REVISTA PYMES

Nº 217 OCTUBRE 2016

AÑO-20

AIRFRANCE KLM DELTA Alitalia

BLUEBIZ

BlueBiz, su programa de fidelización para PYMES

› Afíliese hoy y comience a **ahorrar** en su **presupuesto** de viajes

www.bluebiz.com/es www.airfrance.es www.klm.es

*Promoción válida para nuevos miembros que se registren en www.bluebiz.com/es antes del 31 de octubre utilizando el código 100OCT. Los nuevos miembros recibirán 100 Blue Credits (equivalentes a 100 €) por su primer vuelo reservado y volado con Air France, KLM, Delta o Alitalia.

Portada
Sumario
Editorial
Eventos
Formación
Ayudas
Emprendedores
Marketing
Gestión EMP
Tecnología
Legislación
Ir a página Siguiente

La solución difinitiva al problema de la financiación se llama Crowdlending

18

Un buen ejemplo con el que aprender como emprendedor, La Red Social

36

4 desafíos de disponibilidad para las Pymes

26

8 claves para dar a conocer tu empresa en RRSS

12

Sumario

6 Octubre es el mes de los eventos de tecnología

7 Comunicaciones, formación y coaching, claves de los cursos de octubre

9 ¿Te conviene hacerte autónomo si facturas por debajo del Salario Mínimo (SMI)?

15 Siete motivos por los que tener tu propia App

22 El problema de los profesionales obsoletos y las nuevas generaciones

28 El 77,8% de los proveedores de software ERP mejoran sus ventas en 2016

31 ¿Es legal la actualización de la política de privacidad de WhatsApp?

PROTECCIÓN POTENTE GESTIÓN SENCILLA

KASPERSKY ENDPOINT SECURITY CLOUD. LISTO EN UN ABRIR Y CERRAR DE OJOS.

Para empresas con pequeños equipos de IT o que prefieren externalizar la gestión de seguridad de IT, **Kaspersky Endpoint Security Cloud** ofrece la protección líder del sector que se implementa rápidamente, resulta fácil de utilizar y no requiere ninguna inversión adicional en hardware.

Gestione la seguridad desde diversos endpoints, dispositivos móviles y servidores de archivos de forma remota, desde cualquier lugar, con nuestra consola basada en la nube.

MÁS PROBADO*
MÁS PREMIADO*
LA PROTECCIÓN DE KASPERSKY LAB

*kaspersky.es/top3

KASPERSKY lab THE POWER OF PROTECTION

© 2016 Kaspersky Lab. Todos los derechos reservados.
Las marcas registradas y logos son propiedad de sus respectivos dueños.

Editorial

OCTUBRE Y MÁS INCERTIDUMBRE

Inauguramos octubre y continuamos viviendo en **un panorama de incertidumbre y porras políticas**. En cualquier momento las casas de apuestas dejan de sacarle rentabilidad a los partidos Madrid-Barça para centrar su negocio en los supuestos resultados de unas posibles terceras elecciones. Y mientras, **¿qué sucede con las empresas?** Pues que continuamos esperando, de brazos cruzados, mirando al futuro horiozonte con más dudas que respuestas, mientras un circo político **se reparte las reservas que deberían destinarse a ayudar a ciudadanos y empresas** en en este país. Porque si en algo están de acuerdo - con independencia del color de su ficha de parchís - es en cobrar. Los mismos, **que aseguran que van a incentivar el emprendimiento, y que luego a lo que se limitan es a reducir la cuota de autónomos a 50 euros durante los primeros seis meses**. Si luego no puedes pagar más, conforme va subiendo - de seis meses en seis meses - hasta alcanzar los 267 €, ya no es su problema. Se conoce que en España somos europeos para todo, salvo para adapatar las medidas que repercuten directamente en la Hacienda Pública. **¿Para qué adaptar un régimen de autónomos como en Francia o en Alemania? ¿Para qué copiar las reformas laborales que han llevado a cabo otros países y que han funcionado?** Es mejor volver a subir el Impuesto de Sociedades a las PyMes, que **así siguen entrando ingresos para poder pagar los sueldos vitalicios , las dietas, y lo que haga falta a aquellos que han pedido hasta en dos ocasiones la opinión de los ciudadanos**. Ahora, parece que quieran pedirla por tercera vez, **porque con dos elecciones los resultados no acaban de llenarles**. Y todos nos preguntamos lo mismo, a lo mejor ha llegado el momento de atrancar la puerta y esperar a que, de alguna ventana, veamos salir una fumata blanca.

REVISTA PYMES

Isis Vecino
isis@newsmedia360.com

Beatriz Montalvo
beatriz@taieditorial.es

Prensa
prensa@newsmedia360.com

Depósito legal: M-8650-95
ISSN 1696-6120

¿Por qué con Iniciativa Pymes, puedes transformar tus inversiones de marketing en oportunidades de negocio?

1 **Porque** ponemos a tu disposición 2.000 Pymes dispuestas a escuchar tu oferta comercial

2 **Porque** te acercamos allí donde están tus clientes: 17 eventos por toda España

3 **Porque** creamos entornos dirigidos a tu público objetivo

4 **Porque** te ofrecemos acciones dirigidas a captar clientes: Ponencia, imagen, stand, listados asistentes

5 **Porque** las Pymes que convocamos tienen capacidad de compra

6 **Porque** tú decides cuánto invertir: Modelos de patrocinios especiales

7 **Porque** proporcionamos canales de comunicación permanentes: Eventos, blogs, web, microbloggings, vídeos, ...

8 **Porque** tu objetivo es nuestro objetivo

INICIATIVAPYMES
LA LUCHA NOS HACE GRANDES
www.iniciativapymes.com

Si deseas que Iniciativa Pymes sea tu aliado para captar clientes solicítanos información

Empresas líderes de sus sectores patrocinan Iniciativa Pymes como fuente de negocio:

Alphabet · Bantierra · BMW · Crédito y Caución Atradius · Sabadell · FedEx Express · sage · iberCaja Empresas · Wolters Kluwer · Páginas Amarillas · ORACLE · eset NOD32 www.eset.es · QBS group · datisa · IBERDAC · gasNatural fenosa · NORTHGATE Renting Flexible · Bankia · Bodet Software · INFORMA · Microsoft · brother at your side · cezanne · NESPRESSO · VSSistemas · UNITED · randstad · Edenred · ING DIRECT People in Progress · IBERDROLA · Sistel · Correos Express · seidor · Bravo Capital · Escuela Europea de Negocios · Sanitas · ARBENTIA · OneBizz Smart Business Software

Octubre es el mes de los eventos de tecnología

Nuestros compañeros de Empresados han recogido los mejores eventos de octubre. Este mes está principalmente enfocado a los eventos tecnológicos con el fin de llevar las nuevas tecnologías a diversos sectores como la educación o la industria. Además, se hacen hueco eventos que tratan la importancia de los datos abiertos o la geolocalización.

Objetivos globales, impacto local

Fecha: 06 y 07 octubre

Lugar: IFEMA, Madrid

Precio: Gratuito

IODC es el punto de encuentro imprescindible de la comunidad mundial para debatir y estudiar el futuro del Open Data.

Más información

LOGI-UPS

Fecha: 19 octubre

Lugar: Auditorio Google Campus, Madrid

Precio: Gratuito

Un evento cuyo objetivo principal es conectar a la empresa con uno de los sectores más flexibles a la hora de innovar, el ecosistema de las Startups .

Más información

SIMO Educación

Fecha: del 19 al 21 de octubre

Lugar: IFEMA Madrid

Precio: Gratuito

SIMO Educación, el Salón de Tecnología para la Enseñanza, un evento para docentes que quieran introducirse en el mundo de las TICs.

Más información

MATELEC INDUSTRY

Fecha: del 25 al 28 de octubre
Lugar: IFEMA Madrid
Precio: 20€

Salón Internacional de Soluciones Tecnológicas para la Industria y Smart Factory, mostrarán su oferta de innovaciones tecnológicas al servicio de los diferentes sectores industriales.

Más información

Conferencia Esri España

Fecha: 26 y 27 de octubre
Lugar: IFEMA Madrid
Precio: Gratuito

Es el mayor evento GIS del año donde se reúnen los principales expertos en tecnología Esri, así como desarrolladores, formadores,técnicos,etc.

Más información

Comunicaciones, formación y coaching, claves de los cursos de octubre

Octubre se plantea con una oferta bastante completa en formación para empresas. Las claves de este mes se mueven en los ámbitos de la comunicación tanto a nivel social como de telecomunicaciones, el coaching y la importancia de la propia formación para los empleados. Empresados, nos indica los cinco cursoso más relevantes de este mes:

COWORK2WIN

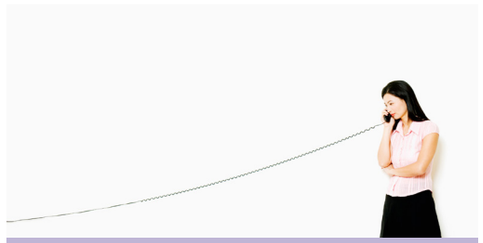
Fecha: 05 octubre

Lugar: Kunlabori, Madrid

Precio: Gratuito

Una jornada completamente enfocada a emprendedores, autónomos y pymes, para que de una forma dinámica conozcan que es el coworking y los beneficios que puede tener.

Más información



III JORNADAS TELECOEMPRENDE

Fecha: 06 octubre

Lugar: Universidad Complutese, Madrid

Precio: Gratuito

Iniciativa destinada a orientar, estimular y canalizar las inquietudes de emprendimiento dentro de la ETSIT-UPM, dando soporte a los diversos perfiles del estudiante de Teleco.

Más información

CLAVES PARA SER UNA EMPRESA FAMILIAR SALUDABLE

Fecha: 06 octubre

Lugar: San Lucia de Tirajana, Vecindario

Precio: 22.20€

En este Taller sobre Coaching Empresarial Familiar Rudy Bormans coach internacional de Cumlaude Coaching, nos ofrece las claves para obtener una empresa saludable.

Más información

¿POR QUÉ LO QUE ESTÁS HACIENDO CON LAS REDES SOCIALES DE TU EMPRESA NO FUNCIONA?

Fecha: 10 octubre
Lugar: Campus Madrid
Precio: Gratuito

Seguro que sabes generar likes y seguidores, pero... ¿estás generando ingresos? Aprende a generar resultados monetarios para una empresa con el uso de las redes sociales.

Más información

GESTIÓN DEL CRÉDITO DE LA FORMACIÓN PROGRAMADA POR LAS EMPRESAS

Fecha: 26 octubre
Lugar: Centro de Negocios Retiro
Precio: Gratuito

Aspectos claves, documentación, plazos y requisitos de la normativa vigente para la Formación Tripartita.

Más información

CENSECOM

Centro de Negocios y Servicios Complementarios

NUEVAS SOLUCIONES PARA TODAS LAS ECONOMÍAS

Tel.: 91 308 85 63
comercial@censecom.es

Zona Alcobendas

ALQUILER DE PUESTOS DE TRABAJO, DESPACHOS, ZONAS, SALAS, ESTUDIOS TV...

Son muchas las pequeñas empresas o profesionales que buscan una solución económica y práctica para ubicar su empresa.
La alternativa de compartir un espacio de trabajo crece cada día con el fin de rebajar los gastos y sin renunciar a las ventajas que ofrece un lugar que de buena imagen a su empresa.

COWORKING TEMATICO:

Aunque cualquier tipo de empresa puede instalarse en este centro de negocios, nos interesa ofrecer un valor añadido, por lo que damos preferencia a aquellas que tengan relación con el marketing, la comunicación, la multimedia o Internet, facilitando con la proximidad, interacciones, que ayudarán a su desarrollo.

