

ECONOMÍA & EMPRESA

MARTES, 27 DE FEBRERO DE 2018



Interim Management

José Luis Rubio Socio Fundador ALITARA Service Consultancy

"Alitara ofrece un nuevo formato de consultoría transversal: la consultoría del rendimiento"

Este tipo de consultoría se identifica plenamente con el concepto "alitar" (re-vivir, renacer). Partiendo de un proceso de reinención, se ocupa de aportar soluciones a las empresas para asegurar su supervivencia en el tiempo, recuperar la confianza y crear, re-crear, co-crear su futuro de forma continua. Hablamos con sus responsables.

¿De qué manera Alitara Service Consultancy ayuda a las empresas a mejorar su rendimiento?

El éxito de las empresas no está en prever el futuro, sino en crear una organización que avance.



Mar Sánchez, Socia Directora

Desde nuestra experiencia queremos ofrecer un nuevo formato de consultoría transversal, la consultoría del rendimiento, compartiendo un nuevo enfoque a partir de respuestas globales a las exigencias que las organizaciones deben afrontar de forma continua, aportando soluciones particularizadas en el proceso de Gestión del Cambio y Mejora del Rendimiento. Nuestra Misión es ofrecer a las empresas las herramientas necesarias para "la Maximización del Valor y la Optimización del Resultado"

Hablan de tres ejes para potenciar ese cambio: gestión del conocimiento, gestión de las personas y gestión de la comunicación...

El conocimiento y la experiencia empresarial de los miembros del Equipo que integran Alitara nos permite ofrecer a nuestros clientes productos y

servicios contrastados, capaces de aportar un valor diferenciado, con resultados observables de forma práctica y permanente. Disponemos de profesionales con una amplia experiencia, tanto en el mundo de la Consultoría como en el de la Empresa, lo que nos permite asumir responsabilidades en posiciones estratégicas. Partimos de la necesidad de un entendimiento claro de las Necesidades del cliente, en un proceso que se rige por la Implicación, el Compromiso y la Creatividad, así como por la obtención, el seguimiento y la consolidación de los resultados.

Una de las herramientas que utiliza Alitara es el Interim Management. ¿En qué consiste?

En cubrir con experimentados "directivos" las necesidades inmediatas de la empresa de manera rápida, eficaz y de forma temporal. El Interim Mana-

ger es un directivo senior, independiente, altamente cualificado, que aporta experiencia acreditada, visión estratégica como dinamizador del cambio y solucionador de problemas, que se ocupa de resolver una problemática concreta que afecta a la empresa en ese momento.

¿En qué casos es una buena solución el Interim Management?

Fundamentalmente, cuando la empresa no dispone internamente de la experiencia, la especialización o de los recursos humanos necesarios para simultanear la necesidad de cambio con la gestión del día a día. Se trata, además, de un complemento perfecto a la realización de proyectos específicos de consultoría que permite probar los conceptos definidos sin necesidad de sobrecargar la estructura de la empresa, ni de incurrir en un incremento de los costes fijos de la misma. Permite asegurar la estrategia a medio y largo plazo.

¿Está la empresa española preparada para el Interim Management?

Creemos que el Interim Manage-



ment en España debe profundizar en el proceso de divulgación y conocimiento del concepto, hasta posicionarlo en el nivel de reconocimiento que tiene en otros países. Ello exige una buena comunicación y una adecuada política de concienciación en la necesidad de profesionalización de esta figura. Por eso es fundamental contratar a proveedores de servicios de Interim Management que cuenten realmente con directivos que hayan demostrado su eficacia y su éxito, como es el caso de nuestros profesionales.



www.alitara.es
alitara@alitara.es

Alfonso de Benito Socio y director general de Executive Interim Management España (EIM España)

"El Interim Management ofrece la rapidez y la flexibilidad que las empresas necesitan"



El Interim Management es una práctica común desde hace más de 25 años en países como Estados Unidos, Holanda o Reino Unido. Sin embargo, es ahora cuando este servicio, conocido como MaaS (Management as a Service) o mal llamado "alquiler de ejecutivos", empieza a activarse en nuestro país. En esta entrevista hablamos con Alfonso de Benito, socio y director general de EIM España y presidente del Instituto Iberoamericano de Interim Management.

¿Cuáles fueron los primeros pasos de EIM?

EIM nació hace 30 años con el objetivo de desarrollar servicios de Interim Management en el mundo, aún incipientes por aquel entonces. Este servicio ya se aplicaba con éxito en Holanda, y se le quiso dar un impulso en otros países. Hoy por hoy ofrecemos cobertura global y en España llevamos dieciocho años desarrollando proyectos con éxito.

¿Cómo podríamos definir qué es el Interim Management?

El Interim Management es un servi-

cio a caballo entre la consultoría y la selección de directivos. Ayudamos a las empresas a conseguir sus objetivos y mejorar sus resultados aportando directivos que actúan de forma ejecutiva durante el tiempo que se necesita. En comparación con la consultoría que recomienda planes de actuación y estrategias, un directivo interino toma decisiones y las ejecuta durante el tiempo que la compañía receptora decida, en función de sus necesidades concretas. El tiempo aproximado de estancia del directivo suele situarse entre los seis y los dieciocho meses. La empresa puede contar con la experiencia concreta de

"EIM ha llevado a cabo con éxito más de 8.000 proyectos de MaaS en todo el mundo."

un directivo durante el tiempo que lo requiera para conseguir los resultados buscados.

¿Por qué el Interim Management es un servicio cada vez más demandado por parte de las empresas españolas?

Porque las compañías deben, cada

vez más, adaptarse a entornos de negocio que cambian rápidamente. El Interim Management ofrece la rapidez y la flexibilidad que las empresas necesitan en la actualidad, y se adapta a los requerimientos concretos que tengan en un momento determinado para hacer efectiva su gestión de transición.

¿Qué tipo de empresas demandan este servicio?

Prácticamente es demandado por todo tipo de compañías a partir de un cierto tamaño, que podríamos situar en una facturación superior a los 10-15 millones de euros. Por tanto, este servicio es utilizado por las grandes multinacionales, pero también por las medianas empresas. Todas aquellas que necesiten un refuerzo de directivos para lograr los resultados que buscan, por ejemplo, como la internacionalización de una compañía, el lanzamiento de un nuevo negocio, conseguir una mayor eficiencia en la cadena de suministro, etc., verán que éste es un servicio muy potente con el que lograrán lo

que necesitan y en el plazo de tiempo establecido.

Además, usted preside el Instituto Iberoamericano de Interim Management, ¿cuál es la finalidad de esta institución?

