.

Acerca de EOI

La Escuela de Organización Industrial (EOI) es la primera escuela de negocios fundada en España (1955). En sus 63 años de historia han pasado por sus aulas más de 84.500 directivos y gestores empresariales especializados en sostenibilidad, liderazgo, internacionalización y transformación digital.

Como fundación pública adscrita al Ministerio de Industria, Comercio y Turismo y con la cofinanciación del Fondo Social Europeo, ha impulsado los negocios de más de 52.000 nuevos emprendedores en España y fundado una Red Nacional de 50 Espacios Coworking en distintas ciudades del país.

Mas información sobre en [Black Friday vs. Día Sin Compras: ¿con qué opción quedarse?](#)

<https://sticknoticias.com/black-friday-vs-dia-sin-compras-con-que-opcion-quedarse/>

Black Friday vs. Día Sin Compras: ¿con qué opción quedarse?

Redacción • original



/COMUNICAE/

<https://sticknoticias.com/black-friday-vs-dia-sin-compras-con-que-opcion-quedarse/>

Cada año son más quienes se suman a la reacción al Viernes Negro para defender “un consumo responsable con la sostenibilidad socioambiental y con el reparto equitativo de la riqueza”, en palabras de la profesora de EOI Freest S. Harries. El experto en ventas y profesor de EOI Antonio Salas recomienda no dejarse llevar por el ansia consumista y llevar a cabo “una investigación por adelantado” antes de comprar para asegurarnos de que las ofertas que anuncian son reales

Los amantes de las compras esperan con ansia la llegada del **Black Friday** para lanzarse a la caza y captura de ofertas y gangas. Sin embargo, cada año cobra más fuerza la tendencia contraria: el **Día Sin Compras**, una jornada mundial en la que se invita a toda la población a no sucumbir a los cantos de sirena de los comercios y a promover formas de consumo alternativo.

[¿Quieres Estudiar El Crimen?](#)

Anuncio

[Comienza a combatir el crimen...](#)

[Nation.com](#)

[Saber más](#)

“El **Día Sin Compras** cuestiona el actual modelo de producción y consumo y propugna un cambio basado en un consumo transformador y responsable con la sostenibilidad

<https://sticknoticias.com/black-friday-vs-dia-sin-compras-con-que-opcion-que-darse/>

socioambiental y con el reparto equitativo de la riqueza”, explica **Freest S. Harries**, profesora del **International Master in Sustainable Development and Corporate Responsibility** de **EOI (Escuela de Organización Industrial)**. “Esta jornada, desde hace ya más de 25 años, pretende hacer frente al fenómeno hiperconsumista del **Black Friday**, que contribuye a perpetuar una situación social y ambiental poco o nada sostenible”, afirma.

En contrapartida, muchos sostienen que esta jornada es una buena oportunidad para ahorrar una suma considerable en compras que, de todas maneras, iban a efectuar. Pero ¿realmente se encuentran gangas tan sustanciosas? “Soy de la opinión de que puedes conseguir un buen chollo con una investigación por adelantado, en particular porque las ventas ya no se limitan a un solo día y muchos establecimientos comienzan a lanzar ofertas en los días previos al Viernes Negro; de hecho, ya se empieza a hablar de **Black Fiveday**”, comenta **Antonio Salas**, profesor de Marketing y Ventas en EOI.

[Download PDF - \[Free\]](#)

Anuncio

[To View PDF - Download Here](#)[EasyPDFCombine](#)[Learn more](#)

Sin embargo, **Salas** llama a la moderación y a la cautela: “Es fácil dejarse llevar por la exageración y la emoción del día, pero no todas las ofertas son tan buenas como parecen. Algunas investigaciones señalan que el 60 % de los productos analizados estaban disponibles por el mismo precio o más baratos en otras épocas del año”, asegura este experto.

La clave está en meditar antes de sacar la cartera: “Piensa en la primera y principal de las motivaciones que te llevan a comprar en el Black Friday, aparca tu ansiedad por un momento y piensa que aún tendrás tiempo de acertar con tus regalos en el más tradicional periodo de Navidad”, concluye **Antonio Salas**.

En definitiva, el consumo responsable es la clave y en ese punto coincide con los defensores del Día Sin Compras, quienes invitan a la sociedad a llevar esta reflexión a su vida diaria: “Esta jornada es un paso más para ser más conscientes del impacto de nuestras acciones, no solo como individuos, sino como colectividad, pero no se trata de que limpiemos nuestra conciencia una vez al año, sino de generar un cambio que perdure los 364 días restantes”, concluye **Freest S. Harries**.

Acerca de EOI

La Escuela de Organización Industrial (EOI) es la primera escuela de negocios fundada en España (1955). En sus 63 años de historia han pasado por sus aulas más de 84.500 directivos y gestores empresariales especializados en sostenibilidad, liderazgo, internacionalización y transformación digital.

Como fundación pública adscrita al Ministerio de Industria, Comercio y Turismo y con la cofinanciación del Fondo Social Europeo, ha impulsado los negocios de más de 52.000 nuevos emprendedores en España y fundado una Red Nacional de 50 Espacios Coworking en

LUCE IT organiza su IX Workshop enfocado a organizaciones Data-driven

admin • original

/COMUNICAE/



Luce Innovative Technologies, empresa internacional experta en desarrollar, integrar e implantar soluciones tecnológicas de marketing digital y big data, celebró el martes 20 de noviembre en Espacio Como de Madrid su IX Workshop bajo el lema “Organizaciones Data-driven: nuevos retos y oportunidades”

El prestigioso evento ha reunido a más de **40 responsables** de marketing, negocio y áreas digitales de empresas multinacionales de sectores como banca, seguros, retail, transporte, logística y medios de comunicación.

“En este evento **nos volcamos en nuestros invitados**, queremos aprender, conocer experiencias reales, y mostrar situaciones que os puedan valer y ayudar en vuestros retos diarios”, explica **Javier Durán**, CEO de la compañía Luce Innovative Technologies.

En el workshop, **Vicente de los Ríos**, CEO de Líderes y Digitales, y Director de los Programas Ejecutivos en Transformación Digital de la EOI, ha presentado los retos y oportunidades a los que se enfrentan empresas y profesionales para conseguir **aumentar en un 20% los ingresos y reducir en un 30 % los costes** que resultan de sus inversiones en marketing.

Entre los retos planteados, los asistentes han destacado, mediante una encuesta, como las mayores amenazas a las que se enfrentan en su transformación digital es la **falta de expertos con capacidades analíticas** y digitales avanzadas, y la presión de los players digitales con orientación data-driven.

Ha destacado la participación del **Grupo Piñero**, grupo turístico con posiciones de liderazgo en el segmento vacacional internacional, presente en toda la cadena de valor de la industria de viajes y que tiene a la digitalización como uno de los tres pilares

<http://asturias24horas.com/luce-it-organiza-su-ix-workshop-enfocado-a-organizaciones-data-driven/>

estratégicos.

Dentro de su proyecto de digitalización presentó como utilizan la inteligencia artificial para ver más allá del dato, mostrando cómo ha desarrollado una estrategia de analítica productiva, que además de conseguir **multiplicar sus cifras de negocio**, les ha permitido **personalizar la experiencia de cliente multicanal** mejorando simultáneamente la efectividad y eficiencia.

Además, **Telium, Domo y Swrve**, socios tecnológicos de Luce Innovative Technologies, han presentado su visión sobre **cómo convertir un negocio en una organización data-driven** a partir de las experiencias en la integración de soluciones con sus clientes. Presentaron casos de activación automática del cliente digital para ofrecerle una experiencia personalizada multicanal, y cómo conseguir tener una visión cierta y rápida de los datos de la organización.

Para finalizar el evento, se ha mantenido un debate entre todos los asistentes, moderado por los colaboradores de **Luce Innovative Technologies** Jorge Martínez-Arroyo, Presidente de la Asociación DEC y Javier Cabezas, Director de Estrategia en el sector financiero, sobre cómo abordar los cambios necesarios para aprovechar **tecnología, talento y cultura** transformando las empresas en organizaciones data-driven que **cumplan sus objetivos comerciales y de satisfacción de clientes**.

“En el área de Luce **Customer Experience**, hemos comprobado que el verdadero valor está en el **conocimiento del cliente** digital individual, qué hace, cómo es, cómo reacciona en los distintos touchpoints. Pujemos por cookies que nos aporten valor, que nos den una visión de cómo interactúa el cliente en cada momento para ir un paso más allá sobrepasando sus expectativas y ganando su confianza, lo que nos garantizará la maximización de las ventas ” explica la Subdirectora General **Evelyn Weiss**.

Conocer Luce Innovative Technologies: www.luceit.com

Fuente [Comunicae](#)

http://es.eprensa.com/cgi-bin/view_digital_media.cgi?subclient_id=4630&comps_id=186187636

Black Friday vs. Día Sin Compras: ¿con qué opción quedarse?

original

Cada año son más quienes se suman a la reacción al Viernes Negro para defender "un consumo responsable con la sostenibilidad socioambiental y con el reparto equitativo de la riqueza", en palabras de la profesora de EOI Freest S. Harries. El experto en ventas y profesor de EOI Antonio Salas recomienda no dejarse llevar por el ansia consumista y llevar a cabo "una investigación por adelantado" antes de comprar para asegurarnos de que las ofertas que anuncian son reales

/COMUNICAE/



Cada año son más quienes se suman a la reacción al Viernes Negro para defender "un consumo responsable con la sostenibilidad socioambiental y con el reparto equitativo de la riqueza", en palabras de la profesora de EOI Freest S. Harries. El experto en ventas y profesor de EOI Antonio Salas recomienda no dejarse llevar por el ansia consumista y llevar a cabo "una investigación por adelantado" antes de comprar para asegurarnos de que las ofertas que anuncian son reales

Los amantes de las compras esperan con ansia la llegada del **Black Friday** para lanzarse a la caza y captura de ofertas y gangas. Sin embargo, cada año cobra más fuerza la tendencia contraria: el **Día Sin Compras**, una jornada mundial en la que se invita a toda la población a

http://es.eprensa.com/cgi-bin/view_digital_media.cgi?subclient_id=4630&comps_id=186187636

no sucumbir a los cantos de sirena de los comercios y a promover formas de consumo alternativo.

“El **Día Sin Compras** cuestiona el actual modelo de producción y consumo y propugna un cambio basado en un consumo transformador y responsable con la sostenibilidad socioambiental y con el reparto equitativo de la riqueza”, explica **Freest S. Harries**, profesora del **International Master in Sustainable Development and Corporate Responsibility** de **EOI (Escuela de Organización Industrial)**. “Esta jornada, desde hace ya más de 25 años, pretende hacer frente al fenómeno hiperconsumista del **Black Friday**, que contribuye a perpetuar una situación social y ambiental poco o nada sostenible”, afirma.

En contrapartida, muchos sostienen que esta jornada es una buena oportunidad para ahorrar una suma considerable en compras que, de todas maneras, iban a efectuar. Pero ¿realmente se encuentran gangas tan sustanciosas? “Soy de la opinión de que puedes conseguir un buen chollo con una investigación por adelantado, en particular porque las ventas ya no se limitan a un solo día y muchos establecimientos comienzan a lanzar ofertas en los días previos al Viernes Negro; de hecho, ya se empieza a hablar de **Black Fiveday**”, comenta **Antonio Salas**, profesor de Marketing y Ventas en EOI.

Sin embargo, **Salas** llama a la moderación y a la cautela: “Es fácil dejarse llevar por la exageración y la emoción del día, pero no todas las ofertas son tan buenas como parecen. Algunas investigaciones señalan que el 60 % de los productos analizados estaban disponibles por el mismo precio o más baratos en otras épocas del año”, asegura este experto.

La clave está en meditar antes de sacar la cartera: “Piensa en la primera y principal de las motivaciones que te llevan a comprar en el Black Friday, aparca tu ansiedad por un momento y piensa que aún tendrás tiempo de acertar con tus regalos en el más tradicional periodo de Navidad”, concluye **Antonio Salas**.

En definitiva, el consumo responsable es la clave y en ese punto coincide con los defensores del Día Sin Compras, quienes invitan a la sociedad a llevar esta reflexión a su vida diaria: “Esta jornada es un paso más para ser más conscientes del impacto de nuestras acciones, no solo como individuos, sino como colectividad, pero no se trata de que limpiemos nuestra conciencia una vez al año, sino de generar un cambio que perdure los 364 días restantes”, concluye **Freest S. Harries**.

Acerca de EOI

La Escuela de Organización Industrial (EOI) es la primera escuela de negocios fundada en España (1955). En sus 63 años de historia han pasado por sus aulas más de 84.500 directivos y gestores empresariales especializados en sostenibilidad, liderazgo, internacionalización y transformación digital.

Como fundación pública adscrita al Ministerio de Industria, Comercio y Turismo y con la cofinanciación del Fondo Social Europeo, ha impulsado los negocios de más de 52.000 nuevos emprendedores en España y fundado una Red Nacional de 50 Espacios Coworking en distintas ciudades del país.

<https://gironanoticies.com/comunicado/81256-black-friday-vs-dia-sin-compras-con-que-opcion-quedarse.htm>

Black Friday vs. Día Sin Compras: ¿con qué opción quedarse?

original



Cada año son más quienes se suman a la reacción al Viernes Negro para defender "un consumo responsable con la sostenibilidad socioambiental y con el reparto equitativo de la riqueza", en palabras de la profesora de EOI Freest S. Harries. El experto en ventas y profesor de EOI Antonio Salas recomienda no dejarse llevar por el ansia consumista y llevar a cabo "una investigación por adelantado" antes de comprar para asegurarnos de que las ofertas que anuncian son reales

<https://gironanoticies.com/comunicado/81256-black-friday-vs-dia-sin-compras-con-que-opcion-quedarse.htm>



Cada año son más quienes se suman a la reacción al Viernes Negro para defender "un consumo responsable con la sostenibilidad socioambiental y con el reparto equitativo de la riqueza", en palabras de la profesora de EOI Freest S. Harries. El experto en ventas y profesor de EOI Antonio Salas recomienda no dejarse llevar por el ansia consumista y llevar a cabo "una investigación por adelantado" antes de comprar para asegurarnos de que las ofertas que anuncian son reales

Los amantes de las compras esperan con ansia la llegada del **Black Friday** para lanzarse a la caza y captura de ofertas y gangas. Sin embargo, cada año cobra más fuerza la tendencia contraria: el **Día Sin Compras**, una jornada mundial en la que se invita a toda la población a no sucumbir a los cantos de sirena de los comercios y a promover formas de consumo alternativo.

"El **Día Sin Compras** cuestiona el actual modelo de producción y consumo y propugna un cambio basado en un consumo transformador y responsable con la sostenibilidad socioambiental y con el reparto equitativo de la riqueza", explica **Freest S. Harries**, profesora del **International Master in Sustainable Development and Corporate Responsibility** de **EOI (Escuela de Organización Industrial)**. "Esta jornada, desde hace ya más de 25 años, pretende hacer frente al fenómeno hiperconsumista del **Black Friday**, que contribuye a perpetuar una situación social y ambiental poco o nada sostenible", afirma.

En contrapartida, muchos sostienen que esta jornada es una buena oportunidad para ahorrar una suma considerable en compras que, de todas maneras, iban a efectuar. Pero ¿realmente

<https://gironanoticies.com/comunicado/81256-black-friday-vs-dia-sin-compras-con-que-opcion-quedarse.htm>

se encuentran gangas tan sustanciosas? “Soy de la opinión de que puedes conseguir un buen chollo con una investigación por adelantado, en particular porque las ventas ya no se limitan a un solo día y muchos establecimientos comienzan a lanzar ofertas en los días previos al Viernes Negro; de hecho, ya se empieza a hablar de **Black Fiveday**”, comenta **Antonio Salas, profesor de Marketing y Ventas en EOI**.

Sin embargo, **Salas** llama a la moderación y a la cautela: “Es fácil dejarse llevar por la exageración y la emoción del día, pero no todas las ofertas son tan buenas como parecen. Algunas investigaciones señalan que el 60 % de los productos analizados estaban disponibles por el mismo precio o más baratos en otras épocas del año”, asegura este experto.

La clave está en meditar antes de sacar la cartera: “Piensa en la primera y principal de las motivaciones que te llevan a comprar en el Black Friday, aparca tu ansiedad por un momento y piensa que aún tendrás tiempo de acertar con tus regalos en el más tradicional periodo de Navidad”, concluye **Antonio Salas**.

En definitiva, el consumo responsable es la clave y en ese punto coincide con los defensores del Día Sin Compras, quienes invitan a la sociedad a llevar esta reflexión a su vida diaria: “Esta jornada es un paso más para ser más conscientes del impacto de nuestras acciones, no solo como individuos, sino como colectividad, pero no se trata de que limpiemos nuestra conciencia una vez al año, sino de generar un cambio que perdure los 364 días restantes”, concluye **Freest S. Harries**.

Acerca de EOI

La Escuela de Organización Industrial (EOI) es la primera escuela de negocios fundada en España (1955). En sus 63 años de historia han pasado por sus aulas más de 84.500 directivos y gestores empresariales especializados en sostenibilidad, liderazgo, internacionalización y transformación digital.

Como fundación pública adscrita al Ministerio de Industria, Comercio y Turismo y con la cofinanciación del Fondo Social Europeo, ha impulsado los negocios de más de 52.000 nuevos emprendedores en España y fundado una Red Nacional de 50 Espacios Coworking en distintas ciudades del país.

www.eoi.es // [@eoi](https://twitter.com/eoi) // www.facebook.com/eoi.edu // www.instagram.com/eoischool

Estudios de postgrado en consultoría

original



Hace tiempo que no escribo sobre consultoría. Habrá que retomar los buenos hábitos, ¿no? Un tema que siempre me ha llamado la atención es **la forma en la cual nos profesionalizamos quienes trabajamos en este sector**. ¿Tiene sentido realizar estudios específicos de consultoría? Como quiera que ancha es Castilla y uno está sometido a bombardeos inmisericordes de correo electrónico el otro día me llegó un programa de la Universidad de Salamanca: un título propio denominado "Máster en Consultoría y Coaching Ejecutivo" que se imparte online. Detrás está [doinGlobal](#), una entidad con [sede en Silicon Valley](#) y [oficinas también en México y Argentina](#). El correo me llegó de esta gente, no directamente de la universidad.

En la [Presentación del máster que puedes consultar en la web de la Universidad de Salamanca](#) (sí, esa que este año celebra sus 800 años de historia), el listado de competencias que adquirirás si te inscribes es muy amplio. La web lo vende de esta forma: "es el primero y el único que se ofertó en la USAL en temas de consultoría y coaching ejecutivo y el único actualmente existente y del resto de títulos ofertados en España porque va dirigido a la formación de consultores y coach ejecutivo en aquellas personas que quieren desarrollar una actividad emprendedora o desarrollar consultoría para emprendimientos u organizaciones en general".

Ya veis que no está muy redactado. Eso sí, que os quede claro que [la UNED tiene un Máster en Project Management y Consultoría de Empresas](#), [la Universitat Abat Oliva CEU uno en Consultoría Empresarial](#) o [la Asociación Española de Empresas de Consultoría junto con la Universidad Politécnica de Madrid tienen otro Máster en Consultoría en Gestión de empresas](#). Podríamos seguir porque hay más oferta. Más cerca me queda por ejemplo la oferta de la EOI con su [Máster Executive en Consultoría y Asesoramiento a Empresas](#). Será que el rollo "coach ejecutivo" marca la diferencia de la oferta de la Universidad de Salamanca. Vete tú a saber.

<http://es.globedia.com/estudios-postgrado-consultoria>

¿Hace falta pasar por unos de estos programas para ganar calidad de servicio y ofrecer más garantías a quienes vayan a ser nuestros clientes? Mal no vendrá, eso seguro. Ya me gustaría ver qué hablan de deontología en esos programas. Bueno, si es que hablan de estas cosas. En el que citaba al principio de la Universidad de Salamanca el programa es el que os reproduzco aquí ([el pdf completo lo podéis descargar desde este enlace](#)).

PRIMER SEMESTRE (S1)			SEGUNDO SEMESTRE (S1)		
Asignatura	Tipo	ECTS	Asignatura	Tipo	ECTS
1. Introducción a la consultoría y coaching ejecutivo	Ob	5	7. Desarrollo de competencias como consultor	Ob	5
2. Organización de la consultoría. Emprendimiento de Consultoría.	Ob	5	8. Técnicas fundamentales para el consultor	Ob	5
3. La oferta de servicios de consultoría	Ob	5	9. Marco general de trabajo del coaching ejecutivo	Ob	5
4. Plan global del proyecto de consultoría	Ob	5	10. Herramientas claves de coaching ejecutivo	Ob	5
5. Gestión del proyecto de consultoría	Ob	5	11. Trabajo fin de master	Ob	10
6. Protocolos de consultoría. Consultoría en Emprendimiento	Ob	5			
Total ECTS		30	Total ECTS		30

Lo que comentaba respecto a la ética se aborda en el bloque 7, desarrollo de competencias como consultor. Ahí hay un punto en el programa que dice: *Profesionalidad y ética del consultor de empresa*. Por otra parte, como podéis comprobar, hay trabajo fin de máster, pero no hay prácticas.

Del programa del máster de la Universidad de Salamanca se deriva un enfoque evidente hacia el emprendimiento. Ahora bien, da la impresión de que es más "proporcionar consultoría en emprendimiento" que no "emprender en consultoría". En cierto momento del programa se hace referencia a modelos de algunas de las grandes empresas de consultoría. Ya sabéis, las actuales **Big Four**. O sea, lo que queda de las antiguas Big Eight, para que nos entendamos.

Bueno, no me voy a alargar. Voy a ver si retomo artículos sobre consultoría y reflexiono algo más sobre esto de la formación en consultoría. No me quiero olvidar de otros completamente diferentes como [el que anda impulsando Ángel Alba](#), por ejemplo. Ya iremos comentando.

<http://madrid-noticias.com/comunicado/22506-black-friday-vs-dia-sin-compras-con-que-opcion-quedarse.htm>

Black Friday vs. Día Sin Compras: ¿con qué opción quedarse?

original

Cada año son más quienes se suman a la reacción al Viernes Negro para defender "un consumo responsable con la sostenibilidad socioambiental y con el reparto equitativo de la riqueza", en palabras de la profesora de EOI Freest S. Harries. El experto en ventas y profesor de EOI Antonio Salas recomienda no dejarse llevar por el ansia consumista y llevar a cabo "una investigación por adelantado" antes de comprar para asegurarnos de que las ofertas que anuncian son reales



Cada año son más quienes se suman a la reacción al Viernes Negro para defender "un consumo responsable con la sostenibilidad socioambiental y con el reparto equitativo de la riqueza", en palabras de la profesora de EOI Freest S. Harries. El experto en ventas y profesor de EOI Antonio Salas recomienda no dejarse llevar por el ansia consumista y llevar a cabo "una investigación por adelantado" antes de comprar para asegurarnos de que las ofertas que anuncian son reales

Los amantes de las compras esperan con ansia la llegada del **Black Friday** para lanzarse a la caza y captura de ofertas y gangas. Sin embargo, cada año cobra más fuerza la tendencia

<http://madrid-noticias.com/comunicado/22506-black-friday-vs-dia-sin-compras-con-que-opcion-quedarse.htm>

contraria: el **Día Sin Compras**, una jornada mundial en la que se invita a toda la población a no sucumbir a los cantos de sirena de los comercios y a promover formas de consumo alternativo.

“El **Día Sin Compras** cuestiona el actual modelo de producción y consumo y propugna un cambio basado en un consumo transformador y responsable con la sostenibilidad socioambiental y con el reparto equitativo de la riqueza”, explica **Freest S. Harries**, profesora del **International Master in Sustainable Development and Corporate Responsibility** de **EOI (Escuela de Organización Industrial)**. “Esta jornada, desde hace ya más de 25 años, pretende hacer frente al fenómeno hiperconsumista del **Black Friday**, que contribuye a perpetuar una situación social y ambiental poco o nada sostenible”, afirma.

En contrapartida, muchos sostienen que esta jornada es una buena oportunidad para ahorrar una suma considerable en compras que, de todas maneras, iban a efectuar. Pero ¿realmente se encuentran gangas tan sustanciosas? “Soy de la opinión de que puedes conseguir un buen chollo con una investigación por adelantado, en particular porque las ventas ya no se limitan a un solo día y muchos establecimientos comienzan a lanzar ofertas en los días previos al Viernes Negro; de hecho, ya se empieza a hablar de **Black Fiveday**”, comenta **Antonio Salas**, profesor de Marketing y Ventas en EOI.

Sin embargo, **Salas** llama a la moderación y a la cautela: “Es fácil dejarse llevar por la exageración y la emoción del día, pero no todas las ofertas son tan buenas como parecen. Algunas investigaciones señalan que el 60 % de los productos analizados estaban disponibles por el mismo precio o más baratos en otras épocas del año”, asegura este experto.

La clave está en meditar antes de sacar la cartera: “Piensa en la primera y principal de las motivaciones que te llevan a comprar en el Black Friday, aparca tu ansiedad por un momento y piensa que aún tendrás tiempo de acertar con tus regalos en el más tradicional periodo de Navidad”, concluye **Antonio Salas**.

En definitiva, el consumo responsable es la clave y en ese punto coincide con los defensores del Día Sin Compras, quienes invitan a la sociedad a llevar esta reflexión a su vida diaria: “Esta jornada es un paso más para ser más conscientes del impacto de nuestras acciones, no solo como individuos, sino como colectividad, pero no se trata de que limpiemos nuestra conciencia una vez al año, sino de generar un cambio que perdure los 364 días restantes”, concluye **Freest S. Harries**.

Acerca de EOI

La Escuela de Organización Industrial (EOI) es la primera escuela de negocios fundada en España (1955). En sus 63 años de historia han pasado por sus aulas más de 84.500 directivos y gestores empresariales especializados en sostenibilidad, liderazgo, internacionalización y transformación digital.

Como fundación pública adscrita al Ministerio de Industria, Comercio y Turismo y con la cofinanciación del Fondo Social Europeo, ha impulsado los negocios de más de 52.000

nuevos emprendedores en España y fundado una Red Nacional de 50 Espacios Coworking en distintas ciudades del país.

<http://www.valladoliddigital24horas.com/black-friday-vs-dia-sin-compras-con-que-opcion-quedarse/>

Black Friday vs. Día Sin Compras: ¿con qué opción quedarse?

admin • [original](#)



/COMUNICAE/

<http://www.valladoliddigital24horas.com/black-friday-vs-dia-sin-compras-con-que-opcion-quedarse/>



Cada año son más quienes se suman a la reacción al Viernes Negro para defender “un consumo responsable con la sostenibilidad socioambiental y con el reparto equitativo de la riqueza”, en palabras de la profesora de EOI Freest S. Harries. El experto en ventas y profesor de EOI Antonio Salas recomienda no dejarse llevar por el ansia consumista y llevar a cabo “una investigación por adelantado” antes de comprar para asegurarnos de que las ofertas que anuncian son reales

Los amantes de las compras esperan con ansia la llegada del **Black Friday** para lanzarse a la caza y captura de ofertas y gangas. Sin embargo, cada año cobra más fuerza la tendencia contraria: el **Día Sin Compras**, una jornada mundial en la que se invita a toda la población a no sucumbir a los cantos de sirena de los comercios y a promover formas de consumo alternativo.

“El **Día Sin Compras** cuestiona el actual modelo de producción y consumo y propugna un cambio basado en un consumo transformador y responsable con la sostenibilidad socioambiental y con el reparto equitativo de la riqueza”, explica **Freest S. Harries**, profesora del **International Master in Sustainable Development and Corporate Responsibility** de **EOI (Escuela de Organización Industrial)**. “Esta jornada, desde hace ya más de 25 años, pretende hacer frente al fenómeno hiperconsumista del **Black Friday**, que contribuye a perpetuar una situación social y ambiental poco o nada sostenible”, afirma.

En contrapartida, muchos sostienen que esta jornada es una buena oportunidad para ahorrar una suma considerable en compras que, de todas maneras, iban a efectuar. Pero ¿realmente

<http://www.valladoliddigital24horas.com/black-friday-vs-dia-sin-compras-con-que-opcion-quedarse/>

se encuentran gangas tan sustanciosas? “Soy de la opinión de que puedes conseguir un buen chollo con una investigación por adelantado, en particular porque las ventas ya no se limitan a un solo día y muchos establecimientos comienzan a lanzar ofertas en los días previos al Viernes Negro; de hecho, ya se empieza a hablar de **Black Fiveday**”, comenta **Antonio Salas, profesor de Marketing y Ventas en EOI**.

Sin embargo, **Salas** llama a la moderación y a la cautela: “Es fácil dejarse llevar por la exageración y la emoción del día, pero no todas las ofertas son tan buenas como parecen. Algunas investigaciones señalan que el 60 % de los productos analizados estaban disponibles por el mismo precio o más baratos en otras épocas del año”, asegura este experto.

La clave está en meditar antes de sacar la cartera: “Piensa en la primera y principal de las motivaciones que te llevan a comprar en el Black Friday, aparca tu ansiedad por un momento y piensa que aún tendrás tiempo de acertar con tus regalos en el más tradicional periodo de Navidad”, concluye **Antonio Salas**.

En definitiva, el consumo responsable es la clave y en ese punto coincide con los defensores del Día Sin Compras, quienes invitan a la sociedad a llevar esta reflexión a su vida diaria: “Esta jornada es un paso más para ser más conscientes del impacto de nuestras acciones, no solo como individuos, sino como colectividad, pero no se trata de que limpiemos nuestra conciencia una vez al año, sino de generar un cambio que perdure los 364 días restantes”, concluye **Freest S. Harries**.

Acerca de EOI

La Escuela de Organización Industrial (EOI) es la primera escuela de negocios fundada en España (1955). En sus 63 años de historia han pasado por sus aulas más de 84.500 directivos y gestores empresariales especializados en sostenibilidad, liderazgo, internacionalización y transformación digital.

Como fundación pública adscrita al Ministerio de Industria, Comercio y Turismo y con la cofinanciación del Fondo Social Europeo, ha impulsado los negocios de más de 52.000 nuevos emprendedores en España y fundado una Red Nacional de 50 Espacios Coworking en distintas ciudades del país.

www.eoi.es // [@eoi](https://twitter.com/eoi) // www.facebook.com/eoi.edu // www.instagram.com/eoischool

Fuente [Comunicae](#)

Black Friday vs. Día Sin Compras: ¿con qué opción quedarse?

admin • original

/COMUNICAE/



Cada año son más quienes se suman a la reacción al Viernes Negro para defender “un consumo responsable con la sostenibilidad socioambiental y con el reparto equitativo de la riqueza”, en palabras de la profesora de EOI Freest S. Harries. El experto en ventas y profesor de EOI Antonio Salas recomienda no dejarse llevar por el ansia consumista y llevar a cabo “una investigación por adelantado” antes de comprar para asegurarnos de que las ofertas que anuncian son reales

Los amantes de las compras esperan con ansia la llegada del **Black Friday** para lanzarse a la caza y captura de ofertas y gangas. Sin embargo, cada año cobra más fuerza la tendencia contraria: el **Día Sin Compras**, una jornada mundial en la que se invita a toda la población a no sucumbir a los cantos de sirena de los comercios y a promover formas de consumo alternativo.

“El **Día Sin Compras** cuestiona el actual modelo de producción y consumo y propugna un cambio basado en un consumo transformador y responsable con la sostenibilidad socioambiental y con el reparto equitativo de la riqueza”, explica **Freest S. Harries**, profesora

<http://www.islasbaleares24horas.com/black-friday-vs-dia-sin-compras-con-que-opcion-quequedarse/>

del **International Master in Sustainable Development and Corporate Responsibility** de **EOI (Escuela de Organización Industrial)**. “Esta jornada, desde hace ya más de 25 años, pretende hacer frente al fenómeno hiperconsumista del **Black Friday**, que contribuye a perpetuar una situación social y ambiental poco o nada sostenible”, afirma.

En contrapartida, muchos sostienen que esta jornada es una buena oportunidad para ahorrar una suma considerable en compras que, de todas maneras, iban a efectuar. Pero ¿realmente se encuentran gangas tan sustanciosas? “Soy de la opinión de que puedes conseguir un buen chollo con una investigación por adelantado, en particular porque las ventas ya no se limitan a un solo día y muchos establecimientos comienzan a lanzar ofertas en los días previos al Viernes Negro; de hecho, ya se empieza a hablar de **Black Fiveday**”, comenta **Antonio Salas, profesor de Marketing y Ventas en EOI**.