SERVICIOS QUE PODEMOS OFRECER:

- **Despachos o zonas para una sola empresa** con o sin mobiliario.
- **Puesto de trabajo amueblado** en zona compartida con otras empresas o profesionales (incluye: mesa, sillón, teléfono de sobremesa, conexión ADSL y equipo informático opcional).
- **Domiciliación social, fiscal y comercial** (derecho a uso de nuestra dirección en su papelería corporativa, publicidad, tarjetas de visita, facturas, así como, del nº de teléfono y nº de fax).
- **Recepción, distribución y envío de correo**, en cualquier forma o cantidad según tarifa.
- **Utilización de las salas de reuniones, Terraza, y otras zonas comunes,** previa consulta y reserva, según condiciones del contrato, o según tarifas.
- **Utilización de platos para Internet TV** (Diferidos o directos) previa consulta y reservas según tarifas.

¿Te conviene hacerte autónomo si facturas por debajo del Salario Mínimo (SMI)?

Hacerse autónomo es una decisión que, ahora mismo, es compleja. No es fácil decidir si queremos o no arriesgarnos a perder determinadas comodidades que muchos trabajadores por cuenta ajena han obtenido con el paso de los años. El derecho a tener un paro "digno" o una sustanciosa indemnización en caso de despido, son razones de mucho peso que juegan en contra. Tampoco ayuda que los autónomos en nuestro país tengan que pagar la friolera de 267 euros (en 2016) de cuota mensual, indistintamente del volumen de su facturación.

Parece que nuestros señores políticos quisieron arreglar un poco la precaria situación de los autónomos españoles, pero como de costumbre, se trata de medidas que no dejan de ser "el chocolate del loro". Es cierto que a muchos les habrá solucionado algo la vida, pero pagar 50 euros al mes durante los primeros 6 meses (insistimos: sin saber cuál va a ser tu facturación) **no es una solución a largo plazo**. Los siguientes seis meses, es decir del séptimo al duodécimo, **dejamos de pagar una cuota de 50 € para pagar el 50% de la cuota** de autónomos habitual. Si la cuota actual está en 267 €, el 50% es 133€. Por lo tanto, durante estos seis meses siguientes pagaremos 133 euros de cuota de autónomos. Sumado a esto, disfrutaremos de **otros seis meses más de reducción, pero esta vez de un 30%,** o lo que es lo mismo, 186 euros. Es cierto que no deja de ser una ayuda

Los autónomos españoles tienen que pagar una cuota mensual de 267€ sin importar el volumen de su facturación

Portada
Sumario
Editorial
Eventos
Formación
Ayudas
Emprendedores
Marketing
Gestión EMP
Tecnología
Legislación
Ir a página
Anterior Siguiente

y que, como se dice coloquialmente "menos da una piedra", pero no es que sea la panacea, **ni siquiera un incentivo para convertirte, sin dudar, en autónomo.**

Ahora bien, han dado un paso más en las ayudas a los autónomos y **lo que antes era exclusivo para jóvenes emprendedores (menores de 30), ahora se hace también extensible a los emprendedores de más de 30 años.** Por lo tanto, también pueden beneficiarse de estas reducciones de cuotas durante los primeros 18 meses de darse de alta en autónomos.

Sin embargo, seguimos con el problema que nos ocupa. **No facturamos el salario mínimo interprofesional (cuyo total anual en 2016 es de: 9172,80€ con 14 pagas).** Es más, probablemente en muchos casos, no lleguemos ni a facturar para pagar la cuota de autónomos, porque simplemente nos dedicamos a hacer algunos trabajillos sueltos por los que no cobramos más de 100€.

No es bonito decir a alguien que quiere hacerse autónomo para hacer las cosas bien y legalmente que, por lo que "factura", continúe engordando la economía sumergida, pero desde luego: ganas dan. Con 100 euros, mucho más si los obtienes de forma mensual, no da ni para pagar la cuota de autónomos, **por lo que o facturas más, o tu economía se cae por su propio peso.** Por eso, existe una laguna legal. Cierta sentencia del Tribunal Supremo en 2007 que ha generado jurisprudencia y a la que te puedes agarrar en caso de que intenten venir a por ti. Evidentemente, desde Revista Pymes, **te recomendamos que te hagas autónomo y que sigas el cauce legal porque, seguramente, te ahorraras muchos dolores de cabeza,** pero también comprendemos que si no llegas al SMI puedes aferrarte a esta opción.

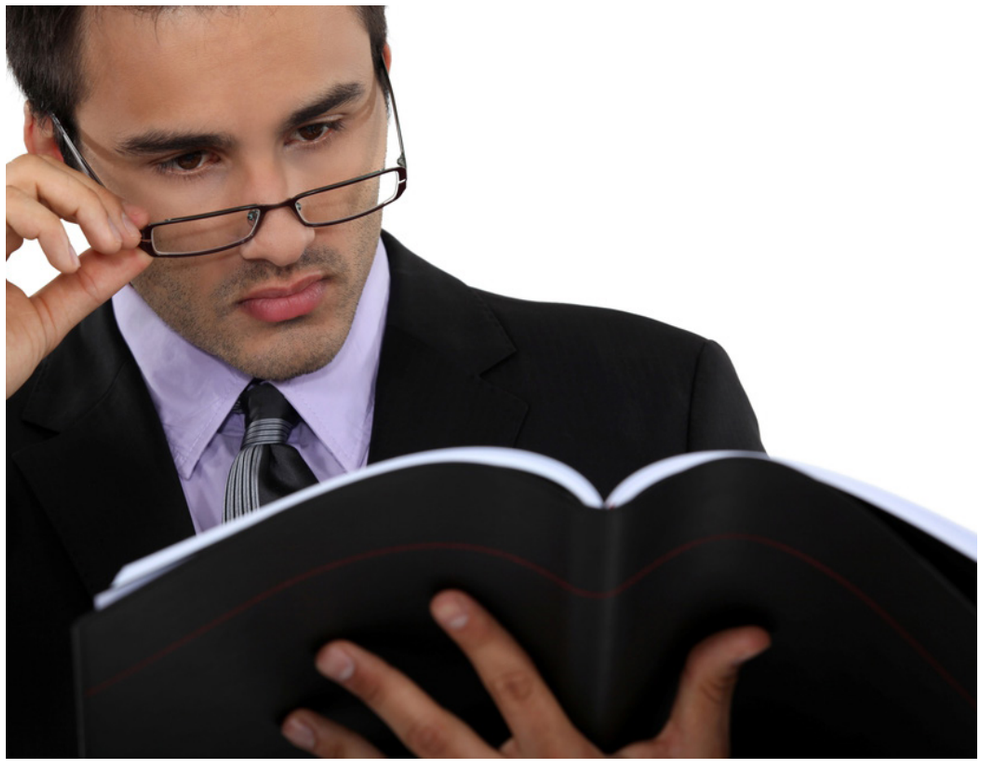
Una sentencia del Tribunal Supremo de 2007, establecía que no era necesario darse de alta en autónomos si los ingresos no eran superiores al SMI

Emitir facturas

Para empezar a discutir, si lo que quieres es emitir una factura de forma legal lo primero que debes hacer es **darte de alta en la Seguridad Social como autónomo** y pagar las cuotas de las que ya hemos hablado. Sin embargo, no solo vale con esto, sino que también deberás **darte de alta en Hacienda, concretamente mediante el alta censal con los modelos 036 y 037.** Darte de alta en Hacienda no requiere coste alguno, pero sí te obliga a **preparar las declaraciones de IRPF e IVA** que te correspondan.

¿Qué pasa si no pago autónomos pero me doy de alta en Hacienda?

También puedes emitir una factura si solo estás dado de alta en Hacienda, que como ya hemos dicho antes, es gratuito, aunque no sea del todo legal.



Esta opción solo cubre la mitad de tus obligaciones, pero te permite realizar facturas con tu NIF (o DNI) y pagar los impuestos según los ingresos que hayas obtenido. Esta modalidad tiene el inconveniente de que tienes que presentar declaraciones trimestrales y anuales de IVA e IRPF. **Esto supone también un coste adicional**, primero de tiempo puesto que tienes que organizar y presentar bastante papeleo y, por otra parte, de dinero, ya que si no sabes hacerlo deberás contratar un asesor.

Además, **si en el futuro quieres darte de alta en la Seguridad Social como autónomo, primero tendrás que darte de baja en Hacienda y luego esperar cierto tiempo hasta que puedas volver a darte de alta**. Esto se debe a que, entre ambos organismos, se está dando un mayor cruce de información y la Seguridad Social puede pedir la cotización desde la primera fecha de alta en Hacienda.

Jurisprudencia o normativa. ¿Estamos seguros de que podemos evitar el alta en autónomos?

La sentencia del Tribunal Supremo de 2007, de la que hemos hablado hace unas pocas líneas**, establecía que no era necesario darse de alta en autónomos si los ingresos no eran superiores al SMI**. Como decíamos, esto ha sentado jurisprudencia y son muchos los que se acogen a dicha sentencia. Sin embargo, **estamos hablando de una sentencia y de jurisprudencia no de una ley o de una normativa** que asegura que puedas actuar de esta manera. En definitiva, si la Seguridad Social te pilla haciendo facturas (porque puedes emitirlas si estás dado de alta en Hacienda, aunque no sean completamente legales) **queda en sus manos el sancionarte o no.** Es cierto que, al existir esta sentencia, se podría recurrir en los tribunales, **pero no sin los consiguientes costes económicos que supone un recurso, ni la preocupación que te puede generar el tener que ir a juicio.**

Por desgracia, **lo más seguro para cualquier persona que vaya a comenzar a realizar un trabajo de forma habitual y como autónomo, es que pague su cuota,** se dé de alta en Hacienda y haga todas las declaraciones pertinentes. Además, de esta manera se podrá desgravar el IVA asociado a su actividad y evitará posibles sanciones que, como ya hemos dicho, quedan al su criterio tanto de Hacienda como de la Seguridad Social. Por otra parte, y aunque no es nada recomendable, si eres una persona que hace algún trabajillo de forma muy puntual y cobrando prácticamente una miseria, tendrás que continuar engordando la economía sumergida, puesto que probablemente lo que cobres, no te dé ni para pagar a un asesor que te haga las declaraciones del IVA (en caso de que estés dado de alta en Hacienda). **Desde aquí no somos partidarios de hacer las cosas mal, pero tampoco parece que te dejen muchas opciones** para llevar todo de forma legal sin arruinarte.

Ocho claves para dar a conocer tu empresa en RRSS

Siempre insistimos, desde Revista PYMES, en la importancia de tener una **buena presencia en las redes sociales** *para nuestro negocio. Es una opción a priori gratuita - a no ser que se opte por hacer alguna campaña de pago - y muy beneficiosa para dar a conocer, como empresario, nuestro proyecto. Por ello, os queremos dar una serie de claves para dar a conocer tu empresa en las RRSS, ya no solo en nuestro país, sino más allá: en otros puntos del mundo.*

Público objetivo

Antes de todo, cuando vayamos a crear las diferentes cuentas en las redes sociales, tenemos que tener claro **cuál es el público objetivo de nuestra marca**. Para ello, hay que hacer una investigación del sector y reunir la mayor información posible. Una forma de realizar esto es mirar perfiles de marcas similares, es decir, la competencia. También **se pueden realizar encuestas o utilizar herramientas de análisis** como Google Analytics, Social Analytic, SumAll…

Desarrolla una estrategia de social media

Una vez reconocido tu cliente potencial **empieza a crear y gestionar tus diferentes perfiles**. Elige las redes sociales idóneas para tu empresa. Por ejemplo, si se trata de un hotel quizá sea mejor crear un perfil de Instagram ,que será más llamativo gracias a las fotografías, que un Twitter. Hay que tener en cuenta que **un plan de social media no vale solo para hacer publicidad, debe ir mucho más allá**. Una vez hecho cada perfil, diseña una estrategia para cada uno de ellos y respétalo para que funcione. Cada plataforma debe de cubrir necesidades diferentes de tus clientes, esta es la mejor forma de dar a conocer y generar un mayor interés.

Seducción social

Debes generar interés y atracción con tus diferentes cuentas. Una muy buena estrategia es la de **mostrar todo lo que ofrece tu producto y/o servicio - puntos fuertes - y saber potenciarlo**. Además, debemos prestar mayor atención a los futuros clientes y, para ello, tiene que existir feedback. Es decir, i**nteractuar con ellos**, crear hashtags, concursos, encuestas y, sobre todo, **resolver sus dudas y atender sus críticas**. Esto supondrá una mayor confianza en tu marca.