Hace un año y medio diversas compañías del sector y profesionales especializados en Interim Management decidimos aunar fuerzas e impulsar el conocimiento y la profesionalización de esta actividad. Queremos dar a conocer este servicio a las empresas, informarles y ofrecerles apoyo. Previsiblemente, el Interim Management será una herramienta cada vez más habitual en las compañías, así que pueden acudir a nosotros para resolver sus dudas.



www.eim.com
www.institutointerim.org

Financiación Alternativa / Emprendimiento

Francesc Padilla Socio fundador de Esvvalor

“Esvvalor permite a las empresas diversificar su financiación de forma competitiva fuera del circuito bancario”

Esvvalor es una sociedad gestora de inversión y financiación en la modalidad de Direct Lending, especializada en aportar a las empresas financiación competitiva, no bancaria, en forma de créditos y préstamos, a través de los fondos y las sociedades de inversión con los que trabaja. Para conocerla con más detalle, hablamos con su socio fundador, Francesc Padilla.

¿Con qué intención nació Esvvalor?

Esvvalor inició su andadura hace cinco años con la idea de ofrecer a las empresas una vía de financiación complementaria, promoviendo y canalizando inversión procedente de capitales de fondos y sociedades de inversión, situados fuera del circuito bancario, interesados en invertir en compañías y proyectos viables, mediante instrumentos de deuda.

¿A qué perfil de empresas se dirige?

A empresas de cualquier sector, con un volumen de facturación a partir de 2 millones de euros y hasta 500 millones de euros, interesadas en ampliar y diversificar sus fuentes de financiación

para cubrir sus necesidades financieras, tanto de circulante, como de inversión, desarrollo de negocio, o refinanciación de deuda.

¿Qué ventajas ofrece Esvvalor frente a la banca en materia de financiación empresarial?

Esvvalor permite a las empresas diversificarse y financiarse de forma competitiva fuera del circuito bancario. Ofrecemos un proceso de estudio más ágil y menos farragoso. No requerimos abrir cuenta, ni vinculaciones comerciales previas, ni la contratación paralela de otros productos no estrictamente

asociados a la financiación. Ofrecemos estructuras y plazos de financiación más flexibles, introduciendo carencias en la amortización del capital, y poniendo en valor el modelo de negocio de las compañías y eventualmente sus activos (comerciales, industriales, financieros o inmobiliarios). Podemos financiar a largo plazo empresas que están aún cumpliendo el pago de la de-

uda desde 50.000 euros hasta 25 millones de euros), en términos de plazos de financiación (desde 3 meses hasta 12 años), y en términos de perfil de solvencia del cliente (podemos financiar a tipos bajos y a tipos más altos en función de la solvencia y riesgo de la operación). Nuestros proveedores son fondos y sociedades de inversión en deuda corporativa y nuestro trabajo



da procedente de un convenio de acreedores, y estudiamos operaciones de refinanciación de deuda.

¿Cuáles son sus fuentes de inversión?

Esvvalor define y estructura las operaciones de financiación y las fondea con los proveedores financieros con los que colabora y que nos permiten cubrir una tipología de operaciones muy amplia en términos de volumen (operaciones

consiste, entre otras cosas, en configurar una cartera de productos de financiación completa y atractiva para las empresas, así como velar por la viabilidad y calidad de la cartera de operaciones que gestionamos.

¿Cuáles son las condiciones de la financiación que gestionáis?

Las condiciones varían en función de la solvencia, riesgo y características de cada cliente y operación (el producto, el plazo, las garantías, el destino de los fondos, etc.). Como comentaba, podemos atender empresas solventes y con acceso normal al crédito bancario, y también podemos atender operaciones con un perfil de riesgo más elevado. En cada caso las condiciones incorporan una prima de riesgo inferior o superior según corresponda. En cualquier caso, ofrecemos soluciones compitiendo con la oferta de financiación que hay en el mercado y por tanto nuestra misión es ofrecer en cada caso propuestas de financiación que aporten valor real.

¿Qué diferencia a Esvvalor de otras sociedades similares?

La especialización en financiación empresarial no bancaria, nuestro conocimiento de mercado, acceso a capital nacional e internacional así como la capacidad de definir productos e instrumentos financieros adaptados a la compañía, proyecto y situación.

Aurelio García de Solá Presidente de The Heroes Club

“Actuamos como bisagra entre el mundo emprendedor-digital y la empresa tradicional”



Creada hace poco más de tres años, The Heroes Club es una red internacional de emprendedores, startups, empresas y mentores, principales actores de la economía digital.

¿Qué objetivos mueven a The Heroes Club?

El objetivo fundacional de The Heroes Club fue el de crear un ecosistema en el que emprendedores con ideas, startups con proyectos y empresas exitosas compartieran conocimiento y negocio. El sueño de The Heroes Club es

encontrar ese proyecto ‘increíble’ al que poder dar todo el apoyo del ecosistema que hemos creado en este tiempo e impulsarlo para alcanzar el éxito.

¿Qué acogida están teniendo?

La magnífica ubicación y la novedosa configuración de la sede del Club

han hecho que este espacio se convierta en un lugar de encuentro para reuniones y presentaciones, donde el protagonista es la revolución digital. En poco más de tres años, hemos llegado a tener más de 350 socios, 140 mentores y hemos organizado con ellos decenas de eventos, como 2 ediciones de

la competición #SuperHeroe, #DesayunaConIdeas #Afterworks #DigitalShow #PasarelaDigital #SemanaDelLibroEmprendedor #LasFuentesdelTalent, etc. Hemos logrado un posicionamiento relevante en redes sociales, publicando la gran actividad de nuestros socios y mentores, además de las del propio Club.

Destacaría como logro relevante el hecho de actuar como bisagra entre el mundo emprendedor-digital y el mundo de la empresa tradicional.

¿En qué consiste el Consejo de Mentores que han reunido en The Heroes Club?

El Consejo de Mentores lo componen en la actualidad 140 personas agrupadas en cinco diferentes Consejos: contenidos, proyectos, financiación, mercados (internacional) y marketing-comunicación. Los mentores son el gran valor añadido de The Heroes Club: apoyo de personas relevantes y de reconocido prestigio del mundo de la empresa y de las instituciones en los sectores más diversos, desde la gastronomía a las TIC, tanto en el plano nacional como internacional.

En este periodo de tiempo se han realizado más de 600 horas de mentoring y hemos conseguido visibilidad, crecimiento, nuevos socios, internacionalización y búsqueda de financiación en más de 40 proyectos.

The Heroes Club ha puesto en marcha la pasarela digital ¿En qué consiste?

En la actualidad, los dos productos o servicios que nos hacen tener el papel de bisagra al que me refería son la Pasarela Digital y The Heroes Club Institute. La Pasarela Digital es un programa de Venture Building, mediante el cual y tras una convocatoria pública, se seleccionan startups o proyectos adecuados a los requerimientos previamente definidos por una determinada empresa, en el que intervienen un grupo de expertos-mentores de The Heroes Club y directivos de la propia empresa. Una de las ‘recompensas’ para los que llegan a ser seleccionados es convertirse en proveedor premium de la misma.

Desde The Heroes Club Institute hemos creado además dos cursos de transformación digital para directivos: “Digital Show”, impartido por mentores; y “La Negociación en la Era Digital”, impartido por profesores de Berkeley Law School.



