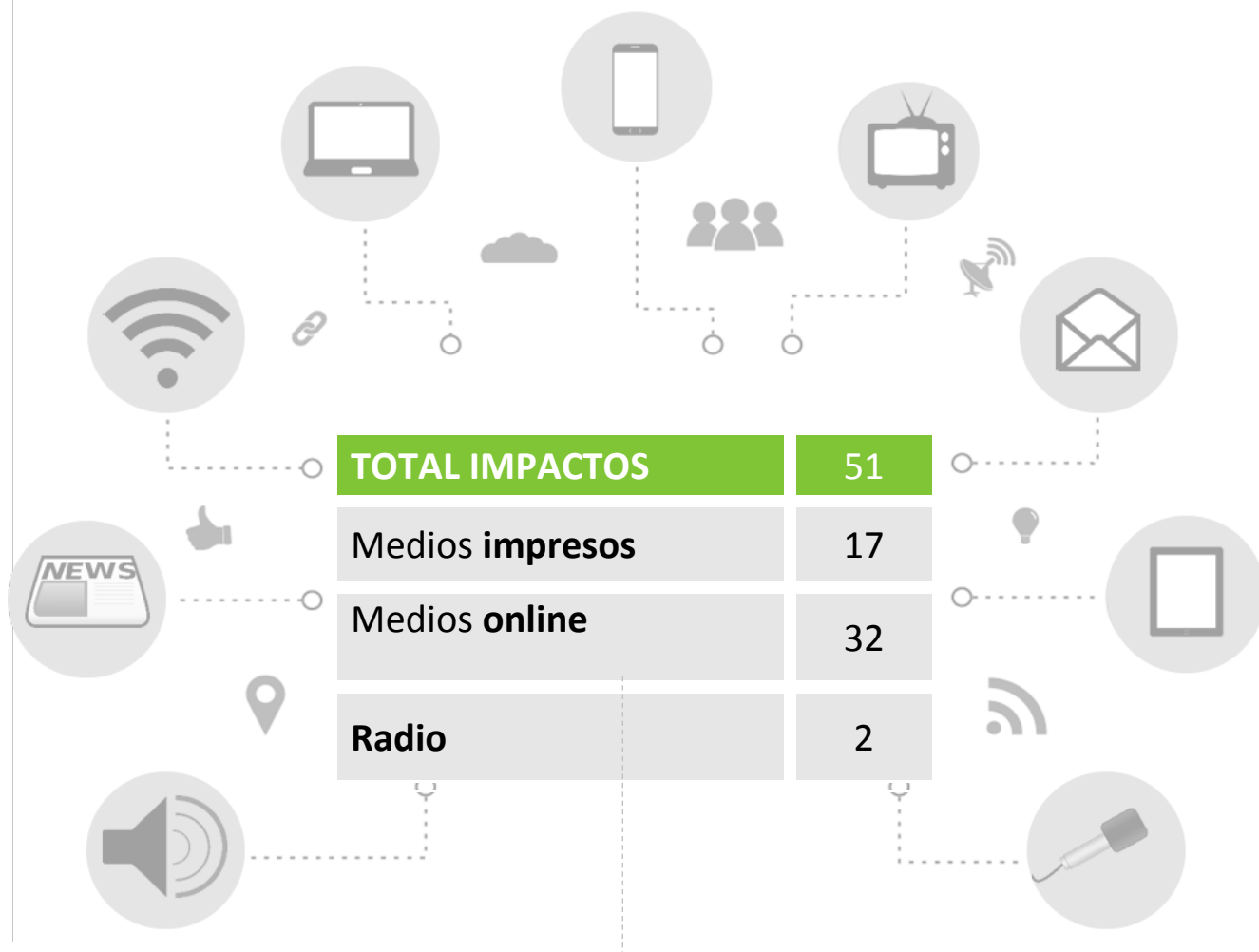


CLIPPING DE NOTICIAS



TEMAS	Nº IMPACTOS	NOTICIAS
Escuela de Negocios	24	Ver
FSE-POEJ	14	Ver
FSE-POEFE	10	Ver
Otros proyectos	3	Ver

8 AL 14 ENERO 2018

ESCUELA DE NEGOCIOS - Impactos online

13/01/2018	lucidez.pe	Adolfo Cazorla: "La pieza clave en las universidades no está en la infraestructura, si no en los profesores"
14/01/2018	Vozpópuli	Adiós al 'sol y playa': salud, festivales o LGTBi son las nuevas formas de hacer turismo en España
12/01/2018	El Economista	Madrid. la fibra óptica de orange llegará al 85% de los hogares y empresas de la comunidad de madrid en 2018
12/01/2018	Madrid es noticia	MADRID.-La fibra óptica de Orange llegará al 85% de los hogares y empresas de la Comunidad de Madrid en 2018
12/01/2018	Energética XXI	"Generación distribuida, Smart Cities, vehículo eléctrico o mercado eléctrico serán temáticas destacadas en 2018"
12/01/2018	Fruit Today	Luis Flores se incorpora como Director de Marketing Integrado Grupo Cristalplant
12/01/2018	Teinteresa.es	Madrid. la fibra óptica de orange llegará al 85% de los hogares y empresas de la comunidad de madrid en 2018
12/01/2018	EcoDiario.es El Economista	Madrid. la fibra óptica de orange llegará al 85% de los hogares y empresas de la comunidad de madrid en 2018
12/01/2018	Diario Siglo XXI	Madrid. La fibra óptica de Orange llegará al 85% de los hogares y empresas de la Comunidad de Madrid en 2018
12/01/2018	Redestelecom.es	Orange cubrirá con su fibra el 85% de hogares y empresas de la CAM en 2018
11/01/2018	iAgua	Charla-Coloquio con Teresa Ribera: "Cambio climático y sostenibilidad"
11/01/2018	Noticias adsl moviles y telefonia	La Región de Murcia se une al programa 'Se Digital' de Orange
11/01/2018	EFE Escuela	"Sé Digital" supera los 7.000 inscritos en 130 municipios
10/01/2018	Blogs de Turismo en España	AECIT organiza una jornada sobre gestión turística inteligente en FITUR 2018
09/01/2018	iVoox	Vicente de los Ríos en la tertulia de Primera Hora (Gestiona Radio)
08/01/2018	Finanzzas	Los mejores MBA en España

Adolfo Cazorla: La pieza clave en las universidades no está en la infraestructura, si no en los profesores

Franco Mori Petrovich • [original](#)

Usted proviene de España, donde se vive un contexto educativo completamente distinto al del Perú. Muchas veces se ha dicho que en su país los peruanos tendrán mejores oportunidades para formarse profesionalmente.

En el Perú existen lo que se llaman “universidades profesionalizantes”, es decir, universidades que se dedican a formar profesionales y eso, en España es un modelo que ahora mismo está agotado. Las universidades públicas de España, en ese tema de formar profesionales durante mucho tiempo se ha hecho bien y el asunto de formar doctores es algo muy solicitado. Tanto es así que, en otras partes de Europa, los ingenieros españoles son muy solicitados. Las universidades españolas no están en las 100 mejores del mundo, pero sí hay un buen grupo entre las 1,000; en contraste con la primera universidad peruana que es la PUCP está en un puesto cercano al 1000, o sea, ahí hay un decalaje.

En el Perú siempre estamos atentos a un ranking latinoamericano o mundial, pero de nuestras universidades apenas llegan a figurar una o dos.

Un paradigma que aparece a partir del 2004 es el concepto de universidad de investigación y aparece ahí porque el primer ranking mundial, que proviene de Shanghai realizado por la Universidad de Jiao Tong, apareciendo allí una serie de universidades y se acuña en los años posteriores el concepto de universidad de investigación generando un ranking de 150 universidades, de las cuales de las 20 primeras que figuran 17 son norteamericanas. Esto provoca, por decirlo así, un terremoto en diversos países porque varios países europeos como Francia no figuran en posiciones que ellos juzgaban imprescindibles. La universidad de investigación tiene tres características: por un lado, una investigación relevante que funciona como motor, En segundo lugar, una docencia muy atractiva que marca la diferencia sobre todo con el postgrado: muchas personas eligen dónde seguir un máster dependiendo de cuál es la que tiene más prestigio. Yo he estado coordinando un máster en la Politécnica de Madrid y vienen muchos peruanos porque hay ciertos criterios de calidad que se reconocen. Y un tercer elemento, vinculación con la sociedad para la resolución de problemas de la misma.

Existen muchas universidades que ni si quiera exigen tesis o investigación ¿Cuál es su opinión al respecto?

Algo que ha ocurrido mucho en Perú es el desorden con algunas universidades que han gestionado estos temas de forma deficiente. ¿Qué ocurre cuando se entiende una universidad como un negocio? Un negocio, por más que sea universidad, es una academia, una academia donde alguien va para que le expliquen contabilidad, por

http://es.eprensa.com/cgi-bin/view_digital_media.cgi?subclient_id=4630&comps_id=121165622

ejemplo, y al final le dan un papelito que certifica que ha estudiado contabilidad. ¿dónde está la clave de la universidad? En la investigación. Lo ideal sería que cada universidad se autorregulara y sus directivos tuvieran ideas claras de que es una universidad, pero si no las tiene tienen que venir de arriba, aunque sea mínimos. Y ese es el papel que corresponde hacer al Estado como ha ocurrido recientemente en Perú.

Siendo uno de los países que más universidades tiene, la mayoría está asociada a conglomerados empresariales. Claro ejemplo de ello es la Universidad César Vallejo, cuyo dueño fue candidato presidencial. ¿Cómo ve esta situación?

Lo que veo es, por un lado, universidad pública o privada es un debate que puede tenerse, pero lo más importante es discutir las universidades buenas y las universidades no tan buenas. Las mejores del mundo pueden ser públicas. A lo mejor esa demanda que ustedes tienen es debido a que se les ha instalado que lo público no es tan bueno, pero también hay que reconocer que muchas universidades privadas están cada vez mejor: la Universidad de Ciencias Aplicadas y la de Piura, por ejemplo. Yo he formado a algunos doctores de la Universidad de Piura como con la Universidad Agraria a quien hemos formado también doctores.

Generalmente, aquí, las universidades públicas no cuentan con la infraestructura y presupuestos adecuados, pero egresan de ahí grandes profesionales.

La pieza clave en las universidades no está tanto en la infraestructura, como en los profesores. Ahora mismo, en el sistema universitario cuando un profesor es relevante, tiene comunicaciones relevantes y está situado por sus proyectos de investigación, eso es reconocido por los alumnos. En el ámbito de la medicina, por ejemplo, si yo como universidad tengo acuerdo con hospitales, quizás ya no necesito un espacio porque ese es el ámbito donde se va a tener que desarrollar el alumno.

Yendo a un plano más político, en las últimas elecciones presidenciales (2016), muchos candidatos estuvieron vinculados a universidades. ¿Esto desacredita a la universidad?

No necesariamente. Esto ocurre en los países más desarrollados, pero todo depende de cuál es el concepto de universidad: Si se ve como un sistema de presión o como una academia de pago, o si se ve como un sistema que arroja conocimiento para formar ciudadanos.



FITUR Adiós al 'sol y playa': salud, festivales o LGTBI son las nuevas formas de hacer turismo en España

Rocío Gil Grande • original



Fotografía del Orgullo Gay de 2015 EFE

A punto de comenzar la Feria Internacional del Turismo, **Fitur**, en el madrileño recinto de Ifema el próximo miércoles, el tercer sector vuelve a ser protagonista de la actualidad. Un sector del que España es experto desde hace varias décadas, pero cuyo formato ha ido evolucionando de la oferta del “sol y playa” hacia nuevas motivaciones a la hora de viajar y venir al país.

No sólo al país. El mundo en general está cambiando de modelo, y eso se reflejará precisamente en Fitur, con localizaciones y conferencias exclusivas para el **turismo de salud, el turismo LGTBI, el de festivales, el tecnológico o el de negocios**.

“La base de ‘sol y playa’, que es el reclamo tradicional de toda nuestra industria turística y que se ha ofertado a los países ricos del norte de Europa, ha ido evolucionando” hacia otras cuestiones, explica a Vozpópuli el **director general de Turespaña, Manuel Butler**, que recalca que este año, por primera vez, España ha logrado superar a Estados Unidos en número de llegada de turistas gracias a las múltiples mejoras en el sector y a potenciar la “enorme riqueza cultural, gastronomía, enología y riqueza monumental” del país.

Turismo LGTBI: “Referentes mundiales”

El turismo LGTBI (lesbianas, gays, transexuales, bisexuales e intersexuales) es uno de los puntos fuertes de España y de los sectores más destacados dentro de la feria de Fitur, con **su propio espacio**. Somos “referentes mundiales” en este terreno, matiza Butler, que expone que “las ciudades españolas transmiten esa idea de sociedad abierta” y amable con el colectivo. Muestra de ello ha sido Madrid como capital mundial del **Orgullo LGTBI** el año pasado y con el lema “ames a quien ames, Madrid te quiere”. Un evento que movió a más de dos millones de visitantes que dejaron en la ciudad unos 115 millones de euros, según los datos del Ayuntamiento.



Madrid, capital mundial del Orgullo en 2017 EFE

Pero este tipo de turismo no se reduce a una semana al año con motivo de la celebración del Orgullo. Los **barrios pro-gay** como Chueca, en Madrid, o las campañas de algunas plataformas y empresas para atraer a los turistas LGTBI ha contribuido a que proliferen **iniciativas ‘arcoíris’** dentro de eventos como el **Circuit Festival** (llevado a cabo en Barcelona) o el **World Travel Market**.

Y el año pasado, el Centro Superior Universitario de Turismo eligió a la **cadena hotelera Axels** como pionera a la hora de centrar su actividad en el turismo gay, sin excluir al resto de turistas.

Turismo de salud: “Posición de vanguardia”

“El sistema sanitario público español es uno de los mejores de Europa y su atractivo, junto con el del sector privado español, es clarísimo”, presume el director de Turespaña, que prevé que el turismo sanitario **crecerá en un escenario “post Brexit”**, ya que los turistas británicos están entre los que más llegan a España.

El turismo de salud se está convirtiendo en uno de los fenómenos turísticos más importantes a nivel mundial, movido por viajeros que eligen otra ciudad y país para recibir algún tipo de atención médica (como cirugías, implantes o rehabilitación), o tratamientos de bienestar como los estéticos o los de balneario. Fitur cuenta también este año, al igual que en los anteriores, con una edición especial para el turismo de salud.



http://www.vozpopuli.com/economia-y-finanzas/Adios-festivales-LGTBi-turismo-Espana-Fitur_0_1099390427.html



En España, nació en 2013 el **clúster español de turismo de salud**, conformados por la Federación Nacional de Clínicas Privadas (FNCP), la Asociación Nacional de Balnearios (ANBAL), la Federación Empresarial de la Dependencia (FED), la Confederación Española de Hoteles y Alojamientos Turísticos (CEHAT) y la Confederación Española de Agencias de Viajes (CEAV). Tan importante se ha convertido este turismo en los últimos años, que el Ministerio de Turismo cuenta con **un informe elaborado por la Escuela de Organización Industrial (eoi)** sobre el impacto que tiene en España (enlace).

En base a este informe y según las estimaciones del Departamento de Economía Aplicada de la Universidad de Málaga, el turismo sanitario **dejó beneficios por valor de 1.740 millones de euros en 2011 en España**. Según la FNCP, en 2010 el turismo sanitario (solo el relacionado con la asistencia sanitaria, que no integra otros servicios de salud), registró una actividad por valor de 140 millones de euros y según Turespaña, en la I Jornada Nacional de Turismo de Salud, solo 21.868 turistas internacionales llegaron a España en 2012 para realizarse tratamientos de salud voluntarios. El gasto total que generó este tipo de turismo alcanzó los 12,1 millones de euros.

Los **principales demandantes** de la 'salud' de nuestro país son Francia (38,67%), Alemania (35,09%), Reino Unido (9,18%) y en último lugar, los países escandinavos (6,23%). Entre los tratamientos más demandados por los turistas de salud que viajan a España están, en primer lugar, **la cirugía plástica y luego la reproducción asistida**.

Los festivales: un nuevo motor para el turismo

Por primera vez y en adelante, Fitur contará en la feria con una **sección dedicada exclusivamente a los festivales** musicales. La iniciativa la han promovido la Asociación General de Autores y Editores (SGAE), la asociación para el impulso del turismo musical en España, Spain Live Music, la Federación Española de Hostelería (FERH) e Ifema.

Los festivales de música han dado un importante salto en los últimos años. Algunos de los más importantes a nivel nacional son el **Primavera Sound** de Barcelona, el **FIB** de Benicàssim (Castellón), el **Bilbao BBKLive**, el **ViñaRock** (Villarobledo) o el **Sónar** de Barcelona.



BBK Live 2014 EFE

http://www.vozpopuli.com/economia-y-finanzas/Adios-festivales-LGTBi-turismo-Espana-Fitur_0_1099390427.html

Según el último informe de la distribuidora online **Ticketea**, los 50 festivales más grandes de España alcanzaron en 2016 los 3,52 millones de asistentes y sumaron 460.000 espectadores más que en 2015 (un 15% más).

“En España, el turismo y música maridan perfectamente para generar crecimiento”, afirma Jesús López Palmero, director de Comunicación Pública y Red Territorial de SGAE. “La utilización de la música mejora hasta en un 14 % la imagen de una marca, lo que se puede aplicar a la marca España”, ha subrayado.

Otros mercados

El director general de Turespaña expone que España es líder “a nivel europeo” del **turismo de cruceros** ya que “los puertos españoles atraen al mayor número de cruceristas de toda Europa”.

El **turismo de compras** también va adquiriendo cada vez mayores dimensiones en nuestro país, especialmente por el auge del turismo asiático.

Otra forma de hacer turismo que llama en gran medida la atención es el **turismo tecnológico**. Viajar para ver y comprar las últimas novedades en tecnología. No parece, sin embargo, ser uno de los puntos fuertes de España. Sí lo es, por ejemplo, para Estados Unidos y, especialmente para Tokio (Japón).

Madrid. la fibra óptica de orange llegará al 85% de los hogares y empresas de la comunidad de madrid en 2018

original

MADRID, 12 (SERVIMEDIA)

La compañía Orange anunció este viernes que continuará este año extendiendo el alcance de su red de fibra en Arganda del Rey, Fuenlabrada, Getafe, Las Rozas, Leganés, Móstoles, Parla, Torrejón de Ardoz y Parla, así como en Madrid capital, con una inversión adicional superior a los cinco millones de euros, para llegar con fibra óptica de Orange a 2,21 millones de hogares y negocios madrileños a finales de 2018, lo que representa una cobertura del 85% sobre el conjunto de viviendas principales y locales comerciales y empresariales de la región.

Así se anunció este viernes tras la reunión celebrada entre la consejera de Economía, Empleo y Hacienda, Engracia Hidalgo, y el director de Personas, Comunicación y Relaciones Institucionales de Orange, Ignacio de Orúe, en la que participaron también el viceconsejero de Economía y Competitividad de la Comunidad de Madrid, Javier Ruiz, y la directora de Relaciones Institucionales de Orange España, Luz Usamentiaga.

En la reunión, los directivos de Orange informaron a las autoridades madrileñas de las inversiones que está realizando la operadora en la región como parte del proyecto para extender las redes de telecomunicaciones de nueva generación (fibra óptica y 4G) en España, un plan valorado en 4.100 millones de euros hasta 2020.

En total, la inversión de Orange en el despliegue de fibra óptica en la comunidad asciende ya a más de 362 millones de euros, gracias a lo cual sus servicios de fibra óptica están ya disponibles en más de dos millones de las viviendas principales y negocios de 49 municipios de la región.

Asimismo, Orange ha destinado hasta el momento 181 millones de euros para desplegar su red 4G en la Comunidad de Madrid, gracias a lo cual "más del 99% de sus ciudadanos disfrutan de la máxima velocidad de navegación móvil".

Además, la compañía destinará 11 millones más en 2018 para completar el despliegue 4G en la región, preparar su red para las nuevas tecnologías del futuro y optimizar la experiencia de navegación de los usuarios allá donde estén.

De esta forma, la inversión total de Orange para el despliegue en la Comunidad de Madrid de las infraestructuras de comunicación rozará los 560 millones a finales de este año.

PROGRAMA 'SÉ+DIGITAL'

Entre los temas que los directivos de Orange trataron adicionalmente con la consejera

http://es.eprensa.com/cgi-bin/view_digital_media.cgi?subclient_id=4630&comps_id=120700312

Hidalgo destacaron la "buena marcha del programa de formación 'online' de capacitación ciudadana" 'Sé Digital' en la Comunidad, habiéndose adherido ya al mismo Aranjuez, Colmenar Viejo, Las Rozas, Leganés, Madrid, Santa María de la Alameda, Torrejón de Ardoz, Tres Cantos y Valdemoro.

'Sé Digital' es un programa impulsado por la Escuela de Organización Industria (EOI) en colaboración con Orange para fomentar la transformación del tejido empresarial de municipios y ciudades, con el fin de lograr una "rápida y efectiva" adaptación de estas poblaciones y sus habitantes a los retos que plantea la nueva economía digital global.

Los directivos de la operadora han manifestado a las autoridades de la Comunidad de Madrid la voluntad de llegar a acuerdos con los ayuntamientos de nuevas localidades de la región para seguir extendiendo el programa, que en 2018 ha iniciado una nueva etapa como 'Sé+Digital'.

(SERVIMEDIA)

12-ENE-18

DSB/caa

A large, stylized logo consisting of a lowercase 'e' and an uppercase 'E' in a serif font, positioned centrally on a solid orange rectangular background.

http://es.eprensa.com/cgi-bin/view_digital_media.cgi?subclient_id=4630&comps_id=120748814

MADRID.-La fibra óptica de Orange llegará al 85% de los hogares y empresas de la Comunidad de Madrid en 2018

original

La red de fibra óptica de Orange aumentará este año su alcance en Arganda del Rey, Fuenlabrada, Getafe, Las Rozas, Leganés, Móstoles, Parla, Torrejón de Ardoz, Parla, así como en la ciudad de Madrid, llegando a un total del 85 por ciento sobre el conjunto de viviendas principales y locales comerciales y empresariales de la región.

MADRID, 12 (EUROPA PRESS) La red de fibra óptica de Orange aumentará este año su alcance en Arganda del Rey, Fuenlabrada, Getafe, Las Rozas, Leganés, Móstoles, Parla, Torrejón de Ardoz, Parla, así como en la ciudad de Madrid, llegando a un total del 85 por ciento sobre el conjunto de viviendas principales y locales comerciales y empresariales de la región. Esto supondrá, según ha detallado la compañía tecnológica a través de un comunicado, una inversión adicional superior a los 5 millones de euros, para llegar con fibra óptica de Orange a 2,21 millones de hogares y negocios madrileños a finales de 2018. Asimismo, Orange ha destinado hasta el momento 181 millones de euros para desplegar su red 4G en la Comunidad de Madrid, gracias a lo cual más del 99 por ciento de sus ciudadanos disfrutan ya de la máxima velocidad de navegación móvil. La compañía destinará 11 millones más en 2018 para completar el despliegue 4G en la región, preparar su red para las nuevas tecnologías del futuro y "optimizar la experiencia de navegación de los usuarios allá donde estén". El director de Personas, Comunicación y Relaciones Institucionales de Orange, Ignacio de Orúe, se ha reunido con la consejera de Economía, Empleo y Hacienda del Ejecutivo regional, Engracia Hidalgo. En el encuentro han estado presentes también el viceconsejero de Economía y Competitividad de la Comunidad de Madrid, Javier Ruiz, y la directora de Relaciones Institucionales de Orange España, Luz Usamentiaga. En la reunión, los directivos de Orange han informado a las autoridades madrileñas de las inversiones que está realizando la operadora en la región como parte del proyecto para extender las redes de telecomunicaciones de nueva generación --fibra óptica y 4G-- en España, un plan valorado en 4.100 millones de euros hasta 2020. En total, la inversión de Orange en el despliegue de fibra óptica en la Comunidad de Madrid asciende ya a más de 362 millones de euros, gracias a lo cual sus servicios de fibra óptica están ya disponibles en más de 2 millones de las viviendas principales y negocios de 49 municipios de la región (33 de los cuales ya disponen de cobertura de fibra en más del 60 por ciento de sus viviendas y locales). De esta forma, la inversión total de Orange para el despliegue en la Comunidad de Madrid de las infraestructuras de comunicación más avanzadas del mercado rozará los 560 millones a finales de este año. EL PROGRAMA 'SÉ+DIGITAL' LLEGARÁ A MÁS MUNICIPIOS MADRILEÑOS EN 2018 Entre los temas que los directivos de Orange han tratado adicionalmente con la consejera Hidalgo destaca la "buena" marcha del

http://es.eprensa.com/cgi-bin/view_digital_media.cgi?subclient_id=4630&comps_id=120748814

programa de formación online de capacitación ciudadana 'Sé+digital' en la Comunidad, habiéndose adherido ya al mismo Aranjuez, Colmenar Viejo, Las Rozas, Leganés, Madrid, Santa María de la Alameda, Torrejón de Ardoz, Tres Cantos y Valdemoro. 'Sé+Digital' es un programa impulsado por la Escuela de Organización Industria (EOI) en colaboración con Orange para fomentar la transformación del tejido empresarial de municipios y ciudades, con el fin de lograr "una rápida y efectiva adaptación de estas poblaciones y sus habitantes a los retos que plantea la nueva economía digital global". Los directivos de la operadora han manifestado a las autoridades de la Comunidad de Madrid la voluntad de llegar a acuerdos con los ayuntamientos de nuevas localidades de la región para seguir extendiendo el programa, que en 2018 ha iniciado una nueva etapa como 'Sé+Digital'. Según ha comentado Ignacio de Orúe a la consejera y al viceconsejero de la Comunidad, "gracias a todos estos proyectos, Madrid se prepara para los retos del futuro más inminente y se sitúa a la vanguardia con la mejor oferta de conectividad fija y móvil para sus ciudadanos y empresas". "Orange quiere seguir siendo un actor clave para el desarrollo de economía digital, apostando por la innovación en nuevas tecnologías y el emprendimiento en la Comunidad madrileña, que es ya una de las más dinámicas de España, como vías para impulsar el aumento de la actividad económica y la creación de nuevas oportunidades de generación de empleo", ha añadido.