Persona clave

Hay que elegir un "capitán del barco" adecuado para navegar por la red o, lo que es lo mismo, **un Community Manager adecuado que maneje estas herramientas y no las abandone**. Si decaen, el público perderá el interés. Además, deberá encargarse de analizar los resultados y planificar las estrategias. Así como saber solucionar

cualquier crisis, problema o imprevisto que se le presente.

Evitar errores

Está bien tener en cuenta una serie de errores que se pueden llegar a cometer, conociendo algunas, será mucho más facil evitarlas. Aquí os dejamos **unas cuantas acciones desafortunadas**:

1. Abusar de la automatización:
Sabemos que herramientas como Hootsuiteson ventajosas para poder programar publicaciones, pero **no debemos abusar de ellas**. El problema de la automatización es que puede llegar a parece que nuestras cuentas estén siendo utilizadas por un robot. Además, **publicar demasiado contenido podría cansar a tus seguidores** o caer en el error de que se trate de contenido obsoleto.

2. No responder a las críticas:
No saber contestar a las quejas, ignorarlas o no contestarlas pronto, supone una mala gestión. El usuario espera una respuesta y una solución a los problemas que plantea. Si no se le responde, **perjudicará tu reputación** ya que, lo más probable, es que emprenda una campaña contra tu marca por no ser atendido como esperaba. Has de tener en cuenta que **en un mundo hiperconectado e interactivo, la información viaja rápidamente** a muchos puntos del planeta.

3. Falta de variedad en el contenido:
Hay que ser original e ingenioso a la hora de generar el contenido de las RRSS. Hay que dinamizar y optmizar (no olvidarse tus cuentas) las redes con imágenes, vídeos, concursos, preguntas, resolución de dudas, o información y, además, hacerlo con ingenio, ya que **hay que tratar de destacar tus contenidos**.

4. Calidad vs. Cantidad de seguidores:
Es mejor tener calidad que cantidad, ya que no sirve de nada tener millones de seguidores si no son de calidad, es decir, si no son tu público objetivo y les interesa lo que compartes con ellos.

5. Falta de planificación:
Cada red social tiene un objetivo diferente y va dirigido a un público distinto, por eso, **hay que saber planificar** cuándo, dónde, qué publicar y a quién dirigir el mensaje en cada momento y no hacerlo a lo loco.

6. El perfil debe ser profesional:
Hay que utilizar **exclusivamente tu perfil de forma profesional** y no personal, ya que para eso, cada persona tiene su propia cuenta.

7. No todo el mundo es capaz de gestionar las RRSS de una empresa:
Hay que tener una o dos personas especializadas en gestionar las RRSS, con una línea editorial. **No todo el mundo tiene las características adecuadas**: originalidad, síntesis, etc para generar contenido en Internet.

8. Evitar hacer SPAM a los seguidores:
Si se hace una mala práctica de las redes (promociones insistentes, enviar la misma información o el mismo anuncio en muchas ocasiones) los seguidores se cansarán. Además, **los responsables de la red social pueden anularte la cuenta si consideran que tus contenidos son SPAM.**

9. Descuidar seguridad

En nuestras cuentas tenemos que **poner contraseñas seguras y cambiarlas de vez en cuando**. No puede tener la contraseña todo el mundo, hay que generar una confidencialidad entre los empleados que pueden entrar a dichas cuentas, para así generar seguridad en nuestra empresa.

Construye una comunidad entorno a tu marca

Como si de una comida con amigos se tratase, pero de forma virtual. **Tu marca debe incentivar al público a hablar de ella**, crear debates - dando opiniones, invitando a contar experiencias, expresando las necesidades de tus clientes, etc. - compartir contenidos atractivos y hashtags. Construir una comunidad entorno a la marca, es muy similar al concepto que mencionábamos antes como seducción social. Debemos generar más interacción, más relaciones y, por consiguiente, lograremos más público. **El boca a boca será imprescindible y tus clientes habituales invitarán a nuevos consumidores** generando así el llamado ***engagement***.

Calendario de contenidos

Recomendamos crear un calendario detallado en una plantilla Excel, por ejemplo, de los contenidos (cantidad y calidad) que vamos a sacar a través de las redes. Todo debe estar muy detallado - por meses, semanas, días e, incluso, horas - **en función del contenido a destacar y en qué red social vamos a publicar** cada tipo de contenido.

Herramientas social media

Hay herramientas que pueden ayudarte a la hora de gestionar tus redes sociales, para administrarlas y analizarlas, como por ejemplo:

Social Mention: busca las tendencia, o los temas más populares.

Hootsuite y TweetDeck: permite la programación de publicaciones en varias redes sociales

Facebook Insights: contabiliza la cantidad de personas que interactuan, comparten o dejan comentarios en tu página de Facebbok.

Followerwonk: analiza tus seguidores y generar informes personalizados.

Estos, consejos pueden **ayudar a tu empresa, y a tu marca, a destacar en las redes sociales**. Sabemos que algunos parecen muy evidentes, pero lo cierto es que, muchas empresas, no hacen un buen uso de sus RRSS y se limitan a utilizarlas como simples plataformas publicitarias. Hay que cuidar la forma en que utilizamos estas plataformas, ya que, de lo contrario, **pueden producir una huída en masa de nuestro público y un gran inconveniente para nuestra empresa**.

Siete motivos por los que tener tu propia App

¿Estamos enganchados los españoles a los smartphones y a todo aquel universo que le rodea? Según el informe de Ditrenidia, Mobile en España y en el mundo, afirma que sí. Los españoles somos los que más utilizamos el móvil, siendo líderes en este mercado en Europa. El 96% de los españoles tiene móviles, de los cuales un 87% son smartphones, y 7 de cada 10 españoles se conectan todos los días más de 30 minutos.

Cifras que superan a la registrada en Francia, Estados Unidos, o China. Siendo el nuestro, **el país con más teléfonos móviles por habitante**. A esto se le suma, que el 33% de los españoles navega en Internet a través de su teléfono, según estudios del Centro de Estudios Especializados en Trastornos de Ansiedad. **Unos datos que alarman y que por ello, hay que tener cuidado de no caer en la conducta adictiva, la llamada nomofobia**. Como en todo consumo, se aconseja la moderación. Además, España es el quinto país que más compra a través del móvil, en concreto, a través de Apps. Este método, nos hace sentir más cómodos y seguros, según un informe realizado por El Espacio Fundación Telefónica y la colaboración de Visual One. Por ello, es el mejor caldo de cultivo para la creación de Apps. Desde Revista Pymes **queremos ofrecerte 7 motivos por los que, como dueño de una PyMe, debes contar con una App.**

España ocupa el quinto puesto en compras online a través de Apps

Compromiso con tus usuarios

Es una buena fórmula para **interactuar de forma real con tus clientes**. No solo para que puedan obtener tus productos, sino para conocer más información sobre ellos y, así, conseguir nuevos consumidores.

Portada
Sumario
Editorial
Eventos
Formación
Ayudas
Emprendedores
Marketing
Gestión EMP
Tecnología
Legislación
Ir a página
Anterior Siguiente

Estar las 24 horas disponible

En cualquier momento, cualquier usuario, desde cualquier punto de la Tierra - con Internet claro está - podrá comprar tus productos y/o servicios. Además, **podrás reducir costes y aumentar las ventas, así como tu notoriedad como marca**.

Para dirigirte a todos

Consumidores, clientes, inversores, competencia… **En tan solo un *clic* podrás adaptar tu aplicación en función de tu público objetivo**.

Rentabilidad

Cear una App puede resultar caro, en función de en qué situación se encuentre tu PyMe, pero con el tiempo **será una de las claves para obtener una mayor rentabilidad**. Por mucho que pase el tiempo, la aplicación se seguirá utilizando, además suele tratarse de productos de sencillo manejo que favorecerán su utilización.

Difusión

Una App mejora tu difusión, es decir, llegas a más gente con menos esfuerzo y facilitas la navegación desde el teléfono móvil.

SEO

Mejora el posicionamiento SEO de tu marca de producto y/o servicio.

Consume pocos recursos

Una sola persona puede llevar todos los aspectos que conlleva tener una App: el diseño, el desarrollo, las pruebas, el marketing y la atención al cliente. Por este motivo, un desarrollador de aplicaciones tiene un buen puesto garantizado. Por otra parte, **el seguimiento y gestión de tu aplicación podrás realizarlo tú mismo**, ya que suele ser bastante sencillo e intuitivo.

Independientemente del sector al que pertenezca tu pequeña y mediana empresa, **una aplicación móvil es una ventaja por todos estos motivos** y, sobre todo, porque en nuestro país las Apps están al cabo de la calle. Por lo tanto, nosotros aconsejamos que, al menos, se haga una prueba. Seguro que no te arrepentirás.

Gracias a las Apps podrás reducir costes y aumentar las ventas, así como tu notoriedad como marca

El evento GPS de los impulsores del salto digital

#TDigital2016

Ideado y desarrollado por

iiR España

Know-how. People. Results

+ 35 Expertos de empresas líderes

SANTANDER ESPAÑA
FCC
CEPSA
SCHIBSTED SPAIN
AVANZA GRUPO
DECATHLON
REAL MADRID
GRUPO TELEPIZZA
BANCO POPULAR
MEDIASET
ALSA
BBVA
AC HOTELS BY MARRIOTT
BANCO CETELEM
GRUPO PRISA
LG ELECTRONICS SPAIN
PONS
CARREFOUR - SERVICIOS FINANCIEROS
J. GARCÍA CARRIÓN
MÁSMOVIL GROUP
PARQUES REUNIDOS
KIABI
NEINVER
UNIVERSITAT OBERTA DE CATALUNYA
GRUPO FEMXA
WOMENALIA
BUCMI
ADEO
ASOCIACIÓN ESPAÑOLA PARA LA CALIDAD (AEC)
GRUPO RIBERA SALUD
NUEVO ARPEGIO (COMUNIDAD DE MADRID)
COMPAÑÍA EUROPEA DE SEGUROS
COMARCH

MEDIA PARTNER PYMES

Reserva ya tu plaza

www.iir.es

info@iirspain.com

91 700 48 70

Agilidad, tecnología y sourcing para acelerar la ejecución de tu estrategia digital

TRANSFORMACIÓN digital 2016

Madrid | 24 de NOVIEMBRE de 2016

Cómo innovar en procesos, canales y productos para conseguir la máxima personalización

SESIÓN 1 ▶ ROI DEL CAMBIO DIGITAL

SESIÓN 2 ▶ CIO DISRUPTOR - SMART SOURCING

Platinum Sponsor

COMARCH

Gold Sponsors

KYOCERA Document Solutions

RICOH imagine. change.

La solución definitiva al problema de la financiación se llama Crowdlending

La financiación es uno de los mayores quebraderos de cabeza de las pequeñas y medianas empresas españolas. Con una acuciante crisis a las espaldas y un panorama incierto en el horizonte, muchas empresas se enfrentan al reto de conseguir financiación en tiempo record para poder llevar a cabo nuevos proyectos.

Sin embargo, hasta el momento en España no era nada sencillo obtener un préstamo de una entidad bancaria. El papeleo, el tiempo invertido y la larga espera hasta que el Banco decidía si aprobar, o no, el crédito, se convertían en **fuertes barreras que han provocado un cambio radical en este sector.**

La necesidad de liquidez, de la forma más inmediata posible, ha conllevado la aparición de servicios capaces de solucionar dicha necesidad. **Plataformas que vinculan a aquellos que tienen capital y quieren sacarle rentabilidad con empresas que necesitan un préstamo** flexible, rápido y sencillo de obtener.

De esta manera nace el Crowdfunding y todas sus variedades, entre ellas el Crowdlending, pero **¿qué es exactamente el Crowdlending?**

Jorge Antón, CEO y fundador de MytripleA, nos lo explica:

P: ¿Qué es el Crowdlending?