Consultoría e Innovación

Aitor Uribeetxebarria Gerente de Adigai Innovation

"TRIZ aporta previsibilidad y fiabilidad al proceso de innovación en empresas industriales"

Adigai Innovation es una compañía especializada en ayudar a las empresas del sector industrial en sus procesos de innovación, para lo que utiliza la metodología TRIZ, acrónimo ruso de Teoría para la Resolución de Problemas de Inventiva. Hemos hablado con su gerente, Aitor Uribeetxebarria, para conocer con más detalle la labor de la empresa.

¿Cuáles son los orígenes de Adigai?

La empresa nació en el año 2014 fruto de la detección de una necesidad común en las pymes industriales a la hora de abordar el primer paso de cualquier proceso de innovación en el ámbito técnico-tecnológico, es decir, la generación de ideas para encontrar soluciones a problemas técnicos complejos. Para dar respuesta a esa necesidad, y después de sopesar diferentes opciones, nos decantamos por TRIZ, metodología probada con la mayor tasa de éxito en la resolución de problemas de creatividad técnica. A su vez, teníamos claro que las necesidades en los procesos de innovación de las empresas industriales, sobre todo pymes, van más allá de encontrar las soluciones: es fundamental materializarlas, por lo que completamos nuestra oferta con soporte a nivel de ingeniería y fabricación. Desde su

creación, Adigai ha apostado con fuerza por el que hemos denominado proceso IDE+A (Idea, Desarrollo y Ejecución con Adigai), que ofrece un enfoque distinto al habitual y unas importantes ventajas a la hora de incrementar la capacidad de innovación tecnológica de las empresas.

¿Cómo se estructura IDE+A?

El proceso comienza con la necesidad del cliente de resolver un problema técnico, de generar ideas para un nuevo producto o proceso, o de mejorar los ya existentes; a partir de ahí nos basamos en TRIZ para encontrar soluciones innovadoras. El siguiente paso consiste en el desarrollo de la solución ganadora por medio de un servicio integral de ingeniería que abarca, entre otros, diseño, cálculo, análisis, simulación, automatización. Para finalizar,

hacemos realidad la solución con la fabricación y validación de prototipos funcionales o producto final. Los servicios que ofrecemos están enmarcados en el proceso IDE+A, pero cada uno de ellos se puede ejecutar de manera independiente.

¿En qué consiste TRIZ?

La mayoría de las herramientas que se utilizan en el área de la creatividad, como primer paso dentro del proceso de innovación, hacen uso de los que se denominan métodos aleatorios, lo que significa que se basan en el binomio ensayo-error para lograr resultados; esto acaba siendo poco práctico y costoso. Por contra, TRIZ emplea un método sistemático. ¿Qué significa eso? Que se basa en experiencias previas para buscar, en un tiempo reducido, lo que llamamos soluciones ideales, es decir, aque-

llas soluciones que aportan el máximo valor al menor coste.

¿Aprovechar las experiencias anteriores?

Así es. La metodología que empleamos no se basa en la intuición, sino en la lógica, los datos y la investigación. De alguna manera, es como tener una base de conocimiento constituida por el trabajo previo de miles de ingenieros, lo que permite enfocar la búsqueda de soluciones en la dirección correcta y localizar el punto de partida idóneo sobre el que edificar el proceso de innovación. Gracias a ese enfoque, TRIZ aporta repetibilidad, previsibilidad y fiabilidad a todo el proceso de resolución de problemas técnicos. Además, TRIZ ofrece una gran variedad de herramientas que ayudan a realizar pronósticos de innovación, a mejorar la cartera de patentes, o incluso a eludir patentes a través de soluciones alternativas.

¿Qué acogida ha tenido la metodología en el mercado?

TRIZ es una metodología ampliamente utilizada en muchos países y en empresas de todos los tamaños; algu-



nas de las más conocidas: Siemens, General Electric, Boeing, P&G, Ford, etc. A modo de ejemplo, le diré que Samsung tiene más de 35.000 ingenieros que la emplean a diario. En España, sin embargo, queda mucho camino por recorrer. Nuestra intención es colaborar a que las pequeñas y medianas empresas del país la conozcan y vean las ventajas que puede aportarles a la hora de encontrar soluciones innovadoras a sus problemas; también queremos que sean capaces de utilizarla, por lo que además de trabajar como consultores de TRIZ, impartimos formación, siendo la única empresa en España que ofrece cursos con certificación oficial de la Asociación Internacional de TRIZ (MATRIZ).



<https://www.adigai.com>

Javier Piqueras CEO de PQS Consulting

"El asesoramiento tradicional ha muerto. Quien no se digitalice e innove, dejará de existir"

Hay sectores más reticentes al cambio que otros. El asesoramiento empresarial sería uno de ellos. Todavía podemos ver como proliferan asesorías tradicionales escasamente digitalizadas y que ofrecen poco valor añadido. Sin embargo, en este sector también existen asesorías disruptivas capaces de ofrecer un servicio de asesoramiento que antes solo podíamos obtener de las grandes compañías. Hablamos de PQS Consulting, una auténtica startup de los servicios profesionales.

¿En qué se diferencian de una asesoría tradicional?

A lo largo de mi trayectoria profesional trabajando para empresas del IBEX35 y en multinacionales del sector de la consultoría empresarial, me di cuenta de que los servicios de asesoramiento de alto valor añadido eran solo accesibles a las grandes compañías por sus elevados precios. En el lado opuesto, nos encontramos con servicios de asesoría de muy bajo perfil, poco digitalizados y anclados en el pasado. Existía un salto enorme entre ambos mundos. Por lo que, en este nicho intermedio es donde, a finales



de 2013, nació PQS Consulting con el propósito de ofrecer el servicio de alto valor añadido que únicamente encon-

trábamos en las grandes firmas, pero a precios competitivos y accesibles también a las pymes.

¿Cómo lo han logrado? ¿En qué se basa la metodología de PQS?

Nuestra metodología es muy disruptiva; aunamos el empuje tecnológico de una startup con la experiencia y los servicios de valor añadido de las grandes compañías. La tecnología tiene un peso fundamental. De hecho, fuimos la primera firma de consultoría en España en ofrecer los servicios de outsourcing contable exclusivamente en la nu-

be, y también hemos sido pioneros en permitir el pago en bitcoins.

Además de por el uso de la tecnología, nuestra metodología se define también por el enfoque a usuario versus enfoque a producto. Es decir, en PQS no ofrecemos una gama de servicios o productos entre los que el cliente debe elegir; aquí tenemos tantos productos como clientes, nos adaptamos a sus necesidades. Y, para conseguir estos servicios de alto valor añadido, por supuesto, es básico el capital humano, altamente profesionalizado. Se trata de ofrecer un enfoque global, una gestión ágil, y que el cliente tenga a su asesoría disponible en cualquier lugar y en cualquier momento.

Además de ser disruptivos en un sector poco acostumbrado a los cambios, PQS también destaca por ser una firma socialmente responsable. ¿En qué acciones se concreta?