Sin embargo, **Salas** llama a la moderación y a la cautela: “Es fácil dejarse llevar por la exageración y la emoción del día, pero no todas las ofertas son tan buenas como parecen. Algunas investigaciones señalan que el 60 % de los productos analizados estaban disponibles por el mismo precio o más baratos en otras épocas del año”, asegura este experto.

La clave está en meditar antes de sacar la cartera: “Piensa en la primera y principal de las motivaciones que te llevan a comprar en el Black Friday, aparca tu ansiedad por un momento y piensa que aún tendrás tiempo de acertar con tus regalos en el más tradicional periodo de Navidad”, concluye **Antonio Salas**.

En definitiva, el consumo responsable es la clave y en ese punto coincide con los defensores del Día Sin Compras, quienes invitan a la sociedad a llevar esta reflexión a su vida diaria: “Esta jornada es un paso más para ser más conscientes del impacto de nuestras acciones, no solo como individuos, sino como colectividad, pero no se trata de que limpiemos nuestra conciencia una vez al año, sino de generar un cambio que perdure los 364 días restantes”, concluye **Freest S. Harries**.

Acerca de EOI

La Escuela de Organización Industrial (EOI) es la primera escuela de negocios fundada en España (1955). En sus 63 años de historia han pasado por sus aulas más de 84.500 directivos y gestores empresariales especializados en sostenibilidad, liderazgo, internacionalización y transformación digital.

Como fundación pública adscrita al Ministerio de Industria, Comercio y Turismo y con la cofinanciación del Fondo Social Europeo, ha impulsado los negocios de más de 52.000 nuevos emprendedores en España y fundado una Red Nacional de 50 Espacios Coworking en distintas ciudades del país.

www.eoi.es // [@eoi](https://twitter.com/eoi) // www.facebook.com/eoi.edu // www.instagram.com/eoischool

Fuente **Comunicae**

<http://sevilla24horas.com/black-friday-vs-dia-sin-compras-con-que-opcion-quedarse/>

Black Friday vs. Día Sin Compras: ¿con qué opción quedarse?

admin • [original](#)



/COMUNICAE/

<http://sevilla24horas.com/black-friday-vs-dia-sin-compras-con-que-opcion-quedarse/>

Cada año son más quienes se suman a la reacción al Viernes Negro para defender “un consumo responsable con la sostenibilidad socioambiental y con el reparto equitativo de la riqueza”, en palabras de la profesora de EOI Freest S. Harries. El experto en ventas y profesor de EOI Antonio Salas recomienda no dejarse llevar por el ansia consumista y llevar a cabo “una investigación por adelantado” antes de comprar para asegurarnos de que las ofertas que anuncian son reales

Los amantes de las compras esperan con ansia la llegada del **Black Friday** para lanzarse a la caza y captura de ofertas y gangas. Sin embargo, cada año cobra más fuerza la tendencia contraria: el **Día Sin Compras**, una jornada mundial en la que se invita a toda la población a no sucumbir a los cantos de sirena de los comercios y a promover formas de consumo alternativo.

“El **Día Sin Compras** cuestiona el actual modelo de producción y consumo y propugna un cambio basado en un consumo transformador y responsable con la sostenibilidad socioambiental y con el reparto equitativo de la riqueza”, explica **Freest S. Harries**, profesora del **International Master in Sustainable Development and Corporate Responsibility** de **EOI (Escuela de Organización Industrial)**. “Esta jornada, desde hace ya más de 25 años, pretende hacer frente al fenómeno hiperconsumista del **Black Friday**, que contribuye a perpetuar una situación social y ambiental poco o nada sostenible”, afirma.

En contrapartida, muchos sostienen que esta jornada es una buena oportunidad para ahorrar una suma considerable en compras que, de todas maneras, iban a efectuar. Pero ¿realmente

<http://sevilla24horas.com/black-friday-vs-dia-sin-compras-con-que-opcion-quedarse/>

se encuentran gangas tan sustanciosas? “Soy de la opinión de que puedes conseguir un buen chollo con una investigación por adelantado, en particular porque las ventas ya no se limitan a un solo día y muchos establecimientos comienzan a lanzar ofertas en los días previos al Viernes Negro; de hecho, ya se empieza a hablar de **Black Fiveday**”, comenta **Antonio Salas, profesor de Marketing y Ventas en EOI**.

Sin embargo, **Salas** llama a la moderación y a la cautela: “Es fácil dejarse llevar por la exageración y la emoción del día, pero no todas las ofertas son tan buenas como parecen. Algunas investigaciones señalan que el 60 % de los productos analizados estaban disponibles por el mismo precio o más baratos en otras épocas del año”, asegura este experto.

La clave está en meditar antes de sacar la cartera: “Piensa en la primera y principal de las motivaciones que te llevan a comprar en el Black Friday, aparca tu ansiedad por un momento y piensa que aún tendrás tiempo de acertar con tus regalos en el más tradicional periodo de Navidad”, concluye **Antonio Salas**.

En definitiva, el consumo responsable es la clave y en ese punto coincide con los defensores del Día Sin Compras, quienes invitan a la sociedad a llevar esta reflexión a su vida diaria: “Esta jornada es un paso más para ser más conscientes del impacto de nuestras acciones, no solo como individuos, sino como colectividad, pero no se trata de que limpiemos nuestra conciencia una vez al año, sino de generar un cambio que perdure los 364 días restantes”, concluye **Freest S. Harries**.

Acerca de EOI

La Escuela de Organización Industrial (EOI) es la primera escuela de negocios fundada en España (1955). En sus 63 años de historia han pasado por sus aulas más de 84.500 directivos y gestores empresariales especializados en sostenibilidad, liderazgo, internacionalización y transformación digital.

Como fundación pública adscrita al Ministerio de Industria, Comercio y Turismo y con la cofinanciación del Fondo Social Europeo, ha impulsado los negocios de más de 52.000 nuevos emprendedores en España y fundado una Red Nacional de 50 Espacios Coworking en distintas ciudades del país.

www.eoi.es // [@eoi](https://twitter.com/eoi) // www.facebook.com/eoi.edu // www.instagram.com/eoischool

Fuente [Comunicae](#)

<https://www.notasdeprensagratias.es/22987/black-friday-vs-dia-sin-compras-con-que-opcion-quedarse/>

Black Friday vs. Día Sin Compras: ¿con qué opción quedarse?

 Europa Press • [original](#)

Los amantes de las compras esperan con ansia la llegada del **Black Friday** para lanzarse a la caza y captura de ofertas y gangas. Sin embargo, cada año cobra más fuerza la tendencia contraria: el **Día Sin Compras**, una jornada mundial en la que se invita a toda la población a no sucumbir a los cantos de sirena de los comercios y a promover formas de consumo alternativo.

“El **Día Sin Compras** cuestiona el actual modelo de producción y consumo y propugna un cambio basado en un consumo transformador y responsable con la sostenibilidad socioambiental y con el reparto equitativo de la riqueza”, explica **Freest S. Harries**, profesora del **International Master in Sustainable Development and Corporate Responsibility** de **EOI (Escuela de Organización Industrial)**. “Esta jornada, desde hace ya más de 25 años, pretende hacer frente al fenómeno hiperconsumista del **Black Friday**, que contribuye a perpetuar una situación social y ambiental poco o nada sostenible”, afirma.

En contrapartida, muchos sostienen que esta jornada es una buena oportunidad para ahorrar una suma considerable en compras que, de todas maneras, iban a efectuar. Pero ¿realmente se encuentran gangas tan sustanciosas? “Soy de la opinión de que puedes conseguir un buen chollo con una investigación por adelantado, en particular porque las ventas ya no se limitan a un solo día y muchos establecimientos comienzan a lanzar ofertas en los días previos al Viernes Negro; de hecho, ya se empieza a hablar de **Black Fiveday**”, comenta **Antonio Salas, profesor de Marketing y Ventas en EOI**.

Sin embargo, **Salas** llama a la moderación y a la cautela: “Es fácil dejarse llevar por la exageración y la emoción del día, pero no todas las ofertas son tan buenas como parecen. Algunas investigaciones señalan que el 60 % de los productos analizados estaban disponibles por el mismo precio o más baratos en otras épocas del año”, asegura este experto.

La clave está en meditar antes de sacar la cartera: “Piensa en la primera y principal de las motivaciones que te llevan a comprar en el Black Friday, aparca tu ansiedad por un momento y piensa que aún tendrás tiempo de acertar con tus regalos en el más tradicional periodo de Navidad”, concluye **Antonio Salas**.

En definitiva, el consumo responsable es la clave y en ese punto coincide con los defensores del Día Sin Compras, quienes invitan a la sociedad a llevar esta reflexión a su vida diaria: “Esta jornada es un paso más para ser más conscientes del impacto de nuestras acciones, no solo como individuos, sino como colectividad, pero no se trata de que limpiemos nuestra conciencia una vez al año, sino de generar un cambio que perdure los 364 días restantes”, concluye **Freest S. Harries**.

Acerca de EOI

<https://www.notasdeprensagratis.es/22987/black-friday-vs-dia-sin-compras-con-que-opcion-que-darse/>

La Escuela de Organización Industrial (EOI) es la primera escuela de negocios fundada en España (1955). En sus 63 años de historia han pasado por sus aulas más de 84.500 directivos y gestores empresariales especializados en sostenibilidad, liderazgo, internacionalización y transformación digital.

Como fundación pública adscrita al Ministerio de Industria, Comercio y Turismo y con la cofinanciación del Fondo Social Europeo, ha impulsado los negocios de más de 52.000 nuevos emprendedores en España y fundado una Red Nacional de 50 Espacios Coworking en distintas ciudades del país.

www.eoi.es // [@eoi](https://twitter.com/eoi) // www.facebook.com/eoi.edu // www.instagram.com/eoischool



LUCE IT organiza su IX Workshop enfocado a organizaciones Data-driven

admin • original

/COMUNICAE/



Luce Innovative Technologies, empresa internacional experta en desarrollar, integrar e implantar soluciones tecnológicas de marketing digital y big data, celebró el martes 20 de noviembre en Espacio Como de Madrid su IX Workshop bajo el lema “Organizaciones Data-driven: nuevos retos y oportunidades”

El prestigioso evento ha reunido a más de **40 responsables** de marketing, negocio y áreas digitales de empresas multinacionales de sectores como banca, seguros, retail, transporte, logística y medios de comunicación.

“En este evento **nos volcamos en nuestros invitados**, queremos aprender, conocer experiencias reales, y mostrar situaciones que os puedan valer y ayudar en vuestros retos diarios”, explica **Javier Durán**, CEO de la compañía Luce Innovative Technologies.

En el workshop, **Vicente de los Ríos**, CEO de Líderes y Digitales, y Director de los Programas Ejecutivos en Transformación Digital de la EOI, ha presentado los retos y oportunidades a los que se enfrentan empresas y profesionales para conseguir **aumentar en un 20% los ingresos y reducir en un 30 % los costes** que resultan de sus inversiones en marketing.

Entre los retos planteados, los asistentes han destacado, mediante una encuesta, como las mayores amenazas a las que se enfrentan en su transformación digital es la **falta de expertos con capacidades analíticas** y digitales avanzadas, y la presión de los players digitales con orientación data-driven.

Ha destacado la participación del **Grupo Piñero**, grupo turístico con posiciones de liderazgo en el segmento vacacional internacional, presente en toda la cadena de valor de la industria de viajes y que tiene a la digitalización como uno de los tres pilares

<http://www.sansebastian24horas.com/luce-it-organiza-su-ix-workshop-enfocado-a-organizaciones-data-driven/>

estratégicos.

Dentro de su proyecto de digitalización presentó como utilizan la inteligencia artificial para ver más allá del dato, mostrando cómo ha desarrollado una estrategia de analítica productiva, que además de conseguir **multiplicar sus cifras de negocio**, les ha permitido **personalizar la experiencia de cliente multicanal** mejorando simultáneamente la efectividad y eficiencia.

Además, **Telium, Domo y Swrve**, socios tecnológicos de Luce Innovative Technologies, han presentado su visión sobre **cómo convertir un negocio en una organización data-driven** a partir de las experiencias en la integración de soluciones con sus clientes. Presentaron casos de activación automática del cliente digital para ofrecerle una experiencia personalizada multicanal, y cómo conseguir tener una visión cierta y rápida de los datos de la organización.

Para finalizar el evento, se ha mantenido un debate entre todos los asistentes, moderado por los colaboradores de **Luce Innovative Technologies** Jorge Martínez-Arroyo, Presidente de la Asociación DEC y Javier Cabezas, Director de Estrategia en el sector financiero, sobre cómo abordar los cambios necesarios para aprovechar **tecnología, talento y cultura** transformando las empresas en organizaciones data-driven que **cumplan sus objetivos comerciales y de satisfacción de clientes**.

“En el área de Luce **Customer Experience**, hemos comprobado que el verdadero valor está en el **conocimiento del cliente** digital individual, qué hace, cómo es, cómo reacciona en los distintos touchpoints. Pujemos por cookies que nos aporten valor, que nos den una visión de cómo interactúa el cliente en cada momento para ir un paso más allá sobrepasando sus expectativas y ganando su confianza, lo que nos garantizará la maximización de las ventas ” explica la Subdirectora General **Evelyn Weiss**.

Conocer Luce Innovative Technologies: www.luceit.com

Fuente [Comunicae](#)

<http://www.santanderdigital24horas.com/black-friday-vs-dia-sin-compras-con-que-opcion-quedarse/>

Black Friday vs. Día Sin Compras: ¿con qué opción quedarse?

Redacción • [original](#)



/COMUNICAE/

<http://www.santanderdigital24horas.com/black-friday-vs-dia-sin-compras-con-que-opcion-quedarse/>



Cada año son más quienes se suman a la reacción al Viernes Negro para defender “un consumo responsable con la sostenibilidad socioambiental y con el reparto equitativo de la riqueza”, en palabras de la profesora de EOI Freest S. Harries. El experto en ventas y profesor de EOI Antonio Salas recomienda no dejarse llevar por el ansia consumista y llevar a cabo “una investigación por adelantado” antes de comprar para asegurarnos de que las ofertas que anuncian son reales

Los amantes de las compras esperan con ansia la llegada del **Black Friday** para lanzarse a la caza y captura de ofertas y gangas. Sin embargo, cada año cobra más fuerza la tendencia contraria: el **Día Sin Compras**, una jornada mundial en la que se invita a toda la población a no sucumbir a los cantos de sirena de los comercios y a promover formas de consumo alternativo.

“El **Día Sin Compras** cuestiona el actual modelo de producción y consumo y propugna un cambio basado en un consumo transformador y responsable con la sostenibilidad socioambiental y con el reparto equitativo de la riqueza”, explica **Freest S. Harries**, profesora del **International Master in Sustainable Development and Corporate Responsibility** de **EOI (Escuela de Organización Industrial)**. “Esta jornada, desde hace ya más de 25 años, pretende hacer frente al fenómeno hiperconsumista del **Black Friday**, que contribuye a perpetuar una situación social y ambiental poco o nada sostenible”, afirma.

En contrapartida, muchos sostienen que esta jornada es una buena oportunidad para ahorrar una suma considerable en compras que, de todas maneras, iban a efectuar. Pero ¿realmente

<http://www.santanderdigital24horas.com/black-friday-vs-dia-sin-compras-con-que-opcion-quedarse/>

se encuentran gangas tan sustanciosas? “Soy de la opinión de que puedes conseguir un buen chollo con una investigación por adelantado, en particular porque las ventas ya no se limitan a un solo día y muchos establecimientos comienzan a lanzar ofertas en los días previos al Viernes Negro; de hecho, ya se empieza a hablar de **Black Fiveday**”, comenta **Antonio Salas, profesor de Marketing y Ventas en EOI**.

Sin embargo, **Salas** llama a la moderación y a la cautela: “Es fácil dejarse llevar por la exageración y la emoción del día, pero no todas las ofertas son tan buenas como parecen. Algunas investigaciones señalan que el 60 % de los productos analizados estaban disponibles por el mismo precio o más baratos en otras épocas del año”, asegura este experto.

La clave está en meditar antes de sacar la cartera: “Piensa en la primera y principal de las motivaciones que te llevan a comprar en el Black Friday, aparca tu ansiedad por un momento y piensa que aún tendrás tiempo de acertar con tus regalos en el más tradicional periodo de Navidad”, concluye **Antonio Salas**.

En definitiva, el consumo responsable es la clave y en ese punto coincide con los defensores del Día Sin Compras, quienes invitan a la sociedad a llevar esta reflexión a su vida diaria: “Esta jornada es un paso más para ser más conscientes del impacto de nuestras acciones, no solo como individuos, sino como colectividad, pero no se trata de que limpiemos nuestra conciencia una vez al año, sino de generar un cambio que perdure los 364 días restantes”, concluye **Freest S. Harries**.

Acerca de EOI

La Escuela de Organización Industrial (EOI) es la primera escuela de negocios fundada en España (1955). En sus 63 años de historia han pasado por sus aulas más de 84.500 directivos y gestores empresariales especializados en sostenibilidad, liderazgo, internacionalización y transformación digital.

Como fundación pública adscrita al Ministerio de Industria, Comercio y Turismo y con la cofinanciación del Fondo Social Europeo, ha impulsado los negocios de más de 52.000 nuevos emprendedores en España y fundado una Red Nacional de 50 Espacios Coworking en distintas ciudades del país.

www.eoi.es // [@eoi](https://twitter.com/eoi) // www.facebook.com/eoi.edu // www.instagram.com/eoischool

Fuente [Comunicae](#)

<http://valencia24horas.com/black-friday-vs-dia-sin-compras-con-que-opcion-quedarse/>

Black Friday vs. Día Sin Compras: ¿con qué opción quedarse?

admin • [original](#)



/COMUNICAE/

<http://valencia24horas.com/black-friday-vs-dia-sin-compras-con-que-opcion-quedarse/>

Cada año son más quienes se suman a la reacción al Viernes Negro para defender “un consumo responsable con la sostenibilidad socioambiental y con el reparto equitativo de la riqueza”, en palabras de la profesora de EOI Freest S. Harries. El experto en ventas y profesor de EOI Antonio Salas recomienda no dejarse llevar por el ansia consumista y llevar a cabo “una investigación por adelantado” antes de comprar para asegurarnos de que las ofertas que anuncian son reales

Los amantes de las compras esperan con ansia la llegada del **Black Friday** para lanzarse a la caza y captura de ofertas y gangas. Sin embargo, cada año cobra más fuerza la tendencia contraria: el **Día Sin Compras**, una jornada mundial en la que se invita a toda la población a no sucumbir a los cantos de sirena de los comercios y a promover formas de consumo alternativo.

“El **Día Sin Compras** cuestiona el actual modelo de producción y consumo y propugna un cambio basado en un consumo transformador y responsable con la sostenibilidad socioambiental y con el reparto equitativo de la riqueza”, explica **Freest S. Harries**, profesora del **International Master in Sustainable Development and Corporate Responsibility** de **EOI (Escuela de Organización Industrial)**. “Esta jornada, desde hace ya más de 25 años, pretende hacer frente al fenómeno hiperconsumista del **Black Friday**, que contribuye a perpetuar una situación social y ambiental poco o nada sostenible”, afirma.

En contrapartida, muchos sostienen que esta jornada es una buena oportunidad para ahorrar una suma considerable en compras que, de todas maneras, iban a efectuar. Pero ¿realmente

<http://valencia24horas.com/black-friday-vs-dia-sin-compras-con-que-opcion-quedarse/>

se encuentran gangas tan sustanciosas? “Soy de la opinión de que puedes conseguir un buen chollo con una investigación por adelantado, en particular porque las ventas ya no se limitan a un solo día y muchos establecimientos comienzan a lanzar ofertas en los días previos al Viernes Negro; de hecho, ya se empieza a hablar de **Black Fiveday**”, comenta **Antonio Salas, profesor de Marketing y Ventas en EOI**.

Sin embargo, **Salas** llama a la moderación y a la cautela: “Es fácil dejarse llevar por la exageración y la emoción del día, pero no todas las ofertas son tan buenas como parecen. Algunas investigaciones señalan que el 60 % de los productos analizados estaban disponibles por el mismo precio o más baratos en otras épocas del año”, asegura este experto.

La clave está en meditar antes de sacar la cartera: “Piensa en la primera y principal de las motivaciones que te llevan a comprar en el Black Friday, aparca tu ansiedad por un momento y piensa que aún tendrás tiempo de acertar con tus regalos en el más tradicional periodo de Navidad”, concluye **Antonio Salas**.

En definitiva, el consumo responsable es la clave y en ese punto coincide con los defensores del Día Sin Compras, quienes invitan a la sociedad a llevar esta reflexión a su vida diaria: “Esta jornada es un paso más para ser más conscientes del impacto de nuestras acciones, no solo como individuos, sino como colectividad, pero no se trata de que limpiemos nuestra conciencia una vez al año, sino de generar un cambio que perdure los 364 días restantes”, concluye **Freest S. Harries**.

Acerca de EOI

La Escuela de Organización Industrial (EOI) es la primera escuela de negocios fundada en España (1955). En sus 63 años de historia han pasado por sus aulas más de 84.500 directivos y gestores empresariales especializados en sostenibilidad, liderazgo, internacionalización y transformación digital.

Como fundación pública adscrita al Ministerio de Industria, Comercio y Turismo y con la cofinanciación del Fondo Social Europeo, ha impulsado los negocios de más de 52.000 nuevos emprendedores en España y fundado una Red Nacional de 50 Espacios Coworking en distintas ciudades del país.

www.eoi.es // [@eoi](https://twitter.com/eoi) // www.facebook.com/eoi.edu // www.instagram.com/eoischool

Fuente [Comunicae](#)

Black Friday vs. Día Sin Compras: ¿con qué opción quedarse?

original

/COMUNICAE/



Cada año son más quienes se suman a la reacción al Viernes Negro para defender “un consumo responsable con la sostenibilidad socioambiental y con el reparto equitativo de la riqueza”, en palabras de la profesora de EOI Freest S. Harries. El experto en ventas y profesor de EOI Antonio Salas recomienda no dejarse llevar por el ansia consumista y llevar a cabo “una investigación por adelantado” antes de comprar para asegurarnos de que las ofertas que anuncian son reales

Los amantes de las compras esperan con ansia la llegada del **Black Friday** para lanzarse a la caza y captura de ofertas y gangas. Sin embargo, cada año cobra más fuerza la tendencia contraria: el **Día Sin Compras**, una jornada mundial en la que se invita a toda la población a no sucumbir a los cantos de sirena de los comercios y a promover formas de consumo alternativo.

“El **Día Sin Compras** cuestiona el actual modelo de producción y consumo y propugna un cambio basado en un consumo transformador y responsable con la sostenibilidad socioambiental y con el reparto equitativo de la riqueza”, explica **Freest S. Harries**, profesora

<http://www.europa24horas.com/black-friday-vs-dia-sin-compras-con-que-opcion-quedarse/>

del **International Master in Sustainable Development and Corporate Responsibility** de **EOI (Escuela de Organización Industrial)**. “Esta jornada, desde hace ya más de 25 años, pretende hacer frente al fenómeno hiperconsumista del **Black Friday**, que contribuye a perpetuar una situación social y ambiental poco o nada sostenible”, afirma.

En contrapartida, muchos sostienen que esta jornada es una buena oportunidad para ahorrar una suma considerable en compras que, de todas maneras, iban a efectuar. Pero ¿realmente se encuentran gangas tan sustanciosas? “Soy de la opinión de que puedes conseguir un buen chollo con una investigación por adelantado, en particular porque las ventas ya no se limitan a un solo día y muchos establecimientos comienzan a lanzar ofertas en los días previos al Viernes Negro; de hecho, ya se empieza a hablar de **Black Fiveday**”, comenta **Antonio Salas, profesor de Marketing y Ventas en EOI**.

Sin embargo, **Salas** llama a la moderación y a la cautela: “Es fácil dejarse llevar por la exageración y la emoción del día, pero no todas las ofertas son tan buenas como parecen. Algunas investigaciones señalan que el 60 % de los productos analizados estaban disponibles por el mismo precio o más baratos en otras épocas del año”, asegura este experto.

La clave está en meditar antes de sacar la cartera: “Piensa en la primera y principal de las motivaciones que te llevan a comprar en el Black Friday, aparca tu ansiedad por un momento y piensa que aún tendrás tiempo de acertar con tus regalos en el más tradicional periodo de Navidad”, concluye **Antonio Salas**.

En definitiva, el consumo responsable es la clave y en ese punto coincide con los defensores del Día Sin Compras, quienes invitan a la sociedad a llevar esta reflexión a su vida diaria: “Esta jornada es un paso más para ser más conscientes del impacto de nuestras acciones, no solo como individuos, sino como colectividad, pero no se trata de que limpiemos nuestra conciencia una vez al año, sino de generar un cambio que perdure los 364 días restantes”, concluye **Freest S. Harries**.

Acerca de EOI

La Escuela de Organización Industrial (EOI) es la primera escuela de negocios fundada en España (1955). En sus 63 años de historia han pasado por sus aulas más de 84.500 directivos y gestores empresariales especializados en sostenibilidad, liderazgo, internacionalización y transformación digital.

Como fundación pública adscrita al Ministerio de Industria, Comercio y Turismo y con la cofinanciación del Fondo Social Europeo, ha impulsado los negocios de más de 52.000 nuevos emprendedores en España y fundado una Red Nacional de 50 Espacios Coworking en distintas ciudades del país.

www.eoi.es // [@eoi](https://twitter.com/eoi) // www.facebook.com/eoi.edu // www.instagram.com/eoischool

Fuente [Comunicae](#)

[Ir a la fuente](#)

Author:

<https://www.zaragoza24horas.com/black-friday-vs-dia-sin-compras-con-que-opcion-quedarse/>

Black Friday vs. Día Sin Compras: ¿con qué opción quedarse?

admin • original

/COMUNICAE/



Cada año son más quienes se suman a la reacción al Viernes Negro para defender “un consumo responsable con la sostenibilidad socioambiental y con el reparto equitativo de la riqueza”, en palabras de la profesora de EOI Freest S. Harries. El experto en ventas y profesor de EOI Antonio Salas recomienda no dejarse llevar por el ansia consumista y llevar a cabo “una investigación por adelantado” antes de comprar para asegurarnos de que las ofertas que anuncian son reales

Los amantes de las compras esperan con ansia la llegada del **Black Friday** para lanzarse a la caza y captura de ofertas y gangas. Sin embargo, cada año cobra más fuerza la tendencia contraria: el **Día Sin Compras**, una jornada mundial en la que se invita a toda la población a no sucumbir a los cantos de sirena de los comercios y a promover formas de consumo alternativo.

“El **Día Sin Compras** cuestiona el actual modelo de producción y consumo y propugna un cambio basado en un consumo transformador y responsable con la sostenibilidad socioambiental y con el reparto equitativo de la riqueza”, explica **Freest S. Harries**, profesora

<https://www.zaragoza24horas.com/black-friday-vs-dia-sin-compras-con-que-opcion-quedarse/>

del **International Master in Sustainable Development and Corporate Responsibility** de **EOI (Escuela de Organización Industrial)**. “Esta jornada, desde hace ya más de 25 años, pretende hacer frente al fenómeno hiperconsumista del **Black Friday**, que contribuye a perpetuar una situación social y ambiental poco o nada sostenible”, afirma.

En contrapartida, muchos sostienen que esta jornada es una buena oportunidad para ahorrar una suma considerable en compras que, de todas maneras, iban a efectuar. Pero ¿realmente se encuentran gangas tan sustanciosas? “Soy de la opinión de que puedes conseguir un buen chollo con una investigación por adelantado, en particular porque las ventas ya no se limitan a un solo día y muchos establecimientos comienzan a lanzar ofertas en los días previos al Viernes Negro; de hecho, ya se empieza a hablar de **Black Fiveday**”, comenta **Antonio Salas, profesor de Marketing y Ventas en EOI**.

Sin embargo, **Salas** llama a la moderación y a la cautela: “Es fácil dejarse llevar por la exageración y la emoción del día, pero no todas las ofertas son tan buenas como parecen. Algunas investigaciones señalan que el 60 % de los productos analizados estaban disponibles por el mismo precio o más baratos en otras épocas del año”, asegura este experto.

La clave está en meditar antes de sacar la cartera: “Piensa en la primera y principal de las motivaciones que te llevan a comprar en el Black Friday, aparca tu ansiedad por un momento y piensa que aún tendrás tiempo de acertar con tus regalos en el más tradicional periodo de Navidad”, concluye **Antonio Salas**.

En definitiva, el consumo responsable es la clave y en ese punto coincide con los defensores del Día Sin Compras, quienes invitan a la sociedad a llevar esta reflexión a su vida diaria: “Esta jornada es un paso más para ser más conscientes del impacto de nuestras acciones, no solo como individuos, sino como colectividad, pero no se trata de que limpiemos nuestra conciencia una vez al año, sino de generar un cambio que perdure los 364 días restantes”, concluye **Freest S. Harries**.

Acerca de EOI

La Escuela de Organización Industrial (EOI) es la primera escuela de negocios fundada en España (1955). En sus 63 años de historia han pasado por sus aulas más de 84.500 directivos y gestores empresariales especializados en sostenibilidad, liderazgo, internacionalización y transformación digital.

Como fundación pública adscrita al Ministerio de Industria, Comercio y Turismo y con la cofinanciación del Fondo Social Europeo, ha impulsado los negocios de más de 52.000 nuevos emprendedores en España y fundado una Red Nacional de 50 Espacios Coworking en distintas ciudades del país.

www.eoi.es // [@eoi](https://twitter.com/eoi) // www.facebook.com/eoi.edu // www.instagram.com/eoischool

Fuente **Comunicae**

Black Friday vs. Día Sin Compras: ¿con qué opción quedarse?

admin • original

/COMUNICAE/



Cada año son más quienes se suman a la reacción al Viernes Negro para defender “un consumo responsable con la sostenibilidad socioambiental y con el reparto equitativo de la riqueza”, en palabras de la profesora de EOI Freest S. Harries. El experto en ventas y profesor de EOI Antonio Salas recomienda no dejarse llevar por el ansia consumista y llevar a cabo “una investigación por adelantado” antes de comprar para asegurarnos de que las ofertas que anuncian son reales

Los amantes de las compras esperan con ansia la llegada del **Black Friday** para lanzarse a la caza y captura de ofertas y gangas. Sin embargo, cada año cobra más fuerza la tendencia contraria: el **Día Sin Compras**, una jornada mundial en la que se invita a toda la población a no sucumbir a los cantos de sirena de los comercios y a promover formas de consumo alternativo.

“El **Día Sin Compras** cuestiona el actual modelo de producción y consumo y propugna un cambio basado en un consumo transformador y responsable con la sostenibilidad socioambiental y con el reparto equitativo de la riqueza”, explica **Freest S. Harries**, profesora

<http://asturias24horas.com/black-friday-vs-dia-sin-compras-con-que-opcion-quedarse/>

del **International Master in Sustainable Development and Corporate Responsibility** de **EOI (Escuela de Organización Industrial)**. “Esta jornada, desde hace ya más de 25 años, pretende hacer frente al fenómeno hiperconsumista del **Black Friday**, que contribuye a perpetuar una situación social y ambiental poco o nada sostenible”, afirma.

En contrapartida, muchos sostienen que esta jornada es una buena oportunidad para ahorrar una suma considerable en compras que, de todas maneras, iban a efectuar. Pero ¿realmente se encuentran gangas tan sustanciosas? “Soy de la opinión de que puedes conseguir un buen chollo con una investigación por adelantado, en particular porque las ventas ya no se limitan a un solo día y muchos establecimientos comienzan a lanzar ofertas en los días previos al Viernes Negro; de hecho, ya se empieza a hablar de **Black Fiveday**”, comenta **Antonio Salas, profesor de Marketing y Ventas en EOI**.

Sin embargo, **Salas** llama a la moderación y a la cautela: “Es fácil dejarse llevar por la exageración y la emoción del día, pero no todas las ofertas son tan buenas como parecen. Algunas investigaciones señalan que el 60 % de los productos analizados estaban disponibles por el mismo precio o más baratos en otras épocas del año”, asegura este experto.

La clave está en meditar antes de sacar la cartera: “Piensa en la primera y principal de las motivaciones que te llevan a comprar en el Black Friday, aparca tu ansiedad por un momento y piensa que aún tendrás tiempo de acertar con tus regalos en el más tradicional periodo de Navidad”, concluye **Antonio Salas**.