J.A.: El Crowdlending es un método de financiación por medio de **préstamos donde inversores o ahorradores particulares prestan su dinero a empresas o a particulares** con necesidades de financiación a cambio

El Crowdlending no consume CIRBE

de una rentabilidad. Las plataformas de Crowdlending cuentan con un marketplace donde ambas partes se unen para un bien común, así, las **empresas o particulares consiguen la financiación que necesitan** y los inversores una rentabilidad más justa por su dinero.

P: ¿Cuáles son las principales diferencias entre pedir un préstamo a una entidad bancaria tradicional y hacerlo a través del Crowdlending?

J.A.: Las principales diferencias son la **rapidez, sencillez y transparencia** que ofrecen los préstamos por Crowdlending en comparación con la banca tradicional. Las empresas realizan todo el proceso de solicitud íntegramente online, **obteniendo una respuesta en una media de 48 horas** y además sin letra pequeña, conociendo toda la información desde el principio.

P: ¿Qué beneficios aporta la financiación a través del Crowdlending a una PyMe?

J.A.: La PyMe que **consigue financiación en plataformas** de préstamos entre particulares **como MytripleA**, se beneficia de un préstamo que, además de ser rápido y sencillo, **no consume CIRBE**, con amortizaciones tanto totales como parciales totalmente gratuitas, sin ningún coste por estudio, sin compromiso, 100% online y, además, sin tener que contratar ningún producto adicional. El 38% de las empresas que se financian con MytripleA repiten, lo que refleja el alto grado de satisfacción.

P: Para aquellos que necesiten financiación, pero no estén muy familiarizados con el vocabulario financiero, ¿podría explicarles qué es el CIRBE y qué beneficios supone para quién recibe el préstamo?

J.A.: El informe CIRBE responde a las siglas: Central de Información de Riesgos del Banco de España. Se trata de **una base de datos donde todas las oficinas o entidades bancarias están obligadas a declarar las deudas de sus clientes** con ellos. Por tanto, en este informe aparecen todas las deudas que tiene un empresa o particular y, esta información, **afectará a la financiación futura.**

P: ¿Cuáles son los pasos generales que debe seguir una PyMe para obtener financiación a través del Crowdlending?

J.A.: La PyMe realiza la solicitud de préstamo en la plataforma, donde tiene que completar un sencillo y rápido asistente. Completado este asistente, la PyMe ya conocerá la documentación que se necesita para poder realizar el estudio de la operación. En el caso de MytripleA, en una media de 48 horas la empresa obtiene una respuesta.

Si se aprueba, se publica la solicitud de préstamo en el marketplace y es ahí donde los inversores particulares prestan su dinero hasta completar la cantidad solicitada (normalmente en el mismo día). Se firma el préstamo y, a partir de ahí, MytripleA se encarga de cobrar las cuotas y repartirlas entre los inversores que han participado. Así de fácil.

P: Hay una cierta creencia extendida de que el Crowdfunding y todo lo relacionado con él, como en este caso el Crowdlending, es ilegal. Tras la publicación de la Ley 5/2015, del 28 de abril, de Fomento de la Financiación Empresarial se legaliza a empresas dedicadas a este tipo de financiación en caso de que cumpla con determinados requisitos ¿Cuáles son estos requisitos?

J.A.: La Ley 5/2015 de Fomento de la Financiación Empresarial dicta la **obligatoriedad de contar con la licencia de Plataforma de Financiación Participativa otorgada por la Comisión Nacional del Mercado de Valores**. Para obtener dicha licencia, la plataforma debe contar con diversas exigencias, tanto operativas como informativas. Sin dicha licencia, la plataforma de crowdlending no podría continuar realizando la actividad. MytripleA cuenta con la licencia nº3 de Plataforma de Financiación Participativa.

P: Por otro lado, ¿las plataformas deben contar con otro tipo de licencias o acreditaciones para llevar a cabo su actividad?

J.A.: Adicionalmente a la licencia de Plataforma de Financiación Participativa, la Ley 16/2009 de 13 de noviembre de servicios de pago,

Portada
Sumario
Editorial
Eventos
Formación
Ayudas
Emprendedores
Marketing
Gestión EMP
Tecnología
Legislación
Ir a página
Anterior Siguiente

ya regulaba los servicios de pago. De tal forma que, **todas aquellas plataformas que gestionen el dinero de inversores o PyMes, deben contar con la licencia de Entidad de Pago**, ya que realiza transacciones de dinero de terceros y esta actividad está reservada a estas entidades. MytripleA cuenta con la única licencia de Entidad de Pago otorgada por el Banco de España a una plataforma de financiación alternativa con número 6869.

P: Entonces, ¿podemos decir que sin alguna de estas dos licencias el Crowdlending no sería legal?

J.A.: La licencia de Plataforma de Financiación Participativa otorgada por la CNMV tal y como dicta la Ley, es **totalmente obligatoria para continuar con la actividad**, es decir, no podrán realizar nuevas operaciones de préstamo, aunque sí concluir las que tuvieren pendientes en el momento de entrada en vigor de esta Ley.

Por otro lado, sin contar con la licencia de Entidad de Pago del Banco de España **no se podrán gestionar los cobros y pagos entre las diferentes partes**, a menos que se cuente con un acuerdo con una entidad de pago externa que lo gestione. En este sentido, **MytripleA al contar con la única licencia de Entidad de Pago, los trámites de cobro y pago son mucho más ágiles** que si se realizarán con un proveedor externo de servicios de pago.

P: ¿Cree que las PyMes confían más en estos nuevos métodos de financiación o prefieren continuar con los préstamos tradicionales?

J.A.: Cada vez son más las PyMes que solicitan financiación a través de este método, una vez conocen las ventajas y la transparencia de este producto. **Muchas de estas empresas cuentan con financiación tanto a través del Crowdlending como a través de la banca tradicional**, por lo tanto ambos productos pueden ser complementarios.

P: ¿Hacia dónde evoluciona la financiación? ¿Cuál será la tendencia del futuro en esta materia?

J.A.: Tal y como se puede observar en mercados como el anglosajón o el americano, a **la financiación alternativa en España aún le queda mucho que crecer.** El porcentaje de financiación a través del Crowdlending, frente a otros métodos como la banca, aún es muy

Portada
Sumario
Editorial
Eventos
Formación
Ayudas
Emprendedores
Marketing
Gestión EMP
Tecnología
Legislación
Ir a página
Anterior Siguiente

reducido, aunque contamos con un futuro muy esperanzador viendo los datos de crecimiento que estamos experimentando.

P: ¿Qué tipo de financiación ofrece MytripleA a las PyMes?

J.A.: Desde MytripleA las PyMes pueden conseguir préstamos tanto para inversión como para circulante, por **una cantidad desde 3.000 €, con un plazo de devolución desde 1 mes a 5 años** y con un tipo de interés medio rondando el 7%.

P: ¿Qué ventajas aporta MytripleA que no aporten otras plataformas de financiación online?

J.A.: MytripleA es la única plataforma de Crowdlending que cuenta con 2 licencias: **la de Entidad de Pago registrada en el Banco de España y la licencia de Plataforma de Financiación Participativa otorgada por la CNMV**. Las empresas contarán con una respuesta en una media de 48 horas y además podrán conseguir tanto empresas como autónomos, préstamos para circulante y para inversión.

P: ¿Qué requisitos demandáis a las PyMes para acceder a un crédito?

J.A.: Los requisitos para que una PyMe pueda conseguir un préstamo a través de MytripleA son **ser una SL o SA, contar con una facturación mínima de 100.000€, no tener incidencias de impagos y contar con recursos propios positivos**. Desde MytripleA también pueden conseguir financiación autónomos y emprendedores.

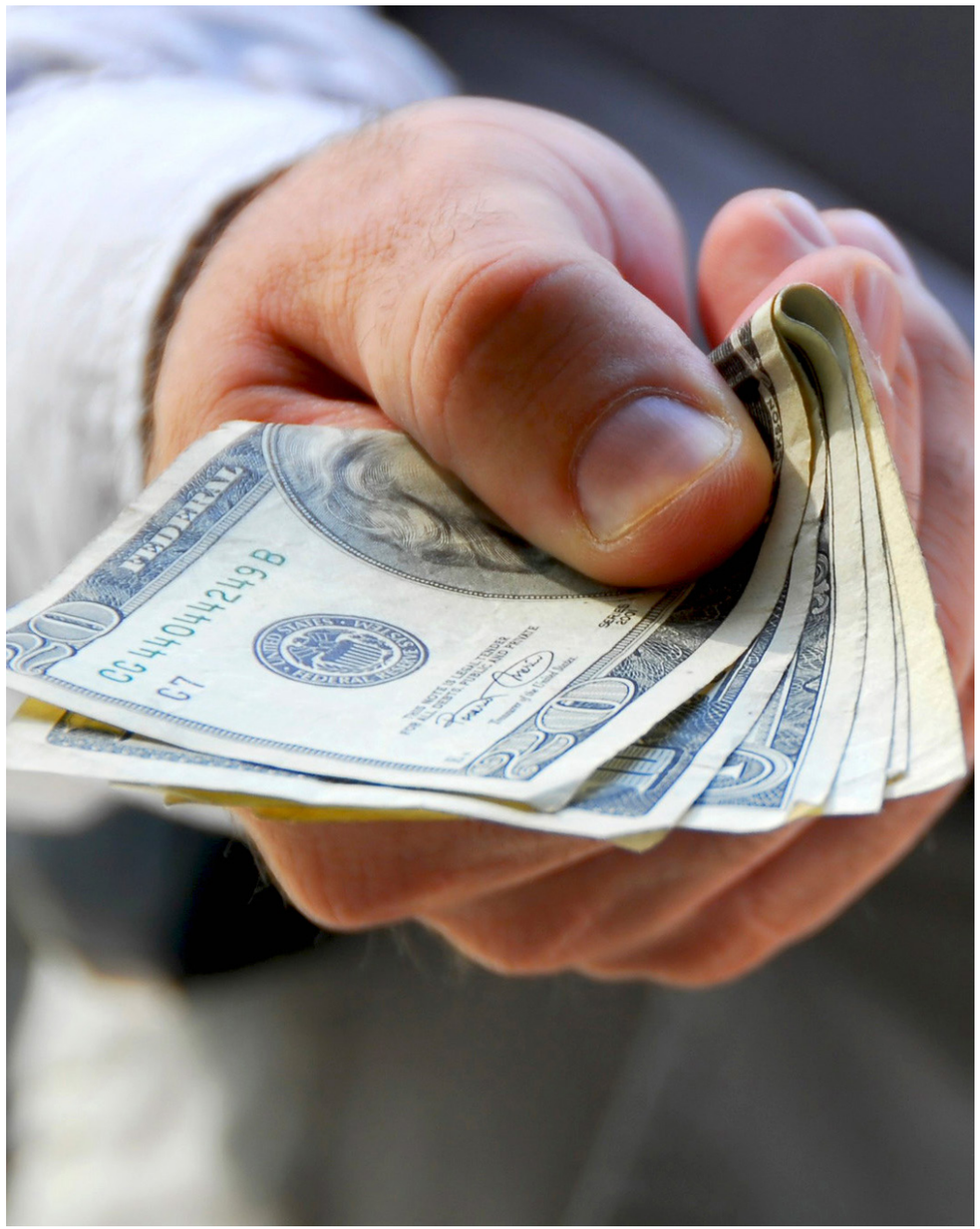
P: ¿Cuál es la cantidad mínima para acceder a un préstamo? ¿Y la máxima que se podría adquirir?

J.A.: La cantidad mínima de los préstamos con MytripleA es de 3.000€ y **se podría llegar a conseguir hasta un préstamo de 300.000€**.

P: ¿Cómo son los tipos de interés en este tipo de financiación por Crowdlending?

J.A.: En este aspecto aparecen diferencias dependiendo de la plataforma, aunque casi todas trabajamos con unos tipos similares. En el caso de MytripleA el tipo de **interés medio está alrededor del 7%**, incluyendo comisiones.