A través de PQS2YOU tratamos de devolver al mundo una parte de lo que hemos recibido donando a obras sociales un 7% de nuestros beneficios anuales. En un primer momento, las obras sociales las elegíamos nosotros mis-

mos, pero ahora son nuestros clientes quienes deciden a qué obras quieren destinar estos beneficios generados por PQS. Además de estas acciones, estamos comprometidos con el medio ambiente, al no utilizar nada de papel en nuestras oficinas, y al conducir coches de empresa eléctricos que producen cero emisiones.

Por último, ¿qué nuevos proyectos tienen en mente?

Estamos trabajando en cómo integrar la tecnología blockchain y la Inteligencia Artificial en nuestro asesoramiento. Son nuestros grandes retos ahora mismo. Asimismo, sacaremos una aplicación que nos permite estar más cerca aún de los clientes. La idea es poder interactuar con ellos y facilitarles el acceso a sus gestiones. También seguiremos ofreciéndoles el servicio press-premium a través del que les informamos sobre novedades legales y fiscales, además de ofrecerles noticias personalizadas sobre su sector, OCR para dispositivos móviles así como la gestión del proyecto PQS2YOU. Y por supuesto, seguir siendo disruptivos en un sector con sed de innovación.



www.pqsconsulting.com

Consultoría e Innovación

Gabriel García Gerente de Estrategia y Desarrollo Corporativo en DynamizaTIC

“Trabajamos para que nuestros clientes mejoren sus procesos de negocio mediante la transformación digital”

Ubicada en Valencia y fundada por Fernando de Zárate, DynamizaTIC es una consultora de innovación y transformación digital con amplia experiencia en proyectos de renovación tecnológica e integración de sistemas. Fusiona tecnología y humanismo, aportando soluciones pensadas para las personas, así como la búsqueda de talento que es la piedra angular de la transformación digital de las empresas.



Fernando de Zárate y Gabriel García

La información es fundamental para poder tomar decisiones dentro del marco empresarial y las tecnologías de la información se han convertido en herramientas imprescindibles. ¿Cuál es el papel de DynamizaTIC?

La información es muy importante y se ha dicho que los datos son el petróleo del siglo XXI. DynamizaTIC ayuda a sus clientes a mejorar en sus procesos de negocio mediante la transformación digital. Entendemos por transformación el cambio cultural, un nuevo modelo económico centrado en las personas y orientado a procesos, y por digital, la revolución tecnológica. Trabajamos para que nuestros clientes dispongan de sistemas de información que les permitan transformar los datos en conocimiento

que les pueda ayudar en la toma de las mejores decisiones de negocio.

¿Qué servicios ofrecen como consultora de innovación tecnológica?

Creemos que los procesos de transformación digital y de cambio tecnológico de las empresas debe realizarse basándose en el diseño de un plan estratégico digital que les ayude a ubicar su situación actual y a proyectar los objetivos futuros. Con el diseño de los planes directores de digitalización y las PMO (Oficinas de proyectos) ayudamos a nuestros clientes en este proceso de diseño y de gestión del cambio. Participamos activamente en los comités estratégicos y técnicos de nuestros clientes y desempeñamos en ocasiones la función

de CDO que va resultando vital para dirigir estos procesos de digitalización.

DynamizaTIC es partner de Microsoft. ¿Qué soluciones 365 y Business Intelligence ponen al servicio de sus clientes?

Implantando el ecosistema 365, estamos ayudando a nuestros clientes a competir en esta era de disrupción tecnológica que ha llegado para quedarse. Las plataformas de gestión económica financiera y todas sus herramientas facilitan la gestión del dato único en las empresas y democratizan la integración de datos entre los diferentes departamentos de la empresa.

Por otra parte, los equipos directivos precisan de cuadros de mando con infor-

mación actualizada del estado principal de sus KPIs. Van en aumento las solicitudes de proyectos de análisis de datos y para ello contamos con herramientas de BI muy importantes como Power BI y todos los servicios que ofrecemos asociados a la consultoría y digitalización de entornos de análisis de datos.

¿Qué tipo de empresa ha confiado ya en el knowledge de DynamizaTIC?

Nos dirigimos a sectores de la sanidad, industria y servicios. Las empresas tienen un olfato especial cuando buscan profesionales honestos. Los servicios que ofrecemos se basan en propuestas disruptivas que se centran en la persona y este es sin duda un valor diferencial a destacar. También nos ayudamos de

nuestra amplia experiencia de más de 20 años para ayudar a resolver las necesidades de mejora y digitalización de nuestros clientes.

¿Cuál es el secreto de vuestro éxito?

Trabajar con honestidad y responsabilidad. Buscar y gestionar el mejor talento, poner a la persona en el centro del proyecto y cuidar a nuestros equipos y clientes. En definitiva, transmitir confianza.



www.dynamizatic.com

@dynamizatic
@ggarciamar

Rapsodia, referente del diseño estratégico y creatividad aplicada para las empresas

La rapsodia es una pieza musical compuesta por diferentes partes temáticas unidas libremente entre sí, consiguiendo así una composición de efecto brillante.

Desde Murcia, zona rica en creatividad e innovación (inventos como el autogiro o el submarino nacen de esta fértil ubicación) hasta llegar a un alcance global, Rapsodia se ha convertido en muy poco tiempo en un referente del diseño estratégico y creatividad aplicada para las empresas.

En 2010 Dimas Agudo funda la empresa bajo un leimotiv muy claro: estimular y acompañar a las empresas en sus desafíos de crecimiento y desarrollo de nuevos productos y servicios bajo un prisma creativo.

En su trayectoria de trabajo con grandes empresas e instituciones de varios sectores, se encuentra con Paco Navarro, su Partner, aportando tangibilidad y viabilidad desde el punto de vista de management. En Rapsodia creen que “los consultores tradiciona-



les son aquellos a quienes les das tu reloj y les pagas para que te digan la hora”. Por ello en su afán por diferenciarse y romper con lo tradicional crean la “Cool Innovation”: un concepto diseñado por Rapsodia, una nueva filosofía que va más allá del Design Thinking, una forma de hacer innovación traducida en los productos que Rapsodia ofrece. En definitiva, una visión fresca, atrevida y dinámica con resultados llevados al mercado, ya que es posible realizar proyectos que van de la investigación al desarrollo. A diferen-

cia de otras consultoras, Rapsodia es capaz de investigar nuevas necesidades, encontrar insight, aportar nuevas tendencias y traducir todo ello en productos llevados al mercado. Es por ello que el equipo incluye a diseñadores de producto, como Salvador Fernández, liderando el departamento de diseño.

LAS BASES DEL CONCEPTO DE RAPSO DIA

The Art of Workshop: una forma de implantar una metodología creativa y de pensamiento lateral para asistir de

manera ágil a tu empresa. El Adhoc Method: las empresas buscan la generación de sus propios procesos de crear innovación, un método ágil adaptado para incluir agentes internos y externos manteniendo la habilidad de ser competitivos.