En definitiva, el consumo responsable es la clave y en ese punto coincide con los defensores del Día Sin Compras, quienes invitan a la sociedad a llevar esta reflexión a su vida diaria: “Esta jornada es un paso más para ser más conscientes del impacto de nuestras acciones, no solo como individuos, sino como colectividad, pero no se trata de que limpiemos nuestra conciencia una vez al año, sino de generar un cambio que perdure los 364 días restantes”, concluye **Freest S. Harries**.

Acerca de EOI

La Escuela de Organización Industrial (EOI) es la primera escuela de negocios fundada en España (1955). En sus 63 años de historia han pasado por sus aulas más de 84.500 directivos y gestores empresariales especializados en sostenibilidad, liderazgo, internacionalización y transformación digital.

Como fundación pública adscrita al Ministerio de Industria, Comercio y Turismo y con la cofinanciación del Fondo Social Europeo, ha impulsado los negocios de más de 52.000 nuevos emprendedores en España y fundado una Red Nacional de 50 Espacios Coworking en distintas ciudades del país.

www.eoi.es // [@eoi](https://twitter.com/eoi) // www.facebook.com/eoi.edu // www.instagram.com/eoischool

Fuente **Comunicae**

<http://www.vitoria24horas.com/black-friday-vs-dia-sin-compras-con-que-opcion-quedarse/>

Black Friday vs. Día Sin Compras: ¿con qué opción quedarse?

admin • original

/COMUNICAE/



Cada año son más quienes se suman a la reacción al Viernes Negro para defender “un consumo responsable con la sostenibilidad socioambiental y con el reparto equitativo de la riqueza”, en palabras de la profesora de EOI Freest S. Harries. El experto en ventas y profesor de EOI Antonio Salas recomienda no dejarse llevar por el ansia consumista y llevar a cabo “una investigación por adelantado” antes de comprar para asegurarnos de que las ofertas que anuncian son reales

Los amantes de las compras esperan con ansia la llegada del **Black Friday** para lanzarse a la caza y captura de ofertas y gangas. Sin embargo, cada año cobra más fuerza la tendencia contraria: el **Día Sin Compras**, una jornada mundial en la que se invita a toda la población a no sucumbir a los cantos de sirena de los comercios y a promover formas de consumo alternativo.

“El **Día Sin Compras** cuestiona el actual modelo de producción y consumo y propugna un cambio basado en un consumo transformador y responsable con la sostenibilidad socioambiental y con el reparto equitativo de la riqueza”, explica **Freest S. Harries**, profesora

<http://www.vitoria24horas.com/black-friday-vs-dia-sin-compras-con-que-opcion-quedarse/>

del **International Master in Sustainable Development and Corporate Responsibility** de **EOI (Escuela de Organización Industrial)**. “Esta jornada, desde hace ya más de 25 años, pretende hacer frente al fenómeno hiperconsumista del **Black Friday**, que contribuye a perpetuar una situación social y ambiental poco o nada sostenible”, afirma.

En contrapartida, muchos sostienen que esta jornada es una buena oportunidad para ahorrar una suma considerable en compras que, de todas maneras, iban a efectuar. Pero ¿realmente se encuentran gangas tan sustanciosas? “Soy de la opinión de que puedes conseguir un buen chollo con una investigación por adelantado, en particular porque las ventas ya no se limitan a un solo día y muchos establecimientos comienzan a lanzar ofertas en los días previos al Viernes Negro; de hecho, ya se empieza a hablar de **Black Fiveday**”, comenta **Antonio Salas, profesor de Marketing y Ventas en EOI**.

Sin embargo, **Salas** llama a la moderación y a la cautela: “Es fácil dejarse llevar por la exageración y la emoción del día, pero no todas las ofertas son tan buenas como parecen. Algunas investigaciones señalan que el 60 % de los productos analizados estaban disponibles por el mismo precio o más baratos en otras épocas del año”, asegura este experto.

La clave está en meditar antes de sacar la cartera: “Piensa en la primera y principal de las motivaciones que te llevan a comprar en el Black Friday, aparca tu ansiedad por un momento y piensa que aún tendrás tiempo de acertar con tus regalos en el más tradicional periodo de Navidad”, concluye **Antonio Salas**.

En definitiva, el consumo responsable es la clave y en ese punto coincide con los defensores del Día Sin Compras, quienes invitan a la sociedad a llevar esta reflexión a su vida diaria: “Esta jornada es un paso más para ser más conscientes del impacto de nuestras acciones, no solo como individuos, sino como colectividad, pero no se trata de que limpiemos nuestra conciencia una vez al año, sino de generar un cambio que perdure los 364 días restantes”, concluye **Freest S. Harries**.

Acerca de EOI

La Escuela de Organización Industrial (EOI) es la primera escuela de negocios fundada en España (1955). En sus 63 años de historia han pasado por sus aulas más de 84.500 directivos y gestores empresariales especializados en sostenibilidad, liderazgo, internacionalización y transformación digital.

Como fundación pública adscrita al Ministerio de Industria, Comercio y Turismo y con la cofinanciación del Fondo Social Europeo, ha impulsado los negocios de más de 52.000 nuevos emprendedores en España y fundado una Red Nacional de 50 Espacios Coworking en distintas ciudades del país.

www.eoi.es // [@eoi](https://twitter.com/eoi) // www.facebook.com/eoi.edu // www.instagram.com/eoischool

Fuente **Comunicae**

<https://www.merca2.es/black-friday-vs-dia-sin-compras-con-que-opcion-quedarse/>

Black Friday vs. Día Sin Compras: ¿con qué opción quedarse?

original



Cada año son más quienes se suman a la reacción al Viernes Negro para defender “un consumo responsable con la sostenibilidad socioambiental y con el reparto equitativo de la riqueza”, en palabras de la profesora de EOI Freest S. Harries. El experto en ventas y profesor de EOI Antonio Salas recomienda no dejarse llevar por el ansia consumista y llevar a cabo “una investigación por adelantado” antes de comprar para asegurarnos de que las ofertas que anuncian son reales

Los amantes de las compras esperan con ansia la llegada del **Black Friday** para lanzarse a la caza y captura de ofertas y gangas. Sin embargo, cada año cobra más fuerza la tendencia contraria: el **Día Sin Compras**, una jornada mundial en la que se invita a toda la población a no sucumbir a los cantos de sirena de los comercios y a promover formas de consumo alternativo.

“El **Día Sin Compras** cuestiona el actual modelo de producción y consumo y propugna un cambio basado en un consumo transformador y responsable con la sostenibilidad socioambiental y con el reparto equitativo de la riqueza”, explica **Freest S. Harries**, profesora del **International Master in Sustainable Development and Corporate Responsibility** de **EOI**

<https://www.merca2.es/black-friday-vs-dia-sin-compras-con-que-opcion-que-darse/>

(Escuela de Organización Industrial). “Esta jornada, desde hace ya más de 25 años, pretende hacer frente al fenómeno hiperconsumista del **Black Friday**, que contribuye a perpetuar una situación social y ambiental poco o nada sostenible”, afirma.

En contrapartida, muchos sostienen que esta jornada es una buena oportunidad para ahorrar una suma considerable en compras que, de todas maneras, iban a efectuar. Pero ¿realmente se encuentran gangas tan sustanciosas? “Soy de la opinión de que puedes conseguir un buen chollo con una investigación por adelantado, en particular porque las ventas ya no se limitan a un solo día y muchos establecimientos comienzan a lanzar ofertas en los días previos al Viernes Negro; de hecho, ya se empieza a hablar de **Black Fiveday**”, comenta **Antonio Salas, profesor de Marketing y Ventas en EOI.**

Sin embargo, **Salas** llama a la moderación y a la cautela: “Es fácil dejarse llevar por la exageración y la emoción del día, pero no todas las ofertas son tan buenas como parecen. Algunas investigaciones señalan que el 60 % de los productos analizados estaban disponibles por el mismo precio o más baratos en otras épocas del año”, asegura este experto.

La clave está en meditar antes de sacar la cartera: “Piensa en la primera y principal de las motivaciones que te llevan a comprar en el Black Friday, aparca tu ansiedad por un momento y piensa que aún tendrás tiempo de acertar con tus regalos en el más tradicional periodo de Navidad”, concluye **Antonio Salas.**

En definitiva, el consumo responsable es la clave y en ese punto coincide con los defensores del Día Sin Compras, quienes invitan a la sociedad a llevar esta reflexión a su vida diaria: “Esta jornada es un paso más para ser más conscientes del impacto de nuestras acciones, no solo como individuos, sino como colectividad, pero no se trata de que limpiemos nuestra conciencia una vez al año, sino de generar un cambio que perdure los 364 días restantes”, concluye **Freest S. Harries.**

Acerca de EOI

La Escuela de Organización Industrial (EOI) es la primera escuela de negocios fundada en España (1955). En sus 63 años de historia han pasado por sus aulas más de 84.500 directivos y gestores empresariales especializados en sostenibilidad, liderazgo, internacionalización y transformación digital.

Como fundación pública adscrita al Ministerio de Industria, Comercio y Turismo y con la cofinanciación del Fondo Social Europeo, ha impulsado los negocios de más de 52.000 nuevos emprendedores en España y fundado una Red Nacional de 50 Espacios Coworking en distintas ciudades del país.

LUCE IT organiza su IX Workshop enfocado a organizaciones Data-driven

socialrrhh • original



El prestigioso evento ha reunido a más de **40 responsables** de marketing, negocio y áreas digitales de empresas multinacionales de sectores como banca, seguros, retail, transporte, logística y medios de comunicación.

“En este evento **nos volcamos en nuestros invitados**, queremos aprender, conocer experiencias reales, y mostrar situaciones que os puedan valer y ayudar en vuestros retos diarios”, explica **Javier Durán**, CEO de la compañía Luce Innovative Technologies.

En el workshop, **Vicente de los Ríos**, CEO de Líderes y Digitales, y Director de los Programas Ejecutivos en Transformación Digital de la EOI, ha presentado los retos y oportunidades a los que se enfrentan empresas y profesionales para conseguir **aumentar en un 20% los ingresos y reducir en un 30 % los costes** que resultan de sus inversiones en marketing.

Entre los retos planteados, los asistentes han destacado, mediante una encuesta, como las mayores amenazas a las que se enfrentan en su transformación digital es la **falta de expertos con capacidades analíticas** y digitales avanzadas, y la presión de los players digitales con orientación data-driven.

Ha destacado la participación del **Grupo Piñero**, grupo turístico con posiciones de liderazgo en el segmento vacacional internacional, presente en toda la cadena de valor de la industria de viajes y que tiene a la digitalización como uno de los tres pilares estratégicos.

Dentro de su proyecto de digitalización presentó como utilizan la inteligencia artificial para ver más allá del dato, mostrando cómo ha desarrollado una estrategia de analítica productiva, que además de conseguir **multiplicar sus cifras de negocio**, les ha permitido **personalizar la experiencia de cliente multicanal** mejorando simultáneamente la efectividad y eficiencia.

<http://socialrrhh.com/luce-it-organiza-su-ix-workshop-enfocado-a-organizaciones-data-driven/>

Además, **Telium, Domo y Swrve**, socios tecnológicos de Luce Innovative Technologies, han presentado su visión sobre **cómo convertir un negocio en una organización data-driven** a partir de las experiencias en la integración de soluciones con sus clientes. Presentaron casos de activación automática del cliente digital para ofrecerle una experiencia personalizada multicanal, y cómo conseguir tener una visión cierta y rápida de los datos de la organización.

Para finalizar el evento, se ha mantenido un debate entre todos los asistentes, moderado por los colaboradores de **Luce Innovative Technologies** Jorge Martínez-Arroyo, Presidente de la Asociación DEC y Javier Cabezas, Director de Estrategia en el sector financiero, sobre cómo abordar los cambios necesarios para aprovechar **tecnología, talento y cultura** transformando las empresas en organizaciones data-driven que **cumplan sus objetivos comerciales y de satisfacción de clientes**.

“En el área de Luce **Customer Experience**, hemos comprobado que el verdadero valor está en el **conocimiento del cliente** digital individual, qué hace, cómo es, cómo reacciona en los distintos touchpoints. Pujemos por cookies que nos aporten valor, que nos den una visión de cómo interactúa el cliente en cada momento para ir un paso más allá sobrepasando sus expectativas y ganando su confianza, lo que nos garantizará la maximización de las ventas ” explica la Subdirectora General **Evelyn Weiss**.

Conocer Luce Innovative Technologies: www.luceit.com



Nota de prensa LUCE IT organiza su IX Workshop enfocado a organizaciones Data-driven en comunicae.es

LUCE IT organiza su IX Workshop enfocado a organizaciones Data-driven

Por NBNoticias - • [original](#)



El prestigioso evento ha reunido a más de **40 responsables** de marketing, negocio y áreas digitales de empresas multinacionales de sectores como banca, seguros, retail, transporte, logística y medios de comunicación.

“En este evento **nos volcamos en nuestros invitados**, queremos aprender, conocer experiencias reales, y mostrar situaciones que os puedan valer y ayudar en vuestros retos diarios”, explica **Javier Durán**, CEO de la compañía Luce Innovative Technologies.

En el workshop, **Vicente de los Ríos**, CEO de Líderes y Digitales, y Director de los Programas Ejecutivos en Transformación Digital de la EOI, ha presentado los retos y oportunidades a los que se enfrentan empresas y profesionales para conseguir **aumentar en un 20% los ingresos y reducir en un 30 % los costes** que resultan de sus inversiones en marketing.

Entre los retos planteados, los asistentes han destacado, mediante una encuesta, como las mayores amenazas a las que se enfrentan en su transformación digital es la **falta de expertos con capacidades analíticas** y digitales avanzadas, y la presión de los players digitales con orientación data-driven.

Ha destacado la participación del **Grupo Piñero**, grupo turístico con posiciones de liderazgo en el segmento vacacional internacional, presente en toda la cadena de valor de la industria de viajes y que tiene a la digitalización como uno de los tres pilares estratégicos.

Dentro de su proyecto de digitalización presentó como utilizan la inteligencia artificial para ver más allá del dato, mostrando cómo ha desarrollado una estrategia de analítica productiva, que además de conseguir **multiplicar sus cifras de negocio**, les ha permitido **personalizar la experiencia de cliente multicanal** mejorando simultáneamente la

<https://eldigitaldeasturias.com/magazine365/luce-it-organiza-su-ix-workshop-enfocado-a-organizaciones-data-driven/>

efectividad y eficiencia.

Además, **Telium, Domo y Swrve**, socios tecnológicos de Luce Innovative Technologies, han presentado su visión sobre **cómo convertir un negocio en una organización data-driven** a partir de las experiencias en la integración de soluciones con sus clientes. Presentaron casos de activación automática del cliente digital para ofrecerle una experiencia personalizada multicanal, y cómo conseguir tener una visión cierta y rápida de los datos de la organización.

Para finalizar el evento, se ha mantenido un debate entre todos los asistentes, moderado por los colaboradores de **Luce Innovative Technologies** Jorge Martínez-Arroyo, Presidente de la Asociación DEC y Javier Cabezas, Director de Estrategia en el sector financiero, sobre cómo abordar los cambios necesarios para aprovechar **tecnología, talento y cultura** transformando las empresas en organizaciones data-driven que **cumplan sus objetivos comerciales y de satisfacción de clientes**.

“En el área de Luce **Customer Experience**, hemos comprobado que el verdadero valor está en el **conocimiento del cliente** digital individual, qué hace, cómo es, cómo reacciona en los distintos touchpoints. Pujemos por cookies que nos aporten valor, que nos den una visión de cómo interactúa el cliente en cada momento para ir un paso más allá sobrepasando sus expectativas y ganando su confianza, lo que nos garantizará la maximización de las ventas ” explica la Subdirectora General **Evelyn Weiss**.

Conocer Luce Innovative Technologies: www.luceit.com

<https://noticiasempresa.com/2018/11/23/black-friday-vs-dia-sin-compras-con-que-opcion-quedarse/>

Black Friday vs. Día Sin Compras: ¿con qué opción quedarse?

original



Los amantes de las compras esperan con ansia la llegada del **Black Friday** para lanzarse a la caza y captura de ofertas y gangas. Sin embargo, cada año cobra más fuerza la tendencia contraria: el **Día Sin Compras**, una jornada mundial en la que se invita a toda la población a no sucumbir a los cantos de sirena de los comercios y a promover formas de consumo alternativo.

“El **Día Sin Compras** cuestiona el actual modelo de producción y consumo y propugna un cambio basado en un consumo transformador y responsable con la sostenibilidad socioambiental y con el reparto equitativo de la riqueza”, explica **Freest S. Harries**, profesora del **International Master in Sustainable Development and Corporate Responsibility** de **EOI (Escuela de Organización Industrial)**. “Esta jornada, desde hace ya más de 25 años, pretende hacer frente al fenómeno hiperconsumista del **Black Friday**, que contribuye a perpetuar una situación social y ambiental poco o nada sostenible”, afirma.

En contrapartida, muchos sostienen que esta jornada es una buena oportunidad para ahorrar una suma considerable en compras que, de todas maneras, iban a efectuar. Pero ¿realmente se encuentran gangas tan sustanciosas? “Soy de la opinión de que puedes conseguir un buen chollo con una investigación por adelantado, en particular porque las ventas ya no se limitan a un solo día y muchos establecimientos comienzan a lanzar ofertas en los días previos al Viernes Negro; de hecho, ya se empieza a hablar de **Black Fiveday**”, comenta **Antonio Salas, profesor de Marketing y Ventas en EOI**.

Sin embargo, **Salas** llama a la moderación y a la cautela: “Es fácil dejarse llevar por la exageración y la emoción del día, pero no todas las ofertas son tan buenas como parecen. Algunas investigaciones señalan que el 60 % de los productos analizados estaban disponibles por el mismo precio o más baratos en otras épocas del año”, asegura este experto.

<https://noticiasempresa.com/2018/11/23/black-friday-vs-dia-sin-compras-con-que-opcion-quedarse/>

La clave está en meditar antes de sacar la cartera: “Piensa en la primera y principal de las motivaciones que te llevan a comprar en el Black Friday, aparca tu ansiedad por un momento y piensa que aún tendrás tiempo de acertar con tus regalos en el más tradicional periodo de Navidad”, concluye **Antonio Salas**.

En definitiva, el consumo responsable es la clave y en ese punto coincide con los defensores del Día Sin Compras, quienes invitan a la sociedad a llevar esta reflexión a su vida diaria: “Esta jornada es un paso más para ser más conscientes del impacto de nuestras acciones, no solo como individuos, sino como colectividad, pero no se trata de que limpiemos nuestra conciencia una vez al año, sino de generar un cambio que perdure los 364 días restantes”, concluye **Freest S. Harries**.

Acerca de EOI

La Escuela de Organización Industrial (EOI) es la primera escuela de negocios fundada en España (1955). En sus 63 años de historia han pasado por sus aulas más de 84.500 directivos y gestores empresariales especializados en sostenibilidad, liderazgo, internacionalización y transformación digital.

Como fundación pública adscrita al Ministerio de Industria, Comercio y Turismo y con la cofinanciación del Fondo Social Europeo, ha impulsado los negocios de más de 52.000 nuevos emprendedores en España y fundado una Red Nacional de 50 Espacios Coworking en distintas ciudades del país.

www.eoi.es // [@eoi](https://twitter.com/eoi) // www.facebook.com/eoi.edu // www.instagram.com/eoischool

Nota de prensa [Black Friday vs. Día Sin Compras: ¿con qué opción quedarse?](#) en comunicae.es



<http://www.diario-economia.com/nota/17017/black-friday-vs-dia-sin-compras--con-que-opcion-qu.html>

Black Friday vs. Día Sin Compras: ¿con qué opción quedarse?

original



Los amantes de las compras esperan con ansia la llegada del **Black Friday** para lanzarse a la caza y captura de ofertas y gangas. Sin embargo, cada año cobra más fuerza la tendencia contraria: el **Día Sin Compras**, una jornada mundial en la que se invita a toda la población a no sucumbir a los cantos de sirena de los comercios y a promover formas de consumo alternativo.

“El **Día Sin Compras** cuestiona el actual modelo de producción y consumo y propugna un cambio basado en un consumo transformador y responsable con la sostenibilidad socioambiental y con el reparto equitativo de la riqueza”, explica **Freest S. Harries**, profesora del **International Master in Sustainable Development and Corporate Responsibility** de **EOI (Escuela de Organización Industrial)**. “Esta jornada, desde hace ya más de 25 años, pretende hacer frente al fenómeno hiperconsumista del **Black Friday**, que contribuye a perpetuar una situación social y ambiental poco o nada sostenible”, afirma.

En contrapartida, muchos sostienen que esta jornada es una buena oportunidad para ahorrar una suma considerable en compras que, de todas maneras, iban a efectuar. Pero ¿realmente se encuentran gangas tan sustanciosas? “Soy de la opinión de que puedes conseguir un buen chollo con una investigación por adelantado, en particular porque las ventas ya no se limitan a un solo día y muchos establecimientos comienzan a lanzar

<http://www.diario-economia.com/nota/17017/black-friday-vs-dia-sin-compras--con-que-opcion-qu.html>

ofertas en los días previos al Viernes Negro; de hecho, ya se empieza a hablar de **Black Fiveday**", comenta **Antonio Salas, profesor de Marketing y Ventas en EOI**.

Sin embargo, **Salas** llama a la moderación y a la cautela: "Es fácil dejarse llevar por la exageración y la emoción del día, pero no todas las ofertas son tan buenas como parecen. Algunas investigaciones señalan que el 60 % de los productos analizados estaban disponibles por el mismo precio o más baratos en otras épocas del año", asegura este experto.

La clave está en meditar antes de sacar la cartera: "Piensa en la primera y principal de las motivaciones que te llevan a comprar en el Black Friday, aparca tu ansiedad por un momento y piensa que aún tendrás tiempo de acertar con tus regalos en el más tradicional periodo de Navidad", concluye **Antonio Salas**.

En definitiva, el consumo responsable es la clave y en ese punto coincide con los defensores del Día Sin Compras, quienes invitan a la sociedad a llevar esta reflexión a su vida diaria: "Esta jornada es un paso más para ser más conscientes del impacto de nuestras acciones, no solo como individuos, sino como colectividad, pero no se trata de que limpiemos nuestra conciencia una vez al año, sino de generar un cambio que perdure los 364 días restantes", concluye **Freest S. Harries**.

Acerca de EOI

La Escuela de Organización Industrial (EOI) es la primera escuela de negocios fundada en España (1955). En sus 63 años de historia han pasado por sus aulas más de 84.500 directivos y gestores empresariales especializados en sostenibilidad, liderazgo, internacionalización y transformación digital.

Como fundación pública adscrita al Ministerio de Industria, Comercio y Turismo y con la cofinanciación del Fondo Social Europeo, ha impulsado los negocios de más de 52.000 nuevos emprendedores en España y fundado una Red Nacional de 50 Espacios Coworking en distintas ciudades del país.

www.eoi.es // [@eoi](https://twitter.com/eoi) // www.facebook.com/eoi.edu // www.instagram.com/eoischool

<http://barcelonadigital24horas.com/black-friday-vs-dia-sin-compras-con-que-opcion-quedarse/>

Black Friday vs. Día Sin Compras: ¿con qué opción quedarse?

Redacción • original

/COMUNICAE/



Cada año son más quienes se suman a la reacción al Viernes Negro para defender “un consumo responsable con la sostenibilidad socioambiental y con el reparto equitativo de la riqueza”, en palabras de la profesora de EOI Freest S. Harries. El experto en ventas y profesor de EOI Antonio Salas recomienda no dejarse llevar por el ansia consumista y llevar a cabo “una investigación por adelantado” antes de comprar para asegurarnos de que las ofertas que anuncian son reales

Los amantes de las compras esperan con ansia la llegada del **Black Friday** para lanzarse a la caza y captura de ofertas y gangas. Sin embargo, cada año cobra más fuerza la tendencia contraria: el **Día Sin Compras**, una jornada mundial en la que se invita a toda la población a no sucumbir a los cantos de sirena de los comercios y a promover formas de consumo alternativo.

“El **Día Sin Compras** cuestiona el actual modelo de producción y consumo y propugna un cambio basado en un consumo transformador y responsable con la sostenibilidad socioambiental y con el reparto equitativo de la riqueza”, explica **Freest S. Harries**, profesora

<http://barcelonadigital24horas.com/black-friday-vs-dia-sin-compras-con-que-opcion-quedarse/>

del **International Master in Sustainable Development and Corporate Responsibility** de **EOI (Escuela de Organización Industrial)**. “Esta jornada, desde hace ya más de 25 años, pretende hacer frente al fenómeno hiperconsumista del **Black Friday**, que contribuye a perpetuar una situación social y ambiental poco o nada sostenible”, afirma.

En contrapartida, muchos sostienen que esta jornada es una buena oportunidad para ahorrar una suma considerable en compras que, de todas maneras, iban a efectuar. Pero ¿realmente se encuentran gangas tan sustanciosas? “Soy de la opinión de que puedes conseguir un buen chollo con una investigación por adelantado, en particular porque las ventas ya no se limitan a un solo día y muchos establecimientos comienzan a lanzar ofertas en los días previos al Viernes Negro; de hecho, ya se empieza a hablar de **Black Fiveday**”, comenta **Antonio Salas, profesor de Marketing y Ventas en EOI**.

Sin embargo, **Salas** llama a la moderación y a la cautela: “Es fácil dejarse llevar por la exageración y la emoción del día, pero no todas las ofertas son tan buenas como parecen. Algunas investigaciones señalan que el 60 % de los productos analizados estaban disponibles por el mismo precio o más baratos en otras épocas del año”, asegura este experto.

La clave está en meditar antes de sacar la cartera: “Piensa en la primera y principal de las motivaciones que te llevan a comprar en el Black Friday, aparca tu ansiedad por un momento y piensa que aún tendrás tiempo de acertar con tus regalos en el más tradicional periodo de Navidad”, concluye **Antonio Salas**.

En definitiva, el consumo responsable es la clave y en ese punto coincide con los defensores del Día Sin Compras, quienes invitan a la sociedad a llevar esta reflexión a su vida diaria: “Esta jornada es un paso más para ser más conscientes del impacto de nuestras acciones, no solo como individuos, sino como colectividad, pero no se trata de que limpiemos nuestra conciencia una vez al año, sino de generar un cambio que perdure los 364 días restantes”, concluye **Freest S. Harries**.

Acerca de EOI

La Escuela de Organización Industrial (EOI) es la primera escuela de negocios fundada en España (1955). En sus 63 años de historia han pasado por sus aulas más de 84.500 directivos y gestores empresariales especializados en sostenibilidad, liderazgo, internacionalización y transformación digital.

Como fundación pública adscrita al Ministerio de Industria, Comercio y Turismo y con la cofinanciación del Fondo Social Europeo, ha impulsado los negocios de más de 52.000 nuevos emprendedores en España y fundado una Red Nacional de 50 Espacios Coworking en distintas ciudades del país.

www.eoi.es // [@eoi](https://twitter.com/eoi) // www.facebook.com/eoi.edu // www.instagram.com/eoischool

Fuente **Comunicae**

<http://www.diario-abc.com/nota/17510/black-friday-vs-dia-sin-compras-con-que-opcion-qu.html>

Black Friday vs. Día Sin Compras: ¿con qué opción quedarse?

original



Los amantes de las compras esperan con ansia la llegada del **Black Friday** para lanzarse a la caza y captura de ofertas y gangas. Sin embargo, cada año cobra más fuerza la tendencia contraria: el **Día Sin Compras**, una jornada mundial en la que se invita a toda la población a no sucumbir a los cantos de sirena de los comercios y a promover formas de consumo alternativo.

“El **Día Sin Compras** cuestiona el actual modelo de producción y consumo y propugna un cambio basado en un consumo transformador y responsable con la sostenibilidad socioambiental y con el reparto equitativo de la riqueza”, explica **Freest S. Harries**, profesora del **International Master in Sustainable Development and Corporate Responsibility** de **EOI (Escuela de Organización Industrial)**. “Esta jornada, desde hace ya más de 25 años, pretende hacer frente al fenómeno hiperconsumista del **Black Friday**, que contribuye a perpetuar una situación social y ambiental poco o nada sostenible”, afirma.

En contrapartida, muchos sostienen que esta jornada es una buena oportunidad para ahorrar una suma considerable en compras que, de todas maneras, iban a efectuar. Pero ¿realmente se encuentran gangas tan sustanciosas? “Soy de la opinión de que puedes conseguir un buen chollo con una investigación por adelantado, en particular porque las ventas ya no se limitan a un solo día y muchos establecimientos comienzan a lanzar

<http://www.diario-abc.com/nota/17510/black-friday-vs-dia-sin-compras--con-que-opcion-qu.html>

ofertas en los días previos al Viernes Negro; de hecho, ya se empieza a hablar de **Black Friday**", comenta **Antonio Salas, profesor de Marketing y Ventas en EOI**.

Sin embargo, **Salas** llama a la moderación y a la cautela: "Es fácil dejarse llevar por la exageración y la emoción del día, pero no todas las ofertas son tan buenas como parecen. Algunas investigaciones señalan que el 60 % de los productos analizados estaban disponibles por el mismo precio o más baratos en otras épocas del año", asegura este experto.

La clave está en meditar antes de sacar la cartera: "Piensa en la primera y principal de las motivaciones que te llevan a comprar en el Black Friday, aparca tu ansiedad por un momento y piensa que aún tendrás tiempo de acertar con tus regalos en el más tradicional periodo de Navidad", concluye **Antonio Salas**.

En definitiva, el consumo responsable es la clave y en ese punto coincide con los defensores del Día Sin Compras, quienes invitan a la sociedad a llevar esta reflexión a su vida diaria: "Esta jornada es un paso más para ser más conscientes del impacto de nuestras acciones, no solo como individuos, sino como colectividad, pero no se trata de que limpiemos nuestra conciencia una vez al año, sino de generar un cambio que perdure los 364 días restantes", concluye **Freest S. Harries**.

Acerca de EOI

La Escuela de Organización Industrial (EOI) es la primera escuela de negocios fundada en España (1955). En sus 63 años de historia han pasado por sus aulas más de 84.500 directivos y gestores empresariales especializados en sostenibilidad, liderazgo, internacionalización y transformación digital.

Como fundación pública adscrita al Ministerio de Industria, Comercio y Turismo y con la cofinanciación del Fondo Social Europeo, ha impulsado los negocios de más de 52.000 nuevos emprendedores en España y fundado una Red Nacional de 50 Espacios Coworking en distintas ciudades del país.

www.eoi.es // [@eoi](https://twitter.com/eoi) // www.facebook.com/eoi.edu // www.instagram.com/eoischool

Black Friday vs. Día Sin Compras: ¿con qué opción quedarse?

admin • [original](#)

/COMUNICAE/



Cada año son más quienes se suman a la reacción al Viernes Negro para defender “un consumo responsable con la sostenibilidad socioambiental y con el reparto equitativo de la riqueza”, en palabras de la profesora de EOI Freest S. Harries. El experto en ventas y profesor de EOI Antonio Salas recomienda no dejarse llevar por el ansia consumista y llevar a cabo “una investigación por adelantado” antes de comprar para asegurarnos de que las ofertas que anuncian son reales

Los amantes de las compras esperan con ansia la llegada del **Black Friday** para lanzarse a la caza y captura de ofertas y gangas. Sin embargo, cada año cobra más fuerza la tendencia contraria: el **Día Sin Compras**, una jornada mundial en la que se invita a toda la población a no sucumbir a los cantos de sirena de los comercios y a promover formas de consumo alternativo.

“El **Día Sin Compras** cuestiona el actual modelo de producción y consumo y propugna un cambio basado en un consumo transformador y responsable con la sostenibilidad socioambiental y con el reparto equitativo de la riqueza”, explica **Freest S. Harries**, profesora

<http://pamplona24horas.com/black-friday-vs-dia-sin-compras-con-que-opcion-que-darse/>

del **International Master in Sustainable Development and Corporate Responsibility** de **EOI (Escuela de Organización Industrial)**. “Esta jornada, desde hace ya más de 25 años, pretende hacer frente al fenómeno hiperconsumista del **Black Friday**, que contribuye a perpetuar una situación social y ambiental poco o nada sostenible”, afirma.

En contrapartida, muchos sostienen que esta jornada es una buena oportunidad para ahorrar una suma considerable en compras que, de todas maneras, iban a efectuar. Pero ¿realmente se encuentran gangas tan sustanciosas? “Soy de la opinión de que puedes conseguir un buen chollo con una investigación por adelantado, en particular porque las ventas ya no se limitan a un solo día y muchos establecimientos comienzan a lanzar ofertas en los días previos al Viernes Negro; de hecho, ya se empieza a hablar de **Black Fiveday**”, comenta **Antonio Salas, profesor de Marketing y Ventas en EOI**.