MytripleA®



El problema de los profesionales obsoletos y las nuevas generaciones

El fantasma de la crisis no es algo que solo persiga a pequeñas y medianas empresas, sino que también persigue a los más jóvenes y como reacción se está produciendo un importante cambio en la forma de ver y pensar de una nueva generación.

Generación Y, Millennials o generación del Milenio, no importa el nombre de los nacidos entre 1979 y 1993, lo que importa es prepararse para poder dar la cara en una sociedad donde hay que luchar por un puesto de trabajo. Saben que hay muchos otros como ellos aspirando al mismo puesto y si no lo tienen, se lo inventan. **Así ha surgido una generación dispuesta a todo**: a emigrar a otros países, a aprender más de tres idiomas, a buscarse la vida, a usar las tecnologías aunque no hayan nacido con ellas, a amoldarse a los cambios, a aprender a ser multitarea…

Esta nueva generación llega pisando fuerte y **promete dejar obsoletos a muchos profesionales algo más veteranos en casi todas las empresas**, siempre y cuando, no se ponga una solución. ¿Cuántos trabajadores hay hoy en día de más de 40 años que se sienten cómodos y estables es su puesto de toda la vida?

Bien es cierto que la crisis amenaza, pero si llevas más de 20 años en el "cuartel" y trabajas en una PyMe puedes estar tranquilo. **No todas las pequeñas empresas pueden permitirse el lujo de pagar una indemnización** de 20 años para cambiar a un profesional que se les está quedando obsoleto por múltiples motivos y ahí se mantendrá hasta el día de su jubilación, si es que la empresa aguanta.

Y yo me pregunto: **¿dónde está el entusiasmo de esa persona? ¿Dónde sus ganas de trabajar?** ¿dónde se ha escondido el espíritu emprendedor con el que entró en esa empresa hace 20 años?

El principal problema al que se están enfrentando trabajadores y empresarios es precisamente el de **renovarse o morir**. Sabemos que no es sencillo y que hay muchas barreras en el camino a la renovación, pero si no lo hacemos, el tiempo continuará pasando y cada vez la obsolescencia será mayor.

¿Qué barreras nos impiden renovarnos?

1. En primera posición está la falta de conciencia. Muchos trabajadores no se dan cuenta o no se percatan de que necesitan una renovación inminente y esto viene dado por diferentes causas:

Rutina y zona de confort: este es un hecho que nos absorbe. Nos metemos en una rutina en la que todo es igual y, aunque a veces nos aburre, queremos que se mantenga tal y como está. Estamos seguros dentro de nuestra zona de confort, esa en la que estamos tranquilos y calentitos y no hay necesidad de complicarnos la vida con más problemas. Cuando todo

es nuevo nos encanta plantear ideas y pasamos mucho tiempo pensando en lo que hacemos o dejamos de hacer, pero cuando se instala la rutina nos limitamos a cumplir con lo establecido, "deprisita" y sin que nos provoque mayores quebraderos de cabeza. La rutina impide que veamos la necesidad de un cambio en nuestras vidas, porque nos asusta salir de la zona de confort.

Falta de autocrítica: Si la rutina es peligrosa, la falta de autocrítica es un monstruo mayor. Cuando pasas demasiado tiempo haciendo algo y empiezas a creer que no hay nadie que sepa más sobre ese tema que tú mismo, es cuando todo termina. No se aceptan las críticas ajenas y ni se plantean las propias. Por lo tanto, el único que desempeña esa función bien es uno mismo y el resto de la humanidad está equivocada. Ante premisa semejante, solo cabe una afirmación más: Si lo hago tan bien, ¿para qué cambiarlo?

2. El segundo puesto lo ocupa la pereza. Renovarse implica un interés en buscar contenidos que amplíen nuestros conocimientos, implica aprender cosas nuevas y estudiar nuevas formas de hacer las cosas. En muchos casos no apetece nada volver a estudiar, no hay ganas, después de discutir con compañeros, superiores y clientes, de llegar a casa y ponerte con una formación. Aunque sí que **existen casos en los que los trabajadores deciden renovarse por su cuenta, son los menos**. Lo normal es que este punto nos lleve al siguiente.

3. Falta de interés. El pensamiento más extendido es: **"No voy a echar más horas fuera del trabajo para formarme si no me las pagan"**. Esto, realmente es un problema que afecta a todos. Los trabajadores de una PyMe no se sienten motivados para formarse y no tienen interés en hacerlo por muchos motivos como: que tienen que usar su tiempo libre para hacerlo, no van a cobrar más por tener más conocimientos, los cursos cuestan un dineral y deben pagarlos ellos mismos… Esto nos lleva a la siguiente barrera.

4. Falta de recursos. Los cursos son caros y muchos trabajadores, sobre todo de PyMes, **no pueden invertir esas cantidades en pagar la formación**, pero, por desgracia, la empresa tampoco. No por que no pueda pagar un curso, sino porque solo podría pagar un curso. **¿Cómo se decide a qué trabajador matricular? ¿A quién excluye?**

5. Falta de tiempo. Si la falta de recursos es un problema que se consigue solventar de alguna menera, entra en juego la siguiente barrera: la falta de tiempo. Esta falta de tiempo, sobre todo en las PyMes, **viene dada por la disminución que han experimentado muchas plantillas**. Ahora hay que ocuparse de más labores que antes estaban más distribuidas. Además, una PyMe no puede prescindir de ninguno de sus trabajadores a no ser que se trate de una fuerza mayor.

Teniendo en cuenta la visión de un trabajador, ahora toca **focalizarse en el punto de vista de la empresa**, sobre todo de la pequeña empresa. No podemos comparar una PyMe con una gran empresa, error en el que suelen

incurrir los trabajadores. **Las grandes empresas pueden permitirse pagar horas extra** a sus trabajadores para formarse o **consiguen promociones buenísimas en materia de formación** y, por supuesto, que diez de sus trabajadores se ausenten durante 48 horas para recibir algún curso no les supone un gran quebradero de cabeza. Sin embargo:

¿Qué sucede cuando en vez de una gran empresa es una PyMe la que quiere formar a sus trabajadores?

Se suelen encontrar otras tantas barreras:

1. Exceso de confianza: Las pequeñas empresas son entidades de carácter muy familiar, **por las que corre la confianza a raudales**. Rara es la pequeña empresa que, entre sus trabajadores y directivos, no tiene relaciones más allá del ámbito laboral, es decir: existe amistad o lazos familiares. Como se dice coloquialmente: **"la confianza, da asco"**. **Esto lleva a conductas que no veríamos en una gran empresa** ni de lejos, tanto para cosas buenas como para cosas malas. Si un trabajador decide que no quiere formarse porque él ya es un profesional de los pies a la cabeza, solo queda encogerse de hombros porque es Pepe, y "ya sabemos cómo es Pepe". Sin embargo, en ocasiones **hay que tratar de convencer a ese Pepe de que sea un poco más crítico consigo mismo**, de que venza esa pereza que nos da a todos ponernos con una formación y de que las cosas ya no funcionan como hace 10 años.

2. Los trabajadores son imprescindibles: Una PyMe no puede prescindir de ninguno de sus miembros si se quiere mantener la empresa. Salir adelante requiere de un esfuerzo común de todos los implicados en la empresa remando a la vez y en una misma dirección. Si uno de ellos no está, el empuje no será el mismo. Sabemos que esto es un hecho, pero **a lo mejor es conveniente repartir las cargas en la medida de lo posible para conseguir que uno de los trabajadores acuda a un curso o a una clase magistral** o, simplemente, dedique unas cuantas horas a formarse online, porque todo eso revertirá positivamente en la empresa.

3. Hay una clara falta de recursos: evidentemente no se puede estar todo el día sufragando cursos para unos y otros porque no hay recursos. Además, contamos con el problema de que, cuando se consigue alguno, ¿a quién se lo ofreces? ¿con qué criterio? **Lo más sencillo para resolver estos casos es, al que más especializado** esté en el tema del curso, aunque también **podemos proponer este tipo de formación como incentivos**. Es una idea compleja porque, lo más probable es que nadie vea una formación como un incentivo de nada, pero lo cierto es que – si lo pensamos fríamente – lo es.

La obsolescencia de los profesionales de toda la vida **es un problema serio para las PyMes** y hay que tratar de ponerle solución en la medida de lo posible. Por ese motivo, desde Revista Pymes, **recomendamos que se invierta en formación (poco o mucho, según lo que cada empresa pueda)** y que se trate de transmitir a nuestros profesionales más veteranos que, tras ellos, viene una generación con una única premisa constante: **"no me asusta aprender cosas nuevas"**.

PrestaShop añade un módulo gratuito de mensajería

PrestaShop y Packlink han firmado un acuerdo para facilitar los envíos de paquetería dentro de España y en el extranjero.

PrestaShop y Packlink **han anunciado la firma de un convenio estratégico para el sector del eCommerce**.

El proceso de envío es un paso crucial en cualquier actividad de un negocio online. La gestión eficaz de cada envío nos permite ahorrar tiempo, cumplir las expectativas de los clientes, lanzar internacionalmente un nuevo producto de forma rápida y destacar frente a la competencia.

Ahora, **PrestaShop integra el módulo Packlink PRO**. Una solución gratuita e innovadora que permite gestionar, de manera eficiente, los envíos de las empresas y ahorrar tiempo todos los días, garantizando así una mayor rentabilidad de un negocio.

PrestaShop ofrece servicios fiables y eficientes a sus usuarios, para ayudarles en cada paso del proceso. Por este motivo, **la compañía se ha asociado con Packlink**, una startup europea experta en envíos desde 2012 y que integra las nuevas tecnologías en su último software: Packlink PRO. El reto: **simplificar los pasos logísticos** para ahorrar el tiempo necesario para el desarrollo y rentabilidad de una tienda online.

Como parte de esta alianza, PrestaShop incluye Packlink PRO como parte de su solución para eCommerce. **Un módulo completamente gratuito y preinstalado directamente** para los vendedores online. Para instalarlo, el eCommerce tendrá que ir al BackOffice de su tienda y añadir el módulo de envíos "Packlink PRO".

"PrestaShop ofrece a sus eCommerce módulos indispensables para el desarrollo de sus tiendas online. Con una amplia selección de transportistas y una oferta de servicios adaptados a las necesidades del consumidor, Packlink PRO ***simplifica los envíos en toda Europa****, haciendo que sus eCommerce ahorren tiempo"*, explicó Bertrand Amaraggi, Country Manager de PrestaShop España.

"Esta unión es beneficiosa para todo el mundo: ***permite a PrestaShop reforzar su oferta con un servicio fiable que ahorra tiempo y dinero y a Packlink le permite estar más cerca de los eCommerce*** *y dar respuesta a sus necesidades. Ciertamente, esta solución facilita los envíos y ofertas con precios muy competitivos"* añadía Ben Askew-Renaut, fundador y CEO de Packlink.

4 desafíos de disponibilidad para las Pymes

En una época en la que la conectividad, la movilidad y la digitalización son herramientas de uso cotidiano, la competitividad de las empresas depende en gran medida, de su capacidad para tomar decisiones en el momento en que se presentan las oportunidades. Mientras que para las grandes empresas esto significa un reajuste de inversiones, para las PyMes puede significar la subsistencia en el mercado.

Las PyMes tienen ante ellas el reto de aprovechar al máximo la tecnología **para competir con las empresas más grandes**. Cuentan con la ventaja de **no requerir grandes inversiones ni grandes equipos de trabajo**, aunque sí requieren de colaboradores muy eficaces que se puedan conectar desde cualquier lugar, a través de cualquier tipo de dispositivo y en cualquier momento a las aplicaciones críticas de la empresa.

Para lograrlo, **deben invertir en soluciones que les garanticen disponibilidad y respondan a los siguientes desafíos**:

Tener en cuenta el coste de propiedad

Para una PyMe, el coste de la solución de disponibilidad no es el precio en sí, sino **lo que se deja de ganar por no estar disponible**. Por ejemplo, si se tiene una aplicación de eCommerce que permite facturar cinco mil euros por hora, **una caída de esta aplicación puede costarle al menos esos cinco mil euros por hora**. Otro ejemplo sería que si diez representantes de ventas hacen diez llamadas por hora y se cae el sistema: se perdería la posibilidad de contactar con 100 potenciales clientes.