- Comentarios
- ¡Aún no hay mensajes! Sé el primero en comentar
- Escribe tu comentario

madridesnoticia

"Generación distribuida, Smart Cities, vehículo eléctrico o mercado eléctrico serán temáticas destacadas en 2018"

original



Carmen García Guerra, Directora ejecutiva de programas del Área medioambiental y energética en la Escuela de Organización Industrial (EOI)

Pregunta. Entre su oferta formativa de posgrado, ¿qué cursos/másteres/etc. están dirigidos específicamente a los profesionales del sector energético?

Respuesta. EOI fue la primera escuela de negocios en ofrecer programas máster sobre materias medioambientales y energéticas y desde entonces es una de nuestras líneas estratégicas. Actualmente, contamos con dos programas específicos sobre el sector energético: 'Master en Energías Renovables y Mercado Energético', dirigido a jóvenes profesionales, titulados en carreras de ciencias e ingenierías, recién titulados o con menos de tres años de experiencia profesional; y el 'Master Executive en Energías Renovables y Mercado Energético Online', orientado a profesionales con más de tres años de experiencia que deseen especializarse en estos ámbitos.

P. ¿Qué presencia tienen los contenidos relacionados con energías renovables y eficiencia energética en esos cursos?

R. Aproximadamente el 75% del programa lectivo de ambos másteres lo componen materias específicas de energías renovables y eficiencia energética. El enfoque es, justamente, que los alumnos tengan una visión bastante completa desde el punto de vista técnico y de gestión de las distintas tecnologías renovables, sin olvidar la legislación, el marco internacional y el mercado energético. En paralelo, los programas también incluyen contenidos relacionados con la gestión empresarial que se engloban en el programa EOI+: liderazgo, emprendimiento, transformación digital.

P. ¿Cómo cree que evolucionará el sector de la formación en 2018 en lo relativo a nuevos contenidos y materias para este tipo de cursos dirigidos a los profesionales del sector energético?

R. En EOI llevamos impartiendo este tipo de programas desde el año 2000 y hemos

http://es.eprensa.com/cgi-bin/view_digital_media.cgi?subclient_id=4630&comps_id=120738468

ido evolucionando y adaptándolos a las demandas del mercado. En los últimos años, sobre todo, les hemos dado un enfoque más internacional. Para 2018, además de mantener y ampliar este enfoque, tendrán más peso aquellos temas relacionados con generación distribuida, Smart Cities, vehículo eléctrico, mercado eléctrico... Son contenidos que ya venimos incluyendo en las últimas ediciones, pero que a partir de ahora adquirirán más protagonismo.

<http://fruittoday.com/luis-flores-se-incorpora-director-marketing-integrado-grupo-cristalplant/>

Luis Flores se incorpora como Director de Marketing Integrado Grupo Cristalplant

original



Con su llegada se crea el departamento de Comunicación y Marketing que hasta final de 2017 estaba externalizado

Año nuevo, vida nueva, aunque no demasiado para Luis quien ya lleva trabajando de forma externa para Grupo Cristalplant desde 2014. Si supone una novedad para la empresa, la que hasta este año no contaba con un departamento interno de Marketing y Comunicación.

Con su incorporación al equipo directivo y la creación del departamento, Grupo Cristalplant pretende profesionalizar un área aún con mucho recorrido dentro de la empresa, y por supuesto, en el sector.

El objetivo principal es establecer la concepción, planificación y gestión de todas las actividades que afecten a la imagen pública de Grupo Cristalplant o del propio funcionamiento interno. Así como el apoyo a la Dirección General en la definición de la planificación estratégica de la empresa.

Luis Flores es Licenciado en Publicidad y Relaciones Públicas por la Universidad de Sevilla y posee un Executive MBA en Dirección de Empresas por la escuela de negocios ESIC. Tiene más de 5 años de experiencia en el sector de la comunicación, Preside la Asociación Sin Ánimo de Lucro Ideas For the City, dirige la Agencia de Comunicación [100Cafés](#) es Profesor Homologado de la EOI. Puedes ver su perfil de [LinkedIn pulsando aquí](#).

MADRID. LA FIBRA ÓPTICA DE ORANGE LLEGARÁ AL 85% DE LOS HOGARES Y EMPRESAS DE LA COMUNIDAD DE MADRID EN 2018

original

La compañía Orange anunció este viernes que continuará este año extendiendo el alcance de su red de fibra en Arganda del Rey, Fuenlabrada, Getafe, Las Rozas, Leganés, Móstoles, Parla, Torrejón de Ardoz y Parla, así como en Madrid capital, con una inversión adicional superior a los cinco millones de euros, para llegar con fibra óptica de Orange a 2,21 millones de hogares y negocios madrileños a finales de 2018, lo que representa una cobertura del 85% sobre el conjunto de viviendas principales y locales comerciales y empresariales de la región.

Así se anunció este viernes tras la reunión celebrada entre la consejera de Economía, Empleo y Hacienda, Engracia Hidalgo, y el director de Personas, Comunicación y Relaciones Institucionales de Orange, Ignacio de Orúe, en la que participaron también el viceconsejero de Economía y Competitividad de la Comunidad de Madrid, Javier Ruiz, y la directora de Relaciones Institucionales de Orange España, Luz Usamentiaga.

En la reunión, los directivos de Orange informaron a las autoridades madrileñas de las inversiones que está realizando la operadora en la región como parte del proyecto para extender las redes de telecomunicaciones de nueva generación (fibra óptica y 4G) en España, un plan valorado en 4.100 millones de euros hasta 2020.

En total, la inversión de Orange en el despliegue de fibra óptica en la comunidad asciende ya a más de 362 millones de euros, gracias a lo cual sus servicios de fibra óptica están ya disponibles en más de dos millones de las viviendas principales y negocios de 49 municipios de la región.

Asimismo, Orange ha destinado hasta el momento 181 millones de euros para desplegar su red 4G en la Comunidad de Madrid, gracias a lo cual “más del 99% de sus ciudadanos disfrutan de la máxima velocidad de navegación móvil”.

Además, la compañía destinará 11 millones más en 2018 para completar el despliegue 4G en la región, preparar su red para las nuevas tecnologías del futuro y optimizar la experiencia de navegación de los usuarios allá donde estén.

De esta forma, la inversión total de Orange para el despliegue en la Comunidad de Madrid de las infraestructuras de comunicación rozará los 560 millones a finales de este año.

PROGRAMA ‘SÉ+DIGITAL’

Entre los temas que los directivos de Orange trataron adicionalmente con la consejera Hidalgo destacaron la “buena marcha del programa de formación ‘online’ de capacitación ciudadana” ‘Sé Digital’ en la Comunidad, habiéndose adherido ya al mismo Aranjuez, Colmenar Viejo, Las Rozas, Leganés, Madrid, Santa María de la Alameda, Torrejón de Ardoz, Tres Cantos y Valdemoro.

‘Sé Digital’ es un programa impulsado por la Escuela de Organización Industria (EOI) en colaboración con Orange para fomentar la transformación del tejido empresarial de municipios y ciudades, con el fin de lograr una “rápida y efectiva” adaptación de estas poblaciones y sus habitantes a los retos que plantea la nueva economía digital global.

Los directivos de la operadora han manifestado a las autoridades de la Comunidad de Madrid la voluntad de llegar a acuerdos con los ayuntamientos de nuevas localidades de la región para seguir extendiendo el programa, que en 2018 ha iniciado una nueva etapa como ‘Sé+Digital’.

http://es.eprensa.com/cgi-bin/view_digital_media.cgi?subclient_id=4630&comps_id=120700283

Madrid. la fibra óptica de orange llegará al 85% de los hogares y empresas de la comunidad de madrid en 2018

original

MADRID, 12 (SERVIMEDIA)

La compañía Orange anunció este viernes que continuará este año extendiendo el alcance de su red de fibra en Arganda del Rey, Fuenlabrada, Getafe, Las Rozas, Leganés, Móstoles, Parla, Torrejón de Ardoz y Parla, así como en Madrid capital, con una inversión adicional superior a los cinco millones de euros, para llegar con fibra óptica de Orange a 2,21 millones de hogares y negocios madrileños a finales de 2018, lo que representa una cobertura del 85% sobre el conjunto de viviendas principales y locales comerciales y empresariales de la región.

Así se anunció este viernes tras la reunión celebrada entre la consejera de Economía, Empleo y Hacienda, Engracia Hidalgo, y el director de Personas, Comunicación y Relaciones Institucionales de Orange, Ignacio de Orúe, en la que participaron también el viceconsejero de Economía y Competitividad de la Comunidad de Madrid, Javier Ruiz, y la directora de Relaciones Institucionales de Orange España, Luz Usamentiaga.

En la reunión, los directivos de Orange informaron a las autoridades madrileñas de las inversiones que está realizando la operadora en la región como parte del proyecto para extender las redes de telecomunicaciones de nueva generación (fibra óptica y 4G) en España, un plan valorado en 4.100 millones de euros hasta 2020.

En total, la inversión de Orange en el despliegue de fibra óptica en la comunidad asciende ya a más de 362 millones de euros, gracias a lo cual sus servicios de fibra óptica están ya disponibles en más de dos millones de las viviendas principales y negocios de 49 municipios de la región.

Asimismo, Orange ha destinado hasta el momento 181 millones de euros para desplegar su red 4G en la Comunidad de Madrid, gracias a lo cual "más del 99% de sus ciudadanos disfrutan de la máxima velocidad de navegación móvil".

Además, la compañía destinará 11 millones más en 2018 para completar el despliegue 4G en la región, preparar su red para las nuevas tecnologías del futuro y optimizar la experiencia de navegación de los usuarios allá donde estén.

De esta forma, la inversión total de Orange para el despliegue en la Comunidad de Madrid de las infraestructuras de comunicación rozará los 560 millones a finales de este año.

PROGRAMA 'SÉ+DIGITAL'

Entre los temas que los directivos de Orange trataron adicionalmente con la consejera

http://es.eprensa.com/cgi-bin/view_digital_media.cgi?subclient_id=4630&comps_id=120700283

Hidalgo destacaron la "buena marcha del programa de formación 'online' de capacitación ciudadana" 'Sé Digital' en la Comunidad, habiéndose adherido ya al mismo Aranjuez, Colmenar Viejo, Las Rozas, Leganés, Madrid, Santa María de la Alameda, Torrejón de Ardoz, Tres Cantos y Valdemoro.

'Sé Digital' es un programa impulsado por la Escuela de Organización Industria (EOI) en colaboración con Orange para fomentar la transformación del tejido empresarial de municipios y ciudades, con el fin de lograr una "rápida y efectiva" adaptación de estas poblaciones y sus habitantes a los retos que plantea la nueva economía digital global.

Los directivos de la operadora han manifestado a las autoridades de la Comunidad de Madrid la voluntad de llegar a acuerdos con los ayuntamientos de nuevas localidades de la región para seguir extendiendo el programa, que en 2018 ha iniciado una nueva etapa como 'Sé+Digital'.

(SERVIMEDIA)

12-ENE-18

DSB/caa



http://es.eprensa.com/cgi-bin/view_digital_media.cgi?subclient_id=4630&comps_id=120737509

Madrid. La fibra óptica de Orange llegará al 85% de los hogares y empresas de la Comunidad de Madrid en 2018

@DiarioSigloXXI • original

MADRID, 12 (SERVIMEDIA)

La compañía Orange anunció este viernes que continuará este año extendiendo el alcance de su red de fibra en Arganda del Rey, Fuenlabrada, Getafe, Las Rozas, Leganés, Móstoles, Parla, Torrejón de Ardoz y Parla, así como en Madrid capital, con una inversión adicional superior a los cinco millones de euros, para llegar con fibra óptica de Orange a 2,21 millones de hogares y negocios madrileños a finales de 2018, lo que representa una cobertura del 85% sobre el conjunto de viviendas principales y locales comerciales y empresariales de la región.

Así se anunció este viernes tras la reunión celebrada entre la consejera de Economía, Empleo y Hacienda, Engracia Hidalgo, y el director de Personas, Comunicación y Relaciones Institucionales de Orange, Ignacio de Orúe, en la que participaron también el viceconsejero de Economía y Competitividad de la Comunidad de Madrid, Javier Ruiz, y la directora de Relaciones Institucionales de Orange España, Luz Usamentiaga.

En la reunión, los directivos de Orange informaron a las autoridades madrileñas de las inversiones que está realizando la operadora en la región como parte del proyecto para extender las redes de telecomunicaciones de nueva generación (fibra óptica y 4G) en España, un plan valorado en 4.100 millones de euros hasta 2020.

En total, la inversión de Orange en el despliegue de fibra óptica en la comunidad asciende ya a más de 362 millones de euros, gracias a lo cual sus servicios de fibra óptica están ya disponibles en más de dos millones de las viviendas principales y negocios de 49 municipios de la región.

Asimismo, Orange ha destinado hasta el momento 181 millones de euros para desplegar su red 4G en la Comunidad de Madrid, gracias a lo cual "más del 99% de sus ciudadanos disfrutan de la máxima velocidad de navegación móvil".

Además, la compañía destinará 11 millones más en 2018 para completar el despliegue 4G en la región, preparar su red para las nuevas tecnologías del futuro y optimizar la experiencia de navegación de los usuarios allá donde estén.

De esta forma, la inversión total de Orange para el despliegue en la Comunidad de Madrid de las infraestructuras de comunicación rozará los 560 millones a finales de este año.

PROGRAMA 'SÉ+DIGITAL'

http://es.eprensa.com/cgi-bin/view_digital_media.cgi?subclient_id=4630&comps_id=120737509

Entre los temas que los directivos de Orange trataron adicionalmente con la consejera Hidalgo destacaron la “buena marcha del programa de formación ‘online’ de capacitación ciudadana” ‘Sé Digital’ en la Comunidad, habiéndose adherido ya al mismo Aranjuez, Colmenar Viejo, Las Rozas, Leganés, Madrid, Santa María de la Alameda, Torrejón de Ardoz, Tres Cantos y Valdemoro.

‘Sé Digital’ es un programa impulsado por la Escuela de Organización Industria (EOI) en colaboración con Orange para fomentar la transformación del tejido empresarial de municipios y ciudades, con el fin de lograr una “rápida y efectiva” adaptación de estas poblaciones y sus habitantes a los retos que plantea la nueva economía digital global.

Los directivos de la operadora han manifestado a las autoridades de la Comunidad de Madrid la voluntad de llegar a acuerdos con los ayuntamientos de nuevas localidades de la región para seguir extendiendo el programa, que en 2018 ha iniciado una nueva etapa como ‘Sé+Digital’.

http://es.eprensa.com/cgi-bin/view_digital_media.cgi?subclient_id=4630&comps_id=120713858

Orange cubrirá con su fibra el 85% de hogares y empresas de la CAM en 2018

original

Orange apuesta por el desarrollo digital y empresarial de la **Comunidad de Madrid**, tal como ha quedado de manifiesto en la reunión celebrada entre la consejera de Economía, Empleo y Hacienda, Engracia Hidalgo, e Ignacio de Orúe, director de Personas, Comunicación y Relaciones Institucionales de la compañía. En el encuentro han estado presentes también Javier Ruiz, viceconsejero de Economía y Competitividad de la Comunidad de Madrid, y Luz Usamentiaga, directora de Relaciones Institucionales de Orange España.

En la reunión, los directivos de la operadora han informado a las autoridades madrileñas de las inversiones que está realizando la operadora en la región como parte del proyecto para **extender las redes de telecomunicaciones de nueva generación –fibra óptica y 4G - en España, un plan valorado en 4.100 millones de euros hasta 2020.**



La consejera de Economía, Empleo y Hacienda de la Comunidad Autónoma de Madrid, Engracia Hidalgo, acompañada de Ignacio de Orúe, director de Personas, Comunicación y Relaciones Institucionales de Orange España.

http://es.eprensa.com/cgi-bin/view_digital_media.cgi?subclient_id=4630&comps_id=120713858

En concreto, Orange **ha acelerado en los últimos años el despliegue de fibra óptica hasta el hogar (FTTH) en los municipios madrileños**, con el objetivo de acercar esta tecnología a más ciudadanos y empresas de la Comunidad. En total, la inversión de la operadora en el despliegue de fibra óptica en la CAM asciende ya a **más de 362 millones de euros**, gracias a lo cual sus servicios de fibra óptica están ya disponibles en más de 2 millones de las viviendas principales y negocios de 49 municipios de la región (33 de los cuales ya disponen de cobertura de fibra en más del 60% de sus viviendas y locales).

La compañía continuará este año extendiendo el alcance de su red de fibra en Arganda del Rey, Fuenlabrada, Getafe, Las Rozas, Leganés, Móstoles, Parla, Torrejón de Ardoz, Parla, así como en la ciudad de Madrid. Esto supondrá una inversión adicional superior a los 5 millones de euros, para llegar con fibra óptica de la telco a 2,21 millones de hogares y negocios madrileños a finales de 2018. Esto representa una cobertura del 85% sobre el conjunto de viviendas principales y locales comerciales y empresariales de la región.

Asimismo, Orange **ha destinado hasta el momento 181 millones de euros para desplegar su red 4G en la Comunidad de Madrid**, gracias a lo cual más del 99% de sus ciudadanos disfrutan ya de la máxima velocidad de navegación móvil. La compañía **destinará 11 millones más en 2018** para completar el despliegue 4G en la región, preparar su red para las nuevas tecnologías del futuro y optimizar la experiencia de navegación de los usuarios allá donde estén.

De esta forma, **la inversión total de Orange para el despliegue en la CAM de las infraestructuras de comunicación más avanzadas del mercado rozará los 560 millones a finales de este año.**

El programa Sé+Digital llegará a más municipios madrileños en 2018

Entre los temas que los directivos de Orange han tratado adicionalmente con la consejera Hidalgo destaca la buena marcha del programa de formación online de capacitación ciudadana **“Sé digital”** en la Comunidad, habiéndose adherido ya al mismo Aranjuez, Colmenar Viejo, Las Rozas, Leganés, Madrid, Santa María de la Alameda, Torrejón de Ardoz, Tres Cantos y Valdemoro.

‘Sé Digital’ es un programa impulsado por la Escuela de Organización Industria (EOI) en colaboración con Orange para fomentar la transformación del tejido empresarial de municipios y ciudades, con el fin de lograr una rápida y efectiva adaptación de estas poblaciones y sus habitantes a los retos que plantea la nueva economía digital global.

Los directivos de la operadora han manifestado a las autoridades de la Comunidad de Madrid la voluntad de llegar a acuerdos con los ayuntamientos de nuevas localidades de la región para seguir extendiendo el programa, que en 2018 ha iniciado una nueva etapa como “Sé+Digital”.

Según ha comentado **Ignacio de Orúe a la consejera y al viceconsejero de la**

http://es.eprensa.com/cgi-bin/view_digital_media.cgi?subclient_id=4630&comps_id=120713858

Comunidad, “gracias a todos estos proyectos, Madrid se prepara para los retos del futuro más inminente y se sitúa a la vanguardia con la mejor oferta de conectividad fija y móvil para sus ciudadanos y empresas. Orange quiere seguir siendo un actor clave para el desarrollo de economía digital, apostando por la innovación en nuevas tecnologías y el emprendimiento en la Comunidad madrileña, que es ya una de las más dinámicas de España, como vías para impulsar el aumento de la actividad económica y la creación de nuevas oportunidades de generación de empleo”.

<https://www.iagua.es/eventos/charla-coloquio-teresa-ribera-cambio-climatico-y-sostenibilidad>

Charla-Coloquio con Teresa Ribera: "Cambio climático y sostenibilidad"

original



iAgua Magazine N°17

Ya disponible la **versión online**

Especial Sequía: La gestión del agua en tiempos de sequía

Reportajes: Así fue el 2017 de los líderes del agua

Foro iAgua Magazine: Sequía en España

Premios iAgua: Hablamos con los ganadores de cada categoría



Y TODAS NUESTRAS SECCIONES HABITUALES



El próximo 18 de enero contaremos en EOI con la presencia de Teresa Ribera, directora del Instituto de Desarrollo Sostenible y Relaciones Internacionales (IDDRI), ex secretaria de Estado de Cambio Climático entre 2008 y 2011 y directora general de la Oficina de Cambio Climático entre 2004 y 2008.

Ribera participará en la charla-coloquio 'Cambio climático y sostenibilidad', en la que abordará las consecuencias de la salida de Estados Unidos del Acuerdo de París, las aportaciones de la COP 23, la viabilidad del binomio sostenibilidad-crecimiento económico o el peso de la innovación en la lucha contra el cambio climático, entre otros aspectos.

http://es.eprensa.com/cgi-bin/view_digital_media.cgi?subclient_id=4630&comps_id=120510015

La Región de Murcia se une al programa Se Digital de Orange

Elena Gutiérrez • original

[Orange](#) y la Escuela de Organización Industrial (EOI) iniciaron en marzo de 2016 el [programa gratuito Sé Digital](#), con el objetivo de preparar a ciudadanos y empresarios locales para la nueva economía digital a través de la aplicación de las nuevas tecnologías.

El pasado mes de diciembre la Comunidad Autónoma de la Región de Murcia se unía a la iniciativa 'Sé Digital de [Orange](#). El objetivo de este acuerdo es invitar a todos los municipios murcianos a que se adhieran a esta iniciativa, cuyos fines son el impulso del desarrollo empresarial, la generación de empleo y la retención del talento local a través de las nuevas tecnologías.

De esta forma, las corporaciones locales que se unan a 'Sé Digital', apoyadas por el Gobierno de la Región de Murcia, [Orange](#) y la [Escuela de Organización Industrial](#) (EOI), contribuirán a ayudar a empresarios y emprendedores a mejorar su actividad profesional mediante la formación en habilidades digitales que les faciliten la aplicación de las nuevas tecnologías para digitalizar y desarrollar sus negocios desde sus municipios.

La economía digital crea nuevas oportunidades de negocio, que a su vez generan nuevas necesidades formativas en herramientas digitales, innovación y emprendimiento, a las que responde el programa 'Sé Digital'.

<http://www.efeescuela.es/noticias/se-digital-supera-los-7-000-inscritos-130-municipios/>

Sé Digital supera los 7.000 inscritos en 130 municipios

Mar Villasante • original



Los responsables anuncian la puesta en marcha en 2018 de "Sé + Digital", una evolución del programa

El programa de formación online gratuita "Sé Digital", impulsado por la Escuela de Organización Industrial (EOI) y Orange, ha superado los 7.000 alumnos registrados en 2017 a lo largo de más de 130 municipios en toda España.

La iniciativa nació en 2016 con el objetivo de facilitar el aprendizaje y desarrollo de habilidades digitales entre ciudadanos y empresarios locales para que puedan afrontar las exigencias de la nueva economía a través de la aplicación de las nuevas tecnologías. En el primer año se inscribieron más de 3.600 personas, a las que se sumaron cerca de 3.500 en 2017.

De esta forma, en sus dos años de funcionamiento han sido unos 7.100 ciudadanos los ciudadanos que han accedido a la formación en nuevas tecnologías para el desarrollo empresarial y la retención del talento local. Más de la mitad eran mujeres, en su mayoría mayores de 35 años, en situación de desempleo y, en tres de cada cuatro casos, con la intención de emprender en el año siguiente de realizar el curso, ha informado la EOI en una nota.

Los resultados de esta primera etapa han llevado a los responsables del programa a anunciar el lanzamiento en 2018 de "Se + Digital", que ofrecerá la oportunidad de profundizar con un enfoque más práctico en los conceptos hasta ahora ofrecidos. Los participantes descubrirán nuevas oportunidades para hacer negocios y ofrecer servicios profesionales online desde sus ciudades; aprenderán conceptos y herramientas básicas para desarrollar sus actividades digitales; estrategias de posicionamiento online; buenas prácticas; nuevas formas de financiación en Internet para poner en marcha sus proyectos; herramientas recomendadas para iniciar la transformación digital de los negocios o cómo convertirse en emprendedores digitales.

Al igual que en "Sé Digital", la formación, online y gratuita tendrá una duración de 20 horas, que se podrán completar en un plazo de seis semanas. Finalizado el curso, durante el que los alumnos tendrán acceso al consejo de expertos en economía digital y conocerán la experiencia de otros emprendedores locales, recibirán su correspondiente diploma, certificado y avalado por EOI.

<http://www.efeescuela.es/noticias/se-digital-supera-los-7-000-inscritos-130-municipios/>

Además, la escuela ha destacado que los participantes en el programa podrán interactuar con los integrantes de la “Comunidad de Aprendizaje Virtual”, un foro con más de 550 miembros y epicentro en Facebook, donde tanto ex alumnos que ya han logrado su titulación como nuevos interesados comparten experiencias, conocimientos, información y buenas prácticas y que, además, contribuye a dotar de mayor visibilidad a los proyectos empresariales de sus miembros.

<http://blogsturismo.blogspot.ie/2018/01/aecit-organiza-una-jornada-sobre.html>

AECIT organiza una jornada sobre gestión turística inteligente en FITUR 2018

Noticias Juan Luis • [original](#)

La Jornada titulada “Las inteligencias del turismo”, estará integrada por cuatro paneles que contarán con las intervenciones de expertos profesionales del sector

España se sitúa un año más como referente en gestión turística, tras mantenerse en el primer puesto del índice de lugares más deseados por los turistas de todo el mundo, elaborado por el World Economic Forum

FITUR 2018, Feria Internacional del Turismo, que se celebra el 17 al 21 de enero en Feria de Madrid, será escenario de celebración de las Jornadas de Innovación Turística que organiza la Asociación Española de Expertos Científicos en Turismo, AECIT, bajo el título de “Las inteligencias del turismo”. Esta jornada tendrá lugar el jueves 18 de enero en la Sala N110 de Feria de Madrid, entre las 10.00 y las 12.00 horas.

Y es que el sistema de inteligencia turística se ha transformado en una herramienta fundamental para la gestión estratégica de cualquier destino. La gestión de datos turísticos se presenta como un innovador y poderoso instrumento del sector del turismo inteligente que, sin duda, debe ser aprovechado por los profesionales del mundo como una oportunidad esencial a la espera de ser explotada.

Tal y como indica el índice de competitividad del World Economic Forum (Foro Económico Mundial), que cada dos años se encarga de escoger entre 136 países los lugares más deseados por los turistas en todo el mundo, España ha logrado mantenerse en el primer lugar a nivel mundial en el sector del turismo.