Sin embargo, **Salas** llama a la moderación y a la cautela: “Es fácil dejarse llevar por la exageración y la emoción del día, pero no todas las ofertas son tan buenas como parecen. Algunas investigaciones señalan que el 60 % de los productos analizados estaban disponibles por el mismo precio o más baratos en otras épocas del año”, asegura este experto.

La clave está en meditar antes de sacar la cartera: “Piensa en la primera y principal de las motivaciones que te llevan a comprar en el Black Friday, aparca tu ansiedad por un momento y piensa que aún tendrás tiempo de acertar con tus regalos en el más tradicional periodo de Navidad”, concluye **Antonio Salas**.

En definitiva, el consumo responsable es la clave y en ese punto coincide con los defensores del Día Sin Compras, quienes invitan a la sociedad a llevar esta reflexión a su vida diaria: “Esta jornada es un paso más para ser más conscientes del impacto de nuestras acciones, no solo como individuos, sino como colectividad, pero no se trata de que limpiemos nuestra conciencia una vez al año, sino de generar un cambio que perdure los 364 días restantes”, concluye **Freest S. Harries**.

Acerca de EOI

La Escuela de Organización Industrial (EOI) es la primera escuela de negocios fundada en España (1955). En sus 63 años de historia han pasado por sus aulas más de 84.500 directivos y gestores empresariales especializados en sostenibilidad, liderazgo, internacionalización y transformación digital.

Como fundación pública adscrita al Ministerio de Industria, Comercio y Turismo y con la cofinanciación del Fondo Social Europeo, ha impulsado los negocios de más de 52.000 nuevos emprendedores en España y fundado una Red Nacional de 50 Espacios Coworking en distintas ciudades del país.

www.eoi.es // [@eoi](https://twitter.com/eoi) // www.facebook.com/eoi.edu // www.instagram.com/eoischool

Fuente **Comunicae**

<http://noticiasmktg.es/black-friday-vs-dia-sin-compras-con-que-opcion-quedarse/>

Black Friday vs. Día Sin Compras: ¿con qué opción quedarse?

Notas de prensa en RSS • [original](#)



Los amantes de las compras esperan con ansia la llegada del **Black Friday** para lanzarse a la caza y captura de ofertas y gangas. Sin embargo, cada año cobra más fuerza la tendencia contraria: el **Día Sin Compras**, una jornada mundial en la que se invita a toda la población a no sucumbir a los cantos de sirena de los comercios y a promover formas de consumo alternativo.

“El **Día Sin Compras** cuestiona el actual modelo de producción y consumo y propugna un cambio basado en un consumo transformador y responsable con la sostenibilidad socioambiental y con el reparto equitativo de la riqueza”, explica **Freest S. Harries**, profesora del **International Master in Sustainable Development and Corporate Responsibility** de **EOI (Escuela de Organización Industrial)**. “Esta jornada, desde hace ya más de 25 años, pretende hacer frente al fenómeno hiperconsumista del **Black Friday**, que contribuye a perpetuar una situación social y ambiental poco o nada sostenible”, afirma.

En contrapartida, muchos sostienen que esta jornada es una buena oportunidad para ahorrar una suma considerable en compras que, de todas maneras, iban a efectuar. Pero ¿realmente se encuentran gangas tan sustanciosas? “Soy de la opinión de que puedes conseguir un buen

<http://noticiasmarketing.es/black-friday-vs-dia-sin-compras-con-que-opcion-quedarse/>

chollo con una investigación por adelantado, en particular porque las ventas ya no se limitan a un solo día y muchos establecimientos comienzan a lanzar ofertas en los días previos al Viernes Negro; de hecho, ya se empieza a hablar de **Black Fiveday**, comenta **Antonio Salas, profesor de Marketing y Ventas en EOI**.

Sin embargo, **Salas** llama a la moderación y a la cautela: “Es fácil dejarse llevar por la exageración y la emoción del día, pero no todas las ofertas son tan buenas como parecen. Algunas investigaciones señalan que el 60 % de los productos analizados estaban disponibles por el mismo precio o más baratos en otras épocas del año”, asegura este experto.

La clave está en meditar antes de sacar la cartera: “Piensa en la primera y principal de las motivaciones que te llevan a comprar en el Black Friday, aparca tu ansiedad por un momento y piensa que aún tendrás tiempo de acertar con tus regalos en el más tradicional periodo de Navidad”, concluye **Antonio Salas**.

En definitiva, el consumo responsable es la clave y en ese punto coincide con los defensores del Día Sin Compras, quienes invitan a la sociedad a llevar esta reflexión a su vida diaria: “Esta jornada es un paso más para ser más conscientes del impacto de nuestras acciones, no solo como individuos, sino como colectividad, pero no se trata de que limpiemos nuestra conciencia una vez al año, sino de generar un cambio que perdure los 364 días restantes”, concluye **Freest S. Harries**.

Acerca de EOI

La Escuela de Organización Industrial (EOI) es la primera escuela de negocios fundada en España (1955). En sus 63 años de historia han pasado por sus aulas más de 84.500 directivos y gestores empresariales especializados en sostenibilidad, liderazgo, internacionalización y transformación digital.

Como fundación pública adscrita al Ministerio de Industria, Comercio y Turismo y con la cofinanciación del Fondo Social Europeo, ha impulsado los negocios de más de 52.000 nuevos emprendedores en España y fundado una Red Nacional de 50 Espacios Coworking en distintas ciudades del país.

www.eoi.es // [@eoi](https://twitter.com/eoi) // www.facebook.com/eoi.edu // www.instagram.com/eoischool

Fuente original: Comunicae.es.

<http://asturiasbusiness.es/2018/11/24/black-friday-vs-dia-sin-compras-con-que-opcion-quedarse/>

Black Friday vs. Día Sin Compras: ¿con qué opción quedarse?

original



Los amantes de las compras esperan con ansia la llegada del **Black Friday** para lanzarse a la caza y captura de ofertas y gangas. Sin embargo, cada año cobra más fuerza la tendencia contraria: el **Día Sin Compras**, una jornada mundial en la que se invita a toda la población a no sucumbir a los cantos de sirena de los comercios y a promover formas de consumo alternativo.

“El **Día Sin Compras** cuestiona el actual modelo de producción y consumo y propugna un cambio basado en un consumo transformador y responsable con la sostenibilidad socioambiental y con el reparto equitativo de la riqueza”, explica **Freest S. Harries**, profesora del **International Master in Sustainable Development and Corporate Responsibility** de **EOI (Escuela de Organización Industrial)**. “Esta jornada, desde hace ya más de 25 años, pretende hacer frente al fenómeno hiperconsumista del **Black Friday**, que contribuye a perpetuar una situación social y ambiental poco o nada sostenible”, afirma.

En contrapartida, muchos sostienen que esta jornada es una buena oportunidad para ahorrar una suma considerable en compras que, de todas maneras, iban a efectuar. Pero ¿realmente

<http://asturiasbusiness.es/2018/11/24/black-friday-vs-dia-sin-compras-con-que-opcion-quedarse/>

se encuentran gangas tan sustanciosas? “Soy de la opinión de que puedes conseguir un buen chollo con una investigación por adelantado, en particular porque las ventas ya no se limitan a un solo día y muchos establecimientos comienzan a lanzar ofertas en los días previos al Viernes Negro; de hecho, ya se empieza a hablar de **Black Fiveday**”, comenta **Antonio Salas, profesor de Marketing y Ventas en EOI**.

Sin embargo, **Salas** llama a la moderación y a la cautela: “Es fácil dejarse llevar por la exageración y la emoción del día, pero no todas las ofertas son tan buenas como parecen. Algunas investigaciones señalan que el 60 % de los productos analizados estaban disponibles por el mismo precio o más baratos en otras épocas del año”, asegura este experto.

La clave está en meditar antes de sacar la cartera: “Piensa en la primera y principal de las motivaciones que te llevan a comprar en el Black Friday, aparca tu ansiedad por un momento y piensa que aún tendrás tiempo de acertar con tus regalos en el más tradicional periodo de Navidad”, concluye **Antonio Salas**.

En definitiva, el consumo responsable es la clave y en ese punto coincide con los defensores del Día Sin Compras, quienes invitan a la sociedad a llevar esta reflexión a su vida diaria: “Esta jornada es un paso más para ser más conscientes del impacto de nuestras acciones, no solo como individuos, sino como colectividad, pero no se trata de que limpiemos nuestra conciencia una vez al año, sino de generar un cambio que perdure los 364 días restantes”, concluye **Freest S. Harries**.

Acerca de EOI

La Escuela de Organización Industrial (EOI) es la primera escuela de negocios fundada en España (1955). En sus 63 años de historia han pasado por sus aulas más de 84.500 directivos y gestores empresariales especializados en sostenibilidad, liderazgo, internacionalización y transformación digital.

Como fundación pública adscrita al Ministerio de Industria, Comercio y Turismo y con la cofinanciación del Fondo Social Europeo, ha impulsado los negocios de más de 52.000 nuevos emprendedores en España y fundado una Red Nacional de 50 Espacios Coworking en distintas ciudades del país.

www.eoi.es // [@eoi](https://twitter.com/eoi) // www.facebook.com/eoi.edu // www.instagram.com/eoischool

Black Friday vs. Día Sin Compras: ¿con qué opción quedarse?

Comunicae • [original](#)



Los amantes de las compras esperan con ansia la llegada del **Black Friday** para lanzarse a la caza y captura de ofertas y gangas. Sin embargo, cada año cobra más fuerza la tendencia contraria: el **Día Sin Compras**, una jornada mundial en la que se invita a toda la población a no sucumbir a los cantos de sirena de los comercios y a promover formas de consumo alternativo.

“El **Día Sin Compras** cuestiona el actual modelo de producción y consumo y propugna un cambio basado en un consumo transformador y responsable con la sostenibilidad socioambiental y con el reparto equitativo de la riqueza”, explica **Freest S. Harries**, profesora del **International Master in Sustainable Development and Corporate Responsibility** de **EOI (Escuela de Organización Industrial)**. “Esta jornada, desde hace ya más de 25 años, pretende hacer frente al fenómeno hiperconsumista del **Black Friday**, que contribuye a perpetuar una situación social y ambiental poco o nada sostenible”, afirma.

En contrapartida, muchos sostienen que esta jornada es una buena oportunidad para ahorrar una suma considerable en compras que, de todas maneras, iban a efectuar. Pero ¿realmente se encuentran gangas tan sustanciosas? “Soy de la opinión de que puedes conseguir un buen chollo con una investigación por adelantado, en particular porque las ventas ya no se limitan a un solo día y muchos establecimientos comienzan a lanzar ofertas en los días previos al Viernes Negro; de hecho, ya se empieza a hablar de **Black Fiveday**”, comenta **Antonio Salas, profesor de Marketing y Ventas en EOI**.

Sin embargo, **Salas** llama a la moderación y a la cautela: “Es fácil dejarse llevar por la exageración y la emoción del día, pero no todas las ofertas son tan buenas como parecen. Algunas investigaciones señalan que el 60 % de los productos analizados estaban disponibles por el mismo precio o más baratos en otras épocas del año”, asegura este experto.

La clave está en meditar antes de sacar la cartera: “Piensa en la primera y principal de las motivaciones que te llevan a comprar en el Black Friday, aparca tu ansiedad por un momento y piensa que aún tendrás tiempo de acertar con tus regalos en el más tradicional periodo de Navidad”, concluye **Antonio Salas**.

En definitiva, el consumo responsable es la clave y en ese punto coincide con los defensores del Día Sin Compras, quienes invitan a la sociedad a llevar esta reflexión a su vida diaria: “Esta jornada es un paso más para ser más conscientes del impacto de nuestras acciones, no solo como individuos, sino como colectividad, pero no se trata de que limpiemos nuestra conciencia una vez al año, sino de generar un cambio que perdure los 364 días restantes”, concluye **Freest S. Harries**.

Acerca de EOI

La Escuela de Organización Industrial (EOI) es la primera escuela de negocios fundada en España (1955). En sus 63 años de historia han pasado por sus aulas más de 84.500 directivos y gestores empresariales especializados en sostenibilidad, liderazgo, internacionalización y transformación digital.

Como fundación pública adscrita al Ministerio de Industria, Comercio y Turismo y con la cofinanciación del Fondo Social Europeo, ha impulsado los negocios de más de 52.000 nuevos emprendedores en España y fundado una Red Nacional de 50 Espacios Coworking en distintas ciudades del país.

www.eoi.es // [@eoi](https://twitter.com/eoi) // www.facebook.com/eoi.edu // www.instagram.com/eoischool

Noticia [Black Friday vs. Día Sin Compras: ¿con qué opción quedarse?](#) publicada en comunicae.es

Esta noticia ha sido publicada a través del servicio de información que Comunicae presta a Profesionales Hoy. Si usted representa a una empresa y desea beneficiarse de las ventajas de este servicio acceda al servicio de [Notas de prensa de Comunicae](#).

LUCE IT organiza su IX Workshop enfocado a organizaciones Data-driven

Comunicar • original



El prestigioso evento ha reunido a más de **40 responsables** de marketing, negocio y áreas digitales de empresas multinacionales de sectores como banca, seguros, retail, transporte, logística y medios de comunicación.

“En este evento **nos volcamos en nuestros invitados**, queremos aprender, conocer experiencias reales, y mostrar situaciones que os puedan valer y ayudar en vuestros retos diarios”, explica **Javier Durán**, CEO de la compañía Luce Innovative Technologies.

En el workshop, **Vicente de los Ríos**, CEO de Líderes y Digitales, y Director de los Programas Ejecutivos en Transformación Digital de la EOI, ha presentado los retos y oportunidades a los que se enfrentan empresas y profesionales para conseguir **aumentar en un 20% los ingresos y reducir en un 30 % los costes** que resultan de sus inversiones en marketing.

Entre los retos planteados, los asistentes han destacado, mediante una encuesta, como las mayores amenazas a las que se enfrentan en su transformación digital es la **falta de expertos con capacidades analíticas** y digitales avanzadas, y la presión de los players digitales con orientación data-driven.

Ha destacado la participación del **Grupo Piñero**, grupo turístico con posiciones de liderazgo en el segmento vacacional internacional, presente en toda la cadena de valor de la industria de viajes y que tiene a la digitalización como uno de los tres pilares estratégicos.

Dentro de su proyecto de digitalización presentó como utilizan la inteligencia artificial para ver más allá del dato, mostrando cómo ha desarrollado una estrategia de analítica productiva, que además de conseguir **multiplicar sus cifras de negocio**, les ha permitido **personalizar la experiencia de cliente multicanal** mejorando simultáneamente la efectividad y eficiencia.

<https://profesionaleshoy.es/blog/2018/11/24/luce-it-organiza-su-ix-workshop-enfocado-a-organizaciones-data-driven/113737>

Además, **Telium, Domo y Swrve**, socios tecnológicos de Luce Innovative Technologies, han presentado su visión sobre **cómo convertir un negocio en una organización data-driven** a partir de las experiencias en la integración de soluciones con sus clientes. Presentaron casos de activación automática del cliente digital para ofrecerle una experiencia personalizada multicanal, y cómo conseguir tener una visión cierta y rápida de los datos de la organización.

Para finalizar el evento, se ha mantenido un debate entre todos los asistentes, moderado por los colaboradores de **Luce Innovative Technologies** Jorge Martínez-Arroyo, Presidente de la Asociación DEC y Javier Cabezas, Director de Estrategia en el sector financiero, sobre cómo abordar los cambios necesarios para aprovechar **tecnología, talento y cultura** transformando las empresas en organizaciones data-driven que **cumplan sus objetivos comerciales y de satisfacción de clientes**.

“En el área de Luce **Customer Experience**, hemos comprobado que el verdadero valor está en el **conocimiento del cliente** digital individual, qué hace, cómo es, cómo reacciona en los distintos touchpoints. Pujemos por cookies que nos aporten valor, que nos den una visión de cómo interactúa el cliente en cada momento para ir un paso más allá sobrepasando sus expectativas y ganando su confianza, lo que nos garantizará la maximización de las ventas ” explica la Subdirectora General **Evelyn Weiss**.

Conocer Luce Innovative Technologies: www.luceit.com



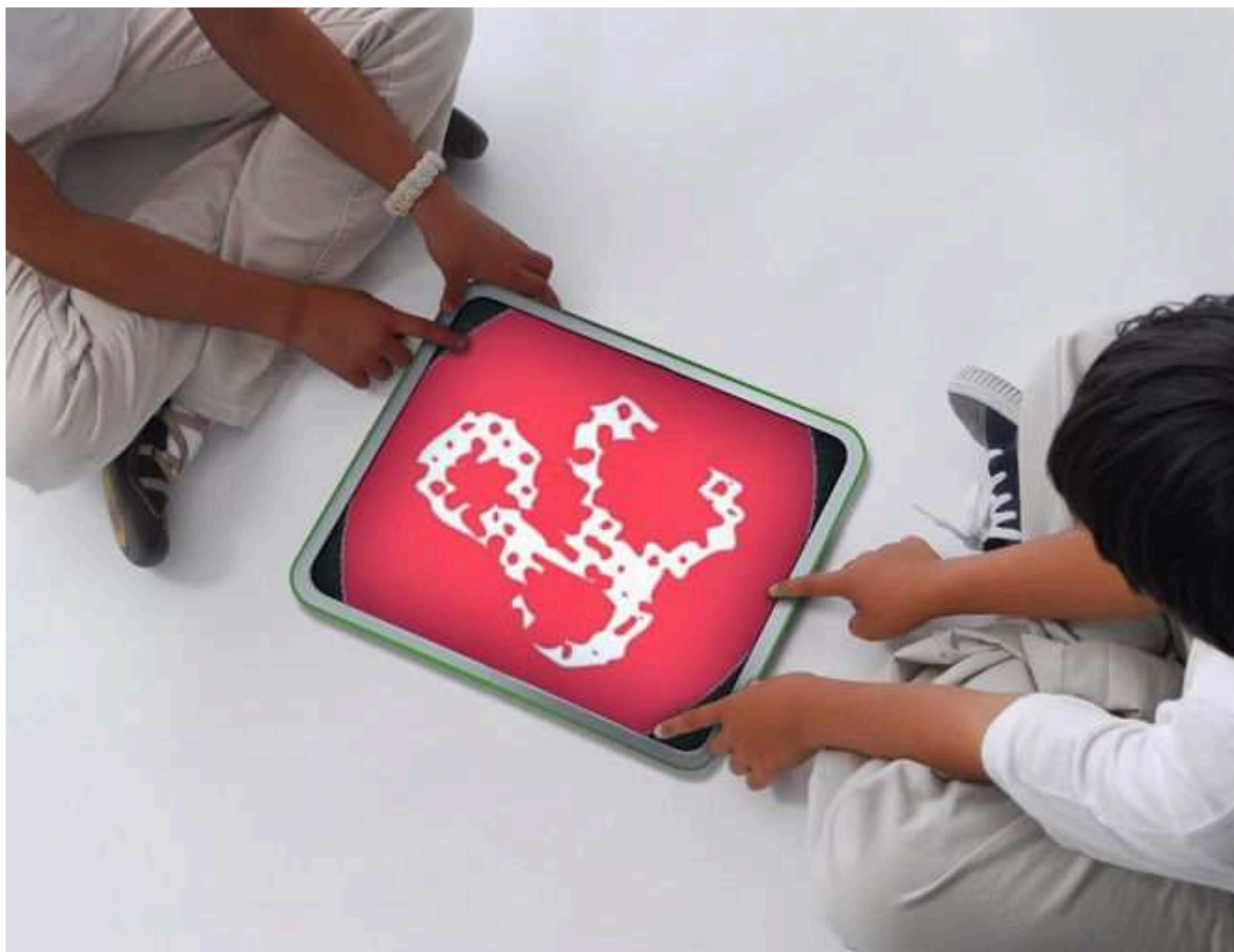
Noticia **LUCE IT organiza su IX Workshop enfocado a organizaciones Data-driven** publicada en comunicae.es

Esta noticia ha sido publicada a través del servicio de información que Comunicae presta a Profesionales Hoy. Si usted representa a una empresa y desea beneficiarse de las ventajas de este servicio acceda al servicio de [Notas de prensa de Comunicae](#).

<http://madridbusiness.es/black-friday-vs-dia-sin-compras-con-que-opcion-quedarse/>

Black Friday vs. Día Sin Compras: ¿con qué opción quedarse?

original



Los amantes de las compras esperan con ansia la llegada del **Black Friday** para lanzarse a la caza y captura de ofertas y gangas. Sin embargo, cada año cobra más fuerza la tendencia contraria: el **Día Sin Compras**, una jornada mundial en la que se invita a toda la población a no sucumbir a los cantos de sirena de los comercios y a promover formas de consumo alternativo.

“El **Día Sin Compras** cuestiona el actual modelo de producción y consumo y propugna un cambio basado en un consumo transformador y responsable con la sostenibilidad socioambiental y con el reparto equitativo de la riqueza”, explica **Freest S. Harries**, profesora del **International Master in Sustainable Development and Corporate Responsibility** de **EOI (Escuela de Organización Industrial)**. “Esta jornada, desde hace ya más de 25 años, pretende hacer frente al fenómeno hiperconsumista del **Black Friday**, que contribuye a perpetuar una situación social y ambiental poco o nada sostenible”, afirma.

En contrapartida, muchos sostienen que esta jornada es una buena oportunidad para ahorrar una suma considerable en compras que, de todas maneras, iban a efectuar. Pero ¿realmente

<http://madridbusiness.es/black-friday-vs-dia-sin-compras-con-que-opcion-quedarse/>

se encuentran gangas tan sustanciosas? “Soy de la opinión de que puedes conseguir un buen chollo con una investigación por adelantado, en particular porque las ventas ya no se limitan a un solo día y muchos establecimientos comienzan a lanzar ofertas en los días previos al Viernes Negro; de hecho, ya se empieza a hablar de **Black Fiveday**”, comenta **Antonio Salas, profesor de Marketing y Ventas en EOI**.

Sin embargo, **Salas** llama a la moderación y a la cautela: “Es fácil dejarse llevar por la exageración y la emoción del día, pero no todas las ofertas son tan buenas como parecen. Algunas investigaciones señalan que el 60 % de los productos analizados estaban disponibles por el mismo precio o más baratos en otras épocas del año”, asegura este experto.

La clave está en meditar antes de sacar la cartera: “Piensa en la primera y principal de las motivaciones que te llevan a comprar en el Black Friday, aparca tu ansiedad por un momento y piensa que aún tendrás tiempo de acertar con tus regalos en el más tradicional periodo de Navidad”, concluye **Antonio Salas**.

En definitiva, el consumo responsable es la clave y en ese punto coincide con los defensores del Día Sin Compras, quienes invitan a la sociedad a llevar esta reflexión a su vida diaria: “Esta jornada es un paso más para ser más conscientes del impacto de nuestras acciones, no solo como individuos, sino como colectividad, pero no se trata de que limpiemos nuestra conciencia una vez al año, sino de generar un cambio que perdure los 364 días restantes”, concluye **Freest S. Harries**.

Acerca de EOI

La Escuela de Organización Industrial (EOI) es la primera escuela de negocios fundada en España (1955). En sus 63 años de historia han pasado por sus aulas más de 84.500 directivos y gestores empresariales especializados en sostenibilidad, liderazgo, internacionalización y transformación digital.

Como fundación pública adscrita al Ministerio de Industria, Comercio y Turismo y con la cofinanciación del Fondo Social Europeo, ha impulsado los negocios de más de 52.000 nuevos emprendedores en España y fundado una Red Nacional de 50 Espacios Coworking en distintas ciudades del país.

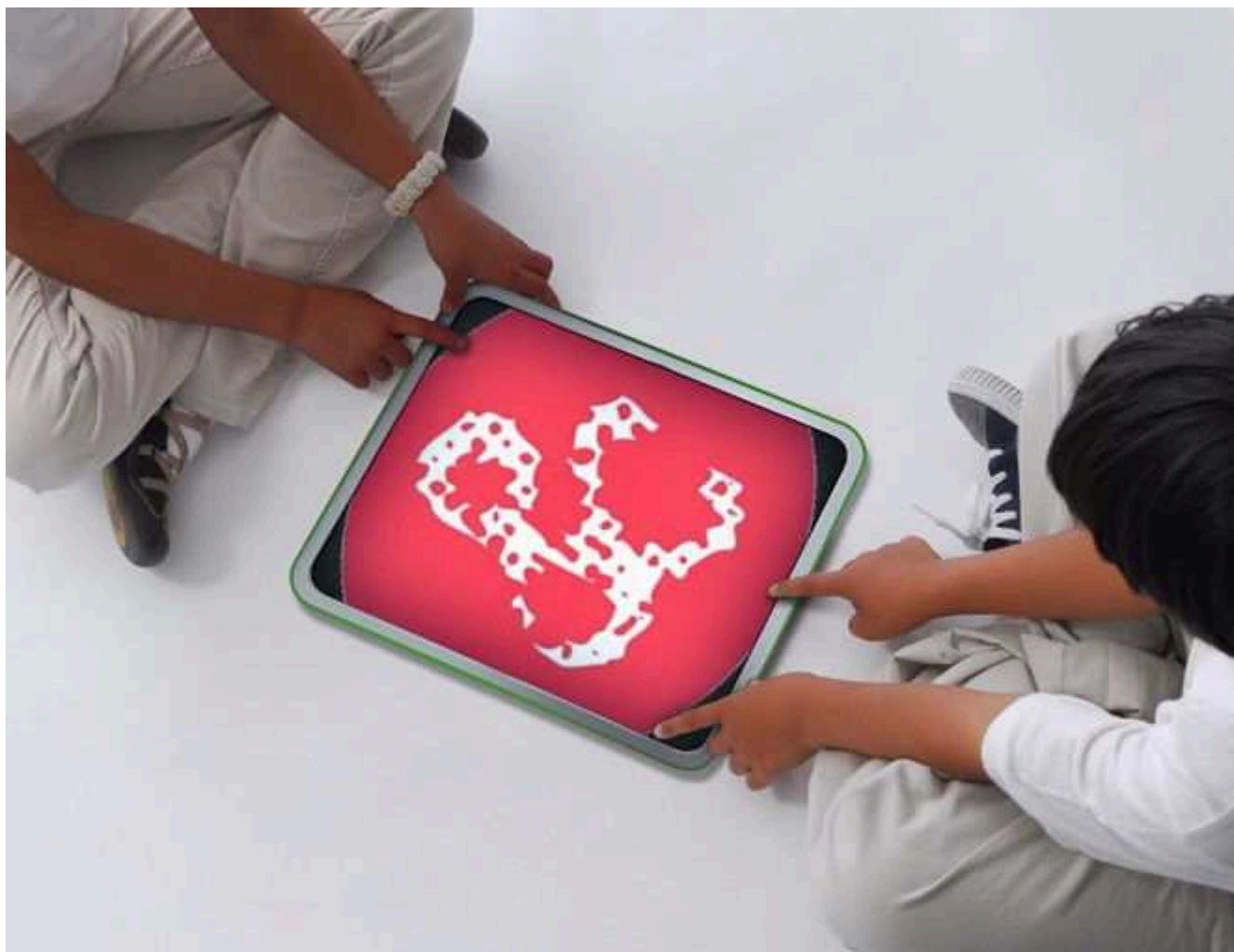
www.eoi.es // [@eoi](https://twitter.com/eoi) // www.facebook.com/eoi.edu // www.instagram.com/eoischool

[Vete a la fuente](#)

<http://madridbusiness.es/luce-it-organiza-su-ix-workshop-enfocado-a-organizaciones-data-driven/>

LUCE IT organiza su IX Workshop enfocado a organizaciones Data-driven

original



El prestigioso evento ha reunido a más de **40 responsables** de marketing, negocio y áreas digitales de empresas multinacionales de sectores como banca, seguros, retail, transporte, logística y medios de comunicación.

“En este evento **nos volcamos en nuestros invitados**, queremos aprender, conocer experiencias reales, y mostrar situaciones que os puedan valer y ayudar en vuestros retos diarios”, explica **Javier Durán**, CEO de la compañía Luce Innovative Technologies.

En el workshop, **Vicente de los Ríos**, CEO de Líderes y Digitales, y Director de los Programas Ejecutivos en Transformación Digital de la EOI, ha presentado los retos y oportunidades a los que se enfrentan empresas y profesionales para conseguir **aumentar en un 20% los ingresos y reducir en un 30 % los costes** que resultan de sus inversiones en marketing.

Entre los retos planteados, los asistentes han destacado, mediante una encuesta, como las mayores amenazas a las que se enfrentan en su transformación digital es la **falta de expertos con capacidades analíticas** y digitales avanzadas, y la presión de los players digitales con

<http://madridbusiness.es/luce-it-organiza-su-ix-workshop-enfocado-a-organizaciones-data-driven/>

orientación data-driven.

Ha destacado la participación del **Grupo Piñero**, grupo turístico con posiciones de liderazgo en el segmento vacacional internacional, presente en toda la cadena de valor de la industria de viajes y que tiene a la digitalización como uno de los tres pilares estratégicos.

Dentro de su proyecto de digitalización presentó como utilizan la inteligencia artificial para ver más allá del dato, mostrando cómo ha desarrollado una estrategia de analítica productiva, que además de conseguir **multiplicar sus cifras de negocio**, les ha permitido **personalizar la experiencia de cliente multicanal** mejorando simultáneamente la efectividad y eficiencia.

Además, **Telium, Domo y Swrve**, socios tecnológicos de Luce Innovative Technologies, han presentado su visión sobre **cómo convertir un negocio en una organización data-driven** a partir de las experiencias en la integración de soluciones con sus clientes. Presentaron casos de activación automática del cliente digital para ofrecerle una experiencia personalizada multicanal, y cómo conseguir tener una visión cierta y rápida de los datos de la organización.

Para finalizar el evento, se ha mantenido un debate entre todos los asistentes, moderado por los colaboradores de **Luce Innovative Technologies** Jorge Martínez-Arroyo, Presidente de la Asociación DEC y Javier Cabezas, Director de Estrategia en el sector financiero, sobre cómo abordar los cambios necesarios para aprovechar **tecnología, talento y cultura** transformando las empresas en organizaciones data-driven que **cumplan sus objetivos comerciales y de satisfacción de clientes**.

“En el área de Luce **Customer Experience**, hemos comprobado que el verdadero valor está en el **conocimiento del cliente** digital individual, qué hace, cómo es, cómo reacciona en los distintos touchpoints. Pujemos por cookies que nos aporten valor, que nos den una visión de cómo interactúa el cliente en cada momento para ir un paso más allá sobrepasando sus expectativas y ganando su confianza, lo que nos garantizará la maximización de las ventas ” explica la Subdirectora General **Evelyn Weiss**.

Conocer Luce Innovative Technologies: www.luceit.com

[Vete a la fuente](#)



El Business Market reunió ayer a emprendedores e inversores en el Centro de Congresos. MATÍAS SEGARRA

Negocios con futuro. Muchas son las personas con ideas de negocio y pocas las que cuentan con dinero para llevarlas a cabo. Es por este motivo que el Ayuntamiento de Elche organizó ayer una nueva edición del Business Market. El evento sirve para poner en contacto a emprendedores con proyectos con posibles inversores.

Un cóctel de buenas ideas donde invertir

► El Business Market pone en contacto a una docena de emprendedores con posibles inversores para poner en marcha sus iniciativas empresariales

JOSÉ A. MAS

■ La recuperación económica ha despertado el interés de los inversores por adentrarse en nuevas aventuras empresariales. Esto se decía ayer en el Centro de Congresos de Elche, que acogió la séptima edición del Business Market, el evento organizado por el Ayuntamiento de Elche con el objetivo de poner en contacto a emprendedores con ideas, bastante maduras, con inversores que aporten la financiación para llevarlas a cabo.

Entre las propuestas que ayer se presentaron las había de sectores muy diversos, y siempre con un claro guiño a las nuevas tecnologías y al valor añadido que aporta la investigación y la innovación. Iniciativas agrícolas, textiles y tecnológicas se daban la mano.

«Llevamos tiempo trabajando en nuestro proyecto», explicaba la emprendedora **Beatriz Temporal**, que presentó su proyecto **Microgreens**, para cultivar peque-

ños vegetales concentrados y comercializarlos a restaurantes. Este proyecto buscaba ayer un inversor que aportase 60.000 euros, y su objetivo era obtener beneficios el primer año.

El emprendedor **Antonio Rodas** precisaba unos 58.000 euros para «alcanzar el punto de equilibrio» en el proyecto que ha creado para dotar de cargadores inalámbricos de teléfonos móviles a establecimientos comerciales. «Contamos con una aplicación que indicaría a los usuarios dónde tienen los puntos de carga más próximos, y les avisaría cuando les quede poca batería», explicó el joven emprendedor.