Y la nueva apuesta para 2018, el Sprint: el poder de crear diferentes soluciones, con pocos recursos empleados y en un corto periodo de tiempo. Estas tres variables que en principio parecen complicadas, convergen en el nuevo formato. Una forma de resolver

problemas complejos de una forma ágil, que organiza el caos de la innovación y genera una variedad de propuestas únicas.

En su haber, más de 40 empresas, más de 150 workshop, 1.200 participantes de 6-72 años; proyectos de productos, servicios, estrategia o branding en una escala global. En la actualidad, Rapsodia opera en todo el territorio europeo y está preparando su entrada en Costa Rica, USA y UK. 18 personas de 11 países forman parte del elenco multicultural de los Rapsodiers, proveniente de la mezcla de disciplinas que, bajo la batuta de la dirección de Dimas E. Agudo, realizan un trabajo positivo y dinámico. En definitiva, tal y como ellos mismos dicen, son capaces de generar la llamada innovación anti-caspa. Paco Navarro, manager de Rapsodia, puntualiza que ha visto un cambio en el paradigma empresarial, empresarios con una visión más estratégica que táctica, y preparados para la innovación, pues es sin duda el motor de crecimiento; el apoyo por agentes externos y la Open Innovation son los tools que aderezan y estimulan ese cambio.

www.rapsodiainnovacion.com

Consultoría de Negocios

Miguel Alonso Socio y gerente de Nova Praxis

"Somos un referente en gestión de rendimiento empresarial y business intelligence"

Nova Praxis es una consultoría especializada en el campo de las soluciones de gestión de rendimiento empresarial y en la inteligencia de negocio. Para conocer con más detalle cuál es su labor, hablamos con Miguel Alonso, socio y gerente de la firma.

¿Cuáles son los orígenes de Nova Praxis?

La empresa nació hace ya diez años de la mano de dos socios que, después de unos años de trabajo en otra compañía, decidimos establecernos por cuenta propia para ofrecer al mercado nuestra experiencia en soluciones de gestión de rendimiento financiero y de ventas y también en business intelligence. Hoy hemos consolidado una clientela formada sobre todo por grandes empresas y disponemos de un equipo humano joven dinámico, experimentado y en constante aprendizaje para ofrecer el mejor servicio en un mundo que, a nivel tecnológico, cambia muy rápido.

¿Es la especialización la mayor ventaja de la empresa?

Sin duda. Desde el primer día apostamos por una estrategia centrada en un foco muy concreto. No quisimos perder nuestra personalidad y ser una empresa de desarrollo "para todo", sino convertimos en un referente –aunque sea en un nicho muy específico– tanto a nivel de consultoría funcional como técnica. Esta estrategia nos ha supuesto sacrificios y en ocasiones hemos tenido que decir "no" a clientes que confían en nosotros y nos invitan a acompañarles en terrenos donde no tenemos la experiencia ni el foco. Sin embargo, esa franqueza acaba por reforzar su confianza en Nova Praxis.

Hablaba al principio de gestión del rendimiento financiero gestión de

rendimiento de ventas y de Business Intelligence. ¿Qué soluciones aportan?

Nosotros lo visualizamos como los vértices de un triángulo que, como tal, están muy relacionados entre sí. Ayudamos a nuestros clientes a mejorar el rendimiento de su empresa, incidiendo en la función financiera mediante soluciones de planificación y presupuestación financiera, gestión y reporting de impuestos o contabilidad analítica; actuamos sobre la función comercial mediante soluciones de planificación comercial, gestión de territorios, planes de incentivos y del embudo de ventas, mientras que el Business Intelligence permite al cliente medir los indicadores de dicho rendimiento –en lo financiero, lo comer-



cial...– y cruzarlo con información de otras áreas de la compañía (marketing, RRHH, etc.).

¿En qué entornos tecnológicos trabajan?

Nosotros no desarrollamos software propio, sino que hacemos uso de software comercial. Desde los inicios de la empresa trabajamos mucho con tecnologías de Oracle y de SAP, aunque podemos hacerlo también en otros entornos tecnológicos. Lo más importante en Nova Praxis es nuestro capital humano; el conocimiento que tienen nuestros consultores les permite, con el uso de las aplicaciones de nuestros partners tecnológicos, implantar soluciones que mejoran la gestión del rendimiento empresarial de los clientes.

¿Cuál es su mercado natural?

Nuestro mercado principal es España, pero hemos trabajado en prácticamente toda Europa (Francia, Portugal, Alemania, Suiza, Reino Unido...), en Latinoamérica (Perú, Argentina, Brasil...) y puntualmente en países de la península arábiga. Los trabajos los realizamos desde nuestra base en Madrid, desplazando equipos y trabajando en remoto, y desde nuestra filial en Perú, que debemos aún potenciar más.

¿Cuáles son los retos de futuro de la empresa?

Hemos crecido bastante y esto hace que nos enfrentemos a otra forma de gestión, más estructurada. No se gestiona igual, ni las problemáticas son las mismas, cuando la empresa cuenta con 5 o 10 personas a cuando se aproxima a 50. Queremos crecer de un modo que nos permita mantener nuestra esencia de gran cercanía interna, puestos flexibles y escasa burocracia. A nivel de oferta, la intención es potenciar el área de rendimiento de la venta y, ya en Business Intelligence, profundizar en el Big Data.

Nova Praxis
Improving the future

www.nova-praxis.com

Ricardo Catelli Director General de Global Lean

"El método Lean se centra en las actividades que aportan valor al cliente"

Global Lean es especialista en competitividad empresarial, ayuda a quienes confían en su enfoque integral a vender más a través de una mejora continua de los procesos. En Global Lean son expertos en consultoría, formación, asesoramiento e implantación de mejoras en la cadena de suministro mediante Lean Management.

Como experto en Lean Management ¿Cómo definiría este concepto?

Lean es una filosofía de administración de las operaciones para hacer los procesos más eficientes, flexibles y ágiles, a través de la simplificación, eliminando las prácticas que generan despilfarros y centrándose en las actividades que aportan valor al cliente, proporcionándole lo que quiere (calidad, cantidad, coste y entrega), en el momento que lo precisa. Así, organizar y dirigir la empresa bajo los conceptos del Lean Management nos asegurará ajustarnos a los cambios del entorno y una adaptación rápida a las necesidades del cliente. El mejor modelo de management no garantiza los resultados ni el rendimiento, pero un management equivocado sí es garantía de fracaso. En este marco,

Lean ofrece la posibilidad de enfocar el management al cliente y al mercado, basándose en la mejora continua como elemento de innovación y marketing mediante la orientación al cliente.

¿Qué soluciones ofrece Global Lean al cliente para mejorar su competitividad y la cadena de suministro?

En Global Lean nos consideramos una empresa de servicios integrados en pro de la competitividad de nuestros clientes y especialista en mejora de procesos de la cadena de suministro. Este objetivo lo logramos integrando las áreas de formación, consultoría, soluciones tecnológicas, GLO (externalización de funciones y procesos in-house y GL SHOP (suministro de consumibles, equipamientos y accesorios)

La necesidad creciente de digitalización hace que muchas empresas necesiten un socio en el que confiar ¿Global Lean puede ser ese partner?