Esta Jornada, moderada por Juan Miguel Moreno, experto en innovación turística, CEO de More Turismo Internacional y Directivo de AECIT, analizará la importancia de la inteligencia aplicada al turismo, con casos concretos que provienen de diferentes países y organizaciones y contará con las intervenciones de cuatro de profesionales de referencia en el sector que analizarán, entre otras cuestiones, cómo está influyendo la inteligencia del turismo en la competitividad de los países, qué papel desempeñan las empresas tecnológicas en el futuro del turismo, cómo se está estructurando desde las organizaciones supranacionales el uso de la inteligencia turística o cuál es el futuro del sector turístico y qué papel juega la innovación en todo esto.

Fabián González, co-fundador de The Digital Band S.L y profesional del sector turístico especializado en la aplicación de la innovación, tecnología y marketing para mejorar posicionamiento, reconocimiento de marca y, sobre todo, la cuenta de resultados, será uno de los ponentes en la jornada, con la intervención “Inteligencia

<http://blogsturismo.blogspot.ie/2018/01/aecit-organiza-una-jornada-sobre.html>

de negocio para el sector turístico”. González ha desarrollado su carrera profesional en el ámbito de las Tecnologías de la Información y la Comunicación aplicadas al sector turístico, y explicará a los presentes cómo convertir todos los datos que tienen los negocios en información útil para la toma de decisiones de cara al futuro.

“Aplicación del Big Data al destino turístico inteligente” es el nombre de la ponencia de Albert Isern, CEO de Bismart, que tratará este tema desde su experiencia durante ocho años como fundador y director de esta compañía, especialista en big data y business intelligence.

El Innovation Maker de Blue Bay Hotels y profesor Mindfulness Ejecutivo en EOI, Jimmy Pons, también intervendrá en esta jornada de AECIT, analizando una duda muy común entre los profesionales del sector: ¿Vamos a sustituir a los humanos por robots e IA en turismo? Esta es una de las mayores preocupaciones de los trabajadores desde inicios de la Revolución Industrial; sentimiento que se refuerza hoy en día con el vaticinio de los expertos de que, para 2025, uno de cada tres trabajos podrán ser sustituidos por robots.

El último de los profesionales presentes será José Luis Gago Llover, de Prevengal Safety S.L. Gago es experto en drones y cuenta con una amplia experiencia en el ámbito laboral, ya que es Licenciado en Administración y Dirección de Empresas, con especialidad de Dirección Comercial, Marketing y Ventas, además de triple Máster Superior en Riesgos Laborales.

iVoox

Vicente de los Ríos en la tertulia de Primera Hora - Gestiona Radio

iVoox

Los mejores MBA de España

Ana Pérez Sánchez • [original](#)

A la hora de elegir carrera o master, es común consultar alguno de los ranking mundiales con las escuelas y universidades más prestigiosas. Estudiar en alguna de ellas marca una diferencia muy importante sobre los currículums y, además, incrementa notablemente el sueldo al que se puede aspirar. Existen diferentes tipos de ranking como el de **las carreras más demandas**, las **mejores universidades** del país o las carreras con más salidas profesionales.

Este artículo se centrará en **los mejores MBA de España** y del mundo. Como era de esperar, los centros más importantes se encuentran en las principales urbes españolas, Madrid y Barcelona. Estos centros, además, son reconocidos en otros rankings internacionales como el que publica [Financial Times](#) o la revista Business Week.

Además de señalar que Madrid y Barcelona son las mejores ciudades para estudiar un MBA, también destacan los **mejores programas MBA** que se imparten en el Instituto de Empresa, IESE y ESADE, entre otros.

Las mejores escuelas de negocios de España

1. Instituto de Empresa Business School
2. ESADE Business School
3. Universidad de Navarra IESE Business School
4. EOI Escuela de Negocios
5. ESIC Business & Marketing School
6. Barcelona Graduate School of Economics
7. Centro de Estudios Financieros
8. Escuela de Alta Dirección y Administración
9. IEBS Business School
10. Fundesem Business School
11. EUDE Escuela Europea de Dirección y Empreso
12. EAE Business School
13. Instituto Internacional San Telmo Fundación San Telmo
14. Instituto de Estudios Bursátiles
15. CIFF Centro Internacional de Formación Financiera
16. Universidad Politécnica de Madrid - Centro de Estudios de Postgrado de Administración de Empresas
17. Escuela Internacional de Gerencia
18. Escuela Universitaria Caixaterrassa
19. Bureau Veritas Business School
20. Escuela de Negocios Novacaixagalicia

Los 20 mejores MBA de España

<http://www.finanzas.com/los-mejores-mba-en-espana>

1. IE Business School. La escuela cuenta con delegaciones en 28 países y en ciudades como Madrid, Segovia, San Francisco, Los Ángeles, São Paulo, Singapur o Shanghai. El MBA Internacional se imparte en inglés y castellano y tiene un año de duración.
2. IEN Universidad Politécnica de Madrid.
3. ICADE Business School - Universidad Pontificia Comillas.
4. Deusto Business School.
5. Eserp Business School, tanto el MBA y como el International MBA son dos de los mejores de España.
6. IEB / Instituto de Estudios Bursátiles.
7. ESCP Europe es la escuela de negocios más antigua del mundo.
8. ENAE Business School.
9. EOI, siglas de **Escuela de Organización Industrial**. Destaca el Aerospace MBA, dirigido especialmente a ingenieros con menos de 5 años de experiencia.
10. EAE Business School. Ofrece varias modalidades de MBA. Los más conocidos son Global Executive MBA, International MBA, MBA Full Time y Executive MBA.
11. INESEM
12. ESADE Business Law School con Universidad Ramón Llull.
13. Fundesem Business School.
14. ADEN Business School de la Universidad Francisco de Vitoria.
15. ESIC Business & Marketing School ofrece el Global MBA, el Executive MBA y el MBA Full Time, especializado en márketing, economía digital, etc.
16. IESE Business School con programas en Europa, Norteamérica, Sudamérica, África y Asia.
17. KÜHNEL Business Schoolel.

Los 20 mejores MBA del mundo

Según el ranking que realiza anualmente el Financial Times, estos son los 20 mejores MBA del mundo y sus universidades. China encabeza la lista y tres escuelas europeas se encuentran cerca del top 10. IE Business School, IESE y ESCP son las escuelas con los mejores MBA de España.

<http://www.finanzzas.com/los-mejores-mba-en-espana>



1. Kellogg / HKUST Business School (China)
2. Tsinghua University / Insead (China, Singapur, Emiratos Árabes y Francia)
3. Trium: HEC Paris / LSE / New York University: Stern (Francia, Reino Unido y EEUU)
4. Insead (Francia, Singapur, Emiratos Árabes)
5. Washington University: Olin (China)
6. UCLA: Anderson / National University of Singapore (Estados Unidos, Singapur)
7. Shanghai Jiao Tong University: Antai (China)
8. EMBA-Global: Columbia/LBS (EEUU, Reino Unido)
9. University of Oxford: Saïd (Reino Unido)
10. **IE Business School (España)**
11. **Iese Business School (España, EEUU)**
12. **ESCP Europe (Francia, Reino Unido, Alemania, España, Italia)**
13. Ceibs (China)
14. University of Chicago: Booth (Estados Unidos, Reino Unido, China)
15. University of Cambridge: Judge (Reino Unido)
16. University of Pennsylvania: Wharton (EEUU)
17. National University of Singapore Business School (Singapur)
18. Nanyang Business School (Singapur)
19. London Business School (Reino Unido, Emiratos Árabes)
20. Duke University: Fuqua (EEUU)

ESCUELA DE NEGOCIOS - Impactos impresos

Transformarse o morir

Agenda de la Empresa Andaluza - 08/01/2018

EOI celebra su Encuentro Anual de Antiguos Alumnos en Andalucía

Andalucía Económica - 01/12/2017

Andalucía Económica da a conocer las tendencias económicas para 201 8

Andalucía Económica - 01/12/2017

Manuel SánchezI CEO de Cuatrogasa

Andalucía Económica - 01/12/2017

Cátedras de empresa de UCO, claves en la transferencia de conocimiento a la sociedad

Andalucía Económica - 01/12/2017

Las universidades y las empresas estrechan sus vínculos a favor del empleo y el emprendimiento

Andalucía Económica - 01/12/2017

Aniversario Ai

Andalucía Inmobiliaria (AI) - 01/11/2017

MADRID RETAIL CONGRESS

D/A Retail (Distribución Actualidad) - 01/11/2017

Los rostros del Santander Social Weekend

El Diario Montañés - 14/01/2018

La basílica de Santa María luce sus recientes arreglos

Jaén - 13/01/2018

[VOLVER A ÍNDICE PRINCIPAL](#)



Francisco Velasco

Director EOI Andalucía
EOI Escuela de
Organización Industrial
www.eoi.es

“Transformarse o morir”

La economía española ha mantenido un buen comportamiento en 2017, con un crecimiento en torno al 3,1%, caracterizado por la solidez de la demanda interna, la creación sostenida de empleo y la buena evolución del sector exterior. Para 2018, se estima un crecimiento del 2,4% (a la espera también de la evolución de la crisis en Cataluña), con lo que España seguirá siendo una de las economías más dinámicas entre las desarrolladas. A nivel micro, esto se traduce en que las empresas siguen planteando proyectos de inversión, ya sean en activos, diversificación, internacionalización (nuevos mercados), etc.

Las coyunturas de crisis y recuperación no deben en cualquier caso, difuminar el gran proceso de transformación que se está dando en la economía y que, por ende, han de abordar las empresas. La transformación digital es la revolución más global y social de la historia. Las empresas han de transformarse porque sus clientes y la competencia ya han cambiado.

Algunos datos que nos permitan concretar ese cambio:

- El poder en el mercado ha pasado de las compañías a los clientes.
- Clientes siempre conectados; multipantalla (*mobile first*); muchos más informados; que confían más en otras personas que en las marcas; generadores constantes de información;...
- El ascenso de los objetos inteligentes. En el Internet de las Cosas se va a experimentar una gran evolución, con más de 50.000 millones de objetos conectados en 2020.
- Trabajo: en 10 años, más de un 30% de los trabajos serán sustituidos por robots, que además tendrán unos costes totales un 80% inferiores.
- Sectores: la tecnología ha desdibujado los límites entre los sectores. Hasta ahora, los diferentes sectores tenían barreras de entrada que en muchas ocasiones consistían en activos físicos. Ahora, lo relevante es la relación con el cliente, cuán digitalizable es, y cómo se puede reinventar el modelo de negocio a partir de esa relación.

¿Qué recomendaciones haríamos a las compañías?
En primer lugar, si no lo han hecho aún, abordar un pro-

ceso de reflexión estratégica que se puede concretar en:

• **Plan Estratégico:** hay que insistir en que más que el propio plan (¿cómo hacer un plan para un mundo que no existe y que no puede ser pronosticado?). Lo más importante es el proceso (de planificación), porque les permite conocer sus capacidades, límites y plantear distintas estrategias (adaptación al cliente) ante los diversos escenarios.

• **Plan de Transformación Digital:** el 84% de las empresas dicen estar preparadas; menos del 7% tienen una estrategia concreta. Las tres preguntas clave a las que hay que responder son:

- ¿Cuál es la oportunidad/amenaza?
- ¿Qué acciones se deben impulsar?
- ¿Cómo se ejecuta?

En segundo lugar, las empresas han de responder a la pregunta “¿Qué tipo de empleados necesitamos?”. Pues lo que en el entorno Google se acuñó como Smart Creatives, personas que causan el mayor impacto combinando:

a) Experiencia de negocio. Los conocimientos de negocio son fundamentales: estrategia, finanzas, marketing, operaciones, Recursos Humanos... A fin de cuentas, la digitalización solo implica nuevas herramientas sobre la forma de relacionarnos, satisfacer nuestras necesidades, etc.

b) Conocimiento tecnológico. Hay que conocer esas nuevas herramientas: Marketing Digital, Big Data, analytics, IoT, blockchain, AI, transformación digital,...

c) Creatividad y, por tanto, todo lo que tiene que ver con Design Thinking, Customer Experience, Agile,...

Y en todo ello, hay que transmitir un sentido de urgencia. Este artículo no puede ser sino un *Call to action*. Comenzábamos diciendo que la positiva coyuntura de recuperación (y por tanto, con las compañías mejorando sus ingresos, Ebitda, beneficio) no debe ocultar el importante proceso de transformación que han de abordar. Porque el riesgo que hay es el de desaparecer. Y porque, como nos gusta decir en EOI, esperar no es una opción válida; esperar no es la solución. ●



1 Diciembre, 2017

EOI celebra su Encuentro Anual de Antiguos Alumnos en Andalucía

Un año más, ha tenido lugar el Encuentro Anual de Antiguos Alumnos de EOI Andalucía. El acto contó con la participación de Adolfo Cazorla, director general de EOI; Francisco Velasco, director EOI Andalucía; Luis López, presidente de la Asociación de Antiguos alumnos de EOI; y Miguel Sánchez, vicepresidente de esta asociación. Asistieron más de 500 antiguos alumnos, contando con la presencia de destacados empresarios, que llenaron el Auditorio Box Sevilla. Durante el encuentro, Juan Carlos Marcos, Former Global Partner Accenture y profesor del Programa de Transformación Digital de EOI, disertó sobre la nueva era digital y los retos y oportunidades que plantea, e introdujo el concepto de 'enacción' (en acción), ya que "esperar no es una opción válida." Durante el acto, Javier Díaz, CEO de Alestis Aerospace, fue distinguido como socio de honor del Club EOI. Síndrome Clown fue el encargado de poner la nota lúdica al evento con su conferencia 'Justo a tiempo', que abordaba la gestión del tiempo.



1 Diciembre, 2017



LÍDERES DE NUEVA GENERACIÓN

Ciclo de Encuentros Andalucía Económica

Manuel Sánchez | CEO de Cuatrogasa



Andalucía Económica continúa desarrollando su ciclo de encuentro 'Líderes de nueva generación', en los que directivos andaluces cuentan en primera persona su experiencia empresarial y dan a conocer su opinión acerca de los principales temas económicos de actualidad. Manuel Sánchez, CEO de Cuatrogasa, ha sido el último ponente de estas jornadas, celebradas en el Mercado Lonja del Barranco de Sevilla.

*Isabel G. Suero**Fotos: Raúl Caro*

ductos se encuentran los guantes desechables de látex, vinilo o nitrilo; guantes no desechables domésticos, industriales, soportes; y vestuario desechable como batas de visita, mascarillas y gorros. Cuatrogasa también fabrica productos para la conservación de alimentos, como el aluminio doméstico e industrial; film doméstico e industrial; y papel vegetal doméstico.

Con todo, la empresa cuenta con marcas propias y marcas blancas, entre las que se encuentran: Sigal, beHOLI, Ifa SABE, Alimerka, Bonpreu, Mical, Select Horeca, Steinhart Professional, Spar, Condis, Auchan, Ayala, Covirán, Tempnature, Damalim, Simón Verde y Fine Life.

El principal cliente de Cuatrogasa es el retail, los supermercados. Entre sus principales clientes destacan Makro, Grupo IFA, Darlim, Grupo Euromadi, Berber y Barea Grupo.

Tal y como indicó el responsable de la empresa, "nuestro equipo es el principal pilar del éxito de 4 Gasa". Por ello, apostó por poner el foco en las personas, ya que "con un equipo unido y fuertemente comprometido se obtienen resultados más potentes", aseguró Sánchez.

La evolución de la plantilla en la empresa ha sido más que evidente, pasando de 5 trabajadores en 2009 a 40 en 2017. Lo mismo ocurre con la facturación del Grupo 4G, que comprende Cuatrogasa y Alfigasa -fábrica de film, papel aluminio y horno-, que ha pasa-

ANDALUCÍA Económica ha vuelto a celebrar una nueva edición de su ciclo 'Líderes de Nueva Generación' que, en esta ocasión, contó con la intervención de Manuel Sánchez, CEO de 4 GASA S.L. El acto, que se celebró en el Mercado Lonja del Barranco de Sevilla, fue presentado por Alfredo Chávarri, director general de Andalucía Económica.

Cuatrogasa es una empresa sevillana fundada en 1985, dedicada a la fabricación y distribución de guantes domésticos, desechables e industriales. 4 Gasa ha mantenido desde sus comienzos un compromiso con la calidad del producto que viene avalada por los rigurosos controles de calidad, realizados en sus laboratorios, además de contar con las certificaciones europeas.

Entre sus líneas de pro-

PATROCINAN:**COLABORAN:**



do de 3,20 millones de euros en 2009 a 20 millones en 2017, correspondiendo 17 millones a guantes y 3 a papel. El 30% del total se exporta. La compañía tiene presencia en España, Portugal, norte de África, Francia e Italia. La sede central está en Sevilla y cuenta con delegaciones en Abiyán (Costa de Marfil) y Bogotá (Colombia).

Historia de la empresa

Tal y como contó Manuel Sánchez a los asistentes, la primera fábrica de guantes de esta empresa familiar la crean Rafael Gavilán y Manuel Sánchez –su tío y su padre– en 1985 en Morón de la Frontera (Sevilla).

En 1995, empezaron a cerrar muchas empresas en España. Entonces, se pensó como alternativa trasladar la producción a Costa Marfil, donde había materia prima y mano de obra económica, pero también muchas dificultades (poblaciones sin electricidad, cambios políticos, de legislación, problemas sanitarios como la malaria...). La inexperiencia, la complejidad de África y la falta de una red comercial hicieron que aquellos fueran unos años muy duros.

En 2005, la situación se complicó y pensaron en la segunda generación: Manuel Sánchez hijo. “Yo era la mejor y la única alternativa”, bromeó. Manuel, farmacéutico, tomó las riendas del negocio. Su padre y su tío le inculcaron la pasión por la empresa y él aportó método y orden.

De 2005 a 2007, el primer objetivo era sobrevivir. Costa de Marfil no mejoraba. La situación era crítica. Los bancos ya no les daban más dinero. Pero cerrar era más costoso que seguir. 4 Gasa se reinventa y en 2007 se producen cambios profundos: se cierra la fábrica de Costa de Marfil y empiezan a importar. Empiezan los primeros viajes a China, crean una potente red comercial, amplían la gama de productos e instalaciones y, sobre todo, aumentan la plantilla, indudable pilar de su éxito. “La cuenta de resultados empezó a mejorar y así nos planteamos el segundo objetivo: ser líderes del mercado”, relató.

En 2008, se encontraron

con la crisis. En este periodo y hasta 2011, Cuatrogasa introduce nuevos productos: diferentes líneas como guantes y vestuario desechable que les permiten en años de crisis mantener crecimientos de doble dígito. En este momento, se plantean un tercer objetivo: ser una empresa líder y humanitaria. Ser una empresa en la que la gente sea feliz y desde donde poder ayudar a los demás y aportar a la sociedad parte de lo que ésta le da. En este sentido, se plantean trabajar los valores en la empresa.

A día de hoy cuenta con una Comisión de Valores y son una empresa socialmente comprometida. “Trabajamos para que el 20% resultados anuales se donan para apoyar proyectos sociales y humanitarios”. No sólo colaboran con diferentes ONG españolas (Andex, Cáritas, Brazadas Solidarias, Orden Hospitalaria de San Juan de Dios, Corazón y Vida, Hermanas de la Compañía de la Cruz), sino que a través de la Fun-

dación Emalaikat han levantado un centro educativo en Kenia.

A partir de 2012 cambian sus instalaciones a Lora del Río y empiezan a invertir en sistemas y a trabajar en procesos internos. Se introducen en la empresa Alfingasa, donde tuvieron muchos problemas, ya superados y que hoy cuenta con gran potencial. “Estamos permanentemente buscando nuevas líneas de negocio y ahora, estamos abriendo oficinas en otros países con gente local”, afirmó el CEO de 4 Gasa.

En su opinión, la evolución de la empresa se explica por su orientación a las personas, contar con un objetivo común, unos valores, atraer talento y tener un equipo de locos que se apasionen con su trabajo.

Sánchez apuesta por la acción y vivir en una situación de crisis permanente, cuestionarnos de forma constante; cambiar cuando las cosas vayan bien; innovar; ir ligeros de equipaje; buscar colaboraciones para poder competir; e invertir en valor, con una reinversión en el negocio. “Se puede ser una pyme andaluza líder global y humanitaria y disfrutar del camino”, concluyó. ■

“Se puede ser una pyme andaluza líder global y humanitaria y disfrutar del camino”



1 Diciembre, 2017

Ciclo de Encuentros Andalucía Económica



Francisco Velasco, director de EOI Andalucía; Guillermo Lucena, del Grupo Santander; el ponente; y Juan Manuel Sáenz, gestor de Empresas de Andalucía occidental de CajaSur.



Alfredo Chávarri, director general Andalucía Económica; junto a Alicia Ramos y Paloma Franco, directora Área Alimentaria y directora Área Salud y Seguridad, respectivamente, de AGQ Labs; María Graciani, escritora; Pilar Pérez, del Hotel Wesfalienhof; e Ignacio Parejo, director Seguros de Crédito y Caución de Houdren.



Francisco Javier Valmondo; Javier Alarcón, director Administraciones Públicas de Houdren Iberia; Miguel García, director general de Isesa; e Inmaculada Rodríguez, directora de Publicidad de Andalucía Económica.



Alberto Bernat, asesor técnico de Energía Aplus; Manuel Mazo, director de Marketing y Comercial de CorSevilla; Simón Onrubia, socio director de B2B Comunicación; y Ana Gordillo, directora de Proyectos y Desarrollo de Negocio de Grupo Llopis.



Por parte de Randstad: Ana Vázquez, Rafael Peñuela, Sergi Cabeza y Elena Ortega.



Por parte de Cuatrogasa: Chiti Muñoz, Reyes Gavilán y José Manuel Delgado, durante el cóctel.



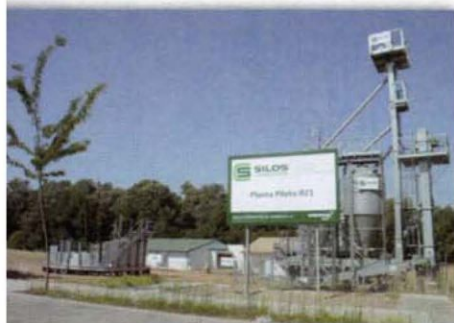
José Pérez, Senior Manager de Deloitte; Juan Carlos Gavilán, director general de Panambi; Bruno Rodríguez, gerente de Rolocons; Ana Llopis, directora gerente de Grupo Llopis; y David Utrera, de Zamarrilla Inversiones.



Carlos Jurado, de Bidaforma; Leopoldo Parias, socio de Deloitte; Jaime Mora; el ponente Manuel Sánchez; Juan Carlos Gavilán; Francisco José Chacón, de Bidaforma; y Francisco Aguilar, responsable de proyectos y operaciones de Solutia IT.



Zona experimental Rabanales 21 | Final III Edición Yuzz | Instalaciones Centro Olivo.



Cátedras de empresa de UCO, claves en la transferencia de conocimiento a la sociedad

UNO de los elementos que más visualizan la relación universidad-empresa en Córdoba son las denominadas cátedras de empresa, ya que son un elemento clave en la difusión, valorización y transferencia del conocimiento a la sociedad.

Son varias las cátedras resultantes de la colaboración de la Universidad de Córdoba con empresas del entorno. La Cátedra Prasa de Empresa Familiar facilita el cambio generacional en la empresa familiar cordobesa. La Cátedra de Medio Ambiente-Enresa se ha consolidado como una plataforma de trabajo en materia ambiental y el desarrollo sostenible. El objetivo de la Cátedra de Ganadería Ecológica Ecovalia es la promoción del conocimiento y la difusión de los métodos de producción ecológicos. El fomento de la cultura exportadora y de la internacionalización de las empresas andaluzas es el objetivo principal de la Cátedra Extenda. Mientras que la Cátedra Tecnia está orientada hacia el desarrollo de tecnologías aplicadas a la mejora de la calidad de vida, especial-

Las prácticas en empresa es otra de las piezas angulares en las que se sostiene la transferencia del conocimiento hacia las empresas, sirviendo también para mejorar la empleabilidad de los universitarios

R.A.E.

mente en los ámbitos de la salud y la agroalimentación.

La colaboración entre la Fundación Bodegas Campos y la Universidad cordobesa permitió crear la Cátedra de Gastronomía de Andalucía, que busca la capacitación de gestores y directivos en la producción agroalimentaria, el turismo y la hostelería. Mientras que la Cátedra Santander de Emprendimiento y Liderazgo fomenta una cultura emprendedora e innovadora que conduzca a la creación de una economía basada en el conocimiento.

Por su parte, la Oficina de Transferencia de Resultados de Investigación (OTRI) se encarga de vincular el potencial de los grupos de investigación de la Universidad y los sectores productivos. Durante el curso 2016/2017, un total

de 66 grupos de investigación firmaron 197 contratos con empresas como Acerinox, EuroChem Agro Iberia, S.L., Eurosemillas S.A., Gelagri ibérica, S.L., Grupo Cardiológico Corpal S.L., o Magtel Operaciones S.L.U.

La realización de prácticas en empresa es otra de las piezas angulares en las que se sostiene la transferencia del conocimiento hacia las empresas, sirviendo al mismo tiempo para mejorar la empleabilidad de los universitarios. Más de 2.000 empresas acogen de forma habitual a los estudiantes de la Universidad de Córdoba, entre ellas Aceitunas Torrent, AE Maderas, Alvear S.A, Asea Brown Bober (ABB), Canvax Biotech S.L., Deóleo S.A., Gelagri Ibérica, S.L., Grupo CIAT, Grupo Unamacor, Plastienvase, S.L., Leuk Soluciones Energéti-

cas S.L., Silos Córdoba, Smurfit Kappa Container S.L., Dcoop o Covap.

Junto con estos programas de prácticas, y gracias al Plan Propio Galileo, la Universidad de Córdoba puso en marcha el denominado 'semillero de emprendedores', para favorecer la incorporación de los titulados superiores al tejido empresarial, mediante la concesión de una beca. Entre las empresas que han participado este año se encuentran Covap, Plastienvase S.L., Gelagri Ibérica S.L., o Deóleo S.A.