El sector turístico también estaba presente ayer en esta nueva edición de Business Market. **Alejandro López**, junto a otros socios, presentaba una aplicación que, según indicó, «elabora rutas turísticas a la carta, en función de los gustos de cada usuario, y lo hace al momento». El equipo de López buscaba unos 40.000 euros

La selección

FINALISTAS Y ELIMINADOS

► Los doce proyectos que se presentaron ayer en el Business Market han sido los mejores de los 26 que se han presentado en esta edición y que han sido seleccionados por académicos y empresarios

para financiar la campaña de marketing y publicidad.

Y así hasta una docena de iniciativas que ayer se expusieron una a una en el escenario del Business Market, y que desde los asientos seguían con interés un buen grupo de inversores.

En este sentido, el concejal de Promoción Económica, Héctor Díez, aseguró que «este año he-

mos constatado un mayor interés de inversores por asistir al evento, lo que se debe a la recuperación económica». Por este motivo, el edil destacó la importancia de llevar a cabo este tipo de acciones, en las que se pone en contacto a emprendedores e inversores privados o ciudadanos que deseen participar en la financiación de proyectos empresariales.

En este sentido, entre los asistentes ayer estaban representantes de BIG BAN Angels, Murcia-Ban, Wanaseed, Sabadell Startup, así como grupos de inversores locales y empresas de Elche que trabajan con inversores, como AFI, ANEM, GESEM y Galan y Asociados, entre otros.

El edil Héctor Díez señaló que «la presencia de estos inversores confirma la consolidación del Business Market como un evento de referencia en la Comunidad Valenciana». Prueba de ello son los ejemplos de empresas de éxito como PLD Space o Mondraker que en su día pasaron por el Business Market y que hoy en día están trabajando a un buen nivel.

Selección

Aunque ayer se presentaron una docena de iniciativas han sido más las que aspiraron a participar en el Business Market. Concretamente, en esta ocasión se presentaron un total de 26 proyectos, que han sido analizados durante los últimos meses por un comité de expertos, entre los que hay representantes de la Universidad Miguel Hernández, el CEEI, AESEC, la EOI, y empresarios, que han seleccionado para la fase final los proyectos más trabajados.

El objetivo, apuntaron desde la organización, es que los proyectos lleguen a esta fase lo más maduros posible, para que sea más fácil captar financiación.

Las iniciativas que buscan financiación

- 1 Anfechem**
Producción y venta de moléculas y polímeros para aplicaciones en biotecnología, nanotecnología y salud.
- 2 Oscillum**
Desarrollo I+D de cosmética funcional con productos dirigidos al tratamiento de la piel con condiciones complejas, como por ejemplo en estrías.
- 3 Traveling technology optimization**
App turística optimizando rutas según preferencias, tiempo disponible, lugar y fin de ruta.
- 4 Gasparik**
Servicio para permitir ganar dinero a los dueños de garajes compartiendo su plaza (mientras no la usan) con conductores que necesiten un aparcamiento económico y accesible en la ciudad.
- 5 Planttas**
Conectar viveristas con los profesionales del sector de las plantas y flores de todo el mundo a través de una plataforma digital y profesional.
- 6 Wicharge+**
Creación de red de bases de carga inalámbrica en diferentes puntos de la ciudad.
- 7 Bioferric Ink**
Producción de tinta para tatuajes extraíbles, utilizando una máquina extractora magnética.
- 8 Indesa robotics**
Diseño y producción de líneas de envasado multifor-mato para blíster/tarrina automatizada con control de calidad y módulo cartesiano para encajado de tarrinas.
- 9 Microgreens**
Cultivo interior de microgreens bajo condiciones controladas.
- 10 Pearl Jumps Ramps**
Diseño y fabricación de rampas modulares en estructura metálica y madera, para la práctica de deportes de freestyle de deslizamiento.
- 11 Moda para el alma**
Prendas elaboradas con tejidos naturales y en condiciones laborales dignas potencian-do las economías locales.
- 12 Movemet**
Asesoramiento integral con programas de salud y bienestar laboral enfocados a mejorar la productividad.



El Business Market reunió ayer a emprendedores e inversores en el Centro de Congresos. MATÍAS SEGARRA

Negocios con futuro. Muchas son las personas con ideas de negocio y pocas las que cuentan con dinero para llevarlas a cabo. Es por este motivo que el Ayuntamiento de Elche organizó ayer una nueva edición del Business Market. El evento sirve para poner en contacto a emprendedores con proyectos con posibles inversores.

Un cóctel de buenas ideas donde invertir

► El Business Market pone en contacto a una docena de emprendedores con posibles inversores para poner en marcha sus iniciativas empresariales

JOSÉ A. MAS

La recuperación económica ha despertado el interés de los inversores por adentrarse en nuevas aventuras empresariales. Esto se decía ayer en el Centro de Congresos de Elche, que acogió la séptima edición del Business Market, el evento organizado por el Ayuntamiento de Elche con el objetivo de poner en contacto a emprendedores con ideas, bastante maduras, con inversores que aporten la financiación para llevarlas a cabo.

Entre las propuestas que ayer se presentaron las había de sectores muy diversos, y siempre con un claro guiño a las nuevas tecnologías y al valor añadido que aporta la investigación y la innovación. Iniciativas agrícolas, textiles y tecnológicas se daban la mano.

«Llevamos tiempo trabajando en nuestro proyecto», explicaba la emprendedora **Beatriz Temporal**, que presentó su proyecto *Microgreens*, para cultivar peque-

ños vegetales concentrados y comercializarlos a restaurantes. Este proyecto buscaba ayer un inversor que aportase 60.000 euros, y su objetivo era obtener beneficios el primer año.

El emprendedor **Antonio Rodas** precisaba unos 58.000 euros para «alcanzar el punto de equilibrio» en el proyecto que ha creado para dotar de cargadores inalámbricos de teléfonos móviles a establecimientos comerciales. «Contamos con una aplicación que indicaría a los usuarios dónde tienen los puntos de carga más próximos, y les avisaría cuando les quede poca batería», explicó el joven emprendedor.

El sector turístico también estaba presente ayer en esta nueva edición de Business Market. **Alejandro López**, junto a otros socios, presentaba una aplicación que, según indicó, «elabora rutas turísticas a la carta, en función de los gustos de cada usuario, y lo hace al momento». El equipo de López buscaba unos 40.000 euros

La selección

FINALISTAS Y ELIMINADOS

► Los doce proyectos que se presentaron ayer en el Business Market han sido los mejores de los 26 que se han presentado en esta edición y que han sido seleccionados por académicos y empresarios

para financiar la campaña de marketing y publicidad.

Y así hasta una docena de iniciativas que ayer se expusieron una a una en el escenario del Business Market, y que desde los asientos seguían con interés un buen grupo de inversores.

En este sentido, el concejal de Promoción Económica, Héctor Díez, aseguró que «este año he-

mos constatado un mayor interés de inversores por asistir al evento, lo que se debe a la recuperación económica». Por este motivo, el edil destacó la importancia de llevar a cabo este tipo de acciones, en las que se pone en contacto a emprendedores e inversores privados o ciudadanos que deseen participar en la financiación de proyectos empresariales.

En este sentido, entre los asistentes ayer estaban representantes de BIG BAN Angels, Murcia-Ban, Wanaseed, Sabadell Startup, así como grupos de inversores locales y empresas de Elche que trabajan con inversores, como AFI, ANEM, GESEM y Galan y Asociados, entre otros.

El edil Héctor Díez señaló que «la presencia de estos inversores confirma la consolidación del Business Market como un evento de referencia en la Comunidad Valenciana». Prueba de ello son los ejemplos de empresas de éxito como PLD Space o Mondraker que en su día pasaron por el Business Market y que hoy en día están trabajando a un buen nivel.

Selección

Aunque ayer se presentaron una docena de iniciativas han sido más las que aspiraron a participar en el Business Market. Concretamente, en esta ocasión se presentaron un total de 26 proyectos, que han sido analizados durante los últimos meses por un comité de expertos, entre los que hay representantes de la Universidad Miguel Hernández, el CEEL, AESEC, la EOI, y empresarios, que han seleccionado para la fase final los proyectos más trabajados.

El objetivo, apuntaron desde la organización, es que los proyectos lleguen a esta fase lo más maduros posible, para que sea más fácil captar financiación.

Las iniciativas que buscan financiación

- 1 Anfechem**
Producción y venta de moléculas y polímeros para aplicaciones en biotecnología, nanotecnología y salud.
- 2 Oscillum**
Desarrollo I+D de cosmética funcional con productos dirigidos al tratamiento de la piel con condiciones complejas, como por ejemplo en estrías.
- 3 Traveling technology optimization**
App turística optimizando rutas según preferencias, tiempo disponible, lugar y fin de ruta.
- 4 Gaspark**
Servicio para permitir ganar dinero a los dueños de garajes compartiendo su plaza (mientras no la usan) con conductores que necesiten un aparcamiento económico y accesible en la ciudad.
- 5 Planttas**
Conectar viveristas con los profesionales del sector de las plantas y flores de todo el mundo a través de una plataforma digital y profesional.
- 6 Wicharge+**
Creación de red de bases de carga inalámbrica en diferentes puntos de la ciudad.
- 7 Bioferric Ink**
Producción de tinta para tatuajes extraíbles, utilizando una máquina extractora magnética.
- 8 Indesa robotics**
Diseño y producción de líneas de envasado multifor-mato para blister/tarrina automatizada con control de calidad y módulo artesiano para encajado de tarrinas.
- 9 Microgreens**
Cultivo interior de microgreens bajo condiciones controladas.
- 10 Pearl Jumps Ramps**
Diseño y fabricación de rampas modulares en estructura metálica y madera, para la práctica de deportes de freestyle de deslizamiento.
- 11 Moda para el alma**
Prendas elaboradas con tejidos naturales y en condiciones laborales dignas potenciando las economías locales.
- 12 Movemet**
Asesoramiento integral con programas de salud y bienestar laboral enfocados a mejorar la productividad.

<https://www.hechosdehoy.com/empresas/1200176/black-friday-vs-dia-sin-compras-con-que-opcion.html>

Black Friday vs. Día Sin Compras: ¿con qué opción quedarse?

Comunicar • original



Marketing

Cada año son más quienes se suman a la reacción al Viernes Negro para defender "un consumo responsable con la sostenibilidad socioambiental y con el reparto equitativo de la riqueza", en palabras de la profesora de EOI Freest S. Harries. El experto en ventas y profesor de EOI Antonio Salas recomienda no dejarse llevar por el ansia consumista y llevar a cabo "una investigación por adelantado" antes de comprar para asegurarnos de que las ofertas que anuncian son reales

Cada año son más quienes se suman a la reacción al Viernes Negro para defender "un consumo responsable con la sostenibilidad socioambiental y con el reparto equitativo de la riqueza", en palabras de la profesora de EOI Freest S. Harries. El experto en ventas y profesor de EOI Antonio Salas recomienda no dejarse llevar por el ansia consumista y llevar

<https://www.hechosdehoy.com/empresas/1200176/black-friday-vs-dia-sin-compras-con-que-opcion.html>

a cabo "una investigación por adelantado" antes de comprar para asegurarnos de que las ofertas que anuncian son reales

Los amantes de las compras esperan con ansia la llegada del **Black Friday** para lanzarse a la caza y captura de ofertas y gangas. Sin embargo, cada año cobra más fuerza la tendencia contraria: el **Día Sin Compras**, una jornada mundial en la que se invita a toda la población a no sucumbir a los cantos de sirena de los comercios y a promover formas de consumo alternativo.

"El **Día Sin Compras** cuestiona el actual modelo de producción y consumo y propugna un cambio basado en un consumo transformador y responsable con la sostenibilidad socioambiental y con el reparto equitativo de la riqueza", explica **Freest S. Harries**, profesora del **International Master in Sustainable Development and Corporate Responsibility** de **EOI (Escuela de Organización Industrial)**. "Esta jornada, desde hace ya más de 25 años, pretende hacer frente al fenómeno hiperconsumista del **Black Friday**, que contribuye a perpetuar una situación social y ambiental poco o nada sostenible", afirma.

En contrapartida, muchos sostienen que esta jornada es una buena oportunidad para ahorrar una suma considerable en compras que, de todas maneras, iban a efectuar. Pero ¿realmente se encuentran gangas tan sustanciosas? "Soy de la opinión de que puedes conseguir un buen chollo con una investigación por adelantado, en particular porque las ventas ya no se limitan a un solo día y muchos establecimientos comienzan a lanzar ofertas en los días previos al Viernes Negro; de hecho, ya se empieza a hablar de **Black Fiveday**", comenta **Antonio Salas, profesor de Marketing y Ventas en EOI**.

Sin embargo, **Salas** llama a la moderación y a la cautela: "Es fácil dejarse llevar por la exageración y la emoción del día, pero no todas las ofertas son tan buenas como parecen. Algunas investigaciones señalan que el 60 % de los productos analizados estaban disponibles por el mismo precio o más baratos en otras épocas del año", asegura este experto.

La clave está en meditar antes de sacar la cartera: "Piensa en la primera y principal de las motivaciones que te llevan a comprar en el Black Friday, aparca tu ansiedad por un momento y piensa que aún tendrás tiempo de acertar con tus regalos en el más tradicional periodo de Navidad", concluye **Antonio Salas**.

En definitiva, el consumo responsable es la clave y en ese punto coincide con los defensores del Día Sin Compras, quienes invitan a la sociedad a llevar esta reflexión a su vida diaria: "Esta jornada es un paso más para ser más conscientes del impacto de nuestras acciones, no solo como individuos, sino como colectividad, pero no se trata de que limpiemos nuestra conciencia una vez al año, sino de generar un cambio que perdure los 364 días restantes", concluye **Freest S. Harries**.

Acerca de EOI

La Escuela de Organización Industrial (EOI) es la primera escuela de negocios fundada en España (1955). En sus 63 años de historia han pasado por sus aulas más de 84.500

<https://www.hechosdehoy.com/empresas/1200176/black-friday-vs-dia-sin-compras-con-que-opcion.html>

directivos y gestores empresariales especializados en sostenibilidad, liderazgo, internacionalización y transformación digital.

Como fundación pública adscrita al Ministerio de Industria, Comercio y Turismo y con la cofinanciación del Fondo Social Europeo, ha impulsado los negocios de más de 52.000 nuevos emprendedores en España y fundado una Red Nacional de 50 Espacios Coworking en distintas ciudades del país.

[Volver arriba](#)

El catedrático Antonio Alaminos analiza el viernes las encuestas electorales en España

►El director de investigación del Centro de Investigaciones Sociológicas (CIS) será el ponente del Foro Club INFORMACIÓN en un desayuno con una conferencia que lleva por título «Las estimaciones electorales en España. Ciencia, Política y Mercado»

P. R. F.

El director de investigación del Centro de Investigaciones Sociológicas (CIS), el catedrático alicantino Antonio Alaminos, será el próximo viernes 30 de noviembre el ponente en una conferencia con coloquio del Foro Club INFORMACIÓN-Universidad de Alicante-Bankia-Confederación Empresarial de la Comunidad Valenciana (CEV) y en el que también colabora Aguas de Alicante. El desayuno se celebrará a las 9:30 horas en el restaurante El Maestral y lleva por título «Las estimaciones electorales en España. Ciencia, política y mercado». La asistencia es por invitación, con la obligación, por cuestiones organizativas, de una confirmación previa antes del próximo jueves.

La opinión de Alaminos, un «gurú» demoscópico que aterrizó el pasado mes de julio en las salas de mando del CIS tras el cambio de gobierno, es una de las más autorizadas en la cambiante perspectiva de la prospectiva electoral, marcada por la volatilidad de las bolsas de votantes y por un escenario en el que una porción cada vez mayor del censo decide su papeleta en el último minuto. El experto alicantino, catedrático de la UA, ofrecerá también desde luego su visión sobre la polémica que ha envuelto al CIS desde la llegada del nuevo equipo encabezado por José Félix Tezanos con un cambio en los modelos de tabulación de los sondeos. Todo ello confiere a la conferencia de Alaminos, en vísperas de las elecciones municipales y autonómicas además de la perspectiva de convocatoria de unas generales, una gran dosis de conexión con la actualidad.

Este sociólogo, doctorado por la Universidad Complutense de Madrid pero que ha desarrollado la mayoría de su carrera en el campus alicantino, ha labrado gran parte de su prestigio profesional en la prospec-

La charla de este «gurú» demoscópico llega en un momento apasionante: en vísperas de diferentes citas con las urnas

tiva electoral. De gran capacidad para el análisis sociológico y político, sus encuestas siempre eran esperadas y muy valoradas, especialmente, en los periodos próximos a cada cita con las urnas. La figura de Alaminos aporta al CIS un perfil profesional de gran nivel en un organismo que con la llegada de Tezanos adquirirá un indudable tinte político. Este gran experto demoscópico alicantino ha concentrado gran parte de su labor de investigación en el cambio sociopolítico, las formas de la vida cotidiana, los procesos de socialización y aculturación y los modelos matemáticos y estadísticos de dinámicas y las estructuras sociales.

Alaminos es catedrático de sociología matemática y está especializado en métodos comparados para el estudio del cambio y estructuras sociales. Ha sido investigador en el Instituto de Cooperación Iberoamericana, el Instituto de Estudios Fiscales, la Escuela de Organización Industrial, la Facultad Latinoamericana de Ciencias Sociales de Chile y, en otras etapas, en el propio Centro de Investigaciones Sociológicas, así como profesor invitado en varias universidades y centros internacionales. También fue uno de los colaboradores del estudio que encargó en su día la Cámara sobre el impacto económico que la EUIPO tiene en la provincia de Alicante. Ahora, desde luego, tiene un inmenso reto: trabajar en un escenario en el que la ciudadanía ve con profunda desconfianza todos los estudios demoscópicos. Incluidos, por supuesto, los del CIS.



Antonio Alaminos será el ponente del foro el viernes en El Maestral. Arriba, imagen de un evento anterior.

El catedrático Antonio Alaminos analiza el viernes las encuestas electorales en España

► El director de investigación del Centro de Investigaciones Sociológicas (CIS) será el ponente del Foro Club INFORMACIÓN en un desayuno con una conferencia que lleva por título «Las estimaciones electorales en España. Ciencia, Política y Mercado»

P. R. F.

■ El director de investigación del Centro de Investigaciones Sociológicas (CIS), el catedrático alicantino Antonio Alaminos, será el próximo viernes 30 de noviembre el ponente en una conferencia con coloquio del Foro Club INFORMACIÓN-Universidad de Alicante-Bankia-Confederación Empresarial de la Comunidad Valenciana (CEV) y en el que también colabora Aguas de Alicante. El desayuno se celebrará a las 9.30 horas en el restaurante El Maestral y lleva por título «Las estimaciones electorales en España. Ciencia, política y mercado». La asistencia es por invitación, con la obligación, por cuestiones organizativas, de una confirmación previa antes del próximo jueves.

La opinión de Alaminos, un «gurú» demoscópico que aterrizó el pasado mes de julio en las salas de mando del CIS tras el cambio de gobierno, es una de las más autorizadas en la cambiante perspectiva de la prospectiva electoral, marcada por la volatilidad de las bolsas de votantes y por un escenario en el que una porción cada vez mayor del censo decide su papeleta en el último minuto. El experto alicantino, catedrático de la UA, ofrecerá también desde luego su visión sobre la polémica que ha envuelto al CIS desde la llegada del nuevo equipo encabezado por José Félix Tezanos con un cambio en los modelos de tabulación de los sondeos. Todo ello confiere a la conferencia de Alaminos, en vísperas de las elecciones municipales y autonómicas además de la perspectiva de convocatoria de unas generales, una gran dosis de conexión con la actualidad.

Este sociólogo, doctorado por la Universidad Complutense de Madrid pero que ha desarrollado la mayoría de su carrera en el campus alicantino, ha labrado gran parte de su prestigio profesional en la prospec-

La charla de este «gurú» demoscópico llega en un momento apasionante: en vísperas de diferentes citas con las urnas

tiva electoral. De gran capacidad para el análisis sociológico y político, sus encuestas siempre eran esperadas y muy valoradas, especialmente, en los periodos próximos a cada cita con las urnas. La figura de Alaminos aporta al CIS un perfil profesional de gran nivel en un organismo que con la llegada de Tezanos adquirirá un indudable tinte político. Este gran experto demoscópico alicantino ha concentrado gran parte de su labor de investigación en el cambio sociopolítico, las formas de la vida cotidiana, los procesos de socialización y aculturación y los modelos matemáticos y estadísticos de dinámicas y las estructuras sociales.

Alaminos es catedrático de sociología matemática y está especializado en métodos comparados para el estudio del cambio y estructuras sociales. Ha sido investigador en el Instituto de Cooperación Iberoamericana, el Instituto de Estudios Fiscales, la Escuela de Organización Industrial, la Facultad Latinoamericana de Ciencias Sociales de Chile y, en otras etapas, en el propio Centro de Investigaciones Sociológicas, así como profesor invitado en varias universidades y centros internacionales. También fue uno de los colaboradores del estudio que encargó en su día la Cámara sobre el impacto económico que la EUIPO tiene en la provincia de Alicante. Ahora, desde luego, tiene un inmenso reto: trabajar en un escenario en el que la ciudadanía ve con profunda desconfianza todos los estudios demoscópicos. Incluidos, por supuesto, los del CIS.



Antonio Alaminos será el ponente del foro el viernes en El Maestral. Arriba, imagen de un evento anterior.

El catedrático Antonio Alaminos analiza el viernes las encuestas electorales en España

►El director de investigación del Centro de Investigaciones Sociológicas (CIS) será el ponente del Foro Club INFORMACIÓN en un desayuno con una conferencia que lleva por título «Las estimaciones electorales en España. Ciencia, Política y Mercado»

P. R. F.

■ El director de investigación del Centro de Investigaciones Sociológicas (CIS), el catedrático alicantino Antonio Alaminos, será el próximo viernes 30 de noviembre el ponente en una conferencia con coloquio del Foro Club INFORMACIÓN-Universidad de Alicante-Bankia-Confederación Empresarial de la Comunidad Valenciana (CEV) y en el que también colabora Aguas de Alicante. El desayuno se celebrará a las 9.30 horas en el restaurante El Maestral y lleva por título «Las estimaciones electorales en España. Ciencia, política y mercado». La asistencia es por invitación, con la obligación, por cuestiones organizativas, de una confirmación previa antes del próximo jueves.

La opinión de Alaminos, un «gurú» demoscópico que aterrizó el pasado mes de julio en las salas de mando del CIS tras el cambio de gobierno, es una de las más autorizadas en la cambiante perspectiva de la prospectiva electoral, marcada por la volatilidad de las bolsas de votantes y por un escenario en el que una porción cada vez mayor del censo decide su papeleta en el último minuto. El experto alicantino, catedrático de la UA, ofrecerá también desde luego su visión sobre la polémica que ha envuelto al CIS desde la llegada del nuevo equipo encabezado por José Félix Tezanos con un cambio en los modelos de tabulación de los sondeos. Todo ello confiere a la conferencia de Alaminos, en vísperas de las elecciones municipales y autonómicas además de la perspectiva de convocatoria de unas generales, una gran dosis de conexión con la actualidad.

Este sociólogo, doctorado por la Universidad Complutense de Madrid pero que ha desarrollado la mayoría de su carrera en el campus alicantino, ha labrado gran parte de su prestigio profesional en la prospec-

La charla de este «gurú» demoscópico llega en un momento apasionante: en vísperas de diferentes citas con las urnas

tiva electoral. De gran capacidad para el análisis sociológico y político, sus encuestas siempre eran esperadas y muy valoradas, especialmente, en los periodos próximos a cada cita con las urnas. La figura de Alaminos aporta al CIS un perfil profesional de gran nivel en un organismo que con la llegada de Tezanos adquirirá un indudable tinte político. Este gran experto demoscópico alicantino ha concentrado gran parte de su labor de investigación en el cambio sociopolítico, las formas de la vida cotidiana, los procesos de socialización y aculturación y los modelos matemáticos y estadísticos de dinámicas y las estructuras sociales.

Alaminos es catedrático de sociología matemática y está especializado en métodos comparados para el estudio del cambio y estructuras sociales. Ha sido investigador en el Instituto de Cooperación Iberoamericana, el Instituto de Estudios Fiscales, la Escuela de Organización Industrial, la Facultad Latinoamericana de Ciencias Sociales de Chile y, en otras etapas, en el propio Centro de Investigaciones Sociológicas, así como profesor invitado en varias universidades y centros internacionales. También fue uno de los colaboradores del estudio que encargó en su día la Cámara sobre el impacto económico que la EUIPO tiene en la provincia de Alicante. Ahora, desde luego, tiene un inmenso reto: trabajar en un escenario en el que la ciudadanía ve con profunda desconfianza todos los estudios demoscópicos. Incluidos, por supuesto, los del CIS.



Antonio Alaminos será el ponente del foro el viernes en El Maestral. Arriba, imagen de un evento anterior.

CARTA DEL EDITOR


Por Enrique Bohórquez López-Dóriga

Presidente Grupo - Prensa de Melilla S.L.

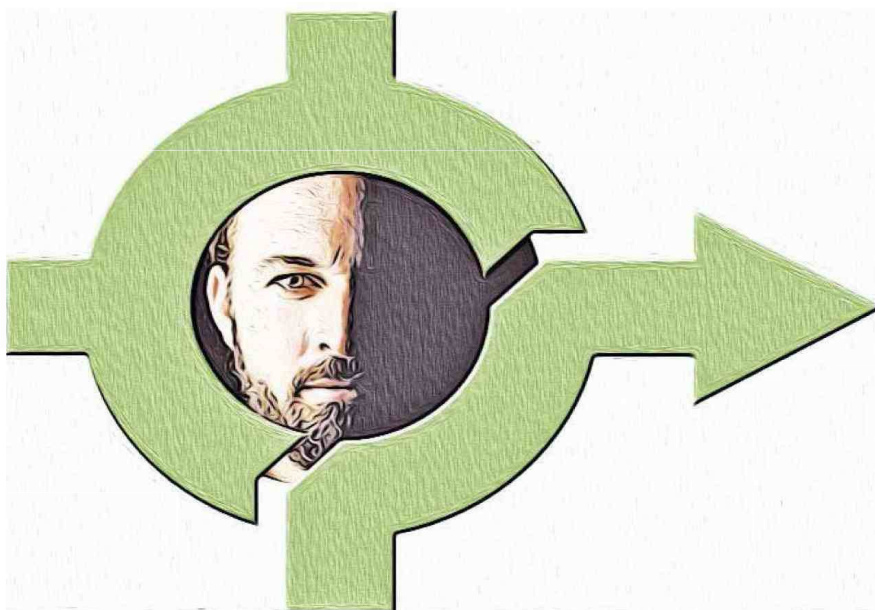
Existe un camino a la derecha y la libertad

Tras un larguísimo proceso judicial, más largo aún de lo que acostumbran ser los procesos judiciales españoles, que una vez más hacen bueno el dicho de que una justicia lenta no es justicia, por fin la Sección Séptima de la Audiencia Provincial de Málaga con sede permanente en Melilla -menos mal- se ha pronunciado sobre el tristemente famoso caso del voto por correo en las elecciones generales de 2008, hace ya más de diez años, unas elecciones generales a las que, en Melilla, se presentaron conjuntamente Coalición Por Melilla (CPM) y el PSOE, como gráficamente mostraba nuestro periódico el miércoles pasado, con una fotografía en la que aparecen Mustafa Aberchán, candidato al Senado en aquel entonces, y Dionisio Muñoz firmando el pacto, en presencia del expresidente Rodríguez Zapatero -de infausto recuerdo para España-, José Blanco, ex secretario general del PSOE, Gregorio Escobar, ex Delegado del Gobierno en Melilla y candidato al Congreso, y Mari Cruz Escribano, candidata socialista al Senado. Los tres candidatos coaligados estuvieron cerca de ganar las elecciones al PP pero, a pesar de lo de los votos por correo y su enorme aumento porcentual con respecto a elecciones anteriores, perdieron.

Las mayores penas de la Audiencia han recaído, como era de esperar por su posición de entonces a la cabeza de sus partidos, en Mustafa Aberchán, presidente antes y ahora también de CPM, y en el maligno y pésimo político que fue Dionisio Muñoz, ex secretario general y líder del PSOE-PSOE. La Audiencia los considera "autores de un delito de falsedad y dos delitos electorales", y la condena es a dos años de prisión -que no tendrían que cumplir-, 30 meses de inhabilitación para el derecho de sufragio pasivo -participar en elecciones- y una multa de 10.610 euros.

De los 29 acusados, otros 16 han sido condenados a diferentes penas y 11 han sido absueltos. Con toda probabilidad, las sentencias -al menos parte de ellas- serán recurridas en casación ante el Tribunal Supremo, así que, al no ser firmes, las penas impuestas quedarán en suspenso, lo que permitirá a todos los que lo deseen y sean elegidos (o auto-nombrados) presentarse a las ya próximas elecciones locales del próximo mayo.

Mustafa Aberchán ya ha anunciado que descarta dimitir, así que, tal y como están las cosas en los partidos políticos, lo esperable es que vuelva a encabezar la lista de CPM en mayo. Además ha añadido que luchará hasta el final, algo previsible, por otra parte. Ciudadanos Melilla, vía Eduardo de Castro, se ha precipitado a



“El único cambio político que yo veo posible en Melilla es el que puede protagonizar VOX Melilla, insisto, VOX MELILLA

“Tras un larguísimo proceso judicial, más largo aún de lo que acostumbran ser los procesos judiciales españoles, que una vez más hacen bueno el dicho de que una justicia lenta no es justicia, por fin la Audiencia se ha pronunciado sobre el tristemente famoso caso del voto por correo en las elecciones generales de 2008, hace ya más de diez años, unas elecciones generales a las que, en Melilla, se presentaron conjuntamente Coalición Por Melilla (CPM) y el PSOE.

“Existe un camino a la derecha, “empujado por el clamor de un electorado que siente una orfandad dickesiana, procedente, entre otras causas, de las expoliadas -a base de abusivos impuestos- clases medias y de los abandonados a su mala suerte frente al totalitarismo nacionalista”.

declarar que sólo “pedirá la dimisión de Aberchán si se hace firme la sentencia del caso voto por correo”, lo que ha causado la indignación de Juan José Imbroda, que escribía en twitter: “Condenado a dos años de prisión y Cs no le pide la dimisión, cuando han volado alcaldes por estar sólo imputados!! ¡¡ Vaya sinvergüenza !!”.

Habrà ocasión de volver a hablar, más de una vez, de todo esto y del estado de la Justicia en nuestro país, una Justicia que ha sufrido durante los últimos días más de un terremoto, como las sentencias sobre las hipotecas, las manifestaciones públicas de protesta de jueces y fiscales o el bochorno de la renovación político-judicial

de los jueces del Tribunal Supremo, con el punto positivo, en este último caso, de la valiente y extraordinaria (por insólita) decisión del juez Marchena de no aceptar el nombramiento de presidente del CGPJ que habían pactado -en malísima hora- PSOE y PP. Conviene recordar, en este momento crítico, algunos datos de lo que opinan los extranjeros y los españoles sobre la justicia en España. Por ejemplo, el Foro Económico Mundial (WEF, en su denominación inglesa) en un ranking de 137 países en el que se mide el grado de independencia de la justicia, España ocupa el puesto 58 (los tres primeros puestos son para Finlandia, Nueva Zelanda y Noruega; los tres últimos para Venezuela, la

cuna de Podemos, Nicaragua y Ecuador), un puesto extraordinariamente malo para un país europeo como el nuestro. Otro informe, de la Comisión Europea, concluye que el 39% de los españoles opina que la independencia judicial es mala y el 19% que es muy mala; de los 29 países de la UE, sólo Bulgaria, Croacia y Eslovaquia obtienen una calificación peor que España. Probablemente Aberchán se encuentra ahora dentro de ese 19% de los que opinan muy mal sobre la situación de nuestra justicia.

Y también habrá que volver a hablar sobre la actual estructura política de nuestra ciudad. Melilla necesita un cambio profundo, ese es un clamor popular que sólo los que no quieren oír pueden no escuchar. Y el único cambio político que yo veo posible en Melilla es el que puede protagonizar VOX Melilla, insisto, VOX MELILLA, que no tiene nada que ver con lo poco, y a veces muy malo, a veces malintencionado, otras no, que hubo de VOX en nuestra ciudad.