Las empresas sufren de media de quince caídas al año

El Informe de disponibilidad de Veeam demuestra que, actualmente, las empresas **sufren de media de quince caídas al año** con un tiempo de recuperación de tres horas para aplicaciones de misión crítica, lo que llega a costar a una empresa hasta 16 millones de dólares de media anuales.

Facilidad de uso de las soluciones

Un profesional de tecnologías de la información en la PyMe **debe cumplir múltiples funciones:** desde asistir a una reunión con el director general para explicar una inversión importante para el datacenter, a ayudar a un usuario a encontrar un archivo o mail que haya borrado o extraviado. Por eso, **es clave asegurarse de que la solución de disponibilidad sea intuitiva y flexible** en su gestión y administración.

Garantizar la recuperación de datos

Habitualmente las PyMes concentraban sus esfuerzos en los backup o respaldo, pero **ahora esto ha cambiado y se trata sobre todo de garantizar la recuperación**. Es cierto que estas empresas tienen menos datos que respaldar, pero también es cierto que **el valor de la información es considerablemente más alto**.

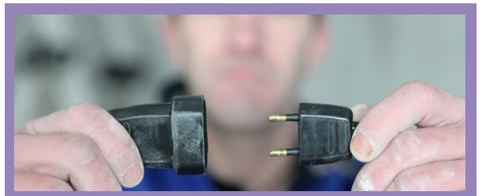
Las PyMes tienen mayor flexibilidad para programar sus respaldos o réplicas. Por eso el foco debe estar en la recuperación de alta velocidad y en evitar la pérdida de datos. Actualmente, el 92% de las PyMes **requieren horas para recuperar una máquina virtual (VM), lo cual contradice las expectativas del negocio de no perder ni la menor cantidad de datos**, mucho menos oportunidades.

Aprovechar las ventajas que ofrece la nube

Una de las ventajas que brinda la nube a la PyMe es el bajo coste de almacenamiento y la posibilidad de extender sus capacidades de disponibilidad. Es una forma fácil de resolver problemas en torno a la disponibilidad: **las PyMes no deben perder de vista una estrategia completa de recuperación**. Es el caso de la nube que puede contener, a través de un proveedor de servicios, una réplica de las máquinas virtuales. El beneficio es que se puede garantizar la disponibilidad de las aplicaciones de misión crítica sin el coste de construir y mantener un sitio de disaster recovery (DR) lo que es un gran beneficio para la PyMe.

En conclusión, las empresas medianas manejan cantidades de datos enormes. **El aumento de la demanda de disponibilidad significa que deben estar disponible las 24 horas del día, los 7 días de la semana**. Actualmente existen **soluciones de disponibilidad para entornos virtuales que satisfacen las demandas de las empresas que quieren estar permanentemente activas**, especialmente para aquellas PyMes que no tienen grandes presupuestos.

Noticia relacionada



EL PROBLEMA DE UN CEO "DESCONECTADO"

***Las PyMes* tienen menos datos que respaldar, pero también es cierto que el valor de la información es considerablemente más alto**

El 77,8% de los proveedores de software ERP mejoran sus ventas en 2016

SoftDoit ha presentado un estudio sobre el "Estado del Software de Gestión (ERP) desde el punto de vista de los proveedores". Este estudio recoge una muestra de 93 empresas que comercializan software en España y entre las principales conclusiones destaca que el 77,8% de los proveedores de software consultados están mejorando sus ventas de ERP en 2016, frente al 4,2% que afirma que han bajado.

SoftDoit, ha presentado un estudio sobre el estado del ERP en nuestro en el que han participado 93 empresas comercializadoras de este tipo de software. Según los resultados, **algo más de la mitad de los proveedores utiliza indistintamente el canal de distribuidores y el suyo propio** para realizar unas ventas que aseguran que están mejorando en 2016.

Si nos centramos en el tema de la **modalidad de pago** que ofrecen a las empresas que quieren contratarles, el 64,1% permite tanto el pago único como el pago por uso o SaaS. El 17,4% se decanta únicamente por un único pago, y el 15,2% solo facilita el pago por uso. También se puede hacer una **valoración del tiempo medio de implantación de un ERP** en una empresa, ya que el 27,5% afirma que se sitúa entre los 3 y los 6 meses; el 26,4% de 1 a 3 meses, el mismo porcentaje que lo sitúa entre 1 y 3 semanas.

El retorno de inversión o ROI de un ERP es una de las principales cuestiones que se plantea cualquier empresa que quiere implantar este tipo de soluciones. Según el 31,1% de los proveedores consultados, la inversión se recupera en un plazo de tiempo que oscila entre los 6 meses y un año. El 22,2% lo eleva a un periodo de 1 a 2 años, porcentaje similar al que afirma que se recupera entre los 3 y los 6 meses tras la implantación (21,1%). El 14,4% dice que se consigue de 1 a 3 meses, y el 5,6% lo sitúa entre las tres primeras semanas, el mismo porcentaje de proveedores que se muestran más conservadores, situando el retorno de la inversión en un plazo superior a los 2 años.

En lo que se refiere a los **principales motivos que hacen que un cliente se decante por una solución u otra**, el 58,7% opina que es la confianza la que lo determina. Casi la mitad de los proveedores, el 48,9%, también asegura que es el precio. Les siguen de cerca la flexibilidad del EPR, con un 41,3%, y el soporte, con un 40,2%. Solo el 18,5% opina que se deciden por una solución si se oferta en la nube.

Además, un dato interesante de este estudio es el que indica **cuántas soluciones ERP están disponibles para dispositivos móviles vía App** y, aquí, el sector se muestra dividido, aunque aún hay más soluciones que no cuentan con versión APP.

Huawei impulsa alianzas para potenciar el desarrollo del ecosistema cloud

Guo Ping, CEO rotatorio de Huawei, ha destacado la contribución de Huawei al desarrollo del ecosistema cloud, durante el congreso Huawei Connect 2016, celebrado en Shanghái. Para la compañía, que aspira a potenciar el crecimiento y las alianzas necesarias para impulsar la industria y el progreso social a través de el cloud, esta tecnología se convierte en pilar de una sociedad inteligente.

Según palabras de Guo Ping, **la sociedad actual se está convirtiendo en inteligente**, lo que hace que no todas las compañías pueden operar y competir por su cuenta. Además, todos los sectores, desde sanidad a educación, estarán interconectados. Con la integración de las industrias y el cambio en las demandas de los clientes, **las empresas deben ser más abiertas y flexibles**.

*"Las ventajas del mercado vendrán de las propias organizaciones, como ha venido siendo tradicionalmente, pero también de los ecosistemas en los que éstas operen, formando una combinación de ventajas competitivas y ecológicas. **El ecosistema TIC será más abierto, dinámico y simbiótico,** por eso, toda empresa, grande o pequeña, puede formar parte de esta comunidad de intereses comunes, siempre y cuando aporten un valor único y hagan su propia contribución"*, ha afirmado Guo Ping. Además,

ha añadido que para estar mejor preparado ante las incertidumbres intrínsecas de la sociedad inteligente, Huawei contribuirá al reparto de beneficios con sus partners, fijando su objetivo en el 1% del mercado de la transformación digital y dejando el resto a dichos partners.

Huawei está construyendo un ecosistema cloud abierto y dinámico a través de una competitiva gama de productos, una arquitectura abierta, y una interfaz de programación de aplicaciones (API, por sus siglas en inglés) abierta, ofreciendo ventajas adicionales a sus socios. La compañía ***ha establecido alianzas estratégicas con el fin de liderar la industria y fomentar el crecimiento colectivo***, así como asociaciones empresariales para asegurar el éxito de los clientes, ejerciendo también una participación activa en las comunidades de código abierto para potenciar la colaboración. *"En un mundo cada vez más inteligente y conectado, necesitamos redes inalámbricas eficientes, rápidas e inteligentes, así como tecnologías cloud y capacidades analíticas para crear nuevas experiencias que hagan nuestra vida más emocionante. Nuestro trabajo – junto al de Huawei y otros líderes de la industria – en materia de plataformas abiertas y estándares globales,* ***será útil para acelerar el desarrollo del 5G, así como para conseguir que el cloud computing sea más accesible y sencillo de usar"***, ha añadido Brian Krzanich, CEO de Intel.

Además, Ryan Ding, presidente de Productos y Soluciones de Huawei, ha repasado en mayor profundidad el Developer Enablement Plan de la compañía. Este proyecto, anunciado en 2015, **tiene como objetivo construir una plataforma de desarrollo e innovación conjunta para desarrolladores**. Dicho plan tiene un presupuesto total de 1.000 millones de dólares, que Huawei invertirá a lo largo de cinco años con el fin de implicar a un millón de desarrolladores en la plataforma abierta de la compañía hasta el año 2020. A día de hoy, Huawei ya ha invertido 300 millones dólares en este proyecto, de los cuales 200 han sido destinados al diseño de una plataforma habilitadora abierta, y 100 millones en crear una plataforma global de marketing.

¿Es legal la actualización de la política de privacidad de WhatsApp?

WhatsApp forma parte de Facebook y, por lo tanto, ahora cambia sus términos y condiciones de uso con el objetivo de mejorar la transferencia de datos entre ambas plataformas pero, ¿es legal lo que nos pide que aceptemos? En caso de no aceptar sus condiciones, ¿nos podemos quedar sin WhatsApp?

"Por favor, acepta los términos y la política de privacidad antes del 26 de septiembre de 2016 para continuar usando WhatsApp". Este fue el texto que han estado recibiendo los usuarios del sistema de mensajería durante los últimos meses. A simple vista, si cualquier persona lee eso en la pantalla de su móvil, **lo primero que piensa es que si no aceptas los términos y la política de privacidad** antes del día 26 de septiembre, **no podrás continuar usando la aplicación**. Y sí, justamente ha sido así, o aceptas o no vas a seguir usando WhatsApp.

Primero hay que plantearse que, como ya hemos mencionado antes, **WhatsApp pertenece a Facebook y es lógico pensar que quieran vincular ambas plataformas** para sacarles rentabilidad. Si nos planteamos el modelo de negocio de Facebook, no deja de ser una empresa que vive de la publicidad. Es decir, de que otras empresas hagan publicidad en su plataforma **y de la segmentación tan brutal que es capaz de realizar** como red social.

Evidentemente, **no es lo mismo publicar un anuncio de coches en un periódico generalista** donde lo verán muchas personas, **que en una revista especializada** en coches, que lo verá gente interesada en los coches. *¿Qué es lo que prima en el mundo del marketing? ¿La calidad o la cantidad?* Es cierto que depende de quién ponga el anuncio y de cómo quiera venderlo, pero lo más probable, es que el anuncio más efectivo para el fabricante de un coche sea el de la revista especializada, porque ahí acuden sus clientes potenciales. Facebook ha logrado llevar esto al extremo, **llegando al punto de estudiar cada perfil de usuario para ofrecerle solo aquello que le interesa**.

Sinceramente, si lo valoramos de esta manera, a mí- como usuaria- me merece la pena descartar la morralla y quedarme solo con anuncios que me interesan. De hecho, hasta me paro a verlos, cosa que antes no hacía. También es verdad, que **el método que utilizan para hacer la segmentación no agrada a casi nadie**. Es cierto que revisan nuestros datos, los almacenan en servidores que, habitualmente están fuera de Europa y luego los utilizan para comprobar lo que nos gusta y lo que no. Los europeos, además, nos lo tomamos peor que el resto de los usuarios de Facebook de otros países, porque **para nosotros nuestros datos personales son un Derecho Fundamental y están protegidos como tal**. Así que, desde que apareció el mensaje de WhatsApp en nuestras pantallas, se generó el debate.

NO QUEREMOS CEDER NUESTROS DATOS PERO, QUEREMOS SEGUIR USANDO WHATSAPP

Aquí comienza la lucha interna del ser humano entre la realidad y lo que quiere.