Uno de los mejores exponentes de la apuesta de esta Universidad por el emprendimiento es su participación activa en el programa Yuzz (ahora Explorer) de Santander Universidades y CISE. Además, cabe destacar los cursos realizados en colaboración con EOI o las becas Andalucía Open Future, de la Junta de Andalucía y Telefónica. Y mencionar también los denominados 'Campus Universitarios Carrefour', destinados a la formación de los mandos intermedios de Carrefour por profesores universitarios y directivos de la empresa. ■



Las universidades y las empresas estrechan sus vínculos a favor del empleo y el emprendimiento

MUCHO se viene hablando en los últimos años de la necesidad de habilitar una mayor colaboración entre las universidades andaluzas y las empresas de su entorno, a fin de impulsar entre los jóvenes estudiantes la vocación emprendedora y de propiciar una mayor conexión entre la formación de nuestros universitarios y las cada vez más exigentes demandas del mercado laboral. Este vínculo también es necesario para frenar la fuga de talento, pues muchos de nuestros jóvenes se ven obligados a trabajar en otros países ante la elevada tasa de paro de Andalucía y España.

Para la Universidad de Almería es una prioridad establecer mecanismos de colaboración con las empresas, y en este sentido desarrolla una serie de medidas al alimón con las empresas para promover la iniciativa emprendedora, la creación y desarrollo de empresas basadas en el conocimiento y la empleabilidad en la comunidad universitaria.

Desde hace una década se celebra la Feria de las Ideas, donde emprendedores pueden exponer sus proyectos y encontrar apoyo financiero-comercial-productivo y formativo de la mano de empresarios y profesionales experimentados. La feria se organiza conjuntamente con la Junta de Andalucía, el Ministerio de Industria, Energía y Turismo y el Parque



La Universidad de Almería desarrolla una serie de medidas al alimón con las empresas para promover la iniciativa emprendedora, la creación de empresas y la empleabilidad

Patricia Balbontín

Científico-Tecnológico de Almería PITA. Está patrocinada por Cajamar, y colabora la práctica totalidad de las entidades de fomento del tejido empresarial almeriense, así como un elevado número de empresas.

Otra actividad es el Proyecto UAL-Coaching, donde unos 70 profesionales (empresarios, directivos y profesionales) participan en este programa de acompañamiento de alumnos de últimos cursos de grados y postgrados de la UAL.

También está el Programa de Intercambio de Experiencias Profesionales, donde personal de la universidad realiza estancias breves en empresas e instituciones, y directivos y técnicos de empresas participan en actividades académicas de la UAL.

Por su parte, el Programa JUMP-Emprendimiento se ha diseñado para mejorar las competencias

transversales de los universitarios con la finalidad de facilitar su integración en el mercado laboral. En su desarrollo colaboran más de 20 profesionales de entidades y empresas, como EOI, Andalucía Emprende, Colegio de Economías, AJE, Andalucía Open Future, PITA, Cajamar, Celemin, Luxeapers, A Toda Vela, Amo Peralta Abogados, Sistemas de Calor, GR Consulting, Grupo Caparrós, Twenix...

Ideas Factory, otra actuación de la UAL, es un evento destinado a identificar y potenciar el talento emprendedor y la innovación. Los estudiantes trabajan en el reto de convertir ideas en modelos de negocio, y cuentan con el apoyo de más de 25 mentores, empresarios y directivos.

Asimismo, desde hace varios años la UAL colabora con la EOI (Escuela de Organización Industrial) para la puesta en marcha

de cursos de Iniciativa Emprendedora Universitaria, que fomenta la iniciativa emprendedora de los estudiantes y titulados.

Y están las Becas Talento D-Ual, que cuentan con el apoyo de Cajamar, Coexphal, Grupo Hoteles Playa, Michelin, Residencia De Mayores San Álvaro S.L., Rijk Zwaan Ibérica S.A., Trops S.A.T. y Cosentino, entre otras empresas.

Más acciones de la UAL son la Red de Business Angels Banual; el Startup Programme, dirigido a fomentar el espíritu emprendedor y la puesta en marcha de empresas; las prácticas curriculares de emprendimiento en empresas y entidades como PITA, A Toda Vela, Celemin, etc.; o las reuniones que la universidad mantiene con entidades y empresas con la finalidad de identificar áreas de colaboración y diseñar proyectos vinculados al emprendimiento. ■



Aniversario Ai

Andalucía Inmobiliaria celebra su mayoría de edad y entrega sus IV Premios



De izquierda a derecha, Antonio Muñoz, delegado municipal de Hábitat Urbano, Cultura y Turismo del Ayuntamiento de Sevilla; Rosa Hafner, directora-editora de Ai; Juan Lazcano, presidente de CNC; Javier González de Lara, presidente de CEA; Ricardo Pumar, presidente de INSUR; Rafael Herrador, director territorial de CaixaBank en Andalucía; y Antonio Carrillo, secretario general de CEA

Sonia Mora

Fotos: Pablo P. Rojas



Los miembros del Consejo Asesor de Ai, junto a la directora-editora, Rosa Hafner, el delegado municipal de Hábitat Urbano, Cultura y Turismo del Ayuntamiento de Sevilla, Antonio Muñoz; la secretaria general de Vivienda, Catalina Madueño; el alcalde de Dos Hermanas, Francisco Toscano; el alcalde de Estepona, José María García Urbano; el presidente de CEA, Javier González de Lara; el presidente de CNC, Juan Lazcano; el presidente de APCE, Juan Antonio Gómez-Pintado y los galardonados con los IV Premios Andalucía Inmobiliaria

La sede de la Confederación de Empresarios de Andalucía (CEA) en Sevilla acogió el pasado 26 de octubre el acto del XVIII Aniversario de la revista Andalucía Inmobiliaria, así como la entrega de los IV Premios Ai. En esta importante celebración, coincidente con la 'mayoría de edad' de la publicación, contó con la inestimable colaboración de la entidad CaixaBank. El evento, al que acudieron en torno a 140 invitados entre profesionales, empresarios, directivos y personalidades, procedentes tanto de Andalucía como de otras comunidades autónomas, volvió a responder a las expectativas tanto por el elevado nivel de la mesa como por la calidad de la cuarta edición de los Premios Ai.

El Salón de Actos de CEA fue escenario un año más, y van 18 consecutivos, del encuentro conmemorativo del cumpleaños de la publicación. En esta ocasión intervinieron en la mesa Javier González de Lara, presidente de CEA; Rosa Hafner, directora-editora de Ai; Juan Lazcano, presidente de la Confederación Nacional de la Construcción (CNC); Ricardo Pumar, presidente de INSUR; Rafael Herrador, director territorial de CaixaBank en Andalucía; Antonio Muñoz, delegado municipal de Hábitat Urbano, Cultura y Turismo del Ayuntamiento de Sevilla; y Antonio Carrillo, secretario general de CEA.

El acto se distribuyó en un primer bloque de intervenciones, que cerró el presidente de INSUR, tras cuyas palabras se celebró la ceremonia de entrega de premios. En último término se dirigió a los presentes Juan Lazcano, para cerrar el acto la directora de la revista, que invitó a los presentes a un cóctel en las instalaciones contiguas.



Aniversario Ai



Luis Miguel Martín Rubio, Alejandro Ruiz Cabello, Antonio Carrillo, Rafael Herrador, Antonio Cayuela, Francisco Toscano, Ricardo Arranz, Maite Abascal, Antonio Blázquez, Ricardo Pumar, Simon Chavarrí, Javier González de Lara, Juan Lazcano, José Antonio Granero, José María García Urbano, Íñigo Galán, Íñigo Molina, Catalina Madueño, Antonio Muñoz, Mikel Echavarren, Juan Antonio Gómez-Pintado, Alfonso Sedeño, Manuel Murga y Jorge Segura



Íñigo Molina (IZA), Antonio Blázquez y Maite Abascal (Montenmedio), José María García Urbano (Alcalde de Estepona), Rosa Hafner, Antonio Muñoz (Ayuntamiento de Sevilla), Ricardo Pumar (Insur), Rafael Herrador y Antonio Cayuela (Caixabank)



Francisco Carmona (FADECO Contratistas) y Silvia Serna (Caixabank)



Basilisa Jurado (Ayuntamiento de Dos Hermanas), Francisco Toscano (Alcalde de Dos Hermanas) y Catalina Madueño (Junta de Andalucía)



Juan Lazcano (CNC) y Antonio Carrillo (CEA)

Desde estas líneas, todos los miembros del equipo de Andalucía Inmobiliaria queremos dirigirnos a las decenas de invitados que nos arrojaron en el acto de nuestro XVIII Aniversario, para informarles de que en esta ocasión no ha sido posible reflejar en estas páginas las fotografías tomadas durante el cóctel, como hacemos habitualmente, por un problema técnico ajeno a nuestra voluntad. Aprovechamos para daros las gracias por vuestra compañía y para animaros a continuar siendo parte de esta revista muchos años más.



Gabriel Rojas (Gabriel Rojas) y Juan José Sánchez Infante (BBVA)



Aniversario Ai



Rosa Hafner, Francisco Javier de Aspe Gil y Jaime de Aspe Gil (Inersa)



Íñigo Molina (IZA), Rafael Herrador (Caixabank) y Felipe Castellano (Felipe Castellano)



Alfredo Montero y Félix Estébanez (Aliseda) con José Luis Sáinz-Pardo (JLL)



Moisés Sanpedro (Cámara de Comercio) y Manuel Sillero (abogado)



Antonio Martín Pozo (Martín Casillas), Gabriel Rojas (Gabriel Rojas) y Felipe Castellano (Felipe Castellano)



Juan de Dios Molinero (ACP Granada), Catalina Madueño (Junta de Andalucía), Francisco Carmona (FADECO Contratistas) y Francisco Martínez-Cañavate (FADECO Promotores)



Marta Muñoz, Cristina Villalba y Concha Martín (FADECO) y Jorge Fernández Portillo (FAEC)



Juan Aguilera (Gaesco), Eduardo Martínez Zúñiga (Galia) y José Ignacio Choza (ST Sociedad de Tasación)

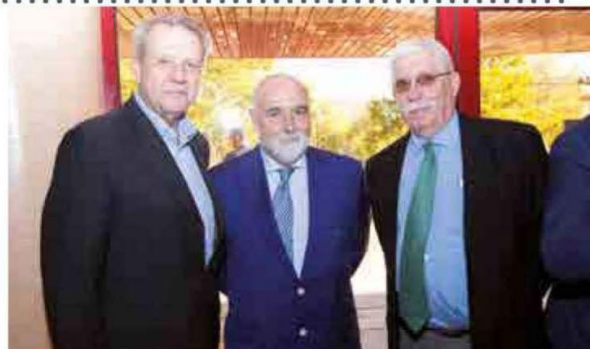


1 Noviembre, 2017

Aniversario Ai



Diego Chacón (Aedas) y Martín Vincenti (Galvin)



Jaime Montaner (arquitecto), Antonio Carrillo (CEA) y Eduardo Martínez Zúñiga (Galia)



José Luis Sáinz-Pardo (JLL), Arturo Coloma y Salvador Martínez (Detea)



José María García Urbano (Alcalde de Estepona) y Francisco Toscano (Alcalde de Dos Hermanas)



Ricardo Arranz (Villa Padierna), Antonio Blázquez y Maite Abascal (Montenmedio)



Alfonso Sedeño y su esposa (Viapol) con Beatriz Moreno-Luque (Grupo Lar)



Simón Chávarri (Chavs), Alejandro Ruiz Cabello (Inmobiliaria Osuna) y Enrique Piñeyro (ingeniero consultor)



José Antonio Granero (CGR Arquitectos) y Juan Antonio Gómez-Pintado (APCE-Vía Cétere)

Aniversario Ai



Javier González de Lara

El primero en tomar la palabra fue Javier González de Lara, quien reflexionó acerca de la necesidad de trabajar juntos medios de comunicación, empresas y sociedad. "Es una ecuación compleja, pero nos necesitamos mutuamente, especialmente en los momentos actuales. Hoy la sociedad no se entiende sin el derecho a la libertad de prensa y la libertad de empresa, y toda la amalgama de derechos y obligaciones se nos ha mostrado bien clara en estos convulsos días de nuestra historia, unos días en los que la libertad de los modelos democráticos está en cuestión por el desafío independentista de algunos". Mostró su confianza en la fortaleza de la democracia española y en el rigor, el pluralismo, la ética y la profesionalidad de los medios de comunicación tanto públicos como privados.

Subrayó "la importancia del concepto empresarial, su alta incidencia en el entorno, facilitando no sólo su propio desarrollo sino el de todo aquello que le rodea. Se pueden ver múltiples ejemplos de cómo la innovación empresarial en un lugar concreto ha logrado efectos positivos sobre el conjunto de ese ámbito territorial".

"Es imprescindible -continuó- hacer de nuestra región un lugar idóneo para la inversión. Tenemos en Andalucía medio

millón de empresas, pero necesitamos más y de mayor dimensión. Lamentablemente, el caso de Cataluña ha sido el mejor laboratorio de demostración acerca de qué ocurre cuando un territorio pierde su capacidad para ser idóneo, en este caso porque deja de haber seguridad jurídica".

Aseguró que existe una percepción generalizada de que todo empezó a cambiar favorablemente en Cataluña cuando las empresas empezaron a salir de la región. "Las empresas no se han marchado de Cataluña, las han echado, porque no hay estabilidad institucional ni seguridad jurídica. De ahí la idea de que las empresas han desempeñado un papel esencial como factores estabilizadores de la unidad de España y de la cohesión social". "Hablamos de seguridad jurídica y estabilidad -prosiguió- en su concepción más amplia. Cuando los empresarios hablamos de que existe hiperregulación, trabas, dificultades, no sólo hablamos desde el punto de vista económico y del empleo, que también, sino de la estabilidad de un país. Por eso insisto en que el gran cambio en la deriva nacionalista se produce cuando las empresas deciden cambiar su ubicación, porque no comparten aquellos escenarios donde no existe seguridad jurídica y estabilidad institucional".

Afirmó que la seguridad jurídica es un elemento imprescindible para garantizar la igualdad y la competi-

tividad de un territorio, al crear un ecosistema favorable que potencia la inversión y atrae empresas.

Recordó la importancia de que una revista como Ai entregue sus IV Premios, reconociendo iniciativas en un sector tan castigado como el inmobiliario. Y se congratuló de que haya logrado celebrar su 18 cumpleaños: "Son 18 años de esfuerzo y sacrificio, en los que ha sabido ser portavoz de muchas voces que necesitaban ser escuchadas".

Rafael Herrador

A continuación fue el turno de Rafael Herrador, quien tras felicitar a la revista por conseguir reunir un año más "a todos los líderes del sector en Andalucía y por impulsar los premios que entrega", trasladó su felicitación al Ayuntamiento de Sevilla por la elección de la capital hispalense como la mejor ciudad para visitar en 2018. Al respecto del sector inmobiliario, recordó que el nuevo ciclo arrancó en 2015. "Este nuevo ciclo se inicia con nuevos actores, marcados por la fuerte irrupción de las nuevas tecnologías. El momento actual requiere una mayor profesionalización en el sector, que además tiene enfrente a un consumidor más exigente e in-

Aniversario Ai



Antonio Muñoz

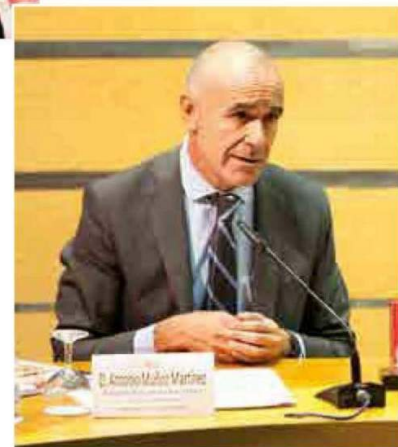
Seguidamente tomó el testigo Antonio Muñoz, quien al hilo de las felicitaciones al consistorio por el reconocimiento a Sevilla como ciudad turística para visitar en 2018 según la guía Lonely Planet, aseguró que no es sólo un logro del Ayuntamiento sino del sistema turístico de la ciudad, donde los empresarios "son parte importantísima. El ayuntamiento sólo canaliza ese reconocimiento, pero es fruto de la labor de todos".

Al respecto de la publicación y su 18 cumpleaños aseguró que Ai es un referente tanto en Andalucía como fuera de la región.

Mostró su convencimiento en que la recuperación económica debe traducirse cuanto antes en una recuperación de la inversión productiva. "La gran obra pública tiene que dejar de ser noticia por lo que no se hace o por ser la asignatura pendiente; debe serlo porque se produzcan determinadas licitaciones. Desgraciadamente todavía no se ha alcanzado la dimensión que nos gustaría en este tipo de inversiones, pero permítanme que comparta cierto optimismo por los datos que manejo desde mi atalaya de la Delegación de Urbanismo. En 2017 hemos alcanzado un importe cercano a los 250 millones de euros en licencias de obra, algo que no se recordaba desde 2010. A día de hoy se han puesto en marcha este año 850 viviendas, más que la suma de los años 2013, 2014 y 2015. Son indicadores que demuestran

que algo está cambiando".

Confirmó además que en estos momentos se podrían acometer en Sevilla cerca de 7.500 viviendas con la simple solicitud de la licencia de obra, y que con actuaciones sin ninguna tramitación compleja podría duplicarse esa cifra. "Es evidente que la coyuntu-



ra está cambiando, y que hay capacidad para garantizar un crecimiento sostenido durante los próximos 5 a 7 años, habida cuenta de las bolsas de suelo existentes. Me gustaría contagiarnos en la medida de lo posible del optimismo que creo que necesitamos, si nos contagiarnos unos a otros, la sociedad en su conjunto saldrá ganando".

No eludió por último hablar de las dificultades administrativas a las que muchas veces se enfrentan los empresarios a la hora de iniciar un proyecto, sea inmobiliario o de cualquier otra índole. "Si tuviera que reducir a un solo objetivo mi tarea diaria al frente del gobierno local, en las áreas encomendadas, apostaría por la simplificación administrativa y la disminución de la carga burocrática del ayuntamiento. Sería el mejor legado que este gobierno podría dejarle a Sevilla. Espero que estas dos asignaturas pendientes, la gran obra pública y la simplificación administrativa, sean en el 19 Aniversario de Ai una página superada en nuestra historia".

formado, y para ello nos tenemos que preparar. Desde Caixabank estamos preparados".

Explicó cómo su entidad ha conseguido dotar a la red de unidades especializadas, enfocadas exclusivamente en el nuevo negocio promotor. "En concreto, nuestro crecimiento en el negocio promotor para este ejercicio se prevé que sea de un 75%, alcanzando los 449 proyectos financiados. En Andalucía financiamos 51. Por otra parte, está la venta de los activos adjudicados en el momento más duro de la crisis. Aquí también notamos la recuperación económica y en los primeros nueve meses del año hemos vendido 2.925 activos. Pero no sólo vendemos activos, sino que tenemos una faceta promotora propia; actualmente tenemos 104 promociones en marcha".

Por último resaltó la labor de la Obra Social la Caixa, de la que ofreció algunos datos: en 2016 se facilitaron 3.624 pisos de alquiler solidario y 285 de vivienda asequible, además de trabajar en algunos casos con el instrumento jurídico de la dación en pago. "Es, en definitiva, la institución que vehicula el compromiso de la entidad con el sector y con la ciudadanía".

Aniversario Ai

Ricardo Pumar

Ricardo Pumar, por su parte, compartió con los presentes unas reflexiones sobre el "apasionante momento que está viviendo el sector inmobiliario, en especial el de la promoción residencial, un momento de profundos cambios y transformaciones".

"Tras muchos años nos encontramos ya en una fase de recuperación del mercado residencial, aunque no alcanzará el nivel del anterior ciclo expansivo. Nos encaminamos hacia un mercado con un crecimiento menor pero más sostenido y



más moderado que en dicho ciclo". Rememoró que la reactivación se inició hace algo más de dos años en las principales capitales de provincia y las zonas costeras, y poco a poco ha ido extendiéndose a otras muchas zonas de la geografía nacional. Aportó algunos datos para confirmar la recuperación: "Crecen las transacciones vivienda. El aumento de la demanda, unido al exiguo volumen de vivienda nueva terminada, está propiciando que se reduzca el stock, lo que a su vez se está traduciendo en un aumento de los precios, por ahora en niveles razonables salvo excepciones". Esta reducción del stock está provocando un aumento de la actividad promotora, después de que 2013 y 2014 se cerraran con mínimos de 35.000 unidades. "Lo ideal es cerrar en al menos 75.000, aunque seguiremos estando muy lejos de la media histórica y a años luz del ciclo expansivo".

Reflexionó acerca de que esta reactivación del mercado residencial se apo-

ya en gran medida en una recuperación del mercado de trabajo, además de en la positiva recuperación de la confianza de los consumidores y en la fortaleza de la demanda de los ciudadanos extranjeros, por encima incluso de los años anteriores a la crisis.

Sobre las nuevas características del mercado apuntó varias como principales: una demanda menor y mucho más exigente, con muchas posibilidades de información y elección; una financiación mucho más rigurosa y selectiva a las actividades inmobiliarias, y un aumento de la profesionalización y la dimensión de los operadores del sector.



Afirmó que en dicho mercado sólo tienen salida los productos con diseño, soluciones innovadoras y buenas calidades, "donde los promotores, cada vez más profesionales, deben profundizar en el desarrollo de productos con más valor añadido, una gestión más eficiente, más industrialización del proceso productivo y mayor rotación".

Sobre la rigurosidad del sector financiero aseveró que va a seguir siendo igual de selectiva durante muchos años: "Hoy en día el sistema financiero sólo financia proyectos viables, presentados por promotores solventes y profesionales, y que comprometan una parte sustancial de capital propio en el proyecto".

Expresó asimismo que las profundas transformaciones que está viviendo el

sector inmobiliario por ese cambio en las condiciones del mercado está provocando mayor concentración empresarial. "Están apareciendo nuevos operadores, muchos auspiciados por fondos de inversores internacionales y entidades financieras con acceso al mercado de capitales, notables recursos financieros y claras ventajas competitivas. Esto va a forzar una mayor concentración empresarial, que favorecerá una mayor estabilidad y sostenibilidad del sector".

Señaló como dos de los grandes retos del sector facilitar el acceso de los jóvenes a la vivienda, toda vez que la mayoría de las viviendas que se venden son para reposición o inversión; y conseguir que se produzca una mayor agilización de los trámites urbanísticos. "Uno de los factores que más influye en la ines-

tabilidad del sector es el periodo de maduración, la dificultad para ajustarse a la demanda. Mientras mayor es el plazo de maduración de una inversión mayor es su riesgo. No existen razones que justifiquen que los trámites administrativos absorban el 40% de una promoción inmobiliaria. En un mercado transparente y competitivo, los beneficios derivados de un menor riesgo asociado a la reducción del periodo de maduración no tienen que traducirse, necesariamente, en un mayor margen para el promotor, sino que pueden concretarse en un menor precio para el consumidor final". Abogó en último término por una agilización de los procesos de calificación y gestión del suelo, para que se pueda poner en valor todo el suelo necesario para alimentar el proceso productivo.



Aniversario Ai



Juan Lazcano

Tras la intervención de Pumar se procedió a la entrega de premios, y terminada la ceremonia clausuró el evento Juan Lazcano, quien felicitó a la revista por haber acompañado al sector los últimos 18 años en las buenas y en las malas. Aseveró que el inmobiliario atraviesa un buen momento, como demuestran numerosos indicadores: "Si analizamos las transacciones del segundo trimestre, han subido un 14,7% respecto al mismo trimestre del año pasado, y en Andalucía ese porcentaje sube al 19,32%. En visados, el crecimiento ha sido del 28,86% a nivel estatal en 2016, con más de 64.000, mientras en Andalucía se han incrementado un 36,10%, con 10.228 visados. Hasta julio, a nivel estatal estamos en 50.000 visados de obra nueva, y en datos de firma de hipotecas, en el mismo periodo aumentó un 33%, según datos del INE". Asimismo, la promoción está creciendo al 10,63% anual y el PIB al 3,48, es decir, la vivienda es unas de las actividades que más está contribuyendo al crecimiento del PIB.

También se puede afirmar que ha regresado la financiación a través de las entidades financieras y de inversores que están permitiendo dinamizar el sector a un ritmo más ágil y cada vez en más sitios.

En España, las previsiones de crecimiento se sitúan en torno al 3% según el FMI. El BBVA, en su informe de situa-

ción inmobiliaria de julio, estima que este año la transacción de vivienda crecerá un 10% respecto al pasado, tres puntos más que lo que preveía el estudio en marzo. Este incremento de la demanda se traslada a los precios, con una revalorización más intensa de lo previsto, en torno al 3% de media. En este escenario, "los promotores y constructores inmobiliarios apostarán por poner en marcha nuevos proyectos y la firma de visados crecerá por encima del 20% a lo largo del año".



Más allá de estas cifras subrayó Lazcano el compromiso del sector con el entorno. "Es un sector que apuesta por la eficiencia energética en sus edificaciones y en sus procesos, y que tiene claro que, a través de la profesionalización, acercándose a las universidades y centros profesionales, podrá avanzar con paso firme, mejorando la calidad de vida de la sociedad y de quienes la constituyen".

Enfatizó que "el momento actual requiere el compromiso y la transparencia

de todos. Sin ello, el futuro será más incierto, más aún si tenemos en cuenta la incertidumbre de dos nuevas normas en ciernes a la espera de ser presentadas y aprobadas, de incidencia directa en la vivienda: la Ley Hipotecaria, y el nuevo Plan Estatal de Vivienda, que apela a la iniciativa privada para la ejecución y desarrollo del plan, y que le va a dar el impulso definitivo al sector para que alcance la velocidad de crucero, con su efecto

multiplicador en el empleo en otras ramas de actividad". Desde el sector se confía en que con el nuevo Plan se recuperen ayudas para fomentar el acceso a la primera vivienda de los jóvenes, "para lo que se debe reactivar definitivamente la producción, para alcanzar las 150.000 unidades en consonancia con los ratios de la UE".

"En definitiva -concluyó-, se trata de remodelar el sector para que esté impregnado de tres características primordiales: innovación, competitividad y eficiencia,

lo que redundará en un mercado más sano y sostenible, con controles financieros más férreos y rigurosos, al objeto de lograr un sector industrializado más sólido y fuerte, para que no vuelva a caer como un castillo de naipes y con el efecto dominó del desplome de 2007, de cuyas heridas no nos hemos recuperado del todo. Espero que todos, empezando por la Administración y las entidades financieras, pero también los demás agentes implicados, hayamos aprendido la lección".