La nueva era impone cambios en la forma de trabajar y las empresas que no sepan adaptarse a las nuevas tecnologías no serán competitivas. Por tanto, es una necesidad fundamental adentrarse en una transformación digital para hacer frente a las nuevas necesidades del negocio. En este sentido, Global Lean ayuda a sus clientes en las diferentes fases de la transformación digital, primero en la definición de su modelo digital de negocio, después desarrollando un plan de implantación de esa transformación y, finalmente, implementando y comprobando resultados.

Global Lean ofrece también servicios de formación ¿Qué tipo de cursos imparten?

Las áreas en las que formamos son Supply Chain Management, Compras y aprovisionamiento, Control y Gestión de stock, Planificación de la demanda, Almacenaje, distribución, transporte, Lean Management, Negociación, Atención al cliente, entre otras. Nuestra formación se dirige, dependiendo del programa, desde directivos hasta personal de base. La aplicabilidad del conocimiento, la practicidad de los contenidos, la adaptación de los conceptos al sector y el desarrollo real de ejemplos prácticos (workshops) son nuestro factor diferencial y lo que ha hecho que más de 3000 alumnos hayan pasado por nuestros programas. Y como todo debe tener un ROI, Global Lean procura que sus clientes en el Área Formativa lo obtengan.

Acaban de obtener la certificación ISO 9001 por su gestión de calidad...

Sí, lo que para nosotros significa



seguir adelante con nuestro compromiso de dar los mejores servicios a nuestros clientes, asegurándoles la calidad mediante el cumplimiento de los estándares de esta norma. La ISO y las herramientas y metodología LEAN son perfectamente integrables en el único sistema de gestión. Son complementarias. En Global Lean creemos en la mejora continua y creemos en el Lean, aplicándolo a todos nuestros procesos de gestión.

GlobalLean
Formación, Procesos y Tecnología para competir

www.globallean.net
Tel. +34 918 020 419
Email: info@globallean.net

Protocolo Empresa Familiar

Luis Granda Fundador de *granda*, asesores del Relevo Generacional en la Empresa Familiar

"Somos el único despacho de España especializado en planificación del relevo generacional"

El tejido empresarial español está caracterizado por una fuerte presencia de empresas de carácter familiar que, en ocasiones, necesitan un apoyo en sus tareas de planificación generacional. Luis Granda dirige desde hace 25 años un despacho especializado en ofrecer ese servicio. Hemos hablado con él.

¿Cuándo nació *granda*?

Pusimos en marcha *granda* en el año 1994, son casi ya 25 años. Hemos crecido y actualmente tenemos oficinas en Madrid, Sevilla, Málaga, Badajoz, La Coruña y Gijón, desde donde cubrimos todo el territorio nacional.

Centrándose en la figura del empresario familiar...

Así es. Con frecuencia, los despachos profesionales tienen el foco puesto en la empresa como eje de su actividad. Nosotros somos, en este sentido, diferentes: trabajamos para el empresario (para la persona) y para la familia empresaria. Naturalmente, la idea es que el beneficio de nuestra labor repercuta también en la empresa, pero eso es una consecuencia. Nuestro eje es el empresario y la familia empresaria.

Algo que ha definido la configuración de su equipo...

Soy de los que piensan que para ofrecer un servicio especializado, personalizado y de confianza, hay que conocer bien a los clientes (empresarios) y el mercado en el que te mueves. Yo soy hijo y nieto de empresarios y los 27 profesionales que componen nuestro equipo también son descendientes de empresarios. Considero fundamental esa condición porque aporta valor añadido y conocimiento de este tipo de empresas, de las situaciones que se producen en la familia y en la empresa y, al mismo tiempo, aportan capacidad de empatía con el empresario, ya que hablamos el mismo idioma.

¿Cómo definiría la filosofía de trabajo de la empresa?

Creo que hay varios aspectos que nos definen muy bien, como el rigor, la profesionalidad, la independencia, la calidad, la cercanía y el compromiso con el cliente. La suma de todos ellos ha hecho que contemos con una clientela fiel y satisfecha y el boca a boca es nuestra mejor publicidad. Además, a todo ello hay que sumar que somos el único

Gracias al método *granda*, los empresarios pyme pueden beneficiarse del mismo nivel de protección del patrimonio y ahorro fiscal que los grandes empresarios

despacho de España especializado en la planificación del relevo generacional desde el punto de vista de la Familia.

¿Qué objetivo se busca?

En pocas palabras, el reto es ayudar a nuestros clientes a planificar y proteger su patrimonio, delimitando sus responsabilidades y generando importantes ahorros fiscales para el empresario de la pequeña y mediana empresa y para su familia, así como planificar el relevo generacional desde el punto de vista jurídico, civil y mercantil, y sobre todo, emocional.

¿A través de qué servicios?

Hemos desarrollado el Método *granda*, una metodología exclusiva concebida para dar respuesta a los retos de cada empresario y de cada familia, mejorando cualitativamente la gestión y la protección de su patrimonio, así como la optimización fiscal de impuestos como el de la renta, el de patrimonio o el de sucesiones y donaciones.

Desde la planificación...

Eso es muy importante: *granda* es un despacho de planificación y todo nuestro trabajo se traduce en la toma de medidas preventivas para lograr los objetivos previamente definidos. No interferimos ni con el asesor que toda empresa tiene, ni tampoco con su despacho jurídico. Es más, colaboramos siempre con ellos.



¿Qué servicios ofrece actualmente *granda*?

Hay dos grandes retos que afronta todo empresario familiar: por un lado, la planificación del relevo generacional en la empresa, desde el punto de vista de la Familia, y por otro lado, la planificación del resto del patrimonio del Empresario.

¿Cuáles son las herramientas para llevar a cabo el primero de un modo idóneo?

El testamento y el protocolo familiar son las herramientas adecuadas de planificación del relevo generacional de padres a hijos y nietos. Son los documentos en los que se manifiesta la voluntad presente y futura del empresario fundador y se regulan las relaciones de la empresa con los distintos miembros de la familia, los que trabajan en la empresa y los que no trabajan en ella. Estos documentos regulan aspectos como la incorporación de familiares políticos y de sangre a la empresa, las funciones, retribución y cualificación exigible a los familiares para trabajar en la empresa,

El trabajo de la firma aporta soluciones de valor añadido al patrimonio y a las empresas de sus clientes

granda permite reorganizar el patrimonio y planificar el relevo generacional de padres a hijos, ahorrando impuestos y mejorando la rentabilidad y competitividad de las empresas

la política de dividendo, el órgano de gobierno de la empresa, los pactos de salida de los socios-familiares de la empresa o el régimen económico matrimonial de los herederos. Por eso es importante realizar una planificación adecuada, que será la que logre que la transmisión a las siguientes generaciones de los valores y los principios de cada familia se realice de un modo adecuado, ordenado y tranquilo.

¿Y en cuanto a la planificación del patrimonio?