He escuchado a un montón de usuarios - de mi ámbito personal cercano - **indignarse con WhatsApp porque va a ceder sus datos a Facebook**, sin siquiera molestarse - en muchos casos - en entrar en los ajustes de dicha aplicación a investigar si se podía hacer algo para remediarlo. Y **sí, se pudo hasta el pasado martes 26 de septiembre**. WhatsApp permitía a los usuarios que aceptaban sus términos y condiciones, cancelar la vinculación de sus datos con Facebook **en 30 días tras haber aceptado sus nuevas condiciones**. Al parecer, esta opción ya no está disponible.

El problema real es que todos los que se indignaban con WhatsApp, **no querían dejar de utilizarlo**. Lo más lógico es que, si te molesta que WhatsApp cambie sus términos y su política de privacidad, dejes de usarlo. **Hay varias plataformas de mensajería que se pueden utilizar en lugar de esta**, por ejemplo, su competencia directa: Telegram. Sin embargo, **si quieres seguir usando WhatsApp tendrás que acatar sus normas**. Es así de simple. Ahora bien... ¿son legales dichas normas?

La actualización de los términos de WhatsApp

Para acceder a la información legal debes dirigirte a los ajustes *Configuración> Ayuda> Términos y privacidad*. Ahí se explica con todo lujo de detalles en lo que va a consistir esta actualización de los términos. De hecho, **la información legal de la aplicación comienza con las actualizaciones que se han realizado sobre las bases generales** que ya habíamos aceptado. Estas, son las siguientes:

- **Información más fácil de comprender**
- **Nos unimos a Facebook en 2014**
- **Tus mensajes te pertenecen y nosotros no podemos leerlos**
- **Cero anuncios bannner de terceros**
- **Nuevas maneras de usar WhatsApp**
- **Tus opciones**

Para comenzar, te explican que han tratado de aclarar los términos lo máximo posible para que sean totalmente comprensibles y comienzan hablando de su relación con Facebook que data 2014. Según la aplicación, esta relación entre ambas plataformas, **supone una mejora en la prestación de servicios para los usuarios,** ya que nos pueden ofrecer productos y publicidades más relevantes según nuestros gustos y trata de evitar mensajes invasivos de otras aplicaciones de la *"familia de empresas"*. Ahora bien, podrás o no estar de acuerdo con que lleven esto a cabo, pero a continuación figura, textualmente, lo siguiente: *"**Nada de lo que compartes en WhatsApp** - incluyendo tus mensajes, fotos, e información de perfil - **será compartido en Facebook**, o en alguna de las aplicaciones que pertenecen a la familia de Facebook, para que otros los vean. De la misma manera, lo que tú publiques en esas aplicaciones no será compartido en WhatsApp para que otros lo vean"*.

En cuanto a contenidos, está claro que no habrá vinculación posible, es decir, que **lo que nosotros publiquemos en WhatsApp no podrá aparecer en Facebook y viceversa**.

Tampoco pueden leer nuestros mensajes si están cifrados de extremo a extremo, ni guardarlos una vez sean

entregados. Lo que sí pueden hacer y, de hecho, **lo hacían antes de esta actualización**, es guardar los mensajes que no han sido entregados (pero solo los guardan durante un mes).

Lo de cero anuncios o banners de terceros se lo han tomado a rajatabla. Esto es lo que pone en los términos legales de la aplicación con respecto a este punto: ***"No permitimos publicidad por parte de terceros en WhatsApp"***.

Hasta aquí todo parece bastante normal, de hecho no hay nada que pueda ir en contra de la protección de datos. Sin embargo, los siguientes puntos **hay que analizarlos un poco más en profundidad**.

Nuevas maneras de usar WhatsApp

Este punto es, en realidad, el que está generando mayor debate. WhatsApp pretende **meter la cabeza en el sector de la mercadotecnia** y dejar de ser solo una simple aplicación de mensajería instantánea.

*"Exploraremos maneras para que tú y diferentes comercios puedan comunicarse usando WhatsApp, por ejemplo con **información de pedidos, transacciones y citas; notificaciones de entrega y envío; actualizaciones de producto y servicio; y mercadotecnia en general**. Por ejemplo, puedes recibir información sobre el estado de un vuelo para un viaje próximo, un recibo de algo que compraste o una notificación sobre la fecha de una entrega. Los mensajes de mercadotecnia **podrían incluir una oferta de algo que quizás te interese**. No queremos que recibas mensajes no solicitados, es por eso que, al igual que con todos tus mensajes, puedes administrar estas comunicaciones y respetaremos las opciones que elijas"*.

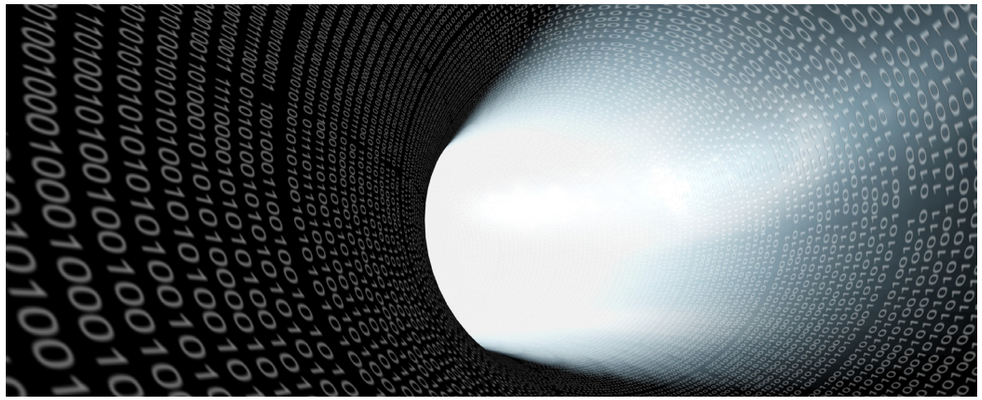
Si lo pensamos con calma, **ningún comercio al que no le facilitemos nuestro número de móvil puede ponerse en contacto con nosotros a través de WhatsApp**. Si por el contrario decidimos facilitar el número de teléfono, porque no nos dejen otra opción para realizar un pedido o comprar un producto, **estamos accediendo a que nos envíen la información correspondiente a nuestra compra** y, ahora sí, ofertas relacionadas con esta. Esto puede suponer un engorro porque bastante SPAM recibimos ya en nuestros correos electrónicos que, hasta el momento, se han estado usando precisamente para este tipo de informaciones. Por eso, nos llama la atención la frase final del párrafo anterior: ***"No queremos que recibas mensajes no solicitados, es por eso que, al igual que con todos tus mensajes, puedes administrar estas comunicaciones y respetaremos las opciones que elijas"***. Si esto es cierto, no tendríamos problemas a la hora de decidir de quién queremos recibir información o qué tipo de información recibir.

Nada de lo que compartes en WhatsApp será compartido en Facebook

Ahora bien, **lo que hace falta es que la decisión de administrar las comunicaciones no sea de carácter temporal** como ha sucedido con la vinculación con Facebook. Es precisamente el punto de *Tus opciones*, el que más puede llegar a molestar a los usuarios. El equipo de la aplicación solo dejaba un margen de 30 días - desde que aceptábamos los nuevos términos - **para desmarcar la casilla que, automáticamente, confirmaba que cedíamos nuestros datos a Facebook**.

¿Qué datos cedemos?

Ya hemos visto que nuestras conversaciones no pueden leerlas ni almacenarlas, lo que nos lleva a plantearnos que **de ahí no pueden sacar ningún tipo de datos**. Pero lo que WhatsApp siempre ha podido guardar - mucho antes de esta actualización - y, seguramente, sea lo que comparta con Facebook, son los siguientes datos: **foto de perfil, estado, número de teléfono, nombre asociado y todos tus contactos de la libreta (aunque no tengan la aplicación).** WhatsApp entiende que estás autorizado a compartir esos datos y se los aportamos a la aplicación, voluntariamente, al registrarnos. En caso de que no tuviésemos WhatsApp, pero lo tuviese cualquiera de nuestros familiares y en su libreta se encontrase nuestro número de teléfono, la aplicación tendría acceso a él (evidentemente no tendría acceso ni a nuestra libreta de contacto, ni a nuestra foto de perfil, ni al nombre asociado, ni a nuestro estado porque no tendríamos perfil).



Además, **con solo descargar la aplicación estamos autorizando lo siguiente:**

"Podemos recopilar, usar, conservar y compartir tu información si consideramos de buena fe que es razonablemente necesario para: (a) responder de acuerdo con las leyes o normas, procesos legales o solicitudes gubernamentales aplicables; (b) exigir el cumplimiento de nuestros Términos o cualquier otro término y política aplicable, incluso para investigaciones de infracciones potenciales; (c) detectar, investigar, impedir y abordar fraudes y otras actividades ilegales o problemas técnicos o de seguridad; o (d) proteger los derechos, la propiedad y la seguridad de nuestros usuarios, WhatsApp, la familia de empresas de Facebook u otros".

¿Pueden nuestros datos salir de la UE?

Como Derecho Fundamental no, **al menos desde que el año pasado el acuerdo de Puerto Seguro entre la UE y los EEUU fue cancelado**. Sin embargo, otra de las cosas que autorizamos con tan solo instalar la App es lo que se especifica en el párrafo de *Nuestras operaciones globales*:

"Aceptas nuestras prácticas de información, que incluyen la **recopilación, el uso, el procesamiento y el uso compartido de tu información,** *tal como se describe en esta Política de privacidad,* **así como la transferencia y el procesamiento de tu información en los Estados Unidos y otros países de manera global** *donde tenemos o usamos instalaciones, proveedores de servicios o socios, independientemente de dónde usas nuestros Servicios. Reconoces que las leyes, disposiciones y normas del país en el que se almacena o procesa tu información* ***pueden ser diferentes de aquellas que rigen en tu propio país".***

En realidad y conforme a lo establecido en la LOPD **no es legal,** pero tú mismo lo has autorizado al aceptar los términos y condiciones de la aplicación cuando te la descargaste y la instalaste en tu teléfono. Y sí, además, WhatsApp se guarda un As en la manga, porque **dentro de sus términos y condiciones, te advierte que puede actualizarlos cuando y como quiera**. Esta política puede no gustarte y puedes tratar de acudir a los tribunales como hizo Maximillian Schrems en 2008 contra Facebook por enviar sus datos fuera de la UE. Sin embargo, no se puede negar que **las intenciones quedan muy claras en la información legal de la aplicación** y, por tanto, si no quieres que esto suceda lo mejor es dejar de utilizarla y pasarte a otra con unos términos legales que se adapten a Europa.

Isis Vecino

GILLES
BIOMASSEHEIZUNGEN

DISTRIBUCIÓN A TODA ESPAÑA Y PORTUGAL

ÚNETE AL AHORRO CON ESTUFAS Y CALDERAS DE BIOMASA DE ALTA CALIDAD

Enerlam
energías renovables

¡PIDE TU PRESUPUESTO SIN COMPROMISO!

Tlf: 986 585 852
Correo-e: info@enerlamela.com
www.enerlamela.com

Un buen ejemplo con el que aprender como emprendedor, La Red Social

Y como a nosotros nos encanta compartir conocimiento del bueno, este sería un genial ejemplo de propuesta cinematográfica que relacionar con nuestro ámbito. Como ya vimos en especiales anteriores (Lobo de Wall Street, Juego de Tronos, Breaking Bad) en el que relacionamos el cine o las series con nuestro trabajo empresarial, este mes os queremos proponer una cinta que a pesar de que fuese estrenada en 2010, para quienes no la hayan visto es un buen momento, o para aquellos que ya la han visto, es la fecha indicada para revisionarla, puesto que su actualidad no se pierde y es un gran ejemplo de emprendedor con una idea brillante.