Aniversario Ai



IV Premios Ai

Al término de la intervención del presidente de INSUR se celebró la ceremonia de entrega de los IV Premios Ai, presentada por el socio director general de Inerzia Asesores Inmobiliarios y miembro del Consejo Asesor de la revista, Iñigo Galán, quien un año más recordó en primer lugar a quien fuera el auténtico artífice e inspirador de la creación de los premios, el fallecido director de la revista Juan Hochberg. La primera edición se celebró justo el año de su fallecimiento, 2014, y en su honor y recuerdo se entregaron aquellos primeros premios a través de los cuales cada año se rescata su memoria. Tras presentar también a los miembros del jurado, realizó una exhaustiva introducción de cada uno de los galardonados, resaltando los datos más destacados por los cuales los integrantes de dicho jurado se decantaron por sus respectivas candidaturas.

Los premios se fallaron en la reunión celebrada el pasado 11 de octubre, estando integrado el jurado por Fernando Piñar, arquitecto y consejero de Culmen Arquitectura; Jorge Segura, consultor de empresas; Luis Miguel Martín Rubio, socio del Despacho de abogados Ontier; Íñigo Molina, consultor inmobiliario; y Ricardo Arranz, Presidente de Villa Padierna Hotels and Resorts y de la Federación Española de Urbanizadores y Turismo Residencial. **Ai**

Mejor Proyecto Inmobiliario Torre Sevilla



El conjunto de la Torre Sevilla, promovido por Puerto Triana, filial de Caixabank, está situado en la Isla de la Cartuja de Sevilla. El conjunto arquitectónico, con una superficie de algo más de 240.000 m², marca tendencia por su arquitectura singular en la que destaca la Torre Sevilla, el edificio más alto de Andalucía, con sus 180 metros de altura y diseñado por el prestigioso arquitecto César Pelli. A los pies de la torre hay dos edificios lineales que albergarán un Centro Comercial de 25.000 m² de SBA, actualmente en comercialización. Y en el extremo norte del complejo se ubica el CaixaForum Sevilla, diseñado por el arquitecto sevillano Vázquez Consuegra.

Recoge: Antonio Cayuela, administrador único de Puerto Triana

Entrega: Juan Lazcano, presidente de CNC

"Nos enorgullece decir que Torre Sevilla es ya una realidad. Contribuye a que la ciudad de Sevilla entre de lleno en la modernidad y en ciudades punteras de Europa en muchos aspectos, y estamos orgullosos de nuestra contribución en este sentido para la ciudad"

"Torre Sevilla es un proyecto muy ambicioso, acometido con mucha ilusión y este premio contribuye decisivamente para renovar esta ilusión y seguir avanzando en esta línea"

Aniversario Ai

Mejor Proyecto Innovador Turístico Montenmedio



El Golf and Country Club Montenmedio se sitúa en la Dehesa de Montenmedio, una finca de 500 hectáreas ubicada en Vejer de la Frontera (Cádiz), donde se pueden practicar actividades como el golf y la hípica en un incomparable marco natural, o disfrutar del mejor alojamiento en la Hacienda Montenmedio. Entre las propuestas turísticas del complejo destaca el Circuito Hípico del Sol "Sunshine Tour", el segundo evento ecuestre más importante del mundo. En la actualidad los responsables planifican prolongar la duración del evento de 5 semanas a 6 meses, lo cual representaría un notable impacto económico en la comarca y requeriría ampliar las instalaciones.

Recogen: Antonio Blázquez y Maite Abascal, promotores de Montenmedio

Entrega: Ricardo Arranz, presidente de la Federación Española de Urbanizadores y Turismo Residencial y de Villa Padierna Hotels & Resorts

"Es esencial para el futuro que todo funcione con energías limpias, por las consecuencias para el cambio climático"

"Nuestros proyectos respetan la naturaleza y contribuyen a reducir el paro en la comarca de La Janda, donde el desempleo supera el 40% muchas épocas al año"

"Siempre estamos aplicando tecnologías innovadoras y vamos a tratar de seguir innovando"

Mejor Proyecto Innovador Inmobiliario Gran Hotel Miramar Resort & Spa



El Hotel Miramar, de estilo modernista, fue construido entre 1921 y 1926. Es la obra cumbre del arquitecto Fernando Strachan, y fue inaugurado en 1926 por el Rey Alfonso XIII bajo el sobrenombre de Príncipe de Asturias. Entre 1936 y 1939 fue hospital de sangre y entre 1939 y 1967 retornó a sus orígenes con el nombre de Hotel Miramar. Entre 1987 y 2007 acogió la Sede de Justicia de Málaga. En los últimos años, siguiendo el proyecto del estudio de arquitectura Seguí, la cadena Hoteles Santos ha trabajado en la recuperación de esta joya arquitectónica, que ha sido incluida en la entidad The Leading Hotels of the World, el selecto club de los hoteles más exclusivos del mundo.

Recoge: Manuel Murga, director comercial operativo de Hoteles Santos

Entrega: Javier González de Lara, presidente de CEA

"Es una ilusión y un orgullo para todo el Grupo de Hoteles Santos haber recibido este galardón"

"El proyecto del Gran Hotel Miramar se inició en 2008. El 2015 comenzó la restauración y el 30 de diciembre de 2016 se celebró el primer acto social. Desde entonces hemos vivido un año de mucho trabajo, ilusión y esfuerzo. A que sea un gran hotel no sólo ha contribuido el esfuerzo del Grupo, sino de distintas instituciones de Andalucía"

Aniversario Ai

Mejor Trayectoria Empresarial Juan Antonio Gómez-Pintado Rodríguez de Segovia



Diplomado en Contabilidad, Economía y Financiación de Empresas por la EOI, Gómez-Pintado cuenta con un Máster en Dirección de Empresas Constructoras e Inmobiliarias y es especialista en Urbanismo por el Centro de Estudios Financieros de Madrid. En 2007 vendió su empresa inmobiliaria familiar, Agofer, al Grupo Sando. A partir de ahí, comenzó a trabajar en un nuevo proyecto, del que surgió Vía Célere, una nueva promotora inmobiliaria, que en sus orígenes se centró en países como Brasil o algunos de Europa del Este. Al igual que sucedió con Agofer, han llamado a su puerta y este mismo año el fondo Värde Partners ha comprado su empresa por 90 millones de euros, manteniéndole como máximo ejecutivo de la sociedad.

Entrega: Ricardo Pumar, presidente de INSUR

"Estamos en un sector completamente diferente, el que no lo haya visto tendrá un futuro complicado"

"En nuestra industria tenemos que ser lo más eficientes posibles a nivel energético; hay que trabajar en esa línea o nos quedaremos estancados"

"Tenemos que mejorar la imagen del sector, aportar valor y lograr que la sociedad nos perciba por la capacidad que tenemos de hacer buenas acciones. Tenemos que conseguir un sector estable y de futuro"

Mejor trayectoria profesional Alfonso Sedeño Masot



Nacido en Badajoz pero afincado en Sevilla, Alfonso Sedeño es un referente del sector inmobiliario en Andalucía. Es Arquitecto Técnico y Especialista en Valoraciones Inmobiliarias y de Suelo. Inició su actividad profesional en Hispano Alemana de Construcciones como jefe de Obras del Hotel Los Lebreros de Sevilla, y continuó coordinando proyectos como la Rehabilitación del Casino de la Exposición o la Remodelación del Estadio Sánchez Pizjuán. Trabajaba en Irak para Rumasa cuando fue expropiada por el gobierno de González. Su segunda etapa profesional se desarrolla en Inmobiliaria Viapol, donde lleva más de 20 años, la mitad de los cuales fue consejero delegado y director gerente, y en la que actualmente ocupa el cargo de consejero. Es, además, presidente de Honor de Gaesco, la patronal sevillana del sector, después de ocupar numerosos cargos en instituciones sectoriales, como las presidencias de las comisiones de infraestructuras de CES y la Cámara de Comercio de Sevilla.

Entrega: Rafael Herrador, director territorial de CaixaBank

"Resumo mi intervención en solo dos palabras: muchas gracias"



Aniversario Ai

Mejor Empresa Inmobiliaria Osuna



Inmobiliaria Osuna inicia su actividad en 1962 con una pequeña promoción de viviendas en Albolote, Granada. Poco después, el crecimiento de la empresa permite plantear nuevos retos, especialmente en el mercado granadino de viviendas sociales. A finales de la década de los 60 la compañía decide expandirse al resto de Andalucía y desembarca en Extremadura. A finales de los 90 lo hace en Madrid, Cataluña y la Comunidad Valenciana, convirtiéndose en una de las promotoras españolas de más prestigio. En sus 55 años de vida ha entregado más de 90.000 viviendas, y tras haber superado la crisis económica ha iniciado la comercialización de 700 nuevas viviendas.

Recoge: Alejandro Ruiz Cabello, director de Expansión y Desarrollo

Entrega: Antonio Muñoz, delegado municipal de Hábitat Urbano, Cultura y Turismo del Ayuntamiento de Sevilla

"En nuestra empresa, más que de viviendas nos gusta hablar de los más de 90.000 hogares que hemos entregado"

"Le damos nuestra más sincera enhorabuena a la revista por sus 18 años en el mercado con responsabilidad, rigor y éxito"

"Nos enorgullece y gratifica enormemente este premio"

Ciudad Siglo XXI Estepona



El municipio de Estepona, situado al Oeste de la provincia de Málaga y con algo más de 70.000 habitantes, ha experimentado una espectacular transformación en los últimos años, destacando especialmente la recuperación del casco histórico de la ciudad, con el objetivo de convertirlo en un foco de atracción turística. En los últimos siete años la localidad ha sufrido un cambio sustancial, gracias a las medidas tomadas por el equipo de gobierno, entre ellas dar de alta unos 3.000 inmuebles que estaban fiscalmente opacos, o apoyar a las empresas locales con contratos de obra menor de hasta 50.000 euros. Hoy en día Estepona es la segunda ciudad de Andalucía en tasa de empleo.

Recoge: José María García Urbano, alcalde de Estepona

Entrega: Francisco Toscano, alcalde de Dos Hermanas

"Hoy en día Estepona es una ciudad embellecida y muy bien preparada para recibir inversiones, porque damos seguridad jurídica y agilidad administrativa día a día"

"Nuestra ciudad no demoniza al sector de la construcción, al contrario, pero justo ahora tenemos que plantearnos crecer no geográficamente, sino en calidad de vida; crecer para qué y para quién, cuando todo es limitado"



1 Noviembre, 2017

Aniversario Ai





Aniversario Ai





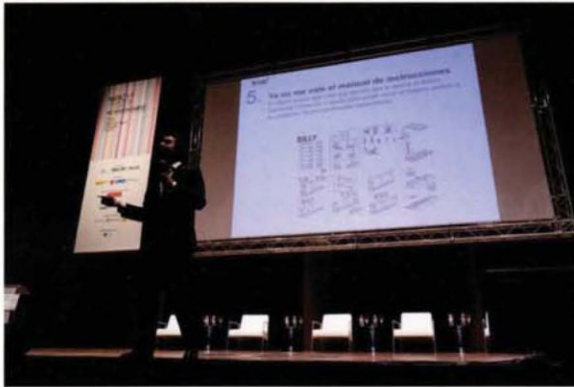
Aniversario Ai





1 Noviembre, 2017

34 DOSSIER MRC17
DIA Retail 478
MADRID RETAIL CONGRESS



Alberto Córdoba, de Xperience by Lukkap.



Mesa Redonda hablando de Omnichannel.

CONOCER AL CLIENTE DIGITAL

Alberto Córdoba, Socio Director de **Xperience by Lukkap**, compartió con los asistentes a Madrid Retail Congress los resultados del IMEX Retail, donde se puede ver qué es lo que demandan los clientes y qué es lo que ofrecen las empresas.

El ponente abordó el tema de la Experiencia de Cliente y su efecto directo sobre la cuenta de resultados de las compañías. Según el estudio, las empresas que mejor lo están haciendo en cuanto a Experiencia de Cliente en el sector retail son Amazon (ocio-hogar), Massimo Dutti (moda) y El Corte Inglés (alimentación). Este hecho cobra especial relevancia cuando observamos que, cuanto mejor es la experiencia del cliente, mayor es el índice de recomendación, lo que supone un impacto directo en los beneficios de la compañía.

Según aseguró Córdoba, "lo que más se valora en la experiencia retail es el contacto directo con el personal de la tienda, que marca la diferencia entre el mundo offline y el online". Además, añadió que "no pensemos que esto solo va de cómo me queda la ropa; también incluye que en el supermercado nos sugieran un producto u otro o en hogar me asesoren acerca de un determinado objeto".

HABLANDO DE OMNICHANNEL ¿IMPORTA EL CANAL O LA CONEXIÓN?

¿Hablando de Omnichannel ¿Importa el tamaño, el canal o la conexión? Invención, reinención y vuelta al oficio, sería el tema de la primera mesa redonda de Madrid Retail Congress. Tema de fondo, el valor de la tienda física y de combinar con todos los canales, de forma integrada, con las dificultades de las conversiones móviles,

Coincidentes los participantes de distintas áreas del retail, como **Javier García San Miguel**, director general de **Neck & Neck**, **Enric Ezquerra**, presidente ejecutivo de **Sánchez Romero Supermercados**, **Luis Hernández**, director de marketing & eCommerce de **Worten**, **Ramón Flor Conesa**, director de expansión de **Juguettos** e **Ignacio Sierra**, director general corporativo de **Grupo Cortefiel**, con la moderación de **Alicia Davara**, Redactora-Jefa **D/A Retail-Omnichannel** by **D/A Retail**

Hablando de omnicanalidad y de experiencia de compra, los grandes desafíos del pago y de la logística contaron con las intervenciones de grandes expertos en cada una de las áreas. José Maldonado Escudero, director comercial y de Desarrollo de Negocio, en Santander España Merchant Services, Daniel Figueroa Carrera, director desarrollo de negocio, en Prosegur Cash y de Karen Thouret, e-commerce & corporate major account manager en Seur DPDgroup desvelaron como sus compañías han dado el paso hacia los nuevos modelos digitales para adaptarse a un consumidor que exige otras experiencias de compra.

LOS EMPRENDEDORES

En Sesión completa la primera Jornada de Madrid Retail Congress, emprendedores y startups y sus dinámicos modelos de negocio. Explicados en la sesión conjunta "Disrupción en retail, ¿innovación o reinención. Cambios, velocidad, oportunidad. Medianos, pymes y micropymes mueven ficha por **Juan Manuel Bellver**, director de **Lavinia** España, **Antonio Fagundo**, director General de **Masaltos.com**, **Deborah Miranda**, retail and wholesale manager de **Muroexe**, **Juan Fraile**, socio fundador y CEO de **elParacaidista** e **Isabel Cosme**, Directora Gerente de **Blackcape** y Presidenta de **Cecoval**.



Emprendedores y Startups explican sus modelos de negocio.



1 Noviembre, 2017

35
D/A Retail
478

Emprender. Inventar. Reinventar. En clave startup, de la prueba al error, del error al aprendizaje fue el tema abordado por **David Hernández**, CEO de **Pangea**, **Raul G. Serapio**, CEO de **Neuromobile**, **David Pérez**, Co-fundador de **Go-Popup**, **Christian Revilla**, sales manager de **Stuart** y **Angel Barquilla**, fundador y CEO de **Lavanapp**. Conducidos por **Celso Masid**, Co-CEO y fundador de **Cubelizer** y su pregunta clave ¿el emprendedor, nace o se hace?

Una tarde llena de mensajes nuevos y de futuro completada con una ágil presentación de **Vicente de los Rios Medina**, director del Programa de Transformación Digital de la EOI y CEO de Líderes y Digitales y su enfoque sobre cuáles deben de ser las bases de la Transformación Digital y Cadena de Valor. La colaboración y cooperación, serán claves.

OTROS FORMATOS, OTROS MODELOS DE NEGOCIO

Mesa redonda para conocer que otros modelos de negocio están implementando los nuevos, o clásicos retailers, siguiendo las pautas de la nueva demanda. Tales como las Tendencias saludables, con el BIO protagonista, explicado por **Juan Antonio Martínez**, director general de **Granbíblio Supermercados Ecológicos**. O la revolución de la moda en B2B de Brandsdistribution en España, con **Patricia Montero**, Comunicación de la innovadora plataforma. Y en formatos clásicos, con proximidad y cercanía, el nuevo modelo de los mercados con el ejemplo del Mercado de Vallehermoso de Madrid, compartido por su gerente, **José Miguel García Viejo**.

Todos ellos, moderados por **Manuel Zaplana**, socio-Director de Branding&Retail y Director del Postgrado Experto en Retail, en **Universidad Europea de Valencia (UEV)**.

Tema de cercanía y proximidad con la ciudad como protagonista en el Debate con el título "Hacer Comercio hace Ciudad" que desgranó las claves para la reinención del Shopping Urbano.

Un debate de gran expectación y contenido sobre las compras como atractivo turístico, con **José M^a Folache**, CEO de **Tous** y **Javier Fernández Andrino**, International Marketing & Luxury Strategy Director en **El Corte Inglés**, el Travel Retail, tan ligado al visitante internacional y la ciudad, con **Volha Charnyshova**, Manager Operaciones de **Lagardere Retail** y **Jesús Hernández**, subdirector de **Centro Comercial La Vaguada** en Madrid para la reflexión de la importancia de los centros comerciales de barrio como núcleo de relación con los consumidores. La moderación, corrió a cargo de un buen conocedor del tema, **Luis José Llorca Lizaso**, director general de **Global Blue**.

EMPREDIMIENTO Y FACTOR HUMANO

Sesión de Tarde completa, el día 22 de noviembre, dedicada al empleo, el emprendimiento, la formación, el aprendizaje, los nuevos perfiles profesionales y el enfoque en las Personas en las empresas de retail en Madrid Retail Congress

Personas como eje de la exposición de **Xavi Escalés**, director general en el mercado ibérico de **Asics**, que resume en solo tres palabras los



valores de una marca. Las Personas primero. "Hemos crecido invirtiendo en las personas. No trabajan para nosotros, trabajan con nosotros". Reflejo de la filosofía de la marca japonesa que en solo diez años ha pasado desde la nada en España, a competir en el top3 de los grandes del mercado deportivo.

Mismo enfoque en **María López Valdés**, Co-Founder y CEO **BitBrain Technologies** en su ponencia "Retail Digital, Innovación, Robotización, Empleo y Emprendimiento" en Madrid Retail Congress. María López, emprendedora e investigadora experta en neurotecnología, que explicaba como creó su empresa, experta en neurociencia, capaz de medir emociones en punto de venta, y pionera en el mundo en controlar un robot con la mente, con el principal foco de atención en el factor humano

Enfoque en las personas que practica de forma pionera también, la compañía **Leroy Merlin Eloy del Moral Casado**, su director de RR.HH, desgranaba en Madrid Retail Congress como construir el futuro pasa primero por las personas, los empleados, el mayor activo de una marca y junto con el cliente, el verdadero centro del negocio. Para Del Moral, "La clave está en personalizar la propuesta de valor al empleado".

EL POR QUÉ DE MADRID RETAIL CONGRESS

Por qué, interrogación, y porqué como respuesta. Los cambios acelerados en la sociedad provocados por la nueva era, provocan grandes inquietudes que **Madrid Retail Congress 2017** buscaba dar respuesta.



Jaime de Haro, director general de Ediciones y Estudios.



1 Noviembre, 2017

36
D/A Retail
478

DOSSIER MRC17 MADRID RETAIL CONGRESS

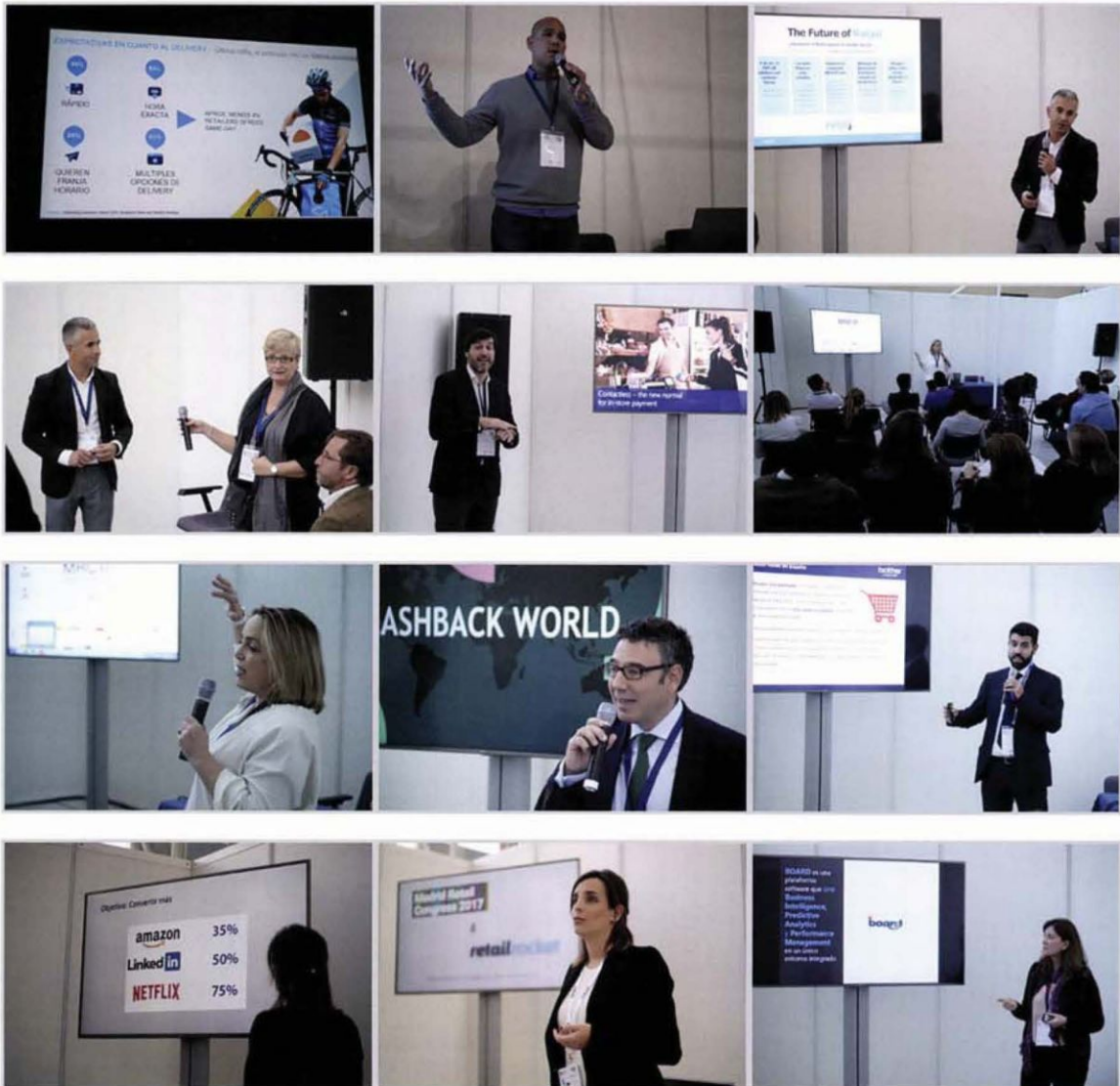
Un evento convertido ya, en su tercera edición, en el Congreso de referencia para el sector retail, se celebraba esta semana en Madrid, bajo el gran paraguas de la revista especializada en Retail **D/A RETAIL- Distribución Actualidad** y su joven cabecera **Omnichannel by D/A Retail**, junto a la **Confederación Española de Comercio (CEC)** y la **Confederación de Comercio Especializado de Madrid (COCEM)**

Un gran paraguas- decía **Jaime de Haro**, director general de **Ediciones y Estudios**, editora de nuestra cabecera **D/A Retail** y también de las revistas **IPMark** y **Restauración News**, "donde caben-cabemos- todos". Todos,

"grandes, medianas y pequeñas empresas comerciales. De cualquier sector o actividad, alimentación o especializada, con modelos de negocios clásicos o electrónicos, o negocios disruptores, emprendedores o startups" reunidos para compartir con más de 60 ponentes "experiencias, y también inquietudes, en esta Nueva Era de la transformación digital"

Cabemos todos. "Todos viven- vivimos- momentos únicos en la historia de la humanidad. Bautizados ya como la Cuarta Revolución Industrial, llega una nueva era marcada por la enorme velocidad de las tecnologías, que han dado a los ciudadanos, también consumidores, el

LOS TALLERES





1 Noviembre, 2017

38 DOSSIER MRC17
D/A Retail 478
MADRID RETAIL CONGRESS

poder de cambiar los hábitos de vida y costumbres, consumo y compra. Y con ello, el poder de acelerar el cambio en modelos comerciales de éxito hasta ayer, no válidos ya hoy, mucho menos para mañana”.

El comercio, “en su papel de cohesión social, quiere y desea seguir cumpliendo con este papel de cohesión con los ciudadanos, los consumidores, los clientes. Sus profesionales saben que la nueva era marcada por el consumidor digital, pasa por una profunda transformación digital” concluía Jaime de Haro haciendo hincapié en el lema de la tercera edición de Madrid Retail Congress.

“Reinventarse” Reinención “en los equipos, en la tecnología, en los canales de compra, en los modelos de negocio. Con un enfoque en las Personas- consumidores, empleados, proveedores- que permita al sector recuperar ese regreso a la empatía, el engagement con sus consumidores, que solo se conseguirá situando, de nuevo, al cliente en el centro del negocio”

Esta ha sido la mayor motivación de esta 3ª edición de **Madrid Retail Congress**. “Compartir experiencias, también inquietudes, ante una Nueva Era para el Retail dónde los retos son grandes. También las oportunidades”

Y un especial **RETAIL LAB**,
donde vivir de forma digital más
mejores experiencias en tienda que
se pueden ofrecer a empleados y
gestores y a sus clientes





1 Noviembre, 2017

LOS STANDS





PROFESIONALES QUE PARTICIPARÁN EN LA VI EDICIÓN DE SANTANDER SOCIAL WEEKEND (#SSW2018)



Aleyda Solís
Internacional SEO
Consultant

Reconocida consultora SEO internacional -servicio que da a través de su consultoría Orainti-, autora del libro sobre posicionamiento en buscadores 'SEO. Las Claves Esenciales' publicado por Anaya, conferencista de marketing online y blogger (Search Engine Land, State of Digital y Moz). Asesora desde startups 'unicornios' a empresas.



Marta Soler
CEO de Interdigital.es

La Ingeniería de Telecomunicaciones fue la base con la que se inició en el diseño web y el marketing digital en los años 90. En 1997 junto con Miguel Pascual fundó 'Interdigital' y formó un equipo de especialistas desde el que lidera proyectos de presencia en internet en multitud de sectores. Es especialista en Conversión y Marketing Automation y el Customer Journey.