En este caso, se trata de aportar al empresario y a su familia la estructura adecuada para el desarrollo de sus actividades empresariales ayudándole a proteger su patrimonio de las posibles responsabilidades, y a canalizar adecuadamente sus inversiones presentes y futuras. En *granda* le asesoramos sobre la forma más adecuada para limitar su responsabilidad como empresario, optimizar sus tributaciones y además, planificar la incorporación futura de los hijos y nietos a través de los estatutos y de socios externos no familiares a través de los pactos extraestatutarios. Para ello contamos con un equipo de abogados, inge-

nieros, psicólogos de empresa y economistas que ofrece respuestas ajustadas a cada necesidad y sin perder de vista el beneficio de la familia y de la empresa.

¿Cuáles son los retos de futuro de *granda*?

El reto es seguir creciendo para aportar más y mejores soluciones a los empresarios familiares y a las Familias. Es preciso que sean conscientes de que tienen unas necesidades que cubrir para protegerse a ellos mismos y a sus familias, y eso pasa por una planificación adecuada como la que les proponemos. Con nosotros, lograrán un nivel de ahorro fiscal óptimo y evitaremos posibles conflictos entre los miembros de la familia a la hora de realizar el relevo generacional.

g
granda

relevo generacional & planificación del patrimonio

www.granda-protocolofamiliar.com

Transporte y Logística / Executive Search

Manel Orihuela Subdirector general de NACEX

“Nuestros clientes tienen la certeza de que sus envíos se realizan de forma segura y controlada”

NACEX es una compañía que destaca por la calidad de su servicio en sectores clave del área de la salud.

¿Qué importancia da NACEX a la distribución farmacéutica? ¿Qué peso tiene para la compañía?

Desde nuestros inicios hemos dado cobertura al sector farmacéutico, realizando diariamente recogidas y entregas en hospitales, laboratorios y farmacias con la efectividad requerida en cada envío. La calidad y excelencia de nuestro servicio nos ha llevado a trabajar para gran parte de los laboratorios nacionales e internacionales más importantes del sector. Desde la publicación el 5 de noviembre de 2013 de las Directrices de las Buenas Prácticas de Distribución (BPD) 2013/C 343/01, decidimos seguir apostando fuertemente en este sector y especializarnos con el desarrollo de un servicio totalmente dedicado. NACEX Pharma se caracteriza por ser un servicio premium, que mantiene la calidad de entrega de nuestro servicio habitual e incluye el cumplimiento de los aspectos BPD. Su principal característica es el control y monitorización de

la temperatura del medicamento entre 5°C y 25°C.

¿Están creciendo en este sector?

El hecho de que actualmente el transporte se regule a través de las BPD, la labor de la Administración por asegurar la contratación de un transporte adecuado, y la elevada exigencia de los laboratorios, son los principales motivos por los que hemos evidenciado un aumento de la demanda de actividad por parte del sector. El lanzamiento de un nuevo servicio especializado como es NACEX Pharma nos ha permitido ofrecer al mercado una solución que cubre sus necesidades. Este servicio está evolucionando de manera muy favorable y nos ha permitido aumentar nuestra cartera de clientes en el sector healthcare, no solo en España, sino también en Europa, donde recogemos a diario mercancía que entregamos al día siguiente en hospitales de toda España. Contamos con una amplia experiencia

en el transporte de material hospitalario (material quirúrgico y protésico), de laboratorio y farmacia.

¿Qué novedades tiene NACEX en materia de distribución de medicamentos?

Adaptarse a la regulación fue la primera fase. Invertimos en medios (vehículos e instalaciones con zonas climatizadas), recursos humanos (personal especializado, formado y capacitado) y desarrollamos nuevos sistemas informáticos (control y monitorización de la temperatura, trazabilidad física y térmica por bulto de cada expedición) para ser capaces de cumplir con el sistema de calidad establecido por las BPD; con especial foco en mantener la temperatura durante el transporte de medicamentos para asegurar las condiciones de almacenamiento autorizadas. Actualmente seguimos avanzando y desarrollando nuevas herramientas que nos permitan aportar valor añadido a este servicio. Los esfuerzos los dirigimos a la gestión de la temperatura. Actualmente ya estamos en condiciones de parametrizar los criterios de alarmas de tempe-



ratura (Tª/tiempo) por cliente y notificar on line y on time de dicha excursión.

¿Cómo consiguen mantener la fiabilidad y calidad de la marca?

Sabemos que nuestros clientes quieren tener la certeza de que sus envíos se realizan de forma segura y controlada. Por eso, destinamos una gran parte de nuestros recursos a seguridad, utilizando tecnologías de vanguardia. Gracias a ello ofrecemos un servicio con un alto valor añadido (digitalización de albaranes, P.O.D. visión, devolución de albaranes firmados por el cliente y servicios como el e-alerta y el pre-alerta), trazabi-

lidad durante la clasificación de los envíos y seguimiento de los envíos en tiempo real a través de Internet. También disponemos de sistemas de geoposicionamiento de los terminales móviles de nuestros mensajeros, y ofrecemos la gestión y el tratamiento estadístico de las expediciones, a través de sistemas de integración informática vía web.



Francisco Manzano Director general de Ad Hoc Executive Search

“El talento no es solo inteligencia y actitud”

El mercado del headhunting tiene desde 2009 un nuevo actor que comparte con sus clientes el objetivo de incorporar los mejores profesionales a través de un cuidado proceso de identificación y selección de directivos. El secreto de Ad Hoc está en su forma de investigar el mercado para descubrir un talento que no se basa solo en la inteligencia y actitud de los candidatos sino también en su encaje con la cultura y los valores de la empresa.

¿Qué tipo de perfiles busca Ad Hoc Executive?

Somos una firma especializada en aportar soluciones a nuestros clientes en la búsqueda de alta dirección y posiciones estratégicas. Trabajamos para empresas pertenecientes a sectores como retail, gran consumo, life sciences, tecnología y financiero. Nuestra metodología nos permite ayudar a nuestros clientes a cubrir sus vacantes en cualquier zona geográfica, tanto para empresas nacionales como multinacionales.

¿Con qué equipo cuentan?

Contamos con un equipo de 15 profesionales entre directores y consultores, repartidos entre las oficinas de Ma-

drid, Barcelona, Bilbao, San Sebastián y Sevilla. Este año hemos hecho una clara apuesta por la consolidación de la oficina de Barcelona, recientemente hemos incorporado un socio-director y dos consultores, con amplia experiencia para dar un servicio de calidad a las necesidades de nuestros clientes.

En Ad Hoc estamos organizados de forma matricial, de tal forma que los directores aportamos el conocimiento del cliente, de su negocio y de su sector de actividad. Como parte de esa matriz está el equipo de consultores, profesionales con amplia experiencia y especializados en áreas funcionales. Esta estructura nos permite formar equipos a medida para cada cliente y proyecto.



¿Cómo encuentran a los candidatos?