Me regalaron un libro de Santiago Abascal presidente de VOX, con un título muy sugerente, “Hay un camino a la derecha”, y un prólogo muy acertado de quien fuera profesor mío en la Escuela de Organización Industrial y Administración de Empresas, el gran sociólogo Amando de Miguel.

Dice Amando: ¡Albricias! Por fin se nos muestra un político español que asegura ser de derechas. Porque, efectivamente, existe un camino a la derecha, y la libertad “empujado por el clamor de un electorado que siente una orfandad dickesiana, procedente, entre otras causas, de las expoliadas clases medias -a base de abusivos impuestos directos e indirectos- y de los abandonados a su mala suerte frente al totalitarismo nacionalista”.

Posdata. Gobierno actual, de las narices: Cerrar, de una vez, la frontera, de traficantes, de Gibraltar.

Dónde han estudiado los presidentes de las 100 empresas españolas más importantes

Business Insider • [original](#)



¿Alguna vez te has planteado donde estudiaron la carrera los empresarios más exitosos en España? La mayoría de los principales dirigentes de las 100 mayores empresas españolas han estudiado en universidades públicas. Te contamos cuales.

Las universidades españolas, salvo contadas excepciones, no suelen [figurar](#) en los principales rankings de excelencia académica internacional. Sin embargo, **los principales directivos de las empresas más importantes del país** han salido mayoritariamente de sus aulas, a pesar de que también hay un número importante de ellos que han estudiado en el extranjero.

Para conocer exactamente qué universidades se distinguen por su capacidad para formar líderes del ámbito económico, en Business Insider hemos recopilado **los currículum académicos de los principales directivos de las 100 empresas más importantes del país**, teniendo en cuenta dónde aprobaron todas sus licenciaturas y diplomaturas, sea en España o en el extranjero.

En esta lista, hemos tenido en cuenta a **las 35 empresas que componen el Ibex 35, los principales bancos y a las mayores compañías del país por volumen de negocio**, tanto públicas como privadas, sin incluir filiales y subsidiarias de otras empresas españolas.

Sin embargo, las filiales españolas de compañías globales sí han sido tenidas en cuenta, tanto si tienen un CEO local como si procede del país de origen de la empresa matriz.

En la lista se ha tenido en cuenta al principal directivo de cada compañía, sean presidentes o consejeros delegados, dejando fuera altos cargos honorarios o no ejecutivos.

(=) #16– Universidades con un solo representante entre los máximos dirigentes de las 100 mayores empresas españolas

- **Universidad Autónoma de Madrid:** Borja Prado (Endesa)
- **Universidad de Cádiz:** Jesús Huerta (Loterías y Apuestas)
- **Escuela de Organización Industrial:** José Ignacio Sánchez Galán (Iberdrola)
- **Universitat Pompeu Fabra:** Maurici Lucena (AENA)
- **Universidad de Sevilla:** Francisco Pérez Botello (Volkswagen España)
- **ESADE:** Sol Daurella (Coca Cola European Partners)
- **Universitat Autònoma de Barcelona:** Emiliano López Atxurra (Petronor)
- **Universidad de Valladolid:** Mari Paz Robina (Michelin España)
- **Universidad Pontificia de Salamanca:** Juan Manuel Serrano Quintana (Correos)
- **Institut Químic de Sarrià:** Carles Navarro (BASF Española)
- **Universidad Carlos III de Madrid:** Juan March de la Lastra (Banca March)
- **Universidad de Málaga:** Manuel Azuaga (Unicaja Banco)
- **Universidad del País Vasco:** Jesús M^a Herrera (CIE)
- **Universidade Técnica de Lisboa (Portugal):** António Coimbra (Vodafone España)
- **Instituto Universitário de Lisboa (Portugal):** João Diogo Marques da Silva (Galp España)
- **Université Le Mans (Francia):** Eric Uzan (Carrefour España)
- **Université de Lyon (Francia):** Jorge Tomé (Peugeot España, Opel España)
- **Université Libre de Bruxelles (Bélgica):** José María Álvarez-Pallete (Telefónica)
- **Università Commerciale Luigi Bocconi di Milano (Italia):** Luca de Meo (SEAT)
- **Politecnico di Milano (Italia):** Francesco Starace (ENEL Iberia)
- **Università degli Studi di Napoli (Italia):** Marco Toro (Nissan Iberia)
- **Università di Roma (Italia):** Paolo Vasile (Mediaset)
- **Universität Erlangen-Nürnberg (Alemania):** Claus Grande (Lidl España)
- **Hochschule Pforzheim (Alemania):** Peter Gries (Makro)
- **Technische Universität Darmstadt (Alemania):** Markus Tacke (Siemens Gamesa)

- **Linköpings Universitet (Suecia):** Petra Axdorff (Ikea Ibérica)
- **Université de Genève (Suiza):** Jacques Reber (Nestlé España)
- **Colorado School of Mines (EE.UU.):** Musabbah Al Kaabi (Cepsa)
- **New York University (EE.UU.):** Borja Prado (Endesa)
- **Georgia Institute of Technology (EE.UU.):** Gareth Griffiths (Alvean Sugar)
- **Georgetown University (EE.UU.):** Juan Lladó (Técnicas Reunidas)
- **Washington University in St. Louis (EE.UU.):** Fernando Candia (Bunge Ibérica)
- **Massachusetts Institute of Technology (EE.UU.):** Carlos Torres Vila (BBVA)
- **Bryn Mawr College (EE.UU.):** Ana Botín (Santander)
- **Wharton School (EE.UU.):** Gabriel Escarrer (Meliá)
- **Winnipeg University (Canadá):** Gareth Griffiths (Alvean Sugar)
- **Dong-A University Busan (Corea del Sur):** Young Soo Kim (Samsung España)

(=) #12– Universidad de Oviedo: 2

- Jose Manuel Arias (Arcelormittal España)
- Manuel Menéndez (EDP España)

(=) #12– Universidad de Salamanca: 2

- Antonio Huertas (Mapfre)
- María José Hidalgo (Air Europa)

(=) #12– Université Paris-Dauphine (Francia): 2

- Patrick Coingnard (Alcampo)
- Nabil Daoud (Lilly SA)

(=) #12– Institut des sciences et technologies de Paris (Francia): 2

- Laurent Paillassot (Orange Espagne)
- Héctor Ciria (Quirón Salud)

(=) #9– Universidad San Pablo CEU: 3

- Esther Alcocer Koplowitz (FCC)
- María Dolores Dancausa (Bankinter)
- Enrique Tellado (EVO)

(=) #9– UNED: 3

- Carlos Torres Vila (BBVA)
- Antonio Coto (DIA)
- Juan Manuel Serrano Quintana (Correos)

(=) #9– Universitat Politècnica de Catalunya: 3

- Pere Viñolas (Colonial)
- Jaime Revilla (Iveco España)
- Héctor Ciria (Quirón Salud)

(=) #7– ICAI: 4

- José Ignacio Sánchez Galán (Iberdrola)
- Javier López Segovia (Decathlon España)
- Bernardo Velázquez (Acerinox)
- Marcelino Oreja Arburúa (Enagas)

(=) #7– Deusto: 4

- José Ignacio Goirigolzarri (Bankia)
- Agustín Markaide (Eroski)
- Gregorio Villalabeitia (Kutxabank)
- José Antonio Canales (Viscofan)

(=) #5– Universidad de Zaragoza: 5

- Ignacio Sánchez Villares (Leroy Merlin España)
- Fernando Gil Bayona (Bosch Electrodomésticos España)
- Jaume Alsina (Corporación Alimentaria Guissona)
- Javier Casas (Alliance Healthcare)
- Víctor Iglesias (Ibercaja)

(=) #5– Universitat de València: 5

- Juan Roig (Mercadona)
- Luis Aires (BP España)
- Francesc Llobell (Consum)
- Jordi Sevilla (REE)
- Agustín Martín (Toyota España)

#4– ICADE: 6

- Antonio Brufau (Repsol)
- Francisco Reynés (Naturgy)
- Isaías Táboas (Renfe)
- Josep Oliu (Banco Sabadell)
- Carlos Tusquets (Banco Mediolanum)
- Jordi Gual (Caixabank)
- Pere Viñolas (Colonial)
- Víctor Grifols Roura (Grifols)
- Joan Vilà (HotelBeds)

#3– Universitat de Barcelona: 9

- Antonio Brufau (Repsol)
- Francisco Reynés (Naturgy)
- Isaías Táboas (Renfe)
- Josep Oliu (Banco Sabadell)
- Carlos Tusquets (Banco Mediolanum)
- Jordi Gual (Caixabank)
- Pere Viñolas (Colonial)
- Víctor Grifols Roura (Grifols)
- Joan Vilà (HotelBeds)

#2– Universidad Politécnica de Madrid: 10

- Tobías Martínez (Cellnex)
- Jesús Alonso (Ford España)
- José Vicente de los Mozos (Renault España)
- Antonio Coto (DIA)
- Luis Gallego (Iberia)
- Fernando Alonso (Airbus Defence and Space)
- Florentino Pérez (ACS)
- Javier Sánchez-Prieto (Vueling)
- Ángel Sánchez Cánovas (ONCE)
- Javier Targhetta (Atlantic Copper)

#1– Universidad Complutense de Madrid: 14

- Pablo Isla (Inditex)
- José María Álvarez-Pallete (Telefónica)
- Luis Maroto (Amadeus)
- Jesús Nuño de la Rosa (El Corte Inglés)
- Eduardo Pastor (Cofares)
- Pedro Palomino (CEMEX España)
- Jaime Echegoyen (Sareb)
- Javier Sánchez-Prieto (Vueling)
- Gregorio Marañón (Logista)
- Javier Argumosa (Disa Suministros y Trading)
- Juan Luis López García (Renta 4 Banco)
- Pedro Rivero (Liberbank)
- José Manuel Entrecanales (Acciona)
- Íñigo Meirás (Ferrovia)

**Artículo original publicado en: [Business Insider España](#). Autor: [Adrián Francisco Varela](#).*

Impactos proyectos FSE

#	Medio	Titular	Tema	Tipo

19/11/2018

1	Alicante Plaza	M de Alejandría lleva la innovación a la agricultura	FONDO SOCIAL EUROPEO	Digital
2	Código Cero	Lugo fai un chamamento á emprendemento local para a nova edición de Inicia Coworking	FONDO SOCIAL EUROPEO	Digital
3	Cluster TIC Galicia	Lugo fai un chamamento á emprendemento local para a nova edición de Inicia Coworking	FONDO SOCIAL EUROPEO	Digital

20/11/2018

4	es.makemefeed.com	Lugo fai un chamamento ao emprendemento local para a nova edición de Inicia Coworking	FONDO SOCIAL EUROPEO	Digital
5	GCiencia	Linguas electrónicas para coidar a alimentación	FONDO SOCIAL EUROPEO	Digital
6	Código Cero	Lugo fai un chamamento á emprendemento local para a nova edición de Inicia Coworking	FONDO SOCIAL EUROPEO	Digital
7	Cluster TIC Galicia	Lugo fai un chamamento á emprendemento local para a nova edición de Inicia Coworking	FONDO SOCIAL EUROPEO	Digital
8	Cluster TIC Galicia	Linguas electrónicas para coidar a alimentación	FONDO SOCIAL EUROPEO	Digital
9	Mujeremprendedora.net	"Esmagic aún alquimia, diseño y bienestar"	FONDO SOCIAL EUROPEO	Digital
10	Diario de Ferrol, 7	Reportaje	FONDO SOCIAL EUROPEO	Escrita

21/11/2018

11	Diario de Ferrol	Reportaje Los ingredientes de la cocina sana al alcance de la mano de los ferrolanos	FONDO SOCIAL EUROPEO	Digital

24/11/2018

12	El Periódico de Extremadura	Ampliación del convenio con la eoi para cursos	FONDO SOCIAL EUROPEO	Digital
13	extremaduradigital24horas.com	Ampliación del convenio con la eoi para cursos	FONDO SOCIAL EUROPEO	Digital
14	El Periódico de Extremadura, 24	AMPLIACIÓN DEL CONVENIO CON LA EOI PARA CURSOS	FONDO SOCIAL EUROPEO	Escrita
15	Hoy Badajoz, 14	Adenda del convenio entre el Ayuntamiento y EOI para el desarrollo del Programa Operativo de Empleo v Formación	FONDO SOCIAL EUROPEO	Escrita
16	Hoy de Extremadura	adenda del convenio entre el Ayuntamiento y EOI para el desarrollo del Programa Operativo de Empleo v Formación	FONDO SOCIAL EUROPEO	Digital

25/11/2018

17	La Cerca	La integración laboral de los jóvenes en Castilla-La Mancha sirve de ejemplo a representantes de servicios públicos de empleo de distintos países de Europa	FONDO SOCIAL EUROPEO	Digital
18	Diario La Mancha	La integración laboral de los jóvenes en Castilla-La Mancha sirve de ejemplo a representantes de servicios públicos de empleo de distintos países de Europa	FONDO SOCIAL EUROPEO	Digital
19	JCCM	La integración laboral de los jóvenes en Castilla-La Mancha sirve de ejemplo a representantes de servicios públicos de empleo de distintos países de Europa	FONDO SOCIAL EUROPEO	Digital
20	La Comarca de Puertollano	La integración laboral de los jóvenes en Castilla-La Mancha, un ejemplo para representantes de distintos países de Europa	FONDO SOCIAL EUROPEO	Digital
21	LaVozdelTajo.com	La integración laboral de los jóvenes en Castilla-La Mancha, ejemplo para distintos países de Europa	FONDO SOCIAL EUROPEO	Digital
22	MiCiudadReal	La integración laboral de los jóvenes en Castilla-La Mancha sirve de ejemplo a representantes de servicios públicos de empleo de distintos países de Europa	FONDO SOCIAL EUROPEO	Digital
23	Noticiaspress.es	La integración laboral de los jóvenes en Castilla-La Mancha sirve de ejemplo a representantes de servicios públicos de empleo de distintos países de Europa	FONDO SOCIAL EUROPEO	Blog
24	clmpress.com	La integración laboral de los jóvenes en Castilla-La Mancha sirve de ejemplo a representantes de servicios públicos de empleo de distintos países de Europa	FONDO SOCIAL EUROPEO	Digital
25	La Cerca	Representantes de servicios de empleo de varios países europeos se interesan por la integración laboral juvenil en C-LM	FONDO SOCIAL EUROPEO	Digital
26	Ciudad Real Digital	La integración laboral de los jóvenes en Castilla-La Mancha sirve de ejemplo a representantes de servicios públicos de empleo de distintos países de Europa	FONDO SOCIAL EUROPEO	Digital
27	CLM24	Varios países europeos se interesan por la integración laboral juvenil en CLM	FONDO SOCIAL EUROPEO	Digital

<https://alicanteplaza.es/m-de-alejandria-lleva-la-innovacion-a-la-agricultura>

M de Alejandría lleva la innovación a la agricultura

original

- [Compartir](#)
- [Tweet](#)
- [Linkedin](#)
- [Menéame](#)



La nueva marca alicantina, finalista de Desafío Mujer Rural 2018, lanza este año su segunda cosecha de vino de hielo dulce de Teulada con el objetivo de poner en valor el trabajo del agricultor y el paisaje y los productos locales

TEULADA. Tradición e innovación. Un cóctel cada vez más visible en empresas de sectores tradicionales como la agricultura. La emprendedora **Cristina Rodríguez Vicente**, con M de Alejandría, es un ejemplo de ello. Ha conseguido poner en pie y sacar adelante un proyecto empresarial que está entre los finalistas **Concurso Desafío Mujer Rural 2018, organizado por Ministerio de Igualdad, EOI y el Fondo Social Europeo**. Con esta carta de presentación los vinos dulces de las viñas de moscatel de la finca **L'Alberca de Teulada** van haciéndose un hueco en el mercado.

M de Alejandría nació hace cuatro años y en 2017, tras su primera cosecha, se estrenó en el mercado con 1.200 botellas de vino de hielo en una serie limitada y numerada. “2018 ha sido un buen año y, si todo va bien, tenemos previsto aumentar la producción”, explica **Cristina Rodríguez**, quien apuesta por crear un producto con seña de identidad propia. “Soy muy

<https://alicanteplaza.es/m-de-alejandria-lleva-la-innovacion-a-la-agricultura>

respetuosa con las tradiciones pero pienso que la innovación es imprescindible, además, estoy convencida de que una de las claves del éxito es la diferenciación. Por eso decidimos trabajar con una variedad única para hacer un caldo único: un vino de hielo elaborado mediante un proceso de congelación llevado a cabo en la misma bodega”, ha desvelado.

Actualmente el vino de M de Alejandría se puede encontrar en diferentes puntos de venta de la Comunidad Valenciana que han sido seleccionados meticulosamente, tanto tiendas, como distribuidores y restaurantes. “Hemos cuidado todos los detalles al máximo, desde la plantación hasta la presentación de la botella, y queremos que así llegue al consumidor final a través de nuestros puntos de venta autorizados”, explica Cristina Rodríguez. Esta variedad dulce de Teulada tiene como público objetivo “personas que valoran el territorio, el paisaje, los productos locales y la historia de nuestro vino. También que sepan apreciar el valor del trabajo del agricultor y el esfuerzo de todo un año para obtener la botella que tiene en sus manos”. Esta productora se marca como finalidad que su producto ayude a poner en valor el cultivo de viñas en la Marina Alta “que desde antaño han configurado un paisaje único y hay que mantenerlo”.

De la viña a la botella

M de Alejandría es un proyecto único y singular por el tratamiento para lograr un vino de hielo, su presentación, su historia, su presencia en internet y “muchos pequeños detalles que lo hacen diferente”. Desde el principio la marca ha hecho partícipe de su historia a todos los usuarios de internet que le siguen en redes sociales y en la web mostrando desde la plantación de la primera viña hasta el primer embotellado el pasado año. “Hemos creado un vínculo muy especial con nuestros seguidores, ya que vamos contando el día a día a pie de viña, en bodega o los eventos. Queremos dar a conocer todo el trabajo que conlleva el obtener a final de año nuestra gran recompensa, el fruto de la vendimia de M de Alejandría”, relata Cristina Rodríguez.

<https://alicanteplaza.es/m-de-alejandria-lleva-la-innovacion-a-la-agricultura>

El primer gran reconocimiento de M de Alejandría ha llegado este año de manos del Ministerio de Igualdad que, junto al Fondo Social Europeo y la EOI, ha elegido a esta empresa de Teulada entre los cinco finalistas el Concurso Desafío Mujer Rural seleccionados entre cien proyectos españoles que van superando diferentes etapas de evaluación.

La plantación de M de Alejandría tiene una hectárea y media. Sus planes de futuro son ir creciendo cada año con la producción del viñedo. **“Hemos apostado por un producto de calidad, por lo que nuestro crecimiento a medio y largo plazo irá en función de la uva que nos quiera regalar esta hectárea y media de la finca La Alberca cada año”**, admite Cristina Rodríguez.

Del turismo a la agricultura

La promotora de M de Alejandría ha cursado estudios de Turismo y Gestión de Redes Sociales en la Universidad de Alicante y comenzó su carrera como directora de Hoteles y empresaria con la creación de una compañía de asesoramiento en turismo y consultoría de empresas. En 2014 dio un giro radical a su trayectoria con la fundación de M de Alejandría, un proyecto personal “que me ha dado la experiencia de emprender en un mundo nuevo para mí. Aunque soy hija, nieta y bisnieta de agricultores esta apuesta ha supuesto y supone un gran aprendizaje que me está regalando momentos únicos. Un gran reto que me ha permitido hacer un sueño realidad”.

Cristina Rodríguez recuerda que “cada año por Navidad uno de los mejores amigos de mi padre de Teulada le regalaba una botella de vino de su propia producción. Aunque yo era una

<https://alicanteplaza.es/m-de-alejandria-lleva-la-innovacion-a-la-agricultura>

niña aquel detalle entre amigos me parecía mágico, compartir en una botella el trabajo y el esfuerzo de todo un año. Siempre le decía a mi padre que algún día también haríamos un vino". Por fin en 2014 decidió empezar el proyecto con la plantación de la viña en la finca familiar en Teulada tras un tiempo de estudio, análisis y planificación para el diseño el proyecto empresarial.

"Aunque lidero el proyecto tengo un pequeño pero gran equipo. **Ximo y Dani Cabrera, cuarta y quinta generación de Uvas Cabrera de Benissa son los encargados de todos los cuidados de la viña. Daniel Belda, enólogo y viticultor, ha sido responsable de hacer el vino en su bodega de Fontanars dels Alforins.** En diseño trabajamos con **Alba López**, creativa de Benissa. Y en la parte de web y logística he confiado con **Isidro Fernández de SEUR y Grupo Ifo.** Es un auténtico lujo tenerlos como colaboradores del proyecto. He aprendido y sigo aprendiendo cada día de ellos, uno de los mejores regalos que me ha hecho M de Alejandría", afirma Cristina Rodríguez.

<https://codigocero.com/Lugo-fai-un-chamamento-a-emprendemento-local-para-a-nova-edicion-de-Inicia>

Lugo fai un chamamento ao emprendemento local para a nova edición de Inicia Coworking

original

luns, 19 de novembro do 2018



O Inicia Coworking de Lugo, impulsado polo Concello e a Escola de Organización Industrial (EOI) no CEI-NODUS co obxectivo de fomentar a innovación (os novos xeitos de facer empresa, de traballar, e tamén os novos produtos e servizos para o noso mercado e o de máis alá), xa ten aberta a inscrición para a cuarta e última edición desta iniciativa. Nela, segundo informou a semana pasada o Goberno local, achégase formación de balde individualizada e acompañamento para a posta en marcha ou afianzamento de novos proxectos de carácter emprendedor e innovador. [Poderán incorporarse á nova convocatoria dúas dúas de persoas.](#)

Segundo lembra o Concello, trátase dunha iniciativa que ten ás súas costas importantes fitos laborais e empresariais, como demostra o feito de que nas edicións anteriores, o 70% dos 58 emprendedores e emprendedoras que xa participaron no Inicia Coworking teñan a día de hoxe o seu negocio en marcha e facturando. Ademais, o programa ten un importante factor de igualdade e de anti-discriminación, o que vén certificado polo seguinte dato: máis da metade destas empresas foron impulsadas por mulleres.

O Concello recordou que as persoas interesadas en sumarse poden facelo, ata o 15 de decembro, a través da páxina web municipal, www.lugo.gal, ou na ligazón www.eoi.es/es/espacios-coworking/lugo-4a-edicion/admision, onde se pode atopar máis información sobre esta iniciativa. Esta fase desenvolverase entre xaneiro e xuño do vindeiro ano no CEI-NODUS.

A concelleira de Economía, Emprego e Desenvolvemento Económico, Ana Prieto,

<https://codigocero.com/Lugo-fai-un-chamamento-a-emprendemento-local-para-a-nova-edicion-de-Inicia>

encargada de dar a coñecer a nova convocatoria, xunto á mentora do programa Úrsula Pérez, puxo o foco na contribución que fai este plan ao tecido empresarial lucense, "axudando á creación de emprego". Nesta liña, Prieto subliñou "o compromiso do Goberno co emprego, eido ao que destina 3 millóns de euros nos orzamentos". Ao fío do devandito, fixo un repaso polos programas e accións laborais que impulsa o Concello, por importe de 2 millóns de euros: o Inicia Coworking, o viveiro de empresas a pé de rúa na Tinería ou os obradoiros Fórum 4.0 e InteracTICvate e Mellora Lugo 2018.

O de Lugo é un dos máis de 50 espazos Coworking que a EOI ten en España para emprender, co obxectivo de facilitar o desenvolvemento dos mellores proxectos empresariais presentados. Conta cun orzamento de 800.000€, co-financiados polo Concello e a Escola de Organización Industrial.

Lugo fai un chamamento ao emprendemento local para a nova edición de Inicia Coworking

luns, 19 de novembro do 2018 / Fernando Sarasketa

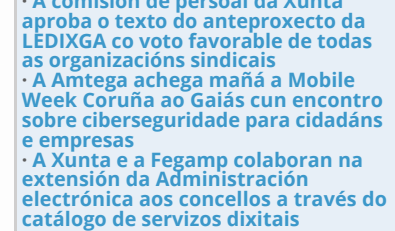
O Inicia Coworking de Lugo, impulsado polo Concello e a Escola de Organización Industrial (EOI) no CEI-NODUS co obxectivo de fomentar a innovación (os novos xeitos de facer empresa, de traballar, e tamén os novos produtos e servizos para o noso mercado e o de máis alá), xa ten aberta a inscrición para a cuarta e última edición desta iniciativa. Nela, segundo informou a semana pasada o Goberno local, achégase formación de balde individualizada e acompañamento para a posta en marcha ou afianzamento de novos proxectos de carácter emprendedor e innovador.

Poderán incorporarse á nova convocatoria dúas dúcias de persoas.

Segundo lembra o Concello, trátase dunha iniciativa que ten ás súas costas importantes fitos laborais e empresariais, como demostra o feito de que nas edicións anteriores, o 70% dos 58 emprendedores e emprendedoras que xa participaron no Inicia Coworking teñan a día de hoxe o seu negocio en marcha e facturando. Ademais, o programa ten un importante factor de igualdade e de anti-discriminación, o que vén certificado polo seguinte dato: máis da metade destas empresas foron impulsadas por mulleres. O Concello recordou que as persoas interesadas en sumarse poden facelo, ata o 15 de decembro, a través da páxina web municipal, www.lugo.gal, ou na ligazón www.eoi.es/es/espacios-coworking/lugo-4a-edicion/admission, onde se pode atopar máis información sobre esta iniciativa. Esta fase desenvolverase entre xaneiro e xuño do vindeiro ano no CEI-NODUS.

A concelleira de Economía, Emprego e Desenvolvemento Económico, Ana Prieto, encargada de dar a coñecer a nova convocatoria, xunto á mentora do programa Úrsula Pérez, puxo o foco na contribución que fai este plan ao tecido empresarial lucense, “axudando á creación de emprego”. Nesta liña, Prieto subliñou “o compromiso do Goberno co emprego, eido ao que destina 3 millóns de euros nos orzamentos”. Ao fío do devandito, fixo un repaso polos programas e accións laborais que impulsa o Concello, por importe de 2 millóns de euros: o Inicia Coworking, o viveiro de empresas a pé de rúa na Tinería ou os obradoiros Fórum 4.0 e InteracTICvate e Mellora Lugo 2018.

O de Lugo é un dos máis de 50 espazos Coworking que a EOI ten en España para emprender, co obxectivo de facilitar o desenvolvemento dos mellores proxectos empresariais presentados. Conta cun orzamento de 800.000€, co-financiados polo Concello e a Escola de Organización Industrial.



PUBLICIDADE

Bandalux
máis que moda en cortinas

Z-BOX

Cortina enrollable con caixón e guía lateral con cremalleira e movemento a motor

Xestiona a luz e decora a fachada





Lugo fai un chamamento ao emprendemento local para a nova edición de Inicia Coworking



Publicado el: 20/11/2018



Fuente: WWW.CODIGOCERO.COM

Sigues a leer en →

#galicia #tecnologia #tech #informatica
#tecno

O Inicia Coworking de Lugo, impulsado polo Concello e a Escola de Organización Industrial (EOI) no CEI-NODUS co obxectivo de fomentar a innovación (os novos xeitos de facer empresa, de traballar, e tamén os novos produtos e servizos para o noso mercado e o de máis alá), xa ten aberta a inscrición para a cuarta e última edición desta iniciativa. Nela, segundo informou a semana pasada o Goberno local



LO ÚLTIMO EN EL BLOG



7 grandes ideas para conseguir visibilidad y oportunidades de empleo

Publicado el: 26/09/2016



¿Qué beneficios esconde la granada?

Publicado el: 11/04/2016

MAS LEÍDAS



Jornada del Día Mundial del Prematuro en el Parque Rodó

Fuente: elobservador.com.uy



A prisión por robar psicotrópicos del trabajo y revenderlos en internet

Fuente: www.abc.es



Ache criticó al Puma por firmar el estatuto y está contra reclamo de puntos

Fuente: elobservador.com.uy



Integrantes de la banda de Los Delfino fueron condenados por robo de luz y agua

Fuente: elobservador.com.uy



¿Qué pinta un dron en una moto con sidecar?

Fuente: www.revistagq.com



5 artistas que trabajan las emociones a través del arte del GIF

Fuente: www.lamonomagazine.com



Este fin de semana Degusto se apodera del parque Grauert

Fuente: elobservador.com.uy

[Volver al índice](#)

NOTICIAS RELACIOLADAS



Nacional se recuperó y volvió a la cima de la Liga Uruguay

Publicado el: 20/11/2018

Tras perder por 40 con Olimpia, el tricolor venció a Verdirrojo; Macabi derrotó a Biguá y es la gran revelación [Sigues a leer en →](#)

Fuente: elobservador.com.uy

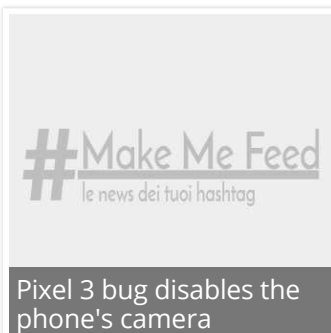


Las mejores ofertas de teléfonos en Black Friday 2018 [fotos]

Publicado el: 20/11/2018

El Viernes Negro es uno de los mejores momentos para comprar un nuevo teléfono. Mira las ofertas, descuentos y ahorros que encontramos en los nuevos iPhone, Samsung Galaxy, Pixel y más. [Sigues a leer en →](#)

Fuente: www.cnet.com



Pixel 3 bug disables the phone's camera

Publicado el: 20/11/2018

Pixel 3 owners are dealing with another software glitch, and this one could prove to be a showstopper for some. Owners on Google's forums, Reddit and elsewhere (including an Engadget staff family ... [Sigues a leer en →](#)

Fuente: www.engadget.com



<https://www.gciencia.com/innovar-para-emprender/linguas-electronicas-sense-z/>

Linguas electrónicas para coidar a alimentación

Manuel Rey • original

Unha física de **Monforte de Lemos** especializada en electrónica, **Andrea Hernández**, aprendeu durante unha estancia de investigación en **Brasil** como funcionaban as **linguas electrónicas**: simulacións dunha lingua real que son quen de detectar os diferentes patróns de sabores (doce, salgado, ácido, amargo e unami) a través da interpretación de sinais que aparecen en cada alimento ou nas bebidas, como os viños, sen ter que catalos un a un. Así poden verse os posibles **alérxenos**, contaminantes ou patóxenos que poñerían en risco tanto a consumidores como á industria alimentaria.

De volta a Galicia, segundo ela mesma conta, "tomando unhas tapas, caín na conta de que a metade dos meus **amigos** tiña alerxia a algún alimento". Deulle aos miolos e de aí xorde a idea de buscar unha posible solución.



Durante a celebración de **Spinway**, un programa internacional de emprendemento organizado ao abeiro do Camiño de Santiago, Andrea coñeceu a **Javier Casal**, un economista con experiencia en xestión de proxectos tecnolóxicos. Entendéronse ben, e puxeron en marcha a idea de **sense(z)**. Máis tarde sumouse ao proxecto **Alejandro Acosta**, tamén economista. Andrea ocúpase da área de calidade, innovación e xestión, Javier do plan de negocio e da produción e Alejandro da parte financeira e de márketing. O proxecto de sense (z) conta tamén cun consello asesor formado por **Antonio Riul, Xaime Barreiro e Xosé Antonio Duro**.

"Ao inicio, desenvolvemos e validamos a **tecnoloxía** colaborando con diversos centros de investigación e empresas, para así poder dar paso a unha empresa de produto", conta Andrea. Ao completar esta **fase**, na que se atopan agora, "será cando se

<https://www.gciencia.com/innovar-para-emprender/linguas-electronicas-sense-z/>

empecen a comercializar equipos e servizos coa nosa tecnoloxía de linguas electrónicas como eixo central".

Estes **servizos**, segundo conta Andrea, serán capaces de que o dispositivo poida "analizar a composición dos alimentos cos que entra en contacto, o que lle atribúe unha gran versatilidade de aplicación, podendo ser usada tanto en alimentos crus ou procesados, pero tamén para a detección de axentes contaminantes en superficies".

Ademais, Sense(z) "permítelle **á industria alimentaria** desenvolver procesos de control de alérxenos nas súas cadeas produtivas, achegando fiabilidade, precisión e autonomía respecto a terceiros", o que supón un aforro importante de recursos.