Inge Sáez
Consultora de LinkedIn

Lleva más de 15 años dedicada al mundo de la comunicación. Licenciada en Publicidad y Relaciones Públicas y con un posgrado en ESIC en Estrategias en Redes Sociales está al frente de la web www.ingesaez.es donde ofrece claves sobre LinkedIn y estrategias de marketing. Es además autora del libro: "LinkedIn: Tu marca profesional" publicado en 2017.



Eider Díaz
Brand Manager ESL
España

Licenciada en Publicidad y RRPP con más de 10 años de experiencia en comunicación, siempre ha estado ligada a la tecnología, el fintech y los videojuegos, trabajando con empresas como SEGA, ASUS, 505 GAMES o THQ. Se incorporó en febrero de 2016 a ESL España como Brand Manager para ayudar en su expansión.



Borja Terán
Periodista

La experiencia laboral de este santanderino está vinculada a los contenidos y la creatividad en distintos soportes. Explora la televisión y las redes desde 2011 en Lainformación.com y, en este tiempo, también ha colaborado en medios como Onda Cero, COPE, El Mundo, Hearst, Vocento, TVE, Globomedia, Gestmusic así como en diferentes masters universitarios.



Aday Guerra
Formador lean y customer development

Ingeniero informático, con estudios en telecomunicación e inteligencia artificial, Scrum master y Scrum developer. Profesor de universidad y gran formador. Tiene gran experiencia en la gestión de equipos en startups. Está muy implicado en el desarrollo 'lean' y 'customer development'. Se declara todo un apasionado del agilismo.



Consuelo Verdú
Design thinking & Lean
startup consultant

Licenciada en Económicas por la UCM. Master PDD Executive ESADE (2011), Máster en Customer Experience por la EOI (2013-2014) y Programa superior de coaching ejecutivo EOI (2015). Es profesora homologada de la EOI e imparte el módulo de innovación en modelos de negocio, creatividad y presentación de proyectos.



María José Cayuela
Periodista, bloguera y emprendedora

Periodista multidisciplinar. Formadora en empresas y centros universitarios. Especializada en medios sociales desde 2005. Bloguera y emprendedora. Fundadora y CEO de The Blogs Family, plataforma de blogs con contenidos para familias. Actualmente, Blogmodabebe es un referente en España en moda infantil y puericultura.



Gema Quintana
Experta en reputación digital

Licenciada en Matemáticas con un Máster en Matemáticas y sus Aplicaciones y otro en Formación del Profesorado. La especialidad de esta santanderina es el desarrollo de herramientas y algoritmos para analizar la reputación digital y la aplicación de la inteligencia emocional y su influencia en la docencia de las matemáticas.



Ana Belén Leño
Head of SEO of Valor de Ley

Apasionada de la información y del periodismo ha ejercido prácticamente toda su trayectoria profesional en el sector de la comunicación formando parte del equipo de servicios informativos de la cadena Telemadrid además de haber sido la responsable de marketing digital y coordinadora SEO del periódico digital prnoticias.com



Javier Sirvent
Technology Evangelist

Autor de patentes industriales y fundador de empresas en constante contacto con departamentos de innovación, marketing, clientes e inversores. Está investigando diferentes sistemas de 'ElectroEncefaloGrafía' para cuantificar objetivamente el 'Customer Experience', compartir emociones reales en redes sociales y generar nuevos productos biométricos.



Lisardo Caravaca
Formador, consultor y conferenciante

Es formador, consultor y conferenciante. Es tecnólogo, blogger apasionado, knowmad, mapmaker y emprendedor social. Dirige su propia empresa, Eduskopia, desde febrero de 2013. Eduskopia es una empresa de innovación social joven y dinámica que trabaja por la divulgación y formación de los conocimientos y competencias digitales.

Los rostros del Santander Social Weekend

El mayor evento de Marketing Online y Social Media del norte de España se celebrará del 16 al 18 de febrero

:: MARTA GUTIÉRREZ R.

SANTANDER. No son todos los que estarán pero sí son los primeros nombres que desvela el cartel de la 6ª edición del Santander Social Weekend (#SSW2018). Aleyda Solís, Marta Soler, Inge Sáez, Eider Díaz, María José Cayuela, Consuelo Verdú, Aday Guerra o Gema Quintana son parte del plantel de ponentes que se dará cita en la capital cántabra los días 16, 17 y 18 de febrero.

Por sexto año consecutivo Santander se volverá a convertir en el

escenario del mayor evento de Marketing Online y Social Media del norte de España al desarrollar un interesante programa de ponencias impartidas por profesionales de primer nivel en redes sociales y tecnología. Una ocasión única para establecer vínculos a través de las diversas actividades de networking que se promoverán durante este encuentro que tendrá lugar un año más en el Hotel Santemar.

Esta edición del programa presenta novedades. La agenda será más

práctica e interactiva con los profesionales congregados en la ciudad. El domingo 18 se desarrollarán talleres para 25-30 personas en los que los expertos profundizarán más en los temas impartidos en las charlas, para aquellos participantes que quieran ahondar más en ellos.

La taquilla ya está operativa en la página web www.santandersocialweekend.es. Los precios de las entradas oscilan entre los 30 euros de la entrada general; los 25 euros de la entrada para menores de 25

años y los 50 euros de la entrada general que incluye una comida tipo cocktail el sábado 17. Para aquellas personas que hayan adquirido previamente su entrada, los horarios e inscripciones en los talleres se abrirán el jueves 1 de febrero hasta completar plazas.

La cita, organizada por El Diario, cuenta con el patrocinio del Gobierno de Cantabria y el Ayuntamiento de Santander así como con la colaboración de Cesine, Cuvic Innova y el Hotel Santemar.



VUELVEN LOS CURSOS DE MARKETING EMPRESARIAL

EMPRENDE. Tras el parón navideño, la Escuela de Organización Industrial (EOI), junto al Ayuntamiento, la Cámara de Comercio e Industria y "Emprende Linares", reanuda los cursos, de la mano de Miguel García Capilla, donde se tratan conceptos relacionados con el "marketing offline". La iniciativa responde al trabajo que, desde la Administración local y otras instituciones, se realiza en aras de mejorar la formación emprendedora de futuros empresarios de la ciudad.



BIEN CULTURAL. Las obras de restauración de la Iglesia de Santa María La Mayor suponen un desembolso para las arcas de 1,27 millones de euros.

La basílica de Santa María luce sus recientes arreglos

La Junta de Andalucía concluye la rehabilitación final de la iglesia

FRAN MIRANDA

La Consejería de Fomento y Vivienda ha finalizado las obras de rehabilitación de la Iglesia de Santa María La Mayor, un edificio religioso de gran valor arquitectónico, declarado Bien de Interés Cultural (BIC) y exponente del patrimonio histórico y cultural de Linares. El Gobierno andaluz interviene en la remodelación de la basílica desde 2016 y ha invertido un total de 1,27 millones de euros. El consejero de Fomento y Vivienda, Felipe López, visitó la iglesia, donde detalló que las obras ejecutadas supusieron la construcción de una nueva cubierta en la zona de la bóveda de crucería, así como una actuación sobre otros elementos que garantizan "larga vida y seguridad para un edificio notable con mucha historia a sus espaldas".

López subrayó que esta actuación "es una muestra del compromiso de la Junta de Andalucía con Linares y con la recuperación del patrimonio arquitectónico, histórico y cultural de la ciudad". La última fase de obras que se han ejecutado en el edificio se inició a finales de 2016, con un presupuesto de 633.452 euros, cuantía a la que se suma lo invertido anteriormente en las intervenciones de urgencia y de consolidación que fueron necesarias realizar y en la redacción del proyecto. En total, suma un esfuerzo inversor de 1,27 millones de euros.

La intervención que se ha desarrollado permitió la ejecución de una nueva cubierta del crucero que



EN OBRAS. Panorámica del antiguo edificio del Ayuntamiento.

Inician la fase final de las obras en el Ayuntamiento

El consejero de Fomento y Vivienda, Felipe López, habló, además, sobre la próxima intervención de la Junta de Andalucía en la ciudad, por la que se rehabilitará el antiguo edificio del Ayuntamiento, situado en la plaza homónima. Así, se trata de una serie de proyectos del Gobierno de la Junta en Linares que, en sus palabras, "tendrá continuidad, próximamente, con la fase final de la rehabilitación del

Ayuntamiento". De esta manera, las obras cuentan con 2,9 millones de inversión y, actualmente, se encuentra en proceso de licitación. Sobre esta nueva intervención del Gobierno autonómico, el consejero avanzó: "Fueron un total de 24 empresas las que se presentaron al proceso de licitación de dichas obras, cuyas ofertas se resolverá, previsiblemente, a principios del mes que viene".

sustituye a la que se ejecutó en 2007 con carácter de emergencia, así como otras actuaciones básicas para garantizar la estanqueidad y la estabilidad estructural del inmueble, que tiene una superficie total que oscila los 760 metros cuadrados.

La rehabilitación contó, además, con un importante componente medioambiental, que se pone de manifiesto en los trabajos dirigidos a compatibilizar estas obras con la conservación de colonias de cernícalo primilla, vencejo y otras especies localizadas en el inmueble, con el fin de garantizar la protección de este patrimonio natural. Esta medida ha supuesto una inversión que asciende a un total de 4.150 euros.

La Junta de Andalucía, a través de la Consejería de Fomento y Vivienda, interviene en las ciudades andaluzas desde una perspectiva integral, complementando la rehabilitación de viviendas o la mejora de los espacios públicos con proyectos que persiguen la recuperación de elementos destacados de su patrimonio arquitectónico y de su riqueza cultural, reforzando su uso público.

Felipe López añadió que este tipo de intervenciones se realiza a través del Programa de Rehabilitación del Patrimonio de Interés Arquitectónico, que, en el nuevo Plan de Vivienda y Rehabilitación, se consolida con una dotación presupuestaria de 37 millones de euros, a lo que hay que sumar 18 millones dedicados al programa de espacios públicos. En total 55 millones que se destinarán a dinamizar las ciudades de Andalucía.

PROYECTOS FSE / POEJ - Impactos online

14/01/2018	murcia.com	La Comunidad diseña un plan para formar a cerca de 1.200 trabajadores en tecnologías 4.0 como robótica, ciberseguridad o big data
14/01/2018	RRHHpress.com	Región de Murcia formará a 1.200 trabajadores en tecnologías 4.0 como IoT, ciberseguridad o Big Data
12/01/2018	La Razón	El Ayuntamiento de Salamanca facilita asesoramiento a más de 600 empresas
11/01/2018	La Gaceta de Salamanca	La formación y asesoramiento municipal llegó a 600 empresas y autónomos el pasado año
11/01/2018	lcalnews	El Ayuntamiento de Salamanca facilita la formación y asesoramiento de más de 600 empresas, autónomos y emprendedores
11/01/2018	Noticias Castilla y León	El Ayuntamiento forma y asesora a más de 600 empresas y...
11/01/2018	Noticias Castilla y León	El Ayuntamiento forma y asesora a más de 600 empresas y autónomos
11/01/2018	Diario de Salamanca	El Consistorio facilita la formación de 300 autónomos y emprendedores
10/01/2018	El Periódico de Extremadura	Ofertan para desempleados un curso sobre bioconstrucción
09/01/2018	Finanzas	Tres Cantos fomenta el autoempleo y la creación de empresas entre los jóvenes
09/01/2018	agencias.abc.es	Tres Cantos fomenta el autoempleo y la creación de empresas entre los jóvenes

[VOLVER A ÍNDICE PRINCIPAL](#)

La Comunidad diseña un plan para formar a cerca de 1.200 trabajadores en tecnologías 4.0 como robótica, ciberseguridad o big data

original

El programa, en el que colaboran el Info, el SEF, la EOI y los centros tecnológicos, pretende incrementar la competitividad de las empresas y concienciarles sobre los beneficios de invertir en innovación

Las dos primeras acciones de este plan permitirán formar a un centenar de trabajadores en ámbitos como la robótica y la gestión de la innovación empresarial

La Comunidad está diseñando un plan de capacitación para formar a los trabajadores de la Región en las tecnologías 4.0 para garantizar e incrementar la competitividad del tejido empresarial e industrial. El programa, en el que colaboran el Instituto de Fomento, el Servicio de Empleo y Formación, los nueve centros de la Red de Centros Tecnológicos y la Escuela de Organización Industrial, permitirá formar solo en este primer año a cerca de 1.200 trabajadores en tecnologías avanzadas como robótica, automatización, impresión 3D, big data, internet de las cosas, realidad mixta o ciberseguridad.

El director del Info, Joaquín Gómez, destacó que este programa pretende además concienciar a los empresarios sobre los beneficios, tanto cuantitativos como cualitativos, de invertir y formarse en innovación y desarrollos tecnológicos. "Implantar una auténtica cultura de la innovación en las empresas supone un riesgo y requiere de un importante esfuerzo, tanto económico como de otros recursos, pero es importante que los empresarios lo perciban no como un gasto, sino como una inversión absolutamente imprescindible para mantener la competitividad en mercados cada vez más globalizados", señaló Joaquín Gómez.

En este sentido, el director de la agencia de desarrollo regional recordó que la inversión en innovación produce un aumento de la productividad de las empresas que puede llegar hasta un 30 por ciento, además de duplicar su capacidad de internacionalización y de creación de puestos de trabajo estables y de calidad.

"Pero los beneficios de la I+D+i no son solo cuantitativos. Aquellas empresas que apuestan por integrar la innovación en su ADN van a ganar valor añadido y a obtener ventajas competitivas que les van a hacer ganar en solidez y madurez y estar mejor preparadas para afrontar posibles situaciones adversas de los mercados".

"Las empresas surgidas en la red de viveros e incubadoras de emprendimiento tecnológico formada por los Centros Europeos de Empresa e Innovación de Murcia y Cartagena y el Parque Científico de Murcia tienen de hecho una tasa de supervivencia un 30 por ciento superior a la de otros proyectos empresariales.

http://es.eprensa.com/cgi-bin/view_digital_media.cgi?subclient_id=4630&comps_id=120978762

Además, potenciar la creatividad y el talento de sus trabajadores a través de las herramientas 4.0 ayuda a crear plantillas más motivadas y comprometidas, lo que genera a su vez mayor productividad y otros beneficios intangibles para la empresa", añadió el director del Info.

Según los últimos datos del Instituto Nacional de Estadística, correspondientes al año 2016, el 27,4 por ciento de las empresas de la Región con diez o más trabajadores desarrollaban algún tipo de actividad innovadora, un porcentaje que era del 23,7 por ciento en el año 2011. En cuanto a las empresas con innovaciones tecnológicas, este porcentaje era del 11,8 por ciento en el año 2016.

"Otro de los retos que nos hemos marcado desde el Gobierno regional es concienciar a las pymes de que la investigación, el desarrollo y la innovación no es algo exclusivo de las grandes empresas. Nos encontramos inmersos en un proceso de cambio muy profundo, una cuarta revolución industrial en la que las empresas, sea cual sea su tamaño, tienen que conocer y adaptar estas nuevas tecnologías avanzadas a sus modelos de negocio y de producción para hacerse un hueco en el mercado".

Objetivo: formar a los trabajadores del futuro

Este es precisamente uno de los objetivos de este programa, que incluirá no solo la formación de trabajadores ya en activo, sino también de colectivos como estudiantes o jóvenes en situación de desempleo que están llamados a ser los trabajadores del futuro. En una primera fase, los centros tecnológicos se encargarán de identificar las principales necesidades de sus empresas asociadas y de aquellas enmarcadas en su sector.

Con esta información se diseñarán las acciones formativas más adecuadas, que correrán a cargo de entidades como la Escuela de Organización Industrial (EOI). No obstante, también se contará con otras asociaciones o representantes empresariales, como es el caso de la primera de estas acciones formativas, que será organizada e impartida por el Centro Tecnológico del Metal junto con la Federación Regional de Empresarios del Metal de Murcia (Fremm) y que permitirá formar en robótica a medio centenar de trabajadores de este sector.

También dentro de este plan se está poniendo en marcha otro proyecto piloto, el de Gestores de la Innovación, en el que participarán otro medio centenar de jóvenes que se convertirán en expertos en la gestión de la innovación. Esta iniciativa incluye la realización de un periodo de prácticas tutorizadas en alguno de los centros tecnológicos y un contrato de trabajo de un año con una empresa para aplicar y poner en práctica los conocimientos adquiridos.

Gómez destacó que "la formación y capacitación de los trabajadores constituye uno de los ejes de Murcia Industria 4.0, la estrategia diseñada por el Gobierno regional para hacer frente a la transformación digital de la industria y que ha situado a la Región a la vanguardia de este proceso".

http://es.eprensa.com/cgi-bin/view_digital_media.cgi?subclient_id=4630&comps_id=120978762

"El futuro inmediato va a demandar perfiles profesionales que en la actualidad ni siquiera existen. Analistas de datos, desarrolladores de inteligencia artificial, técnicos en sistemas cloud o especialistas en ciberseguridad son solo algunos de estos nuevos perfiles que demandarán las empresas en el ámbito de la Industria 4.0, e iniciativas como este plan nos van a permitir adelantarnos y contar con trabajadores cualificados capaces de aportar sus conocimientos para mejorar la competitividad de sus empresas", concluyó el director del Info.



http://es.eprensa.com/cgi-bin/view_digital_media.cgi?subclient_id=4630&comps_id=121015042

Región de Murcia formará a 1.200 trabajadores en tecnologías 4.0 como IoT, ciberseguridad o Big Data

RRHHpress.com • [original](#)

imagen de la noticia

Recursos Humanos RRHH Press. El Gobierno de la **Región de Murcia** está diseñando un **plan de capacitación** para formar a los trabajadores de la comunidad autónoma en las **tecnologías 4.0** para garantizar e incrementar la competitividad del tejido empresarial e industrial.

El programa, en el que colaboran el **Instituto de Fomento** (Info), el **Servicio de Empleo y Formación** (SEF), los nueve centros de la **Red de Centros Tecnológicos** y la **Escuela de Organización Industrial** (EOI), permitirá formar solo en este primer año a cerca de 1.200 trabajadores en tecnologías avanzadas como **robótica, automatización, impresión 3D, Big Data, Internet de las Cosas (IoT), Realidad Mixta o Ciberseguridad**.

Esta iniciativa incluirá no solo la formación de trabajadores ya en activo, sino también de colectivos como estudiantes o jóvenes en situación de desempleo.

En una primera fase, los centros tecnológicos se encargarán de identificar las principales necesidades de sus empresas asociadas y de aquellas enmarcadas en su sector. Con esta información **se diseñarán las acciones formativas más adecuadas**, que correrán a cargo de entidades como, entre otras, la Escuela de Organización Industrial (EOI).

También, como parte de este plan, se está poniendo en marcha el proyecto piloto de **Gestores de la Innovación**, en el que participará medio centenar de jóvenes que se convertirán en expertos en la gestión de la innovación.

http://es.eprensa.com/cgi-bin/view_digital_media.cgi?subclient_id=4630&comps_id=121015042

Esta iniciativa incluye la realización de un **periodo de prácticas tutorizadas** en alguno de los centros tecnológicos y un contrato de trabajo de un año con una empresa para aplicar y poner en práctica los conocimientos adquiridos.

 Me gusta 1

http://es.eprensa.com/cgi-bin/view_digital_media.cgi?subclient_id=4630&comps_id=120683138

El Ayuntamiento de Salamanca facilita asesoramiento a más de 600 empresas

original



El alcalde de Salamanca, el «popular» Alfonso Fernández Mañueco / Ical

El Ayuntamiento de Salamanca facilitó durante el pasado año formación y asesoramiento a más de 600 empresas, autónomos y emprendedores a través del aula de formación gratuita «online», organizada junto a la Escuela de Organización Industrial y consistente en 17 cursos sobre temas innovadores, y del servicio municipal de consultoría gratuito.

Así, el pasado año 300 personas participaron en las diferentes acciones formativas a las que se suman otras tantas que recibieron asesoramiento. Durante 2017, la formación más demandada fue la referente a temas sociales, domótica, seguridad en las comunicaciones y certificación Project Management Professional.

El Ayuntamiento de Salamanca y EOI impulsaron además otras medidas que contribuyen a la creación y mejora del empleo juvenil y que favorecen la contratación, como el programa 'Millenials', del que ya se beneficiaron 141 jóvenes formalizándose 88 contratos laborales. Actualmente, se está desarrollando la tercera edición de esta iniciativa en la que 50 jóvenes están recibiendo una formación práctica unida a las necesidades de las empresas salmantinas, lo que facilitará su inserción laboral.

Por otra parte, y junto a la Junta de Castilla y León, desde el Consistorio salmantino se contratarán a 39 personas hasta el próximo 31 de julio gracias a las programas de formación y empleo 'Regato del Anís' y «Vetones», que cuentan con un presupuesto conjunto de 491.000 euros y cuyo objetivo es facilitar la inserción laboral de desempleados jóvenes, mujeres, parados de larga duración, mayores de 45 años, personas con discapacidad y en riesgo de exclusión social.

Los alumnos se encuentran actualmente realizando diferentes módulos de prácticas de albañilería y pintura, en el caso del programa «Regato del Anís», y de fontanería y madera en lo referente al programa «Vetones».

Así, por un lado, los participantes en este programa dual están trabajando en los materiales para la

http://es.eprensa.com/cgi-bin/view_digital_media.cgi?subclient_id=4630&comps_id=120683138

renovación de la cubierta del espacio de participación ciudadana de Pizarrales.

En el caso de los alumnos que están recibiendo formación en la modalidad de pintura, se encuentran decorando el muro perimetral, tanto exterior como interior, del CEFOL.

Por otro lado, los alumnos que se encuentran en el módulo de fontanería están trabajando para la renovación de los aseos del espacio Navega y para la sustitución de la instalación de fontanería en el colegio público Francisco Vitoria. Además, están realizando trabajos para renovar las puertas del servicio de mantenimiento municipal, situado en la calle Príncipe de Vergara, y también las del espacio de Navega, así como el pavimento de los Centro de Acción Social de San José y Pizarrales.

http://es.eprensa.com/cgi-bin/view_digital_media.cgi?subclient_id=4630&comps_id=120599661

La formación y asesoramiento municipal llegó a 600 empresas y autónomos el pasado año

original



Espacio de la Cámara de Comercio en el que se ubica el coworking del Ayuntamiento. I
Archivo

El Ayuntamiento de Salamanca ha facilitado durante el pasado año formación y asesoramiento a más de 600 empresas, autónomos y emprendedores dentro de las diversas iniciativas destinadas a generar oportunidades e impulsar el emprendimiento.

Junto a la Escuela de Organización Industrial, entre otras actuaciones, desarrolla un aula gratuita de Formación on line que ofrece diecisiete cursos sobre temas diferentes e innovadores para mejorar la competitividad de las compañías salmantinas.

Esta actuación se complementa con un servicio de consultoría gratuito para las empresas, autónomos y emprendedores que lo soliciten realizado por profesionales de diferentes sectores.

Concretamente, el pasado año 300 personas participaron en las diferentes acciones formativas a las que se suman las más de 300 que recibieron asesoramiento.

La formación más demandada, cuyos cursos tienen una duración entre 10 y 50 horas y se pueden realizar sin limitaciones de horarios, sin desplazamientos y con el apoyo de tutores, es la referente a redes sociales, domótica, seguridad en las comunicaciones y certificación PMP (Project Management Professional).

Otros de los temas a los que también se puede acceder son introducción a la logística integral y la cadena de suministro, las estrategias Lean Manufacturing, la gestión de la I+D+i, nuevos servicios de comunicaciones o diseño de infraestructuras de comunicaciones.

La inscripción es totalmente gratuita para los usuarios, asumiendo el Ayuntamiento el coste, y se realiza a través del link <http://aulalibre.aytosalamanca.es/>. Está abierta y no existe un número limitado de plazas porque cada persona puede cursar la formación libremente cuando mejor se adapte a sus circunstancias.

El Ayuntamiento de Salamanca y EOI impulsan otras medidas que contribuyen a la creación y mejora del empleo juvenil y que favorezcan la contratación como el

http://es.eprensa.com/cgi-bin/view_digital_media.cgi?subclient_id=4630&comps_id=120599661

Programa Millenials del que ya se han beneficiado 141 jóvenes y se han formalizado 88 contratos laborales, lo que supone que más del 60% de los alumnos han encontrado un empleo.

Actualmente se está desarrollando la tercera edición de esta iniciativa en la que 50 jóvenes están recibiendo una formación práctica unida a las necesidades de las empresas salmantinas, lo que facilitará su inserción laboral.

Asimismo, recordar que ayer finalizó el plazo de inscripción para participar en el segundo espacio municipal de coworking, actuación de apoyo a los emprendedores que tengan una idea empresarial o una empresa constituida que no lleve más de seis meses en funcionamiento facilitando que puedan disfrutar gratuitamente durante 5 meses de un espacio de trabajo y recibir el apoyo de un equipo de mentores y profesores a través de formación especializada y de tutoría individual.

Esta segunda edición de coworking, en la que participarán entre 12 y 22 proyectos, se ubicará como la anterior en la Cámara de Comercio. Destacar que el 50% de los proyectos iniciados en el primer espacio coworking ya se han constituido como empresas y la previsión es de un incremento de hasta el 70%.

El Ayuntamiento de Salamanca facilita la formación y asesoramiento de más de 600 empresas, autónomos y emprendedores

original

SALAMANCA - ECONOMÍA/EMPRESAS

ICAL - A través del aula gratuita de formación 'online' y del servicio municipal gratuito de consultoría

El Ayuntamiento de Salamanca facilitó durante el pasado año formación y asesoramiento a más de 600 empresas, autónomos y emprendedores a través del aula de formación gratuita 'online', organizada junto a la Escuela de Organización Industrial y consistente en 17 cursos sobre temas innovadores, y del servicio municipal gratuito de consultoría.

http://es.eprensa.com/cgi-bin/view_digital_media.cgi?subclient_id=4630&comps_id=120513350

El Ayuntamiento forma y asesora a más de 600 empresas y autónomos

original



asesoramiento empresas salamanca

El Ayuntamiento de Salamanca ha facilitado durante el último año formación y asesoramiento a más de 600 empresas, autónomos y emprendedores dentro de las diversas iniciativas destinadas a generar oportunidades e impulsar el emprendimiento.