Creación, desarrollo y problemas del proyecto

Un lugar donde veas fotos que coinciden con tu vida social. La digitalización de tu vida. Ya no solo vas a una fiesta, vas a una fiesta con una cámara para que después volver a revivirla con tus amigos online. Facebook nació en la Universidad de Harvard en Estados Unidos de la mano de Mark Zuckerberg el 4 de febrero de 2004. **Creó una forma de compartir las vivencias día a día.** Pero no le fue un camino fácil, ya que Zuckerberg tuvo que enfrentarse a la demanda que le pusieron tres de sus compañeros de universidad por robo de ideas, que le supuso el pago de 65 millones de dólares. Otro problema al que se enfrentó fue su complicada relación con Eduardo Saverin, su antiguo amigo y co-fudador de Facebook, que le ayudó intelectualmente e invirtió en el proyecto. **He aquí la importancia de llevarse bien y confiar el 100% de la persona con la que se lleva acabo un proyecto**. Hay que tener cuidado con las consecuencias que pueda traer, puesto que c**uando llega el dinero, el egoísmo aparece**

Portada
Sumario
Editorial
Eventos
Formación
Ayudas
Emprendedores
Marketing
Gestión EMP
Tecnología
Legislación
Ir a página
Anterior Siguiente

y las personas se transforman en verdaderos monstruos. A este tipo de personas lo que verdaderamente les importa es ganar dinero a cualquier precio, dejando a un lado valores tan importantes como la amistad o la lealtad. La siguiente frase de la película, así lo refleja: "No se hacen 500 millones de amigos sin hacer unos cuantos enemigos".

La Red Social **muestra a los emprendedores que tengan en mente un proyecto, la manera de abordarlo**. Un ejemplo inmejorable, ya que trata los inicios de una de las mayores empresas a nivel mundial. **Un proyecto pequeño que empezó de la nada y fue creciendo**. Además, de ver su desarrollo y crecimiento también muestra los problemas, los mismos que tuvo Zuckerberg. En el filme se ve el funcionamiento legal de la autoría de Facebook, algo difícil de extrapolar a las leyes españolas. Así mismo, se observa como Estados Unidos es un lugar donde todo el mundo está en igualdad de condiciones para emprender. Por este motivo, es la primera potencia en la economía mundial y ha convertido a generaciones de ciudadanos en motores de esta. Una diferencia que se hace presente si la comparamos con España, decimocuarta en este ranking.

Emprender en Estados Unidos

La Red Social representa, de manera muy fiel, la forma de emprender en Estados Unidos. Todo comienza en una pequeña habitación de la Universidad de Harvard, el mismo lugar donde Mark Zuckerberg, se sentó delante de su ordenador con conocimientos de programación y desarrolló el ahora tan famoso The Facebook. **Seis años después se había convertido en el billonario más joven de la historia**. En realidad la película solo abarca hasta que el proyecto obtiene el primer millón de usuarios. En la actualidad, y según análisis oficiales de la propia compañía, ya han alcanzado los 1.150 millones de usuarios activos en todo el mundo y los 669 millones usuarios activos diarios. Esta película sirve de ejemplo a muchas personas **con sueños, que por muy inalcanzables que parezcan se pueden llegar a cumplir.**

Características de Zuckerberg

Mark Zuckerberg es un emprendedor nato del que deberíamos aprender.

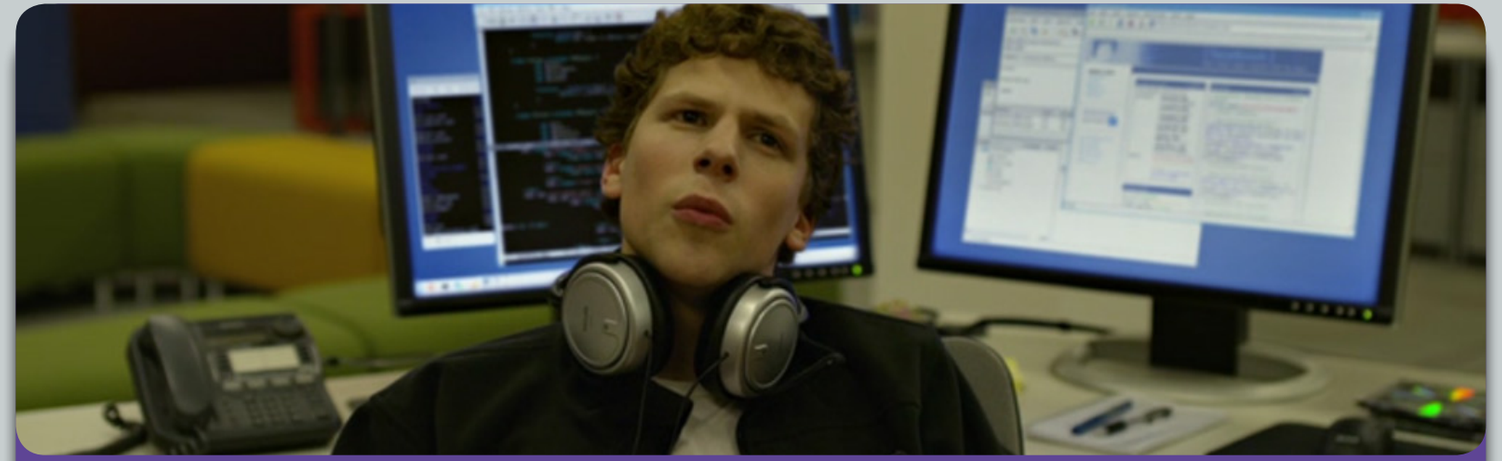
Una mente brillante con ideas frescas, innovadoras, que le han ayudado a triunfar. Es una persona **audaz**, capaz de llevar a cabo acciones sin que le paralice el miedo y asumiendo los riesgos. **Con capacidad de adaptación** a los posibles cambios que fueron surgiendo. Zuckerberg **no se puso límites**, pensó a lo grande, aunque al principio no pudo preveer hasta dónde llegaría. **Priorizó y decidió ir marcándose metas** para avanzar sin desmoralizarse. **Supo ver las oportunidades y generar necesidades** a las que después dio solución gracias a su proyecto. **Su visión de futuro, junto con su capacidad de decisión y la seguridad** con la que tomaba esas decisiones, lo llevaron hasta lo más alto.

El caso del despecho como oportunidad de negocio

El fin de la relación con su novia, Erica Albright, **es el detonante que le lleva**

a crear una web en la que calificar el atractivo de sus compañeras de Universidad. FaceMash es la beta de Facebook, una página donde se subieron nombres y fotografías extraídas de la base de datos de los servidores de Harvard, con la ayuda de su amigo y compañero Saverin. En esta página se elegía a la chica más atractiva. Poco a poco **FaceMash obtuvo más usuarios de la universidad y se generó adicción** a medida que aumentaba la participación.

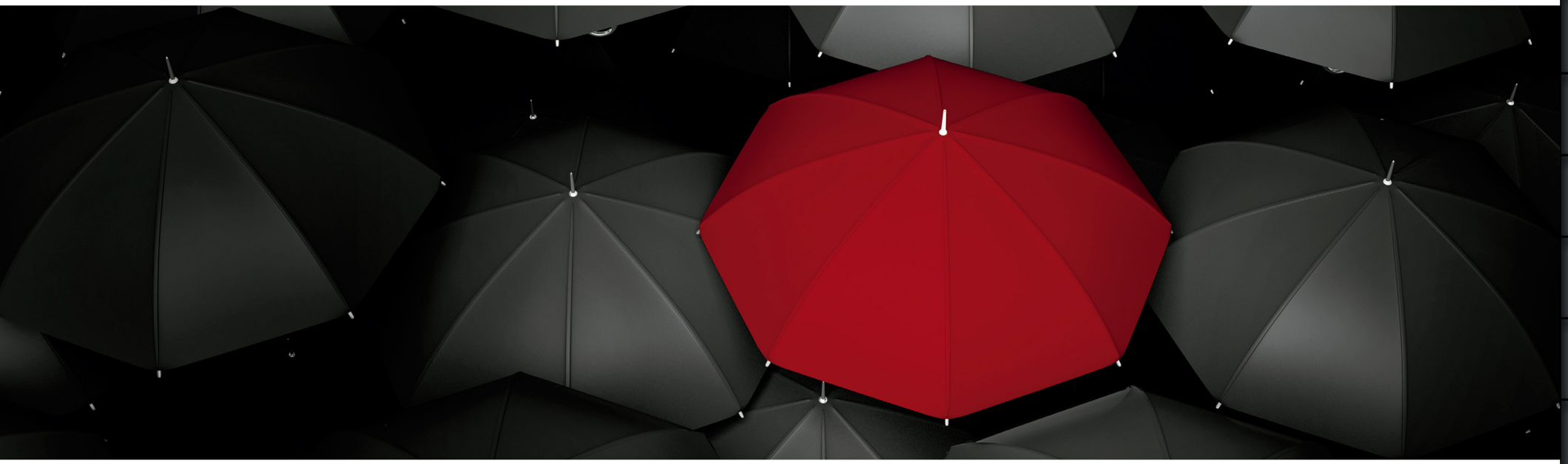
Esto, demuestra que hay necesidades que se pueden crear. No debemos olvidar que la receta mágica del éxito no existe. **Si quieres éxito,trabaja duro, piensa en alguien que nadie más haya pensando y persiste**. Facebook nace en 2003, pero que su boom no llega hasta 2011, ocho años después, momento en el que se convierte en la red social más grande del mundo. Esto es muestra de que nada es inalcanzable porque, como decía Nelson Mandela: **"Todo parece imposible, hasta que se hace"**.



La evolución de Facebook

- En febrero de 2004 Mark Zuckerberg, Dustin Mskovitz, Chris Hughes y Eduardo Saverin **lanzaron The Facebook para contactar con estudiantes de la Universidad de Harvard**.
- En diciembre de 2004 Facebook **alcanzaba un millón de usuarios**.
- En octubre de 2005 se **comienza a expandir por otras Universidades internacionales y permite subir galerías de fotos**.
- En abril de 2006 se lanza la **primera versión web.**
- En septiembre de 2006 **se crea la sección de noticias y se abren los registros.**
- En mayo de 2007 **la plataforma de Facebook hace su primera aparición**.
- En noviembre de 2007 llegan sus **primeras páginas y anuncios**.
- A principios de 2008 Facebook presenta las **primeras aplicaciones de traducción**.
- En abril de 2008 **llega el chat**.
- En julio de 2008 aparece la **primera App para iPhone**.
- En 2009 **'Me gusta' sustituye alde 'Hazte fan'.**
- En enero de 2010 **se abre el primer centro de datos** en Prineville Oregon **y alcanza los 500 millones de usuarios en julio**.
- En 2011 **nuevos elementos en el perfil** como la biografía, la foto de portada…
- En abril de 2012 la red social **compra Instagram,** en mayo sale a Bolsa por 38 dólares la acción y en octubre se llega a los 1.000 millones de usuarios activos.
- En 2013 **más de 100 millones de personas usan Facebook** desde cualquier teléfono con la app de Android e iOS y en agosto anuncia Internet.org.

MÁS ALLÁ DE LA PROTECCIÓN.



Descubre el modelo que necesitas: **SELECTOR.SALICRU.COM**

Soluciones Salicru SAI/UPS Profesionales

La tecnología y la electricidad son fundamentales para el sector industrial, de telecomunicaciones, infraestructuras y energético. Por este motivo los Sistemas de Alimentación Ininterrumpida (SAI/UPS) Salicru se aseguran de que las perturbaciones del suministro eléctrico no perjudiquen a equipos ni instalaciones .

Pero Salicru va más allá de la protección. Lo que les diferencia del resto es: su **experiencia** de más de 50 años en elsector, la constante inversión en I+D+i para ofrecer la mayor **innovación tecnológica** y el **valor humano** de su equipo técnico y comercial.

PROTEGE y **CUIDA** equipos de todo tipo gracias a un servicio y unos productos de alta calidad, junto a un suministro eléctrico idóneo para cualquier tipo de instalación o industria.

Los SAI/UPS line-interactive y on-line van de 700 VA hasta 6,4 MVA. Además contamos con una amplia gama de formatos: torre, rack, convertibles, modulares, etc.; y de diferentes tipos de funcionamiento: on-line, eco-mode, smart-mode, paralelo, redundante, entre otros.

SAI/UPS line-interactive / on-line de 700 VA hasta 6,4 MVA