Un 'wearable' antialérxenos

Porén, segundo subliña Andrea Hernández, Sense(z) non se esquece das persoas que, como ela e os seus amigos, teñen problemas á hora de consumir alimentos que lles poden xerar unha **reacción alérxica**. "Poderán facer o control eles mesmos a través dun dispositivo portátil, ao estilo dos ' **wearables** ', permitíndolles coñecer nun breve período de tempo se o alimento que van inxerir contén ou non o alérxeno indicado". Isto, por tanto, abre "un enorme abano de posibilidades para afrontar na vida cotiá este tipo de problemas". É, por tanto, "unha solución dobre", xa que achega maior seguridade tanto na propia industria como nos consumidores finais.

Desde que botou a andar, sense(z) tomou parte no programa **Yuzz-Mozos con ideas**, da USC e o Banco Santander, onde recibiron o 2º premio e o recoñecemento Yuzz Muller. Máis adiante participaron tamén na aceleradora Vodafone- **Connecting for Good Galicia**, na que colabora a **Axencia Galega de Innovación**, onde recibiron o premio Conectados pola Accesibilidade. Ao ter a sede en Monforte, a empresa tamén forma parte do Coworking **Ribeira Sacra**, da Escola de Organización Industrial.

Temas: [Alejandro Acosta](#), [alérxenos](#), [alerxias](#), [Alimentación](#), [Andrea Hernández](#), [Axencia Galega de Innovación](#), [Gain](#), [Javier Casal](#), [Sense Z](#)

<https://codigocero.com/Lugo-fai-un-chamamento-a-emprendemento-local-para-a-nova-edicion-de-Inicia>

Lugo fai un chamamento ao emprendemento local para a nova edición de Inicia Coworking

original

luns, 19 de novembro do 2018



O Inicia Coworking de Lugo, impulsado polo Concello e a Escola de Organización Industrial (EOI) no CEI-NODUS co obxectivo de fomentar a innovación (os novos xeitos de facer empresa, de traballar, e tamén os novos produtos e servizos para o noso mercado e o de máis alá), xa ten aberta a inscrición para a cuarta e última edición desta iniciativa. Nela, segundo informou a semana pasada o Goberno local, achégase formación de balde individualizada e acompañamento para a posta en marcha ou afianzamento de novos proxectos de carácter emprendedor e innovador. [Poderán incorporarse á nova convocatoria dúas dúas de persoas.](#)

Segundo lembra o Concello, trátase dunha iniciativa que ten ás súas costas importantes fitos laborais e empresariais, como demostra o feito de que nas edicións anteriores, o 70% dos 58 emprendedores e emprendedoras que xa participaron no Inicia Coworking teñan a día de hoxe o seu negocio en marcha e facturando. Ademais, o programa ten un importante factor de igualdade e de anti-discriminación, o que vén certificado polo seguinte dato: máis da metade destas empresas foron impulsadas por mulleres.

O Concello recordou que as persoas interesadas en sumarse poden facelo, ata o 15 de decembro, a través da páxina web municipal, www.lugo.gal, ou na ligazón www.eoi.es/es/espacios-coworking/lugo-4a-edicion/admision, onde se pode atopar máis información sobre esta iniciativa. Esta fase desenvolverase entre xaneiro e xuño do vindeiro ano no CEI-NODUS.

A concelleira de Economía, Emprego e Desenvolvemento Económico, Ana Prieto,

<https://codigocero.com/Lugo-fai-un-chamamento-a-emprendemento-local-para-a-nova-edicion-de-Inicia>

encargada de dar a coñecer a nova convocatoria, xunto á mentora do programa Úrsula Pérez, puxo o foco na contribución que fai este plan ao tecido empresarial lucense, "axudando á creación de emprego". Nesta liña, Prieto subliñou "o compromiso do Goberno co emprego, eido ao que destina 3 millóns de euros nos orzamentos". Ao fío do devandito, fixo un repaso polos programas e accións laborais que impulsa o Concello, por importe de 2 millóns de euros: o Inicia Coworking, o viveiro de empresas a pé de rúa na Tinería ou os obradoiros Fórum 4.0 e InteracTICvate e Mellora Lugo 2018.

O de Lugo é un dos máis de 50 espazos Coworking que a EOI ten en España para emprender, co obxectivo de facilitar o desenvolvemento dos mellores proxectos empresariais presentados. Conta cun orzamento de 800.000€, co-financiados polo Concello e a Escola de Organización Industrial.

Lugo fai un chamamento ao emprendemento local para a nova edición de Inicia Coworking

luns, 19 de novembro do 2018 / Fernando Sarasketa

O Inicia Coworking de Lugo, impulsado polo Concello e a Escola de Organización Industrial (EOI) no CEI-NODUS co obxectivo de fomentar a innovación (os novos xeitos de facer empresa, de traballar, e tamén os novos produtos e servizos para o noso mercado e o de máis alá), xa ten aberta a inscrición para a cuarta e última edición desta iniciativa. Nela, segundo informou a semana pasada o Goberno local, achégase formación de balde individualizada e acompañamento para a posta en marcha ou afianzamento de novos proxectos de carácter emprendedor e innovador.

Poderán incorporarse á nova convocatoria dúas dúcias de persoas.

Segundo lembra o Concello, trátase dunha iniciativa que ten ás súas costas importantes fitos laborais e empresariais, como demostra o feito de que nas edicións anteriores, o 70% dos 58 emprendedores e emprendedoras que xa participaron no Inicia Coworking teñan a día de hoxe o seu negocio en marcha e facturando. Ademais, o programa ten un importante factor de igualdade e de anti-discriminación, o que vén certificado polo seguinte dato: máis da metade destas empresas foron impulsadas por mulleres. O Concello recordou que as persoas interesadas en sumarse poden facelo, ata o 15 de decembro, a través da páxina web municipal, www.lugo.gal, ou na ligazón www.eoi.es/es/espacios-coworking/lugo-4a-edicion/admission, onde se pode atopar máis información sobre esta iniciativa. Esta fase desenvolverase entre xaneiro e xuño do vindeiro ano no CEI-NODUS.

A concelleira de Economía, Emprego e Desenvolvemento Económico, Ana Prieto, encargada de dar a coñecer a nova convocatoria, xunto á mentora do programa Úrsula Pérez, puxo o foco na contribución que fai este plan ao tecido empresarial lucense, “axudando á creación de emprego”. Nesta liña, Prieto subliñou “o compromiso do Goberno co emprego, eido ao que destina 3 millóns de euros nos orzamentos”. Ao fío do devandito, fixo un repaso polos programas e accións laborais que impulsa o Concello, por importe de 2 millóns de euros: o Inicia Coworking, o viveiro de empresas a pé de rúa na Tinería ou os obradoiros Fórum 4.0 e InteracTICvate e Mellora Lugo 2018.

O de Lugo é un dos máis de 50 espazos Coworking que a EOI ten en España para emprender, co obxectivo de facilitar o desenvolvemento dos mellores proxectos empresariais presentados. Conta cun orzamento de 800.000€, co-financiados polo Concello e a Escola de Organización Industrial.



Revista en PDF:



Descárgaa xa



- A comisión de persoal da Xunta aproba o texto do anteproxecto da LEDIXGA co voto favorable de todas as organizacións sindicais
- A Amtega achega mañá a Mobile Week Coruña ao Gaiás cun encontro sobre ciberseguridade para cidadáns e empresas
- A Xunta e a Fegamp colaboran na extensión da Administración electrónica aos concellos a través do catálogo de servizos dixitais

Galicia,
un territorio
para innovar



PUBLICIDADE



Cortina enrollable con
caixón e guía lateral
con cremalleira e
movemento a motor

Xestiona
a luz e decora
a fachada



<https://www.gciencia.com/innovar-para-emprender/linguas-electronicas-sense-z/>

Linguas electrónicas para coidar a alimentación

 Manuel Rey • [original](#)

Unha física de **Monforte de Lemos** especializada en electrónica, **Andrea Hernández**, aprendeu durante unha estancia de investigación en **Brasil** como funcionaban as **linguas electrónicas**: simulacións dunha lingua real que son quen de detectar os diferentes patróns de sabores (doce, salgado, ácido, amargo e unami) a través da interpretación de sinais que aparecen en cada alimento ou nas bebidas, como os viños, sen ter que catalos un a un. Así poden verse os posibles **alérxenos**, contaminantes ou patóxenos que poñerían en risco tanto a consumidores como á industria alimentaria.

De volta a Galicia, segundo ela mesma conta, "tomando unhas tapas, caín na conta de que a metade dos meus **amigos** tiña alerxia a algún alimento". Deulle aos miolos e de aí xorde a idea de buscar unha posible solución.



Durante a celebración de **Spinway**, un programa internacional de emprendemento organizado ao abeiro do Camiño de Santiago, Andrea coñeceu a **Javier Casal**, un economista con experiencia en xestión de proxectos tecnolóxicos. Entendéronse ben, e puxeron en marcha a idea de **sense(z)**. Máis tarde sumouse ao proxecto **Alejandro Acosta**, tamén economista. Andrea ocúpase da área de calidade, innovación e xestión, Javier do plan de negocio e da produción e Alejandro da parte financeira e de márketing. O proxecto de sense (z) conta tamén cun consello asesor formado por **Antonio Riul, Xaime Barreiro e Xosé Antonio Duro**.

"Ao inicio, desenvolvemos e validamos a **tecnoloxía** colaborando con diversos centros de investigación e empresas, para así poder dar paso a unha empresa de produto", conta Andrea. Ao completar esta **fase**, na que se atopan agora, "será cando se empecen a comercializar equipos e servizos coa nosa tecnoloxía de linguas electrónicas como eixo central".

<https://www.gciencia.com/innovar-para-emprender/linguas-electronicas-sense-z/>

Estes **servizos**, segundo conta Andrea, serán capaces de que o dispositivo poida "analizar a composición dos alimentos cos que entra en contacto, o que lle atribúe unha gran versatilidade de aplicación, podendo ser usada tanto en alimentos crus ou procesados, pero tamén para a detección de axentes contaminantes en superficies".

Ademais, Sense(z) "permítelle á **industria alimentaria** desenvolver procesos de control de alérxenos nas súas cadeas produtivas, achegando fiabilidade, precisión e autonomía respecto a terceiros", o que supón un aforro importante de recursos.

Un 'wearable' antialérxenos

Porén, segundo subliña Andrea Hernández, Sense(z) non se esquece das persoas que, como ela e os seus amigos, teñen problemas á hora de consumir alimentos que lles poden xerar unha **reacción alérxica**. "Poderán facer o control eles mesmos a través dun dispositivo portátil, ao estilo dos '**wearables**', permitíndolles coñecer nun breve período de tempo se o alimento que van inxerir contén ou non o alérxeno indicado". Isto, por tanto, abre "un enorme abano de posibilidades para afrontar na vida cotiá este tipo de problemas". É, por tanto, "unha solución dobre", xa que achega maior seguridade tanto na propia industria como nos consumidores finais.

Desde que botou a andar, sense(z) tomou parte no programa **Yuzz-Mozos con ideas**, da USC e o Banco Santander, onde recibiron o 2º premio e o recoñecemento Yuzz Muller. Máis adiante participaron tamén na aceleradora Vodafone- **Connecting for Good Galicia**, na que colabora a **Axencia Galega de Innovación**, onde recibiron o premio Conectados pola Accesibilidade. Ao ter a sede en Monforte, a empresa tamén forma parte do Coworking **Ribeira Sacra**, da Escola de Organización Industrial.

Temas: [Alejandro Acosta](#), [alérxenos](#), [alerxias](#), [Alimentación](#), [Andrea Hernández](#), [Axencia Galega de Innovación](#), [Gain](#), [Javier Casal](#), [Sense Z](#)

Esmagic aúna alquimia, diseño y bienestar

original



Esther Verdú ha lanzado Esmagic, un proyecto que pretende ser mucho más que una marca de joyas, con la cristaloterapia como propuesta de valor. A la creación de la joya como una pieza energética en su conjunto, suma una serie de talleres para transmitir un estilo de vida consciente, con los minerales como herramienta de conexión en la búsqueda del bienestar. “La marca habla de una forma de ver y sentir la vida de forma cercana, desde una mirada mágica, actual y consciente de la necesidad de conectar con las personas desde la belleza natural de los minerales”, explica.

¿Podría hablarnos de Esmagic?



Desde bien pequeña me he rodeado de minerales, ya que mi padre era trabajador del mármol y siempre traía a casa piezas bellísimas de minerales y fósiles. Me gustaba pasear por el campo y buscar minerales y coleccionarlos. Mi hermano tenía un libro de minerales y siempre estaba en mis manos. A mis 12 años me hice con un libro de Helena Galiana sobre Cristales, pero no lo trataba desde el punto de vista científico como yo estaba acostumbrada, sino desde el punto de vista energético, me encantó y me hice con

<http://www.mujeremprendedora.net/esther-verdu-esmagic-auna-alquimia-diseno-bienestar/>

varios más relacionados.

Tras un ERE en la empresa en la que trabajaba, empecé a comprar minerales y piezas de joyería para realizar creativities y composiciones de joyería y bisutería. Hice una cuenta de Instagram para mostrar mi trabajo y lo que empezó a ser una afición muy personal pasó a ser una mini tienda online, hasta que empecé a participar en Mercados de Artesanía y Mercados de Diseño.

Esmagic aúna alquimia, diseño y bienestar. Cree en la dualidad, en lo divino y en lo terrenal, en dos mundos, uno que se ve y otro que se siente. Las piezas aúnan esos dos mundos, tanto las **de joyería** que con tanto amor se preparan, como las piezas de **colección mineral**. Las traemos para que lleguen a los hogares o a cualquier espacio donde se necesite **decorar sintiendo la magia natural**. Los minerales son herramientas de conexión y bienestar interior y en Esmagic preparamos **kits bienestar de cristales naturales** para que se incorpore la magia mineral en el día a día.

¿Qué es la cristaloterapia?

La **Cristaloterapia** es una terapia alternativa y complementaria a toda medicina oficial. Se remonta a

<http://www.mujeremprendedora.net/esther-verdu-esmagic-auna-alquimia-diseno-bienestar/>

tiempos ancestrales, donde el uso de los minerales ha tenido un importante protagonismo en la influencia de la salud y el bienestar de las personas. La base de esta terapia es la **vibración energética de los cristales naturales sobre el cuerpo humano** y como interactúa con los siete puntos energéticos principales del cuerpo, llamados **chakras**, regulando la energía, equilibrándola y sanándola. La **Cristaloterapia es una terapia equilibrante para mantener y recuperar la salud en todos sus ámbitos.**

Los cristales tienen una estructura interna ordenada que les permite acumular energía (energía centrípeta) y cederla (energía centrífuga) al cuerpo humano. Para ello, se contempla su tamaño, su forma, su estructura, su color y su tiempo de exposición. Ya lo decía Nikola Testa en su libro *El problema del aumento de la energía humana*, escrito en 1891 y publicado en 1900: ***“En un cristal tenemos pruebas de la existencia de un principio de la vida formativa, y aunque no podemos entender la vida de un cristal, no obstante, es un ser vivo”***. También el investigador Marcel Vogel (IBM) realizó diversas investigaciones con cristales de cuarzo. Fue uno de los grandes pioneros en incorporar la refracción de los cuarzos en la tecnología. Patentó la talla multifacetada de los cuarzos, conocidos más adelante como Cuarzos Vogel. Él afirmaba que los cuarzos tomaban la frecuencia del amor, la amplificaban y la transmitían, siendo el amor el motor energético de estos.

<http://www.mujeremprendedora.net/esther-verdu-esmagic-auna-alquimia-diseno-bienestar/>

¿Qué le ha llevado a introducirse en el mundo de los minerales, la artesanía y el diseño?

Mi propia esencia. He fusionado todo lo que me apasiona y es así como ha nacido Esmagic.

¿Podría hablarnos de su experiencia en el Coworking de EOI?

Pasar por la EOI ha sido lo mejor que podía ocurrirle a mi proyecto. Es, sin duda, la formación que me ha impulsado con creces y ha elevado mi marca. Allí, he tenido la oportunidad de conocer a grandes profesionales, a establecer sinergias con otros proyectos emprendedores y conseguir multitud de recursos para aplicar en mi proyecto para su crecimiento y evolución. La guía que he tenido allí junto al tutor personal del proyecto, más las mentorías personalizadas, talleres, cursos y ejercicios han dotado a Esmagic de un valor muy grande. Ahora lo que necesito es tiempo para ir aplicando todo lo aprendido.

¿Cómo valora la experiencia de emprender?

Emprender es aprender, es una forma de vida. Todo lo que consigues emprendiendo también lo



incorporas en tu vida personal, de ahí que sea una forma de vida. El aprendizaje es continuo, todo lo que incorporas en la forma de llevar tu proyecto emprendedor es totalmente aplicable a tu día a día. Cómo gestionar las emociones, los pensamientos, los

<http://www.mujeremprendedora.net/esther-verdu-esmagic-auna-alquimia-diseno-bienestar/>

sentimientos, la parte más mental, física, etc. Cómo cuidarse por dentro y por fuera afecta totalmente a tu idea de negocio. Tienes que ser consciente que tu proyecto tiene que estar alineado contigo, tiene que rebosar y desprender tu esencia, ya que es lo que te permitirá conectar desde el corazón con los públicos. Es lo que te permitirá mantener tu entusiasmo, tu motivación y tu pasión hasta el final, porque habrá días malos, por lo que si no te llena tu proyecto emprendedor difícilmente se sostendrá en el tiempo. La paciencia y la perseverancia son pilares claves a la hora de emprender, y serán el pan de cada día hasta que puedas ver resultados. El crecimiento personal es enorme, porque dependes únicamente de ti y de tus propios recursos y es lo que te hace estar



despierta y atenta a las oportunidades que te brinda la vida.

¿Cuáles son sus objetivos a corto y largo plazo?

A corto plazo quiero incrementar los talleres y hacer un showroom mensual en diversas ciudades: Murcia, Alicante y Valencia primeramente. Ya lo estoy tramitando y en breve empezaré en Alicante. El año que viene, una vez definida y finalizada una nueva Colección de Joyería que tengo bocetada, la presentaré en Madrid en los markets de diseño más representativos de la capital. Quiero que Esmagic sea un punto de referencia no solo en diseño de joyas, sino también a nivel cristaloterapia, diseño y decoración desde un punto de vista consciente y de bienestar. Creo que es una terapia complementaria que nos invita a conectarnos con nosotros mismos a través de la naturaleza y, más concretamente, a través de los minerales. Merece la pena conocer la belleza, la armonía y la simbología que nos transmiten los minerales y su gran influencia beneficiosa en las personas. ¡Mi reto más top es escribir un libro de Cristaloterapia con mucho diseño y grandes ilustraciones de minerales!

Finalmente, ¿dónde podemos encontrar sus productos?

A día de hoy cuento con una tienda online (esmagic.es) dónde podréis ver las piezas de joyería,

<http://www.mujeremprendedora.net/esther-verdu-esmagic-auna-alquimia-diseno-bienestar/>

minerales y talleres que voy desarrollando. También encontráis la marca por las redes sociales: Facebook, Instagram y Pinterest. Próximamente también en Youtube. Esmagic también suele aparecer en algunos Markets de Diseño y Vida Consciente. Este diciembre participaré en la Feria de Bienestar y Consciencia en IFA (Recinto ferial de Alicante).

María Cano Rico

Carolina Lizandra, natural de Ferrol, está a punto de abrir en el barrio Ultramar Comer Sano Mola, un supermercado "healthy"

Reportaje | Los ingredientes de la cocina sana al alcance de la mano de los ferrolanos

ESTHER R. FERROL

El germen de la idea empresarial de la ferrolana Carolina Lizandra surgió de una cuenta de Instagram donde colgaba las recetas de cocina saludable que realizaba. Tras año y medio de trabajo, el próximo mes se materializará en el establecimiento de alimentación Comer Sano Mola, ubicado en la calle Paraguay nº1 del barrio de Ultramar.

La iniciativa se le ocurrió al percatarse de una necesidad que ningún otro establecimiento estaba cubriendo "Yo subía recetas a Instagram que elaboraba usando siempre productos naturales y la gente empezó a consultarme donde podía comprar los ingredientes. Durante ese tiempo me dedicaba profesionalmente a la carrera militar, pero no sentía que esta ocupación me llenase. Por ello, decidí coger una excedencia y centrarme en el proyecto de montar una tienda de alimentación especializada. Pensé que sería una buena idea empresarial montar un negocio de venta de productos que la gente no puede encontrar fácilmente, mayormente por Internet, donde te tienes que gastar bastante dinero en gastos de envío o que conlleven un coste adicional si son refrigerados. Teniendo un establecimiento en el que puedas comprar en menor cantidad, por unidad, este tipo de productos, el gasto sería más asequible al consumidor", cuenta.

Comer Sano Mola -nombre que según cuenta su creadora no está vinculado con Ferrol Mola solo fue una curiosa coincidencia- será, por lo tanto, un supermercado de "novel food". "Se trata de un concepto que mucha gente desconoce que se basa en versiones más saludables de los alimentos clásicos. Además, mi intención es realizar también

talleres de cocina, con recetas saludables, que se podría ampliar a otro tipo de recetas. Después de haber estudiado hostelería no tenía ningún sitio al que acudir para ampliar mis conocimientos culinarios. Por eso pensé que ampliar el negocio impartiendo cursos de cocina podría tener salida. En resumen, creo que se trata de un proyecto novedoso, con un concepto distinto al que suelen tener los establecimientos de comida sana", explica Carolina.

Llena de inquietudes

Carolina es una persona muy activa, profesionalmente hablando. Inició su formación con el ciclo de Restauración que se imparte en Pontedeume, el cual compaginaba trabajando en este ámbito en locales de la comarca. Posteriormente, realizó el ciclo de Turismo y, cuando pidió la excedencia, el de Informática.

No obstante, ha sido la formación en emprendimiento con el curso Go2Work, que ofrece el Igapec en la EOI de A Cabana, el que más le ha aportado y ayudado en este proyecto. "Estuve seis meses y salí encantada con todo lo que pude aprender y la ayuda que me prestaron, además de manera gratuita. Nada más finalizar la formación, empecé con las gestiones del proyecto empresarial. Se lo recomendaría a todo el que esté interesado en emprender. En breves comenzará su cuarta edición. Es maravilloso porque aparte de informarte y ayudarte en todo lo relativo a la gestión del emprendimiento, los responsables son unos profesionales que se involucran al máximo en cada proyecto individual", afirma.

Carolina constató, cuando recogía sus pedidos online, que hay mucha demanda del tipo de productos que se podrán encontrar en su tienda entre personas de 25 a 40 años. "Pero no todos eran deportistas, hay de todo. Comer



Arriba Carolina Lizandra, ideóloga y propietaria de Comer Sano Mola, que en diciembre se inaugurará en la calle Paraguay del barrio ferrolano de Ultramar. / Abajo algunos de los platos, preparados por la bloguera con ingredientes que se podrán comprar en su tienda.



saludablemente no implica pasar hambre ni seguir dietas espartanas. Tú puedes comer sano y engordar, pero sin hacerle daño a tu organismo", señala.

Precisamente la promoción de hábitos saludables en la zona es otro de sus objetivos. "Quiero hacer entender que se puede preparar una receta clásica con ingredientes más sanos, con lo cual ganamos en salud y podemos permitirnos disfrutar de esa receta que tanto nos gusta pero preparada de forma menos calórica y más divertida en muchos casos", explica.

Para ello además pretende crear sinergias con otros negocios de la zona como pueden ser centros de nutrición, gimnasios o gabinetes de psicología. "Son aspectos muy a tener en cuenta cuando uno lleva a cabo un plan integral de vida sana. La sinergia con estos ámbitos profesionales sería muy beneficiosa tanto para los negocios como para los clientes, porque el intrusismo laboral en temas que uno desconoce y pueden poner en riesgo la salud

de las personas no entra dentro de mis principios", cuenta.

Otra de las iniciativas que entusiasma a la ferrolana es la creación de una comunidad en torno al negocio "Me gustaría unir a gente con intereses comunes que puedan establecer una conexión, por ejemplo para ir al gimnasio o a correr, con mi colaboración. Mi idea es colocar un tablón de anuncios en donde la gente pueda encontrar personas afines, que muchas veces no se pueden conocer por falta de tiempo y porque tus ocupaciones te restan capacidad para hacer amigos", explica.

En cuanto a las promociones, ha pensado en incluir como regalo en las compras "la receta del mes", realizar sorteos presenciales y por redes sociales o crear cestas temáticas. "Tanto para consumo propio del cliente como para hacer un regalo. Cestas que contuviesen, por ejemplo, todos los ingredientes para elaborar una receta, como una forma de facilitar el preparado del plato ahorrándole el tiempo que invertirías en tener que comprar los in-

gredientes por separado", explica.

El local tendrá un diseño muy limpio, de líneas puras y colores claros, con un toque moderno. Además, el establecimiento será "pet friendly", es decir, todos los clientes que deseen ir a comprar con sus mascotas serán bien recibidos.

Como enamorada de su ciudad Carolina asegura que este es el lugar adecuado para su negocio pues "necesita de emprendedores para reactivar la economía".

Carolina anima a los ferrolanos a visitar su establecimiento no solo porque podrán adquirir estos ingredientes ahorrándose tiempo y dinero sino también porque "les proporcionará un asesoramiento de primera mano y personalizado acerca de la utilización de los productos", asegura.

Para cualquier información a mayores o estar al tanto de las nuevas recetas que Carolina está creando se le puede seguir en la página de Facebook "Comer Sano Mola", en el instagram @comersanomolashop o en la página web www.comersanomola.com.

Reportaje | Los ingredientes de la cocina sana al alcance de la mano de los ferrolanos

original



Arriba Carolina Lizandra, ideóloga y propietaria de Comer Sano Mola, que en diciembre se inaugurará en la calle Paraguay del barrio ferrolano de Ultramar.

El germen de la idea empresarial de la ferrolana Carolina Lizandra surgió de una cuenta de Instagram donde colgaba las recetas de cocina saludable que realizaba.

Tras año y medio de trabajo, el próximo mes se materializará en el establecimiento de alimentación Comer Sano Mola, ubicado en la calle Paraguay nº1 del barrio de Ultramar.

La iniciativa se le ocurrió al percatarse de una necesidad que ningún otro establecimiento estaba cubriendo “Yo subía recetas a Instagram que elaboraba usando siempre productos naturales y la gente empezó a consultarme donde podía comprar los ingredientes. Durante ese tiempo me dedicaba profesionalmente a la carrera militar, pero no sentía que esta ocupación me llenase. Por ello, decidí coger una excedencia y centrarme en el proyecto de montar una tienda de alimentación especializada. Pensé que sería una buena idea empresarial montar un negocio de venta de productos que la gente no puede encontrar fácilmente, mayormente por Internet, donde te tienes que gastar bastante dinero en gastos de envío o que conllevan un coste adicional si son refrigerados. Teniendo un establecimiento en el que puedas comprar en menor cantidad, por unidad, este tipo de productos, el gasto sería más asequible al consumidor”, cuenta

Comer Sano Mola –nombre que según cuenta su creadora no está vinculado con Ferrol Mola solo fue una curiosa coincidencia– será, por lo tanto, un supermercado de “novel food”. “Se

http://es.eprensa.com/cgi-bin/view_digital_media.cgi?subclient_id=4630&comps_id=185600651

trata de un concepto que mucha gente desconoce que se basa en versiones más saludables de los alimentos clásicos. Además, mi intención es realizar también talleres de cocina, con recetas saludables, que se podría ampliar a otro tipo de recetas. Después de haber estudiado hostelería no tenía ningún sitio al que acudir para ampliar mis conocimientos culinarios. Por eso pensé que ampliar el negocio impartiendo cursos de cocina podría tener salida. En resumen, creo que se trata de un proyecto novedoso, con un concepto distinto al que suelen tener los establecimientos de comida sana”, explica Carolina.

Llena de inquietudes

Carolina es una persona muy activa, profesionalmente hablando. Inició su formación con el ciclo de Restauración que se imparte en Pontedeume, el cual compaginaba trabajando en este ámbito en locales de la comarca. Posteriormente, realizó el ciclo de Turismo y, cuando pidió la excedencia, el de Informática.

No obstante, ha sido la formación en emprendimiento con el curso Go2Work, que ofrece el Igape en la EOI de A Cabana, el que más le ha aportado y ayudado en este proyecto. “Estuve seis meses y salí encantada con todo lo que pude aprender y la ayuda que me prestaron, además de manera gratuita. Nada más finalizar la formación, empecé con las gestiones del proyecto empresarial. Se lo recomendaría a todo el que esté interesado en emprender. En breves comenzará su cuarta edición. Es maravilloso porque aparte de informarte y ayudarte en todo lo relativo a la gestión del emprendimiento, los responsables son unos profesionales que se involucran al máximo en cada proyecto individual”, afirma.

Carolina constató, cuando recogía sus pedidos online, que hay mucha demanda del tipo de productos que se podrán encontrar en su tienda entre personas de 25 a 40 años. “Pero no todos eran deportistas, hay de todo. Comer saludablemente no implica pasar hambre ni seguir dietas espartanas. Tú puedes comer sano y engordar, pero sin hacerle daño a tu organismo”, señala.

Precisamente la promoción de hábitos saludables en la zona es otro de sus objetivos. “Quiero hacer entender que se puede preparar una receta clásica con ingredientes más sanos, con lo cual ganamos en salud y podemos permitirnos disfrutar de esa receta que tanto nos gusta pero preparada de forma menos calórica y más divertida en muchos casos”, explica.

Para ello además pretende crear sinergias con otros negocios de la zona como pueden ser centros de nutrición, gimnasios o gabinetes de psicología. “Son aspectos muy a tener en cuenta cuando uno lleva a cabo un plan integral de vida sana. La sinergia con estos ámbitos profesionales sería muy beneficiosa tanto para los negocios como para los clientes, porque el intrusismo laboral en temas que uno desconoce y pueden poner en riesgo la salud de las personas no entra dentro de mis principios”, cuenta.

Otra de las iniciativas que entusiasma a la ferrolana es la creación de una comunidad en torno al negocio “Me gustaría unir a gente con intereses comunes que puedan establecer una conexión, por ejemplo para ir al gimnasio o a correr, con mi colaboración. Mi idea es colocar un tablón de anuncios en donde la gente pueda encontrar personas afines, que muchas veces no se pueden conocer por falta de tiempo y porque tus ocupaciones te restan capacidad para hacer amigos”, explica.

http://es.eprensa.com/cgi-bin/view_digital_media.cgi?subclient_id=4630&comps_id=185600651

En cuanto a las promociones, ha pensado en incluir como regalo en las compras “la receta del mes”, realizar sorteos presenciales y por redes sociales o crear cestas temáticas. “Tanto para consumo propio del cliente como para hacer un regalo. Cestas que contuviesen, por ejemplo, todos los ingredientes para elaborar una receta, como una forma de facilitar el preparado del plato ahorrándote el tiempo que invertirías en tener que comprar los ingredientes por separado”, explica.

El local tendrá un diseño muy limpio, de líneas puras y colores claros, con un toque moderno. Además, el establecimiento será “pet friendly”, es decir, todos los clientes que deseen ir a comprar con sus mascotas serán bien recibidos.

Como enamorada de su ciudad Carolina asegura que este es el lugar adecuado para su negocio pues “necesita de emprendedores para reactivar la economía”.

Carolina anima a los ferrolanos a visitar su establecimiento no solo porque podrán adquirir estos ingredientes ahorrándose tiempo y dinero sino también porque “les proporcionaré un asesoramiento de primera mano y personalizado acerca de la utilización de los productos”, asegura.

Para cualquier información a mayores o estar al tanto de las nuevas recetas que Carolina está creando se le puede seguir en la página de Facebook “Comer Sano Mola”, en el instagram @comersanomolashop o en la página web www.comersanomola.com.



https://www.elperiodicoextremadura.com/noticias/merida/ampliacion-convenio-eoi-cursos_1128298.html

Ampliación del convenio con la eoi para cursos

original

3El ayuntamiento amplía por un año el convenio con la Escuela de Organización Industrial (EOI) para el desarrollo del Programa Operativo de Empleo y Formación, para celebrar más cursos entre enero y junio de 2019.

el Periódico Extremadura

http://www.elperiodicoextremadura.com/noticias/merida/ampliacion-convenio-eoi-cursos_1128298.html

Ampliación del convenio con la eoi para cursos

original

3El ayuntamiento amplía por un año el convenio con la Escuela de Organización Industrial (EOI) para el desarrollo del Programa Operativo de Empleo y Formación, para celebrar más cursos entre enero y junio de 2019.

The logo for 'el Periódico Extremadura' is displayed in white text on a dark teal background. The word 'el' is in a smaller font, followed by 'Periódico' in a large, bold, sans-serif font. The word 'Extremadura' is in a smaller font, positioned to the right of 'Periódico'.