Junto a la Escuela de Organización Industrial (EOI), entre otras actuaciones, desarrolla un aula gratuita de formación en línea que ofrece 17 cursos sobre temas “diferentes e innovadores” para mejorar la competitividad de las compañías salmantinas, ha apuntado el Consistorio.

Esta actuación se complementa con un servicio de consultoría gratuito para las empresas, autónomos y emprendedores que lo soliciten realizado por profesionales de diferentes sectores, ha añadido.

Concretamente, 300 personas participaron el pasado año en las diferentes acciones formativas a las que se suman las más de 300 que recibieron asesoramiento, según la información facilitada a Europa Press.

La formación más demandada, cuyos cursos tienen una duración entre 10 y 50 horas y se pueden realizar sin limitaciones de horarios, sin desplazamientos y con el apoyo de tutores, es la referente a redes sociales, domótica, seguridad en las comunicaciones y certificación ‘Project Management Professional’ (PMP).

Otros de los temas a los que los demandantes pueden acceder son introducción a la logística integral y la cadena de suministro, las estrategias ‘Lean Manufacturing’, la gestión de la ‘I+D+i’, nuevos servicios de comunicaciones o diseño de infraestructuras de comunicaciones.

La inscripción es totalmente gratuita para los usuarios, en la que el Ayuntamiento asume el coste, y se realiza a través del link <http://aulalibre.aytosalamanca.es/>. Asimismo, el Consistorio ha remarcado que la actividad está abierta y no existe un número limitado de plazas porque cada persona puede cursar la

http://es.eprensa.com/cgi-bin/view_digital_media.cgi?subclient_id=4630&comps_id=120513350

actividad esta abierta y no existe un número limitado de plazas porque cada persona puede cursar la formación libremente “cuando mejor se adapte a sus circunstancias”.

Otras medidas

El Ayuntamiento de Salamanca y EOI impulsan otras medidas que “contribuyen a la creación y mejora del empleo juvenil y que favorecen la contratación” como el ‘Programa Millenials’ del que ya se han beneficiado 141 jóvenes y en el que se han formalizado 88 contratos laborales, lo que supone que más del 60 por ciento de los alumnos han encontrado un empleo.

Esta iniciativa está actualmente en desarrollo de la tercera edición, en la que 50 jóvenes están recibiendo una formación práctica unida a las necesidades de las empresas salmantinas, lo que “facilitará su inserción laboral”.

Gula del alumno



Ayuntamiento de Salamanca

PROGRAMA DE APOYO A PYMES

(+34) 91 490 42 00 soporte.aulalibresalamanca@structuralia.com



Bienvenido al programa de apoyo a PYMES

Haz clic aquí para acceder o crear una cuenta nueva.

<http://salamancartvaldia.es/not/169322/ayuntamiento-facilita-formacion-300-autonomos-emprendedores/>

El Consistorio facilita la formación de 300 autónomos y emprendedores

Redacción • original

Además, asesoró a más de 300 empresas, al tiempo que proporciona instalaciones y cuenta con una aula gratuita que ofrece 17 cursos on line



El alcalde de Salamanca, Alfonso Fernández Mañueco, en una de sus visitas a jóvenes emprendedores

El Ayuntamiento de Salamanca ha facilitado durante el pasado año formación y asesoramiento a más de 600 empresas, autónomos y emprendedores dentro de las diversas iniciativas destinadas a generar oportunidades e impulsar el emprendimiento.

Junto a la Escuela de Organización Industrial, entre otras actuaciones, desarrolla un aula gratuita de Formación on line que ofrece diecisiete cursos sobre temas diferentes e innovadores para mejorar la competitividad de las compañías salmantinas.

Esta actuación se complementa con un servicio de consultoría gratuito para las empresas, autónomos y emprendedores que lo soliciten realizado por profesionales de diferentes sectores.

Concretamente, el pasado año **300 personas participaron en las diferentes acciones formativas** a las que se suman las más de 300 que recibieron asesoramiento.

La formación más demandada, cuyos cursos tienen una duración entre 10 y 50 horas y se pueden realizar sin limitaciones de horarios, sin desplazamientos y con el apoyo de tutores, es la referente a redes sociales, domótica, seguridad en las comunicaciones y certificación PMP (Project Management Professional).

Otros de los temas a los que también se puede acceder son introducción a la logística integral y la cadena de suministro, las estrategias Lean Manufacturing, la gestión de la I+D+i, nuevos servicios de comunicaciones o diseño de infraestructuras de comunicaciones.

La **inscripción** es totalmente **gratuita** para los usuarios, asumiendo el Ayuntamiento el coste, y se realiza a través del link <http://aulalibre.aytosalamanca.es/>. Está abierta y no existe un número limitado de plazas porque cada persona puede cursar la formación libremente cuando mejor se adapte a sus circunstancias.

<http://salamancartvaldia.es/not/169322/ayuntamiento-facilita-formacion-300-autonomos-emprendedores/>

El Ayuntamiento de Salamanca y EOI impulsan otras medidas que contribuyen a la creación y mejora del empleo juvenil y que favorezcan la contratación como el **Programa Millenials** del que ya se han beneficiado 141 jóvenes y se han formalizado 88 contratos laborales, lo que supone que más del 60% de los alumnos han encontrado un empleo.

Actualmente se está desarrollando la tercera edición de esta iniciativa en la que 50 jóvenes están recibiendo una formación práctica unida a las necesidades de las empresas salmantinas, lo que facilitará su inserción laboral.

Asimismo, recordar que ayer finalizó el plazo de inscripción para participar en el segundo espacio municipal de coworking, actuación de apoyo a los emprendedores que tengan una idea empresarial o una empresa constituida que no lleve más de seis meses en funcionamiento facilitando que puedan disfrutar gratuitamente durante 5 meses de un espacio de trabajo y recibir el apoyo de un equipo de mentores y profesores a través de formación especializada y de tutoría individual.

Esta segunda edición de **coworking**, en la que participarán entre 12 y 22 proyectos, se ubicará como la anterior en la Cámara de Comercio. Destacar que el 50% de los proyectos iniciados en el primer espacio coworking ya se han constituido como empresas y la previsión es de un incremento de hasta el 70%.

Ofertan para desempleados un curso sobre bioconstrucción

original

El Centro Integral de Desarrollo iNovo de Trujillo, ubicado en el antiguo silo, va a acoger un curso de Técnico en bioconstrucción y arquitectura bioclimática. Permitirá conocer los principales métodos y técnicas para construir y rehabilitar de forma sostenible en el contexto extremeño, acorde con los principios de economía circular. Está dirigido a menores de 30 años en situación de desempleo, especialmente los vinculados a los sectores de la construcción.

Se trata de un curso gratuito de 80 horas de duración, que será impartido a lo largo de este mes de enero y febrero, organizado por la Escuela de Organización Industrial, dentro de sus proyectos de fomento de la economía verde y circular. Las construcciones con barro, paja o losas alveolares serán algunos de los contenidos del programa previsto. Los interesados pueden contactar en el correo contacto@eco-miga.es.

el Periódico Extremadura

<http://www.finanzas.com/noticias/economia/20180109/tres-cantos-fomenta-autoempleo-3757602.html>

Tres Cantos fomenta el autoempleo y la creación de empresas entre los jóvenes

Agencia EFE • original

El Ayuntamiento de Tres Cantos ha puesto en marcha un curso dirigido a los desempleados de 18 a 29 años que quieran formarse en materia de autoempleo y creación de empresas, tras lo que podrán acceder a 3.000 euros de ayudas para poner en marcha sus proyectos de trabajo.

El curso, impartido por la Escuela de Organización Industrial (EOI), ha sido organizado por la Concejalía de Desarrollo Local, es de carácter gratuito y está cofinanciado por el Ayuntamiento de Tres Cantos, la Comunidad de Madrid y el Fondo Social Europeo.

El taller tiene una duración de seis semanas y se impartirá en el Centro 21 de Marzo, donde los asistentes aprenderán a desarrollar una inteligencia estratégica y planificar un plan de negocio y conocer el marketing digital, la política de ventas, el entorno fiscal y mercantil, según ha indicado el Consistorio en una nota.

También conocerán los aspectos más importantes de las finanzas encaminadas a la creación de empresas.

Además, tendrán acceso a una línea de ayudas, de hasta 3.000 euros, para la puesta en marcha de sus proyectos, a través de la Fundación EOI.

El alcalde del municipio, Jesús Moreno, ha señalado que el objetivo de este curso es "potenciar la iniciativa" de los jóvenes y ayudarles a la hora de emprender su proyecto empresarial, con una metodología "innovadora", basada en la práctica, para que puedan poner en marcha su proyecto "de forma ágil y eficaz".

Tres Cantos fomenta el autoempleo y la creación de empresas entre los jóvenes

09-01-2018 / 10:09 h EFE • [original](#)

El Ayuntamiento de Tres Cantos ha puesto en marcha un curso dirigido a los desempleados de 18 a 29 años que quieran formarse en materia de autoempleo y creación de empresas, tras lo que podrán acceder a 3.000 euros de ayudas para poner en marcha sus proyectos de trabajo.

El curso, impartido por la Escuela de Organización Industrial (EOI), ha sido organizado por la Concejalía de Desarrollo Local, es de carácter gratuito y está cofinanciado por el Ayuntamiento de Tres Cantos, la Comunidad de Madrid y el Fondo Social Europeo.

El taller tiene una duración de seis semanas y se impartirá en el Centro 21 de Marzo, donde los asistentes aprenderán a desarrollar una inteligencia estratégica y planificar un plan de negocio y conocer el marketing digital, la política de ventas, el entorno fiscal y mercantil, según ha indicado el Consistorio en una nota.

También conocerán los aspectos más importantes de las finanzas encaminadas a la creación de empresas.

Además, tendrán acceso a una línea de ayudas, de hasta 3.000 euros, para la puesta en marcha de sus proyectos, a través de la Fundación EOI.

El alcalde del municipio, Jesús Moreno, ha señalado que el objetivo de este curso es "potenciar la iniciativa" de los jóvenes y ayudarles a la hora de emprender su proyecto empresarial, con una metodología "innovadora", basada en la práctica, para que puedan poner en marcha su proyecto "de forma ágil y eficaz".

PROYECTOS FSE / POEJ - Impactos impresos

La formación y asesoramiento municipal llegó a 600 empresas y autónomos el pasado año
La Gaceta Regional de Salamanca - 12/01/2018

Formación y asesoramiento municipal para 600 empresas a lo largo del año 2017
El Norte de Castilla Salamanca - 12/01/2018

Ofertan para desempleados un curso sobre bioconstrucción
El Periódico de Extremadura - 10/01/2018

[VOLVER A ÍNDICE PRINCIPAL](#)



La formación y asesoramiento municipal llegó a 600 empresas y autónomos el pasado año

P.M.R. | SALAMANCA

600 empresas, autónomos y emprendedores se beneficiaron el pasado año de las acciones de formación y asesoramiento que se han realizado desde el Ayuntamiento de Salamanca. Este tipo de actuaciones están destinadas, según el Consistorio, a “generar oportunidades e impulsar el emprendimiento”.

Destaca aula de formación gratuita online que se desarrolla junto a la Escuela de Organización Industrial (EOI). En total se ofrecen 17 cursos sobre innovación para mejorar la competitividad de las empresas salmantinas. Esta actuación se completa con un servicio de consultoría gratuito para las empresas, autónomos y emprende-

dores que lo soliciten realizado por profesionales de varios sectores.

De las 600 empresas, autónomos y emprendedores beneficiados, 300 participaron en acciones formativas y otros 300 recibieron algún tipo de asesoramiento.

La formación más demandada, cuyos cursos tienen una duración de entre 10 y 50 horas y se puede realizar sin limitaciones de horarios, sin desplazamientos y con el apoyo de tutores, es la referente a redes sociales, domótica, seguridad en las comunicaciones y certificación PMP (Project Management Professional). Otras temáticas que se ofrecen son la gestión I+D+I y los nuevos servicios de comunicaciones.



12 Enero, 2018

Formación y asesoramiento municipal para 600 empresas a lo largo del año 2017

REDACCIÓN / WORD

SALAMANCA. El Ayuntamiento de la capital facilitó durante el pasado año formación y asesoramiento a más de 600 empresas, autónomos y emprendedores a través del aula de formación gratuita 'online', organizada junto a la Escuela de Organización Industrial. Dicho servicio ofreció 17 cursos sobre temas innovadores, y del servicio municipal de consultoría gratuito.

Así, el pasado año 300 personas participaron en las diferentes acciones formativas a las que se suman

las más de 300 que recibieron asesoramiento. Durante 2017, la formación más demandada fue la referente a temas sociales, domótica, seguridad en las comunicaciones y certificación Project Management Professional, informó ayer el Ayuntamiento de Salamanca.

Otros de los temas a los que también se puede acceder son introducción a la logística integral y la cadena de suministro, las estrategias 'Lean Manufacturing', la gestión de la I+D+i, nuevos servicios de comunicaciones o diseño de infraestructu-

ras de comunicaciones, en cursos con una duración de entre 10 y 50 horas que se pueden realizar sin limitación de horarios, sin desplazamientos y con el apoyo de tutores.

La inscripción es totalmente gratuita para los usuarios, asumiendo el Ayuntamiento el coste, y se realiza a través del enlace habilitado en la web municipal. Está abierta y no existe un número limitado de plazas porque cada persona puede cursar la formación libremente y cuando mejor se adapte a sus circunstancias.

El Ayuntamiento y EOI impulsaron además otras medidas que contribuyen a la creación y mejora del empleo juvenil y que favorecen la contratación, como el programa 'Millennials', del que ya se beneficiaron 141 jóvenes, formalizándose 88 contratos laborales. Actualmente se está desarrollando la tercera edición de esta iniciativa en la que 50 jóvenes

están recibiendo una formación práctica unida a las necesidades de las empresas salmantinas.

Asimismo, el miércoles finalizó el plazo de inscripción para participar en el segundo espacio municipal de 'coworking' (actuación de apoyo a los emprendedores que tengan una idea empresarial o una empresa constituida que no lleve más de seis meses en funcionamiento). Con esta iniciativa se facilita que los jóvenes puedan disfrutar gratuitamente durante 5 meses de un espacio de trabajo y recibir el apoyo de un equipo de mentores y profesores a través de formación especializada y de tutoría individual.

Esta segunda edición de 'coworking', en la que participarán entre 12 y 22 proyectos, se ubicará como la anterior en la Cámara de Comercio. En la primera edición, el 50% de los proyectos iniciados se constituyeron como empresa.



Ofertan para desempleados un curso sobre bioconstrucción

S. GÓMEZ
TRUJILLO

El Centro Integral de Desarrollo iNovo de Trujillo, ubicado en el antiguo silo, va a acoger un curso de Técnico en bioconstrucción y arquitectura bioclimática. Permitirá conocer los principales métodos y técnicas para construir y rehabilitar de forma sostenible en el contexto extremeño, acorde con los principios de economía circular. Está dirigido a menores de 30 años en situación de desempleo, especialmente los vinculados a los sectores de la construcción.

Se trata de un curso gratuito de 80 horas de duración, que será impartido a lo largo de este mes de enero y febrero, organizado por la Escuela de Organización Industrial, dentro de sus proyectos de fomento de la economía verde y circular. Las construcciones con barro, paja o losas alveolares serán algunos de los contenidos del programa previsto. Los interesados pueden contactar en el correo contacto@eco-miga.es. ≡

PROYECTOS FSE / POEFE - Impactos online

14/01/2018	El Mundo	Un paso adelante
14/01/2018	El Diario Montañés	Los emprendedores de Coworking Santander cuentan su experiencia este martes
10/01/2018	La Región de Ourense	Abierta la inscripción para el tercer espacio coworking"
09/01/2018	La Voz de Galicia	«Unha tenda online precisa moitísima publicidade»

[VOLVER A ÍNDICE PRINCIPAL](#)

<http://www.elmundo.es/comunidad-valenciana/alicante/2018/01/14/5a5a494422601d446d8b45b8.html>

Un paso adelante

original



Damián Sirvent toma un café en el restaurante Amasable, en Alicante, junto a dos de sus modelos.

El empresario jjonenco Damián Sirvent desarrolla una marca de calzado bajo un concepto completamente innovador y socialmente ético que dice no a las rebajas y sí a la transparencia en todo el proceso productivo

«¿Las rebajas? Son un circo, una tomadura de pelo para el consumidor». **Damián Sirvent** lo tiene claro, su marca no va a hacer descuentos. «No veo justo cómo te intentan vender un producto en temporada a un precio y durante los meses de rebajas lo encuentras hasta un 70% por debajo de su precio original. Esto devalúa claramente el producto y todo lo que hay detrás». Y con este 70% de descuento, todavía tienen beneficio».

El empresario jjonenco se propone, con su proyecto de calzado, provocar un cambio social y cultural en un sector en el que «lo único que vale es el margen de beneficio», comenta. Insiste, sobre todo, en los procesos de producción. «Buscamos un producto con precio europeo y producción europea. No debemos tolerar un producto con precio europeo y producción asiática». Problemática que ya han puesto de manifiesto campañas como la de Cambia tus zapatos de la Fundación Setem, y con las que el consumidor está cada vez más concienciado. «Nuestro objetivo es formar parte de este cambio en el que las empresas no sólo estén interesadas en aumentar su margen de beneficio, sino en tener un impacto social positivo real, apostando por los proveedores locales, teniendo en plantilla a trabajadores con condiciones de trabajo justas y utilizando materiales respetuosos con el medio ambiente», señala.

Bimono también nace para cuestionarse aspectos como, «¿por qué los pares de zapatos tienen que ser necesariamente iguales? ¿Por qué no puede diferir una pieza de la otra?», indica Sirvent. «Andamos buscando la perfección, la simetría, porque según diversos estudios lo simétrico nos aporta placer visual, pero queremos romper esas estructuras mentales donde exista una diferencia

<http://www.elmundo.es/comunidad-valenciana/alicante/2018/01/14/5a5a494422601d446d8b45b8.html>

debido al carácter artesano del producto».



Algunos de los zapatos de la marca desarrollada por Sirvent. M.L.

Y con estas ideas, y tras varios años de experiencia en el sector de la moda -trabajó con **Adolfo Domínguez**-, el alicantino se fue a Milán a formarse en una de las escuelas de calzado más prestigiosas, Ars Sutoria, especializándose en diseño de calzado y desarrollo de colecciones. Allí creó Bimono, pero no fue hasta que llegó a España y fue seleccionado para participar en un programa de lanzadera de empresas de la Escuela de Organización Industrial del Ministerio de Industria cuando vio que el proyecto era una realidad. Su idea fue aplaudida y respaldada por numerosos profesionales, entre directores de arte, profesores de marketing, incluso un experto en biomecánica de la Universidad Miguel Hernández de Elche, que participó en el desarrollo del piso del zapato. «He buscado la excelencia en todo el proceso de producción», explica.

¿Y el resultado? Una colección limitada de 200 unidades de un zapato que combina los mejores atributos de la *sneaker*, comodidad y funcionalidad, y del oxford, elegancia y estilo. Con suela de inspiración japonesa y corte europeo, está fabricando íntegramente entre Elche y Elda y los materiales son reutilizables. Además, el precio de cada par de zapatos viene visiblemente justificado: Materia prima 18%, mano de obra 11%, gastos de administración y comunicación 18%, impuestos 21%.

En total, el coste de producción del zapato supone un 68% del precio final. La marca apuesta firmemente por la transparencia durante todo el proceso de producción, algo totalmente novedoso en nuestro país que ya ha supuesto algunos casos de éxitos en empresas en Estados Unidos.

Pero Bimono va mucho más allá, y bajo ese concepto innovador se propone ampliar su gama de productos con calzado para hombre, mochilas, prendas de ropa o gafas de sol, pero siempre bajo la visión crítica y social que llevó a su creador a desarrollar el proyecto. «No queremos ser una marca de calzado, si no fabricar productos que engloben nuestro concepto de transparencia y compromiso con la sociedad», concluye Sirvent.

Instagram @alicantestructura

Los emprendedores de Coworking Santander cuentan su experiencia este martes

original

Santander, 14 ene (EFE).- Los 23 emprendedores de Coworking Santander hablarán de su experiencia en estos meses de trabajo en la segunda edición de este programa y del desarrollo de sus proyectos en una jornada que se celebrará este martes en la Filmoteca de Cantabria.

Según explica hoy el Ayuntamiento, algunos han puesto ya en marcha su actividad empresarial y otros han ido avanzando en la definición de su modelo de negocio, la búsqueda de financiación o en los pasos para la constitución de sus empresas, que prevén que den fruto en los próximos meses.

Cada uno tendrá la oportunidad de exponer su caso y su experiencia en esta jornada, que servirá además para dar proyección a sus ideas y modelos de negocio, y para elegir también el proyecto ganador de esta segunda edición de Coworking Santander.

Al encuentro, que comenzará a las 16.30 horas, asistirán los representantes de las tres entidades que promueven el programa.

Coworking Santander es una iniciativa del Ayuntamiento santanderino, la Escuela de Organización Industrial (EOI) y el Banco Santander, cofinanciada por el Fondo Social Europeo, que ofrece formación y mentorización para acelerar la puesta en marcha de ideas y proyectos innovadores.

En la primera edición participaron 22 emprendedores y en esta segunda han sido 23 participantes que han desarrollado 20 proyectos diferentes.

Abierta la inscripción para el tercer espacio "coworking"

REDACCIÓN • original

Los emprendedores de las tierras de Celanova, Baixa Limia y A Limia ya se pueden anotar a la tercera edición del espacio "coworking" que próximamente comenzará su andadura en la villa de San Rosendo. El objetivo de este proyecto pasa por acompañar, asesorar y mentorizar a aquellas personas interesadas en llevar a cabo un proyecto empresarial en la zona, con diferentes actividades y talleres de forma totalmente gratuita.

El espacio "coworking" celanovense es fruto de la colaboración entre la Escuela de Organización Industrial (EOI) y el Instituto Galego de Promoción Económica (Igape), con la cofinanciación del Fondo Social Europeo, el Ministerio de Industria, Energía y Turismo y el propio Igape. Hasta el mes de junio, las distintas aulas formativas del Auditorio Municipal Ilduara de Celanova (Amic) acogerán el desarrollo de diferentes sesiones de formación grupal, de mentorización por parte de expertos, de eventos encaminados a potenciar el "networking" y compartir buenas prácticas, así como de talleres, estos últimos abiertos a toda la población, donde se tratará de ayudar a los emprendedores a validar su modelo de negocio con metodologías ágiles y a desarrollar las habilidades imprescindibles para ponerlo en marcha.

Plazas limitadas

La convocatoria para esta tercera edición ya está abierta a todas aquellas personas con un proyecto empresarial en fase temprana de desarrollo o con una empresa creada recientemente (no más de 6 meses antes de su incorporación al "coworking"). La previsión que manejan los responsables es de contar con un máximo de 22 emprendedores, quedando abierta la convocatoria hasta cubrir la totalidad de las plazas.

«Unha tenda online precisa moitísima publicidade»

original

Marta López

Carballo / La Voz 09/01/2018 05:00 h

A historia de Miryam resultará familiar a moitas outras mulleres que, por un motivo ou outro, tiveron que deixar os seus postos de traballo ao decidir ter fillos. No seu caso a tipoloxía da súa profesión -é auxiliar de enfermería- e a imposibilidade de compatibilizar horarios co seu home, levárona a argallar unha alternativa factible para poder traballar dende a súa casa e, ao mesmo tempo, coidar do seu neno, que ten agora once meses. Así xurdiu **Jata Parda**, a súa propia marca de produtos personalizados a man.

-¿Como naceu Jata Parda?

-Pois é un proxecto que xurdiu hai anos pero que fun deixando de lado. Ao ter un contrato estable sempre lle das prioridade e non te animas a ser autónomo, ¡que é unha vida moi fastidiada!

-Retomouno recentemente.

-Si, participei nun coworking para emprendedores que fixo a Escola de Negocios (EOI) en Cabana e alí retomei esta marca, que tiña paralizada. Deseñei a miña propia páxina web e así naceu o proxecto oficialmente.

-¿Qué tipo de produtos ten?

-Pois todo o que vendo está feito ou decorado a man. Fago moita personalización de telas, como zapatillas, neceseres ou bolsas, e tamén pinto cadros en tres dimensións... Cada día vou aumentando un pouquiño máis as cousas, porque quixen lanzar a páxina canto antes, sen ter aínda completo o catálogo. A xente ve os meus produtos na web ou nas redes sociais e faime os pedidos que desexe, que despois eu mesma me encargo de enviar ao destinatario.

-¿Que tal están indo estes primeiros meses de andadura?

-Pois dende que abrimos, en novembro, está indo mellor do que eu agardaba. Supoño que o Nadal tamén favoreceu. Aínda así, non é o mesmo ter un establecemento físico que unha tenda online, que precisa de moitísima publicidade. De feito estoume poñendo en contacto con usuarios de Instagram que teñen moitos seguidores para colaborar.

-Aínda cando se traballa dende a casa, a conciliación é aínda un asunto pendente.

-É moi complicado, pero intento levalo como podo alternando horarios co meu marido, adaptándonos un ao outro. Pero pódese, de verdade que si. É máis complicado, evidentemente, intentar facelo cando traballas fóra, non hai tanta flexibilidade, para min

http://es.eprensa.com/cgi-bin/view_digital_media.cgi?subclient_id=4630&comps_id=120023472

sería imposible.



PROYECTOS FSE / POEFE - Impactos impresos

Un paso adelante

El Mundo de Alicante - 14/01/2018

La formación y asesoramiento municipal llegó a 600 empresas y autónomos el pasado año

La Gaceta Regional de Salamanca - 12/01/2018

Formación y asesoramiento municipal para 600 empresas a lo largo del año 2017

El Norte de Castilla Salamanca - 12/01/2018

Abierta la inscripción para el tercer espacio "coworking"

La Región - 10/01/2018

Ofertan para desempleados un curso sobre bioconstrucción

El Periódico de Extremadura - 10/01/2018

«Unha tenda online precisa moitísima publicidade»

La Voz de Galicia Carballo - 09/01/2018

[VOLVER A ÍNDICE PRINCIPAL](#)



Damián Sirvent toma un café en el restaurante Amasable, en Alicante, junto a dos de sus modelos. MANUEL LORENZO

STREET STYLE

ELENA VIDAL

El empresario jijonenco Damián Sirvent desarrolla una marca de calzado bajo un concepto completamente innovador y socialmente ético que dice no a las rebajas y sí a la transparencia en todo el proceso productivo

Un paso adelante

«¿Las rebajas? Son un circo, una tomadura de pelo para el consumidor». Damián Sirvent lo tiene claro, su marca no va a hacer descuentos. «No veo justo cómo te intentan vender un producto en temporada a un precio y durante los meses de rebajas lo encuentras hasta un 70% por debajo de su precio original. Esto devalúa claramente el producto y todo lo que hay detrás». Y con este 70% de descuento, todavía tienen beneficio».

El empresario jijonenco se propone, con su proyecto de calzado, provocar un cambio social y cultural en un sector en el que «lo único que vale es el margen de beneficio», comenta. Insiste, sobre todo, en los procesos de producción. «Buscamos un producto con precio europeo y producción europea. No debemos tolerar un producto con precio europeo y producción asiática». Problemática que ya han puesto de manifiesto campañas como la de *Cambia tus zapatos* de la Fundación Setem, y con las que el consumidor está cada vez más concienciado. «Nuestro objetivo es formar parte de este cambio en el que las empresas no sólo estén interesadas en aumentar su margen de beneficio, sino en tener un impacto social positivo real, apostando por los proveedores locales, teniendo en plantilla a trabajadores con condiciones de trabajo justas y utilizando materiales respetuosos con el medio ambiente», señala.

Bimono también nace para cuestionarse aspectos como, «¿por qué los pares de zapatos tienen que ser necesari-

amente iguales? ¿Por qué no puede diferir una pieza de la otra?», indica Sirvent. «Andamos buscando la perfección, la simetría, porque según diversos estudios lo simétrico nos aporta placer visual, pero queremos romper esas estructuras mentales donde exista una diferencia debido al carácter artesano del producto».

Y con estas ideas, y tras varios años de experiencia en el sector de

che, que participó en el desarrollo del piso del zapato. «He buscado la excelencia en todo el proceso de producción», explica.

¿Y el resultado? Una colección limitada de 200 unidades de un zapato que combina los mejores atributos de la *sneaker*, comodidad y funcionalidad, y del *oxford*, elegancia y estilo. Con suela de inspiración japonesa y corte europeo, está fabricando íntegramente entre Elche y Elda y los materiales son reutilizables. Además, el precio de cada par de zapatos viene visiblemente justificado: Materia prima 18%, mano de obra 11%, gastos de administración y comunicación 18%, impuestos 21%.

En total, el coste de producción del zapato supone un 68% del precio final. La marca apuesta firmemente por la transparencia durante todo el proceso de producción, algo totalmente novedoso en nuestro país que ya ha supuesto algunos casos de éxitos en empresas en Estados Unidos.

Pero Bimono va mucho más allá, y bajo ese concepto innovador se propone ampliar su gama de productos con calzado para hombre, mochilas, prendas de ropa o gafas de sol, pero siempre bajo la visión crítica y social que llevó a su creador a desarrollar el proyecto. «No queremos ser una marca de calzado, si no fabricar productos que engloben nuestro concepto de transparencia y compromiso con la sociedad», concluye Sirvent.



Algunos de los zapatos de la marca desarrollada por Sirvent. M.L.

la moda –trabajó con Adolfo Dominguez–, el alicantino se fue a Milán a formarse en una de las escuelas de calzado más prestigiosas, Ars Sutoria, especializándose en diseño de calzado y desarrollo de colecciones. Allí creó Bimono, pero no fue hasta que llegó a España y fue seleccionado para participar en un programa de lanzadera de empresas de la Escuela de Organización Industrial del Ministerio de Industria cuando vio que el proyecto era una realidad. Su idea fue aplaudida y respaldada por numerosos profesionales, entre directores de arte, profesores de *marketing*, incluso un experto en biomecánica de la Universidad Miguel Hernández de El-

Instagram @alicantestreetstyle
Twitter @astreetstyle

La formación y asesoramiento municipal llegó a 600 empresas y autónomos el pasado año

P.M.R. | SALAMANCA

600 empresas, autónomos y emprendedores se beneficiaron el pasado año de las acciones de formación y asesoramiento que se han realizado desde el Ayuntamiento de Salamanca. Este tipo de actuaciones están destinadas, según el Consistorio, a “generar oportunidades e impulsar el emprendimiento”.

Destaca aula de formación gratuita online que se desarrolla junto a la Escuela de Organización Industrial (EOI). En total se ofrecen 17 cursos sobre innovación para mejorar la competitividad de las empresas salmantinas. Esta actuación se completa con un servicio de consultoría gratuito para las empresas, autónomos y emprende-

dores que lo soliciten realizado por profesionales de varios sectores.

De las 600 empresas, autónomos y emprendedores beneficiados, 300 participaron en acciones formativas y otros 300 recibieron algún tipo de asesoramiento.

La formación más demandada, cuyos cursos tienen una duración de entre 10 y 50 horas y se puede realizar sin limitaciones de horarios, sin desplazamientos y con el apoyo de tutores, es la referente a redes sociales, domótica, seguridad en las comunicaciones y certificación PMP (Project Management Professional). Otras temáticas que se ofrecen son la gestión I+D+I y los nuevos servicios de comunicaciones.



12 Enero, 2018

Formación y asesoramiento municipal para 600 empresas a lo largo del año 2017

REDACCIÓN / WORD

SALAMANCA. El Ayuntamiento de la capital facilitó durante el pasado año formación y asesoramiento a más de 600 empresas, autónomos y emprendedores a través del aula de formación gratuita 'online', organizada junto a la Escuela de Organización Industrial. Dicho servicio ofreció 17 cursos sobre temas innovadores, y del servicio municipal de consultoría gratuito.

Así, el pasado año 300 personas participaron en las diferentes acciones formativas a las que se suman

las más de 300 que recibieron asesoramiento. Durante 2017, la formación más demandada fue la referente a temas sociales, domótica, seguridad en las comunicaciones y certificación Project Management Professional, informó ayer el Ayuntamiento de Salamanca.

Otros de los temas a los que también se puede acceder son introducción a la logística integral y la cadena de suministro, las estrategias 'Lean Manufacturing', la gestión de la I+D+i, nuevos servicios de comunicaciones o diseño de infraestructu-

ras de comunicaciones, en cursos con una duración de entre 10 y 50 horas que se pueden realizar sin limitación de horarios, sin desplazamientos y con el apoyo de tutores.

La inscripción es totalmente gratuita para los usuarios, asumiendo el Ayuntamiento el coste, y se realiza a través del enlace habilitado en la web municipal. Está abierta y no existe un número limitado de plazas porque cada persona puede cursar la formación libremente y cuando mejor se adapte a sus circunstancias.

El Ayuntamiento y EOI impulsaron además otras medidas que contribuyen a la creación y mejora del empleo juvenil y que favorecen la contratación, como el programa 'Millennials', del que ya se beneficiaron 141 jóvenes, formalizándose 88 contratos laborales. Actualmente se está desarrollando la tercera edición de esta iniciativa en la que 50 jóvenes

están recibiendo una formación práctica unida a las necesidades de las empresas salmantinas.

Asimismo, el miércoles finalizó el plazo de inscripción para participar en el segundo espacio municipal de 'coworking' (actuación de apoyo a los emprendedores que tengan una idea empresarial o una empresa constituida que no lleve más de seis meses en funcionamiento). Con esta iniciativa se facilita que los jóvenes puedan disfrutar gratuitamente durante 5 meses de un espacio de trabajo y recibir el apoyo de un equipo de mentores y profesores a través de formación especializada y de tutoría individual.

Esta segunda edición de 'coworking', en la que participarán entre 12 y 22 proyectos, se ubicará como la anterior en la Cámara de Comercio. En la primera edición, el 50% de los proyectos iniciados se constituyeron como empresa.



Abierta la inscripción para el tercer espacio "coworking"

REDACCIÓN. CELANOVA
laura.fernandez@laregion.net

■ ■ ■ Los emprendedores de las tierras de Celanova, Baixa Limia y A Limia ya se pueden anotar a la tercera edición del espacio "coworking" que próximamente comenzará su andadura en la villa de San Rosendo. El objetivo de este proyecto pasa por acompañar, asesorar y mentorizar a aquellas personas interesadas en llevar a cabo un proyecto empresarial en la zona, con diferentes actividades y talleres de forma totalmente gratuita.

El espacio "coworking" celanovense es fruto de la colaboración entre la Escuela de Organización Industrial (EOI) y el Instituto Galego de Promoción Económica (Igape), con la cofinanciación del Fondo Social Europeo, el Ministerio de Industria, Energía y Turismo y el propio Igape. Hasta el mes de junio, las distintas aulas formativas del Auditorio Municipal Ilduara de Celanova (Amic)

EL PROGRAMA, QUE LIDERAN LA ESCUELA DE ORGANIZACIÓN INDUSTRIAL Y EL IGAPE, ACOGERÁ A 22 EMPRENDEDORES

acogerán el desarrollo de diferentes sesiones de formación grupal, de mentorización por parte de expertos, de eventos encaminados a potenciar el "networking" y compartir buenas prácticas, así como de talleres, estos últimos abiertos a toda la población, donde se tratará de ayudar a los emprendedores a validar su modelo de negocio con metodologías ágiles y a desarrollar las habilidades imprescindibles para ponerlo en marcha.

PLAZAS LIMITADAS

La convocatoria para esta tercera edición ya está abierta a todas aquellas personas con un proyecto empresarial en fase temprana de desarrollo o con una empresa creada recientemente (no más de 6 meses antes de su incorporación al "coworking"). La previsión que manejan los responsables es de contar con un máximo de 22 emprendedores, quedando abierta la convocatoria hasta cubrir la totalidad de las plazas. ■



Ofertan para desempleados un curso sobre bioconstrucción

S. GÓMEZ
TRUJILLO

El Centro Integral de Desarrollo iNovo de Trujillo, ubicado en el antiguo silo, va a acoger un curso de Técnico en bioconstrucción y arquitectura bioclimática. Permitirá conocer los principales métodos y técnicas para construir y rehabilitar de forma sostenible en el contexto extremeño, acorde con los principios de economía circular. Está dirigido a menores de 30 años en situación de desempleo, especialmente los vinculados a los sectores de la construcción.

Se trata de un curso gratuito de 80 horas de duración, que será impartido a lo largo de este mes de enero y febrero, organizado por la Escuela de Organización Industrial, dentro de sus proyectos de fomento de la economía verde y circular. Las construcciones con barro, paja o losas alveolares serán algunos de los contenidos del programa previsto. Los interesados pueden contactar en el correo contacto@eco-miga.es. ≡



Miryam Mouzo Pose Responsable do proxecto Jata Parda

«Unha tenda online precisa moitísima publicidade»

A pontecesá lanzouse ao emprendemento pola necesidade de conciliar a súa vida familiar e laboral

A historia de Miryam resultará familiar a moitas outras mulleres que, por un motivo ou outro, tiveron que deixar os seus postos de traballo ao decidir ter fillos. No seu caso a tipoloxía da súa profesión —é auxiliar de enfermería— e a imposibilidade de compatibilizar horarios co seu home, levárona a argallar unha alternativa factible para poder traballar dende a súa casa e, ao mesmo tempo, coidar do seu neno, que ten agora once meses. Así xurdiu Jata Parda, a súa propia marca de produtos personalizados a man.

—¿Como naceu Jata Parda?

—Pois é un proxecto que xurdiu hai anos pero que fun deixando de lado. Ao ter un contrato estable sempre lle das prioridade e non te animas a ser autónomo, ique é unha vida moi fastidiada!

—Retomouno recentemente.

—Sí, participei nun coworking para emprendedores que fixo a Escola de Negocios (EOI) en Cabana e alí re-



Miryam Mouzo lanzou en novembro unha marca de produtos decorados a man. ANA GARCÍA

tomei esta marca, que tiña paralizada. Deseñei a miña propia páxina web e así naceu o proxecto oficialmente.

—¿Qué tipo de produtos ten?

—Pois todo o que vendo está feito ou decorado a man. Fago moita personalización de telas, como zapatillas, neceseres ou bolsas, e tamén pinto cadros en tres dimensións... Cada día vou aumentando un pouquiño máis as cousas, porque quixen lanzar a páxina canto antes, sen ter aínda completo o catálogo. A xente

ve os meus produtos na web ou nas redes sociais e faime os pedidos que desexe, que despois eu mesma me encargo de enviar ao destinatario.

—¿Que tal están indo estes primeiros meses de andadura?

—Pois dende que abrimos, en novembro, está indo mellor do que eu agardaba. Supoño que o Nadal tamén favoreceu. Aínda así, non é o mesmo ter un establecemento físico que unha tenda online, que precisa de moitísima publicidade. De feito estoume poñendo

en contacto con usuarios de Instagram que teñen moitos seguidores para colaborar.

—Aínda cando se traballa dende a casa, a conciliación é aínda un asunto pendente.

—É moi complicado, pero intento levalo como podo alternando horarios co meu marido, adaptándonos un ao outro. Pero pódese, de verdade que si. É máis complicado, evidentemente, intentar facelo cando traballas fóra, non hai tanta flexibilidade, para min sería imposible.

PROYECTOS FSE / OTROS - Impactos online

11/01/2018 Madrid Norte 24 Horas

"Tres Cantos tiene una de las tasas de desempleo más bajas de Madrid, España y Europa"

[VOLVER A ÍNDICE PRINCIPAL](#)

http://es.eprensa.com/cgi-bin/view_digital_media.cgi?subclient_id=4630&comps_id=120552097

"Tres Cantos tiene una de las tasas de desempleo más bajas de Madrid, España y Europa"

Escrito por Sonia Crespo • [original](#)

Entrevistamos al [Concejal de Desarrollo Local](#) de Tres Cantos, Antonio Avilés con quien repasamos cómo ha evolucionado el paro en el municipio en 2017 además de varias iniciativas de empleo y formación en la localidad: un [curso para el fomento del autoempleo y la creación de empresas](#) en Tres Cantos con la [Escuela de Organización Industrial](#) o un programa de formación sobre las claves del emprendimiento y transformación digital con el [Instituto de Economía Digital de ESIC](#).

PROYECTOS FSE / OTROS - Impactos impresos

"Atraemos un talento cada vez más comprometido con la sociedad"
Inversión & Finanzas - 12/01/2018

[VOLVER A ÍNDICE PRINCIPAL](#)



Empresa y sociedad

La entrevista de Giuseppe Tringali

Alejandro Beltrán de Miguel:

Senior Partner & Chairman de McKinsey en España y Portugal

«Atraemos un talento cada vez más comprometido con la sociedad»

El máximo responsable en España de la firma global de consultoría estratégica asegura que en McKinsey utilizan el conocimiento, el talento y las capacidades para servir al bien común.

Las políticas de Responsabilidad Social Corporativa (RSC) están muy presentes en McKinsey, la firma de referencia de la consultoría estratégica a nivel mundial. Su presidente para España y Portugal, Alejandro Beltrán de Miguel, tiene claro que «sin una política de RSC que esté a la altura, no haríamos honor a nuestro nombre».

¿Cuál es la importancia de la RSC en la empresa y cómo se aplica?

El compromiso de McKinsey&Co para ayudar a construir una sociedad mejor ha sido fundamental a lo largo de toda nuestra historia. Dicho compromiso se basa en nuestra convicción sobre la necesidad de que entidades públicas, privadas y sociales colaboren para abordar los retos más relevantes a los que nues-

tra sociedad se enfrenta. Como firma global con presencia en más de 60 países, con exposición a diversas realidades en todo el mundo, sentimos que es nuestra obligación utilizar nuestro conocimiento, talento y capacidades para servir al bien común.

¿Las políticas de RSC influyen positivamente en la generación de valor de las empresas y su rentabilidad? ¿Cómo?

La actividad de RSC debe ser una fuente dual de impacto y generar así «valor compartido» tanto para la sociedad como para la empresa. Mediante RSC, McKinsey busca impactar directamente en la sociedad que nos rodea y es que no podemos concebir planes a futuro sin tener en cuenta los pilares que soportan a McKinsey y a cualquier otra firma o

empresa: la sociedad. La sostenibilidad de nuestra firma depende en gran medida de nuestro entorno. Además, uno de los mayores activos de McKinsey es nuestra reputación y los valores por los que nos regimos en el día a día como firma, y no estaríamos haciendo honor a nuestro nombre sin una política de RSC que esté a la altura.

¿Cuáles son sus prioridades en este tipo de políticas?

En McKinsey creemos firmemente en que cuando ayudamos a nuestros

clientes a realizar mejoras duraderas en sus negocios, también estamos contribuyendo a su labor de mejorar la sociedad: mediante los empleos que

crean, el crecimiento económico que impulsan, etc. No obstante, la labor de McKinsey dentro del ámbito de RSC no se limita a nuestro

«LA SOSTENIBILIDAD DE NUESTRA FIRMA DEPENDE EN GRAN MEDIDA DE NUESTRO ENTORNO»



Alejandro Beltrán, derecha, responde a las preguntas de Giuseppe Tringali.

trabajo con clientes, utilizamos otras palancas de actuación para potenciar nuestro impacto:

- **Investigación:** Nuestras investigaciones abordan los mayores problemas a nivel mundial, incluyendo temas relativos a la escasez de recursos o la recapacitación de la fuerza laboral como consecuencia de los retos que la tecnología y digitalización están promoviendo. Fundamos nuestro «Think Thank», McKinsey Global Institute (MGI) en 1990 con la misión de promover un mayor entendimiento de la economía global y así facilitar las decisiones de líderes políticos y de negocio.
- **Partnerships o asociaciones:** McKinsey trabaja con una gran variedad de organizaciones, aunando grupos que abordan problemas difícilmente solucionables por instituciones de manera individual. Una de las asociaciones con las que tenemos una estrecha relación en España es la Fundación SERES, una entidad integrada por 138 empresas con gran relevancia a nivel nacional, con el firme compromiso de promover



ESTRECHO CONTACTO CON COMPAÑÍAS INTERNACIONALES

Desde que se unió a McKinsey en 1998, Alejandro Beltrán ha trabajado para un gran número de compañías internacionales líderes en sus respectivos sectores.

Beltrán es licenciado en Economía y Administración de Empresas por la Universidad de Navarra y tiene un MBA por IESE. Actualmente es Senior Partner & Chairman de McKinsey en la Península Ibérica y miembro del Consejo y Comité Operativo Global de la firma desde 2015. También es Global Chief Talent & People Officer. A su vez es miembro del consejo de varias fundaciones benéficas.

la mejora de la sociedad con actuaciones responsables alineadas con las estrategias de las compañías.

- **Nuestros empleados:** Animamos activamente a nuestra gente a que participen en actividades de voluntariado y un gran número de nosotros somos miembros de juntas de diversas ONGs.
- **Trabajo con nuestras comunidades:** Durante los últimos dos años, hemos apoyado a más de 1.000 ONGs, colegios, etc. mediante consultoría pro-bono. Asimismo, hemos respondido proactivamente a emergencias internacionales tales como la crisis de refugiados sirios o la epidemia de Ébola en África oriental.
- **McKinsey Social Initiative:** En 2014, lanzamos MSI, una organización independiente y sin ánimo de lucro, con el objetivo de diseñar, implementar, testar y escalar soluciones a grandes problemas en nuestra sociedad. Su primera iniciativa, Generation, lucha contra el desempleo juvenil a nivel mundial.

En relación con el trabajo con clientes, destacar el impacto de ►



nuestra práctica social con numerosas instituciones públicas y sin ánimo de lucro alrededor de aspectos socialmente relevantes como la educación, erradicación de la pobreza, desarrollo agrícola, innovación social, salud pública etc...

Ser socialmente responsable y generar valor para los accionistas ¿son objetivos contrapuestos o compatibles?

No son en absoluto contrapuestos, en la medida en que la actividad sea RSC (vs. filantropía), no se limita a generar valor a la sociedad sino que también aporta valor a la empresa. Como se ha comentado anteriormente, mediante RSC, McKinsey busca impactar positivamente a sus clientes y entorno, pilar que soporta nuestro negocio, y nos permite mantener un alto nivel de reputación. Adicionalmente cuándo esto se convierte en un tema realmente prioritario, permite la atracción de un talento cada vez más comprometido con la sociedad.

¿Cómo influye una buena RSC en el reclutamiento y en la retención de talento de una empresa cotizada?

Todas las etapas de nuestra cadena de talento se ven reforzadas por una buena RSC, desde los procesos de selección hasta las actividades de retención. Generation, por ejemplo,

«TODAS LAS ETAPAS DE NUESTRA CADENA DE TALENTO SE VEN REFORZADAS POR UNA BUENA RSC»

permite a nuestros empleados dedicar parte su tiempo profesional a un problema tan serio como el desempleo juvenil, y esto es algo que cada vez más candidatos valoran. Es algo que les permite devolver a la sociedad todo lo que como su formación les ha aportado y lo que dentro de nuestra firma han aprendido a lo largo de los años. Como hemos comentado es algo que más y más candidatos nos están preguntando, y Generation (así como otras actividades sociales que hacemos como



Alejandro Beltrán, en la sede de McKinsey.

firma) es una pregunta cada vez más habitual en nuestras entrevistas. Asimismo, nuestras actuaciones en el ámbito de RSC transmiten a nuestros empleados la importancia que como firma otorgamos a nuestra sociedad y el entorno que nos rodea, fomentando así el compromiso y sentimiento de pertenencia a la firma y actuando como una efectiva palanca de retención de talento.

Si exceptuamos el factor económico, ¿qué valoran más los nuevos empleados que llegan a su compañía? ¿el compromiso de la empresa con la sociedad y el medio ambiente, la ética, la conciliación...?

Cada año en McKinsey llevamos a cabo una encuesta entre todos nuestros empleados a nivel mundial en la que evaluamos el health de la organización, así como diversos aspectos culturales de nuestra firma.

A pesar de que con el paso del tiempo los protagonistas van cambiando, siempre hay dos principios que aparecen como máxima fuente de inspiración y orgullo entre nuestros empleados: el primero es el compromiso que tiene McKinsey con nuestros clientes y nuestra sociedad, beneficiaria final de todas nuestras acciones y decisiones, y en segundo lugar, el esfuerzo en garantizar el seguimiento de unos principios éticos en el comportamiento diario de todos nosotros.

«EN ESPAÑA, DEL PROYECTO SOSTENIBLE QUE MÁS NOS ENORGULLECEMOS ES DE GENERATION»

¿De qué tipo de proyectos sostenibles se sienten más satisfechos?

Como firma llevamos a cabo una gran variedad de proyectos para fomentar la igualdad de género, para promover un planeta sostenible, etc. Pero creo que en España, el proyecto del que más nos enorgullecemos es de Generation, que es una metodología de colocación profesional, no solo formativa. En ella, la selección de candidatos por actitud y no por aptitud es clave. Complementamos la parte técnica con habilidades interpersonales y de gestión y ponemos mucho foco en ser mentores de nuestros graduados para apoyarles en la búsqueda de empleo.

Generation persigue un contacto cercano con los empleadores para identificar sus necesidades, ya que juegan un papel clave en la contratación y retención de nuestros graduados. Involucrarles desde el inicio de la metodología es clave para que ellos mismos puedan ver el talento de los jóvenes. Para todo ello también es clave una estrecha colaboración y confianza con entidades públicas como EOI, INCYDE, Red.es y el Ministerio de Empleo; no solo en termino de fondos sino también de difusión, aulas, etc.: Hasta la fecha hemos conseguido formar más de 1.000 jóvenes; hito que no hubiese sido posible sin el constante apoyo de las entidades públicas con las que colaboramos. ■

OTROS PROYECTOS / FEDER - Impactos online

12/01/2018 Prefieres

Castilla y León asesora a las pymes en materia de eficiencia

[VOLVER A ÍNDICE PRINCIPAL](#)

Castilla y León asesora a las pymes en materia de eficiencia

original

Con el objetivo de fomentar la innovación en la eficiencia en el uso de los recursos y la economía verde, la Consejería de Fomento y Medio Ambiente de la [Junta de Castilla y León](#), pone en marcha el [programa piloto Low Carbón](#), servicio gratuito de asesoramiento a pymes, para mejorar la competitividad ahorrando costes mediante medidas de eficiencia energética y del uso de recursos.

Dado el carácter piloto del servicio -en el que pueden participar empresas o autónomos de todos los sectores económicos, siempre que tengan el carácter de pequeña o mediana empresa-, el número de **asesorías** que se realizarán con carácter gratuito está limitado a un total de 41 en Castilla y León. El proyecto también beneficiará a empresas de Galicia y la región Norte de Portugal, hasta alcanzar el número máximo de 130 empresas.

El servicio comprende un **diagnóstico de Eco-innovación** de cada empresa, en el que se realizará un análisis de su situación actual, de los procesos identificados como clave, su contexto ambiental y sus políticas de gestión. Además se realizará en cada sociedad la toma de datos necesaria para el cálculo de sus indicadores ambientales, haciendo especial hincapié en su huella de carbono y su huella hídrica.

Finalmente, la empresa contará con un informe con los resultados extraídos del diagnóstico de eco-innovación realizado, que estará orientado a la **adopción de medidas y herramientas** que ayuden a las empresas a mejorar su **eficiencia**, reducir sus consumos y mejorar así sus indicadores ambientales. Este servicio se realizará mediante dos sesiones individuales presenciales de asesoramiento y varias acciones de seguimiento en remoto.

Emprendedores de economía verde

Igualmente, podrán beneficiarse de este servicio aquellos **emprendedores** que quieran desarrollar un proyecto de economía verde, baja en carbono, en el que podrán participar en Castilla y León hasta 22, de un total previsto para todas las regiones del proyecto de 80.

En este caso, se pondrán en marcha tutorías de coaching y mentoring, se creará una red territorial de emprendimiento verde y se identificarán buenas prácticas y casos de éxito empresariales en sectores estratégicos de la Comunidad.

Las empresas y emprendedores participantes contarán además con acceso a una plataforma web y una app de apoyo, donde podrán compartir conocimientos y casos de buenas prácticas que les orienten a la hora de planificar y desarrollar acciones innovadoras que contribuyan a mejorar los resultados económicos y ambientales de su actividad empresarial.

<http://www.prefieres.es/castilla-y-leon-asesora-a-las-pymes-en-materia-de-eficiencia->

El proyecto está coordinado por Escuela de Organización Industrial (Fundación EOI) y desarrollado en Castilla y León en colaboración con la [Fundación Patrimonio Natural](#).

[Noticias](#)