AMPLIACIÓN DEL CONVENIO CON LA EOI PARA CURSOS

►El ayuntamiento amplía por un año el convenio con la Escuela de Organización Industrial (EOI) para el desarrollo del Programa Operativo de Empleo y Formación, para celebrar más cursos entre enero y junio de 2019.

El Consistorio destina 16.000 euros a alimentos perecederos

:: M. Á. M.

MÉRIDA. La Junta de Gobierno ha aprobado destinar una subvención por un importe de 16.000 euros, procedentes de fondos municipales, a la adquisición de alimentos perecederos para las familias más necesitadas de la ciudad. Así lo anunció ayer la delegada de Servicios Sociales Catalina Alarcón.

Durante las fechas navideñas, son muchas las asociaciones de la ciudad que llevan a cabo recogidas y reparto de alimentos no perecederos a las familias más humildes. A esta acción se quiere sumar el Ayuntamiento, pero distribuyendo entre las personas con menos recursos productos perecederos, es decir, carne,

pescado, frutas, verduras, huevos y productos navideños.

La concejala de Servicios Sociales informó que para acceder a las ayudas del Ayuntamiento, que permitan optar al reparto, las asociaciones deberán cumplir una serie de requisitos. Algunos de ellos son que deben estar inscritas en el registro de entidades del Ayuntamiento, que sean asociaciones pro gubernamentales y sin ánimo de lucro, que demuestren que de forma regular acuden al Banco de Alimentos o que al menos lo hicieron los últimos cuatro meses. Otra de las cosas que tienen que cumplir es que deberán estar al corriente de las obligaciones tributarias, que presenten una me-

moria de actividades y el número de familias a las que atienden de forma habitual.

Por su parte, el concejal de Policía Local, Tráfico y Seguridad Ciudadana, Marco Antonio Guijarro, también anunció como acuerdos de Junta de Gobierno la cesión de la Institución Ferial de Mérida (Ifeme) a la Unión de Cooperativas de Trabajo Asociado (UCETA), para la celebración de la Feria de Servicios Sociales y Economía Social de Extremadura, que se desarrollará los días 14 y 15 de diciembre.

También anunció la aprobación de la adenda del convenio entre el Ayuntamiento y la Escuela de Organización Industrial (EOI) para el desarrollo del Programa Operativo de Empleo y Formación, convenio que se amplía un año para celebrar más cursos entre enero y junio de 2019, y que no conlleva coste adicional para el Ayuntamiento.

<http://www.hoy.es/merida/consistorio-destina-16000-20181124001425-ntvo.html>

El Consistorio destina 16.000 euros a alimentos perecederos

original

La Junta de Gobierno ha aprobado destinar una subvención por un importe de 16.000 euros, procedentes de fondos municipales, a la adquisición de alimentos perecederos para las familias más necesitadas de la ciudad. Así lo anunció ayer la delegada de Servicios Sociales Catalina Alarcón.

Durante las fechas navideñas, son muchas las asociaciones de la ciudad que llevan a cabo recogidas y reparto de alimentos no perecederos a las familias más humildes. A esta acción se quiere sumar el Ayuntamiento, pero distribuyendo entre las personas con menos recursos productos perecederos, es decir, carne, pescado, frutas, verduras, huevos y productos navideños.

La concejala de Servicios Sociales informó que para acceder a las ayudas del Ayuntamiento, que permitan optar al reparto, las asociaciones deberán cumplir una serie de requisitos. Algunos de ellos son que deben estar inscritas en el registro de entidades del Ayuntamiento, que sean asociaciones pro gubernamentales y sin ánimo de lucro, que demuestren que de forma regular acuden al Banco de Alimentos o que al menos lo hicieron los últimos cuatro meses. Otra de las cosas que tienen que cumplir es que deberán estar al corriente de las obligaciones tributarias, que presenten una memoria de actividades y el número de familias a las que atienden de forma habitual.

Por su parte, el concejal de Policía Local, Tráfico y Seguridad Ciudadana, Marco Antonio Guijarro, también anunció como acuerdos de Junta de Gobierno la cesión de la Institución Ferial de Mérida (Ifeme) a la Unión de Cooperativas de Trabajo Asociado (UCETA), para la celebración de la Feria de Servicios Sociales y Economía Social de Extremadura, que se desarrollará los días 14 y 15 de diciembre.

También anunció la aprobación de la adenda del convenio entre el Ayuntamiento y la Escuela de Organización Industrial (EOI) para el desarrollo del Programa Operativo de Empleo y Formación, convenio que se amplía un año para celebrar más cursos entre enero y junio de 2019, y que no conlleva coste adicional para el Ayuntamiento.

http://es.eprensa.com/cgi-bin/view_digital_media.cgi?subclient_id=4630&comps_id=186618769

La integración laboral de los jóvenes en Castilla-La Mancha sirve de ejemplo a representantes de servicios públicos de empleo de distintos países de Europa

JCCM • [original](#)



Es momento
de dialogar
y trabajar unidos,
de escucharte y
de tenderte una
mano que
nos una para
crecer juntos



Tras la presentación por parte de la EOI de su labor en España y en Castilla-La Mancha, donde destacaron la importante labor del Gobierno regional, se proyectó un vídeo relativo a dos proyectos emprendedores inclusivos que están participando ahora mismo en el proceso de mentorización y formación que se desarrolla en el espacio coworking de **Toledo: 'Abono Café' y 'E+Music'**.

Toledo, 25 de noviembre de 2018.- Durante los días 21, 22 y 23 de noviembre se han reunido en Toledo entidades europeas de servicios públicos de empleo y entidades que trabajan en la integración de los jóvenes, de Italia (Trento, **Turín**), Suiza (Livorno), Dinamarca (**Copenhague**), Países Bajos (Amsterdam), Alemania (**Berlín**) y de **Barcelona** con responsables y técnicos del **Gobierno de Castilla-La Mancha**, de las Consejería Economía, Empresas y Empleo y Educación Cultura y Deportes.

CECAP ha servido como muestra de buenas prácticas de la integración de jóvenes que a través del emprendimiento inclusivo han conseguido un empleo y así su plena inclusión social. En el encuentro de tres días de duración han compartido las buenas prácticas desarrolladas por la Administración regional en la atención, orientación, formación e integración laboral de los jóvenes que ni estudian ni trabajan.

Los miembros del programa Erasmus+ han podido conocer de primera mano y directamente de los propios protagonistas, profesionales y jóvenes participantes, programas de segunda oportunidad para los jóvenes que abandonaron de forma prematura sus estudios, de formación de adultos. Han podido visitar proyectos de emprendimiento inclusivo, como los que lleva a cabo CECAP y centros de coworking, impulsados por el Gobierno regional y la EOI.

Tras la presentación por parte de la EOI de su labor en España y en Castilla-La Mancha, donde destacaron la importante labor del Gobierno regional, se proyectó un vídeo relativo a dos proyectos emprendedores inclusivos que están participando ahora mismo en el proceso de mentorización y formación que se desarrolla en el espacio coworking de Toledo: 'Abono Café' y 'E+Music'.

La delegación tuvo oportunidad de conocer el caso de 'Abono Café', una cooperativa dedicada a la generación de un fertilizante ecológico mediante la lombricultura. Posteriormente, acudieron a conocer el proyecto 'E+Music', en una fase aún embrionaria, y donde comprobaron los primeros pasos en esta iniciativa destinada al montaje y embalaje de guitarras eléctricas y módulos que permiten optimizar el uso de las mismas.

Además, se han celebrado encuentros con los profesionales responsables de la información juvenil, o del programa para el Retorno del Talento.

Del mismo modo, se les mostraron las ayudas del Gobierno de Castilla-La Mancha de Contrato Joven, Bolsas de Empleo para titulados o programas mixtos de formación como Empleo Plus o Dual Empleo.

La integración laboral de los jóvenes en Castilla-La Mancha sirve de ejemplo a representantes de servicios públicos de empleo de distintos países de Europa

original



Toledo, 25 de noviembre de 2018.- Durante los días 21, 22 y 23 de noviembre se han reunido en Toledo entidades europeas de servicios públicos de empleo y entidades que trabajan en la integración de los jóvenes, de Italia (Trento, Turín), Suiza (Livorno), Dinamarca (Copenhague), Países Bajos (Amsterdam), Alemania (Berlín) y de Barcelona con responsables y técnicos del Gobierno de Castilla-La Mancha, de las Consejería Economía, Empresas y Empleo y Educación Cultura y Deportes.

CECAP ha servido como muestra de buenas prácticas de la integración de jóvenes que a través del emprendimiento inclusivo han conseguido un empleo y así su plena inclusión social. En el encuentro de tres días de duración han compartido las buenas prácticas desarrolladas por la Administración regional en la atención, orientación, formación e integración laboral de los jóvenes que ni estudian ni trabajan.

Los miembros del programa Erasmus+ han podido conocer de primera mano y directamente de los propios protagonistas, profesionales y jóvenes participantes, programas de segunda oportunidad para los jóvenes que abandonaron de forma prematura sus estudios, de formación de adultos. Han podido visitar proyectos de emprendimiento inclusivo, como los que lleva a cabo CECAP y centros de coworking, impulsados por el Gobierno regional y la EOI.

http://es.eprensa.com/cgi-bin/view_digital_media.cgi?subclient_id=4630&comps_id=186619435

Tras la presentación por parte de la EOI de su labor en España y en Castilla-La Mancha, donde destacaron la importante labor del Gobierno regional, se proyectó un vídeo relativo a dos proyectos emprendedores inclusivos que están participando ahora mismo en el proceso de mentorización y formación que se desarrolla en el espacio coworking de Toledo: 'Abono Café' y 'E+Music'.

La delegación tuvo oportunidad de conocer el caso de 'Abono Café', una cooperativa dedicada a la generación de un fertilizante ecológico mediante la lombricultura. Posteriormente, acudieron a conocer el proyecto 'E+Music', en una fase aún embrionaria, y donde comprobaron los primeros pasos en esta iniciativa destinada al montaje y embalaje de guitarras eléctricas y módulos que permiten optimizar el uso de las mismas.

Además, se han celebrado encuentros con los profesionales responsables de la información juvenil, o del programa para el Retorno del Talento.

Del mismo modo, se les mostraron las ayudas del Gobierno de Castilla-La Mancha de Contrato Joven, Bolsas de Empleo para titulados o programas mixtos de formación como Empleo Plus o Dual Empleo.

La integración laboral de los jóvenes en Castilla-La Mancha sirve de ejemplo a representantes de servicios públicos de empleo de distintos países de Europa

original



Tras la presentación por parte de la EOI de su labor en España y en Castilla-La Mancha, donde destacaron la importante labor del Gobierno regional, se proyectó un vídeo relativo a dos proyectos emprendedores inclusivos que están participando ahora mismo en el proceso de mentorización y formación que se desarrolla en el espacio coworking de Toledo: 'Abono Café' y 'E+Music'.

Toledo, 25 de noviembre de 2018.- Durante los días 21, 22 y 23 de noviembre se han reunido en Toledo entidades europeas de servicios públicos de empleo y entidades que trabajan en la integración de los jóvenes, de Italia (Trento, Turín), Suiza (Livorno), Dinamarca (Copenhague), Países Bajos (Amsterdam), Alemania (Berlín) y de Barcelona con responsables y técnicos del Gobierno de Castilla-La Mancha, de las Consejería Economía, Empresas y Empleo y Educación Cultura y Deportes.

CECAP ha servido como muestra de buenas prácticas de la integración de jóvenes que a través del emprendimiento inclusivo han conseguido un empleo y así su plena inclusión social. En el encuentro de tres días de duración han compartido las buenas prácticas desarrolladas por la Administración regional en la atención, orientación,



http://es.eprensa.com/cgi-bin/view_digital_media.cgi?subclient_id=4630&comps_id=186625149

formación e integraron laboral de los jóvenes que ni estudian ni trabajan.

Los miembros del programa Erasmus+ han podido conocer de primera mano y directamente de los propios protagonistas, profesionales y jóvenes participantes, programas de segunda oportunidad para los jóvenes que abandonaron de forma prematura sus estudios, de formación de adultos. Han podido visitar proyectos de emprendimiento inclusivo, como los que lleva a cabo CECAP y centros de coworking, impulsados por el Gobierno regional y la EOI.

Tras la presentación por parte de la EOI de su labor en España y en Castilla-La Mancha, donde destacaron la importante labor del Gobierno regional, se proyectó un vídeo relativo a dos proyectos emprendedores inclusivos que están participando ahora mismo en el proceso de mentorización y formación que se desarrolla en el espacio coworking de Toledo: 'Abono Café' y 'E+Music'.

La delegación tuvo oportunidad de conocer el caso de 'Abono Café', una cooperativa dedicada a la generación de un fertilizante ecológico mediante la lombricultura. Posteriormente, acudieron a conocer el proyecto 'E+Music', en una fase aún embrionaria, y donde comprobaron los primeros pasos en esta iniciativa destinada al montaje y embalaje de guitarras eléctricas y módulos que permiten optimizar el uso de las mismas.

Además, se han celebrado encuentros con los profesionales responsables de la información juvenil, o del programa para el Retorno del Talento.

Del mismo modo, se les mostraron las ayudas del Gobierno de Castilla-La Mancha de Contrato Joven, Bolsas de Empleo para titulados o programas mixtos de formación como Empleo Plus o Dual Empleo.

http://www.lacomarcadepuertollano.com/diario/noticia/2018_11_25/10

La integración laboral de los jóvenes en Castilla-La Mancha, un ejemplo para representantes de distintos países de Europa

original



http://www.lacomarcadepuertollano.com/diario/noticia/2018_11_25/10

Tras la presentación por parte de la EOI de su labor en España y en Castilla-La Mancha, donde destacaron la importante labor del Gobierno regional, se proyectó un vídeo relativo a dos proyectos emprendedores inclusivos que están participando ahora mismo en el proceso de mentorización y formación que se desarrolla en el espacio coworking de Toledo: 'Abono Café' y 'E+Music'

Durante los días 21, 22 y 23 de noviembre se han reunido en Toledo entidades europeas de servicios públicos de empleo y entidades que trabajan en la integración de los jóvenes, de Italia (Trento, Turín), Suiza (Livorno), Dinamarca (Copenhague), Países Bajos (Amsterdam), Alemania (Berlín) y de Barcelona con responsables y técnicos del Gobierno de Castilla-La Mancha, de las Consejería Economía, Empresas y Empleo y Educación Cultura y Deportes.

CECAP ha servido como muestra de buenas prácticas de la integración de jóvenes que a través del emprendimiento inclusivo han conseguido un empleo y así su plena inclusión social. En el encuentro de tres días de duración han compartido las buenas prácticas desarrolladas por la Administración regional en la atención, orientación, formación e integración laboral de los jóvenes que ni estudian ni trabajan.

Los miembros del programa Erasmus+ han podido conocer de primera mano y directamente de los propios protagonistas, profesionales y jóvenes participantes, programas de segunda oportunidad para los jóvenes que abandonaron de forma prematura sus estudios, de formación de adultos. Han podido visitar proyectos de emprendimiento inclusivo, como los que lleva a cabo CECAP y centros de coworking, impulsados por el Gobierno regional y la EOI.

Tras la presentación por parte de la EOI de su labor en España y en Castilla-La Mancha,

http://www.lacomarcadepuertollano.com/diario/noticia/2018_11_25/10

donde destacaron la importante labor del Gobierno regional, se proyectó un vídeo relativo a dos proyectos emprendedores inclusivos que están participando ahora mismo en el proceso de mentorización y formación que se desarrolla en el espacio coworking de Toledo: 'Abono Café' y 'E+Music'.

La delegación tuvo oportunidad de conocer el caso de 'Abono Café', una cooperativa dedicada a la generación de un fertilizante ecológico mediante la lombricultura. Posteriormente, acudieron a conocer el proyecto 'E+Music', en una fase aún embrionaria, y donde comprobaron los primeros pasos en esta iniciativa destinada al montaje y embalaje de guitarras eléctricas y módulos que permiten optimizar el uso de las mismas.

Además, se han celebrado encuentros con los profesionales responsables de la información juvenil, o del programa para el Retorno del Talento.

Del mismo modo, se les mostraron las ayudas del Gobierno de Castilla-La Mancha de Contrato Joven, Bolsas de Empleo para titulados o programas mixtos de formación como Empleo Plus o Dual Empleo.

La integración laboral de los jóvenes en Castilla-La Mancha, ejemplo para distintos países de Europa

original



Durante los días 21, 22 y 23 de noviembre se han reunido en Toledo entidades europeas de servicios públicos de empleo y entidades que trabajan en la integración de los jóvenes, de Italia (Trento, Turín), Suiza (Livorno), Dinamarca (Copenhague), Países Bajos (Amsterdam), Alemania (Berlín) y de Barcelona con responsables y técnicos del Gobierno de Castilla-La Mancha, de las Consejería Economía, Empresas y Empleo y Educación Cultura y Deportes.

CECAP ha servido como muestra de buenas prácticas de la integración de jóvenes que a través del emprendimiento inclusivo han conseguido un empleo y así su plena inclusión social. En el encuentro de tres días de duración han compartido las buenas prácticas desarrolladas por la Administración regional en la atención, orientación, formación e integración laboral de los jóvenes que ni estudian ni trabajan.

Los miembros del programa Erasmus+ han podido conocer de primera mano y directamente de los propios protagonistas, profesionales y jóvenes participantes, programas de segunda oportunidad para los jóvenes que abandonaron de forma prematura sus estudios, de formación de adultos. Han podido visitar proyectos de emprendimiento inclusivo, como los que lleva a cabo CECAP y centros de coworking, impulsados por el Gobierno regional y la EOI.

Tras la presentación por parte de la EOI de su labor en España y en Castilla-La Mancha, donde destacaron la importante labor del Gobierno regional, se proyectó un vídeo relativo a dos proyectos emprendedores inclusivos que están participando ahora mismo en el proceso de mentorización y formación que se desarrolla en el espacio coworking de Toledo: 'Abono Café'

y 'E+Music'.

La delegación tuvo oportunidad de conocer el caso de 'Abono Café', una cooperativa dedicada a la generación de un fertilizante ecológico mediante la lombricultura. Posteriormente, acudieron a conocer el proyecto 'E+Music', en una fase aún embrionaria, y donde comprobaron los primeros pasos en esta iniciativa destinada al montaje y embalaje de guitarras eléctricas y módulos que permiten optimizar el uso de las mismas.

Además, se han celebrado encuentros con los profesionales responsables de la información juvenil, o del programa para el Retorno del Talento.

Del mismo modo, se les mostraron las ayudas del Gobierno de Castilla-La Mancha de Contrato Joven, Bolsas de Empleo para titulados o programas mixtos de formación como Empleo Plus o Dual Empleo.

La integración laboral de los jóvenes en Castilla-La Mancha sirve de ejemplo a representantes de servicios públicos de empleo de distintos países de Europa

miciudadreal • [original](#)

Durante los días 21, 22 y 23 de noviembre se han reunido en Toledo entidades europeas de servicios públicos de empleo y entidades que trabajan en la integración de los jóvenes, de Italia (Trento, Turín), Suiza (Livorno), Dinamarca (Copenhague), Países Bajos (Amsterdam), Alemania (Berlín) y de Barcelona con responsables y técnicos del Gobierno de Castilla-La Mancha, de las Consejería Economía, Empresas y Empleo y Educación Cultura y Deportes.

CECAP ha servido como muestra de buenas prácticas de la integración de jóvenes que a través del emprendimiento inclusivo han conseguido un empleo y así su plena inclusión social. En el encuentro de tres días de duración han compartido las buenas prácticas desarrolladas por la Administración regional en la atención, orientación, formación e integraron laboral de los jóvenes que ni estudian ni trabajan.

Los miembros del programa Erasmus+ han podido conocer de primera mano y directamente de los propios protagonistas, profesionales y jóvenes participantes, programas de segunda oportunidad para los jóvenes que abandonaron de forma prematura sus estudios, de formación de adultos. Han con podido visitar proyectos de emprendimiento inclusivo, como los que lleva a cabo CECAP y centros de coworking, impulsados por el Gobierno regional y la EOI.

Tras la presentación por parte de la EOI de su labor en España y en Castilla-La Mancha, donde destacaron la importante labor del Gobierno regional, se proyectó un vídeo relativo a dos proyectos emprendedores inclusivos que están participando ahora mismo en el proceso de mentorización y formación que se desarrolla en el espacio coworking de Toledo: 'Abono Café' y 'E+Music'.

La delegación tuvo oportunidad de conocer el caso de 'Abono Café', una cooperativa dedicada a la generación de un fertilizante ecológico mediante la lombricultura. Posteriormente, acudieron a conocer el proyecto 'E+Music', en una fase aún embrionaria, y donde comprobaron los primeros pasos en esta iniciativa destinada al montaje y embalaje de guitarras eléctricas y módulos que permiten optimizar el uso de las mismas.

Además, se han celebrado encuentros con los profesionales responsables de la información juvenil, o del programa para el Retorno del Talento.

Del mismo modo, se les mostraron las ayudas del Gobierno de Castilla-La Mancha de Contrato Joven, Bolsas de Empleo para titulados o programas mixtos de formación como Empleo Plus o Dual Empleo.

http://es.eprensa.com/cgi-bin/view_digital_media.cgi?subclient_id=4630&comps_id=186635086

 Me gusta 0

Compartir

Etiquetas: Junta de Comunidades de Castilla-La Mancha

La integración laboral de los jóvenes en Castilla-La Mancha sirve de ejemplo a representantes de servicios públicos de empleo de distintos países de Europa

original

Consejería de Economía, Empresas y Empleo

Tras la presentación por parte de la EOI de su labor en España y en Castilla-La Mancha, donde destacaron la importante labor del Gobierno regional, se proyectó un vídeo relativo a dos proyectos emprendedores inclusivos que están participando ahora mismo en el proceso de mentorización y formación que se desarrolla en el espacio coworking de Toledo: 'Abono Café' y 'E+Music'.



La integración laboral de los jóvenes en Castilla-La Mancha sirve de ejemplo a representantes de servicios públicos de empleo de distintos países de Europa

original



Durante los días 21, 22 y 23 de noviembre se han reunido en Toledo entidades europeas de servicios públicos de empleo y entidades que trabajan en la integración de los jóvenes, de Italia (Trento, Turín), Suiza (Livorno), Dinamarca (Copenhague), Países Bajos (Amsterdam), Alemania (Berlín) y de Barcelona con responsables y técnicos del Gobierno de Castilla-La Mancha, de las Consejería Economía, Empresas y Empleo y Educación Cultura y Deportes.

CECAP ha servido como muestra de buenas prácticas de la integración de jóvenes que a través del emprendimiento inclusivo han conseguido un empleo y así su plena inclusión social. En el encuentro de tres días de duración han compartido las buenas prácticas desarrolladas por la Administración regional en la atención, orientación, formación e integración laboral de los jóvenes que ni estudian ni trabajan.

Los miembros del programa Erasmus+ han podido conocer de primera mano y directamente de los propios protagonistas, profesionales y jóvenes participantes, programas de segunda oportunidad para los jóvenes que abandonaron de forma prematura sus estudios, de formación de adultos. Han podido visitar proyectos de emprendimiento inclusivo, como los que lleva a cabo CECAP y centros de coworking, impulsados por el Gobierno regional y la EOI.

http://es.eprensa.com/cgi-bin/view_digital_media.cgi?subclient_id=4630&comps_id=186655188

Tras la presentación por parte de la EOI de su labor en España y en Castilla-La Mancha, donde destacaron la importante labor del Gobierno regional, se proyectó un vídeo relativo a dos proyectos emprendedores inclusivos que están participando ahora mismo en el proceso de mentorización y formación que se desarrolla en el espacio coworking de Toledo: 'Abono Café' y 'E+Music'.

La delegación tuvo oportunidad de conocer el caso de 'Abono Café', una cooperativa dedicada a la generación de un fertilizante ecológico mediante la lombricultura. Posteriormente, acudieron a conocer el proyecto 'E+Music', en una fase aún embrionaria, y donde comprobaron los primeros pasos en esta iniciativa destinada al montaje y embalaje de guitarras eléctricas y módulos que permiten optimizar el uso de las mismas.

Además, se han celebrado encuentros con los profesionales responsables de la información juvenil, o del programa para el Retorno del Talento.

Del mismo modo, se les mostraron las ayudas del Gobierno de Castilla-La Mancha de Contrato Joven, Bolsas de Empleo para titulados o programas mixtos de formación como Empleo Plus o Dual Empleo.

Representantes de servicios de empleo de varios países europeos se interesan por la integración laboral juvenil en C-LM

La Cerca / EP • original



Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales

Durante los días 21, 22 y 23 de noviembre se han reunido en Toledo entidades europeas de servicios públicos de empleo y entidades que trabajan en la integración de los jóvenes de Italia (Trento, Turín), Suiza (Livorno), Dinamarca (Copenhague), Países Bajos (Amsterdam), Alemania (Berlín) y de Barcelona con responsables y técnicos del Gobierno de Castilla-La Mancha, de las Consejería Economía, Empresas y Empleo y Educación Cultura y Deportes.

CECAP ha servido como muestra de buenas prácticas de la integración de jóvenes que a través del emprendimiento inclusivo han conseguido un empleo y así su plena

<http://www.lacerca.com/noticias/toledo/servicios-paises-interesan-integracion-laborar-juvenil-c-lm-446543-1.html>

inclusión social. En el encuentro de tres días de duración han compartido las buenas prácticas desarrolladas por la Administración regional en la atención, orientación, formación e integraron laboral de los jóvenes que ni estudian ni trabajan, ha informado la Junta en nota de prensa.

Los miembros del programa Erasmus+ han podido conocer de primera mano y directamente de los propios protagonistas, profesionales y jóvenes participantes, programas de segunda oportunidad para los jóvenes que abandonaron de forma prematura sus estudios, de formación de adultos. Han con podido visitar proyectos de emprendimiento inclusivo, como los que lleva a cabo CECAP y centros de coworking, impulsados por el Gobierno regional y la EOI.

Tras la presentación por parte de la EOI de su labor en España y en Castilla-La Mancha, donde destacaron la importante labor del Gobierno regional, se proyectó un vídeo relativo a dos proyectos emprendedores inclusivos que están participando ahora mismo en el proceso de mentorización y formación que se desarrolla en el espacio coworking de Toledo: 'Abono Café' y 'E+Music'.

La delegación tuvo oportunidad de conocer el caso de 'Abono Café', una cooperativa dedicada a la generación de un fertilizante ecológico mediante la lombricultura. Posteriormente, acudieron a conocer el proyecto 'E+Music', en una fase aún embrionaria, y donde comprobaron los primeros pasos en esta iniciativa destinada al montaje y embalaje de guitarras eléctricas y módulos que permiten optimizar el uso de las mismas.

Además, se han celebrado encuentros con los profesionales responsables de la información juvenil, o del programa para el Retorno del Talento.

Del mismo modo, se les mostraron las ayudas del Gobierno de Castilla-La Mancha de Contrato Joven, Bolsas de Empleo para titulados o programas mixtos de formación como Empleo Plus o Dual Empleo.

La integración laboral de los jóvenes en Castilla-La Mancha sirve de ejemplo a representantes de servicios públicos de empleo de distintos países de Europa

original

Tras la presentación por parte de la EOI de su labor en España y en Castilla-La Mancha, donde destacaron la importante labor del Gobierno regional, se proyectó un vídeo relativo a dos proyectos emprendedores inclusivos que están participando ahora mismo en el proceso de mentorización y formación que se desarrolla en el espacio coworking de Toledo: 'Abono Café' y 'E+Music'

Durante los días 21, 22 y 23 de noviembre se han reunido en Toledo entidades europeas de servicios públicos de empleo y entidades que trabajan en la integración de los jóvenes, de Italia (Trento, Turín), Suiza (Livorno), Dinamarca (Copenhague), Países Bajos (Amsterdam), Alemania (Berlín) y de Barcelona con responsables y técnicos del Gobierno de Castilla-La Mancha, de las Consejería Economía, Empresas y Empleo y Educación Cultura y Deportes.

CECAP ha servido como muestra de buenas prácticas de la integración de jóvenes que a través del emprendimiento inclusivo han conseguido un empleo y así su plena inclusión social. En el encuentro de tres días de duración han compartido las buenas prácticas desarrolladas por la Administración regional en la atención, orientación, formación e integraron laboral de los jóvenes que ni estudian ni trabajan.

Los miembros del programa Erasmus+ han podido conocer de primera mano y directamente de los propios protagonistas, profesionales y jóvenes participantes, programas de segunda oportunidad para los jóvenes que abandonaron de forma prematura sus estudios, de formación de adultos. Han con podido visitar proyectos de emprendimiento inclusivo, como los que lleva a cabo CECAP y centros de coworking, impulsados por el Gobierno regional y la EOI.

Tras la presentación por parte de la EOI de su labor en España y en Castilla-La Mancha, donde destacaron la importante labor del Gobierno regional, se proyectó un vídeo relativo a dos proyectos emprendedores inclusivos que están participando ahora mismo en el proceso de mentorización y formación que se desarrolla en el espacio coworking de Toledo: 'Abono Café' y 'E+Music'.

La delegación tuvo oportunidad de conocer el caso de 'Abono Café', una cooperativa dedicada a la generación de un fertilizante ecológico mediante la lombricultura. Posteriormente, acudieron a conocer el proyecto 'E+Music', en una fase aún embrionaria, y donde comprobaron los primeros pasos en esta iniciativa destinada al montaje y embalaje de guitarras eléctricas y módulos que permiten optimizar el uso de las mismas.

Además, se han celebrado encuentros con los profesionales responsables de la información juvenil, o del programa para el Retorno del Talento.

http://es.eprensa.com/cgi-bin/view_digital_media.cgi?subclient_id=4630&comps_id=186662446

Del mismo modo, se les mostraron las ayudas del Gobierno de Castilla-La Mancha de Contrato Joven, Bolsas de Empleo para titulados o programas mixtos de formación como Empleo Plus o Dual Empleo.



Varios países europeos se interesan por la integración laboral juvenil en CLM

original



Varios países europeos se interesan por la integración laboral juvenil en CLM

Durante los días 21, 22 y 23 de noviembre se han reunido en Toledo entidades europeas de servicios públicos de empleo y entidades que trabajan en la integración de los jóvenes de Italia (Trento, Turín), Suiza (Livorno), Dinamarca (Copenhague), Países Bajos (Amsterdam), Alemania (Berlín) y de Barcelona con responsables y técnicos del Gobierno de Castilla-La Mancha, de las Consejería Economía, Empresas y Empleo y Educación Cultura y Deportes.



CECAP ha servido como muestra de buenas prácticas de la integración de jóvenes que a través del emprendimiento inclusivo han conseguido un empleo y así su plena inclusión social.

http://es.eprensa.com/cgi-bin/view_digital_media.cgi?subclient_id=4630&comps_id=186690907

En el encuentro de tres días de duración han compartido las buenas prácticas desarrolladas por la Administración regional en la atención, orientación, formación e integración laboral de los jóvenes que ni estudian ni trabajan, ha informado la Junta en nota de prensa.

Los miembros del programa Erasmus+ han podido conocer de primera mano y directamente de los propios protagonistas, profesionales y jóvenes participantes, programas de segunda oportunidad para los jóvenes que abandonaron de forma prematura sus estudios, de formación de adultos. Han podido visitar proyectos de emprendimiento inclusivo, como los que lleva a cabo CECAP y centros de coworking, impulsados por el Gobierno regional y la EOI.

Tras la presentación por parte de la EOI de su labor en España y en Castilla-La Mancha, donde destacaron la importante labor del Gobierno regional, se proyectó un vídeo relativo a dos proyectos emprendedores inclusivos que están participando ahora mismo en el proceso de mentorización y formación que se desarrolla en el espacio coworking de Toledo: 'Abono Café' y 'E+Music'.

La delegación tuvo oportunidad de conocer el caso de 'Abono Café', una cooperativa dedicada a la generación de un fertilizante ecológico mediante la lombricultura. Posteriormente, acudieron a conocer el proyecto 'E+Music', en una fase aún embrionaria, y donde comprobaron los primeros pasos en esta iniciativa destinada al montaje y embalaje de guitarras eléctricas y módulos que permiten optimizar el uso de las mismas.

Además, se han celebrado encuentros con los profesionales responsables de la información juvenil, o del programa para el Retorno del Talento.

Del mismo modo, se les mostraron las ayudas del Gobierno de Castilla-La Mancha de Contrato Joven, Bolsas de Empleo para titulados o programas mixtos de formación como Empleo Plus o Dual Empleo.