No solo hay que encontrar a los candidatos. Hay que atraerlos e ilusionarlos con el proyecto, y para eso contamos con un equipo muy experimentado en la búsqueda de directivos. Invertimos mucho tiempo en conocer a nuestro cliente, su plan estratégico, sus necesidades, el proyecto. Sabemos que el manejar y transmitir correctamente toda esta información es el éxito de la búsqueda. Nuestro objetivo es dar un servicio de calidad a nuestros clientes, pero también a nuestros candidatos.

¿Cómo define el talento que buscan en los altos ejecutivos?

El talento es un concepto muy subjetivo, cada empresa define qué es talento y qué no lo es dentro de su organización. Tradicionalmente ha estado ligado a conceptos como la inteligencia y la actitud, pero es algo que va mucho más allá. También debemos tener presente la motivación, los conocimientos técnicos, la experiencia acumulada, las competencias de dirección, gestión, comunicación, negociación... y que el contexto de la empresa permita desarrollar todas esas capacidades. Un buen expediente académico y una buena actitud

no garantizan que estemos incorporando una persona con talento, como muestran los fracasos de las contrataciones basadas sólo en estos parámetros. Para que una incorporación a este nivel tenga éxito a largo plazo debe haber además encaje con la organización, con sus valores, con su cultura. Esta es la base para que el directivo pueda desarrollar su talento.

¿Qué métodos utilizan en el proceso de selección?

Utilizamos un sistema que incluye varias entrevistas, con una puesta en común en la que aportamos toda la información obtenida. También nos apoyamos en la tecnología, y con frecuencia adaptamos nuestras herramientas a la forma de trabajar de cada cliente. En Ad Hoc tenemos un equipo de profesionales muy experimentado, con la formación y conocimientos necesarios para garantizar que se ejecutan los proyectos con el máximo estándar de calidad y desde la más absoluta confidencialidad. Nuestra mayor satisfacción es que el cliente nos considera un partner de su negocio, no un proveedor.

adhocexecutive.com

Business School

Emilio Cristóbal Rubio Director Ashridge Executive Education en Iberia y LATAM

"En Ashridge nada es imposible"

Desde hace más de medio siglo, Ashridge ha contribuido al éxito de miles de profesionales, equipos y organizaciones, ayudando a desarrollar las capacidades de sus líderes. Más que una escuela de negocios, es una red global que enseña, inspira y conecta a algunos de los talentos con mayor visión de futuro del mundo, formando cada año a más de 6500 ejecutivos de más de 1000 organizaciones en más de 40 países.

Ashridge lleva más de 50 años formando líderes... ¿Sobre qué valores se asienta su filosofía en el campo de la formación de ejecutivos?

En Ashridge Executive Education "nada es imposible", y esa es precisamente una de nuestras principales características. Consideramos que la formación de personas no es tanto la mera enseñanza de conocimientos y habilidades, sino la labor de cultivo de un terreno fértil que en el tiempo contribuye a un verdadero y sostenido cambio en la persona.

Somos una escuela de negocios internacional, con triple acreditación AACSB, EQUIS y AMBA, y nos encuadramos dentro del Hult International Business School, uno de los grupos académicos más globales y de mayor crecimiento.

¿En qué perfil de empresas se centran?

Nuestra base de clientes es muy heterogénea. No en vano, formamos cada año a más de 6.500 ejecutivos, de más de 1.000 organizaciones, en más de 40 países.

Ofrecemos a nuestros participantes un aprendizaje global, en el que conviven ejecutivos de diversos orígenes y perfiles que comparten sus experiencias de negocio de diferentes partes del mundo. La internacionalidad de nuestro profesorado y la globalidad de nuestra presencia, (7 campus en Ashridge, Boston, Dubai, Londres, Nueva York, San Francisco y Shanghai), nos permite ofrecer una formación global de negocios, adaptada al contexto local de los participantes, a los líderes actuales y futuros de las organizaciones. Nuestros clientes, tanto los más globales como los más locales, y los líderes de sus organizaciones agradecen ese entorno de aprendizaje.

¿En qué aspectos sustentan su diferenciación? ¿Cuál es el ADN que distingue a Ashridge?

Tenemos cuatro características que, en su conjunto, nos diferencian de otras escuelas de negocio, como muestra nuestro Net Promoter Score, (NPS), de +84, superior a la media de la industria. Trabajamos con nuestros clientes desde dentro de sus organizaciones, nos adentramos en sus negocios; nuestro profesorado está formado por los mejores profesionales del mundo empresarial; tenemos una clara presencia y vocación internacional;

y somos pioneros en la utilización de técnicas de aprendizaje práctico o Experiential Learning. Todo ello conforma el ADN de Ashridge.

Conocer el negocio del cliente desde dentro es clave para que el programa de formación sea un éxito...

Efectivamente, la colaboración con el cliente es clave. Es por ello que desde Ashridge escuchamos a nuestros clientes y nos adentramos en su negocio mediante una estrecha asociación con sus áreas clave, lo que nos permite identificar conjuntamente las necesidades individuales y globales dentro de sus organizaciones. Esta asociación, y el trabajo conjunto que realizamos antes y después de cada programa, tienen como efecto el que los conocimientos adquiridos sean posteriormente aplicados en el día a día, garantizando que nuestros clientes optimizan el retorno en la inversión de sus programas.

¿Qué destacaría de su profesorado?

Nuestro profesorado está compuesto de grandes profesionales del mundo empresarial e incluye desde CEOs y CFOs hasta exitosos emprendedores con amplia experiencia empresarial. Esto nos permite focalizar nuestra enseñanza más en la propia aplicación de la experiencia que en la mera teoría académica. Adicionalmente, y como aspecto clave en el éxito de nuestros programas, nuestros profesores realizan una importante labor de investigación, que tiene como objetivo el identificar los principales problemas que hoy en día



afroitan las organizaciones y resolverlos a través de la utilización de técnicas de liderazgo y transformación.

¿En qué consiste su metodología? Hablan de aprendizaje a través de experiencias...

En nuestra metodología de enseñanza tiene un gran peso el aprendizaje práctico, (o Experiential Learning), de cuya práctica somos pioneros y que venimos perfeccionando durante los últimos 30 años.

El aprendizaje mediante experiencias básicamente explora y aplica las

mejores prácticas utilizadas por los tres principales actores en la formación de líderes: las personas que diseñan e imparten los programas de formación para promover el aprendizaje; las organizaciones para apoyar el desarrollo de sus líderes; y los propios participantes para aplicar en su día a día el aprendizaje recibido. Podemos asegurar que el éxito en la aplicación del aprendizaje práctico es una de las razones que empuja a organizaciones de la talla y éxito de Ferrari o la Premier League a elegimos para la formación de sus líderes.



Actualmente están trabajando en un programa en colaboración con Ferrari. ¿En qué consiste?

Efectivamente, nuestro programa "Digital Futures: Winning Amongst Disruption" es un programa único de consorcio digital que venimos realizando todos los años en colaboración especial con una marca icono en el mundo de la innovación, como es Ferrari.

Se trata de un programa con un alto grado de aprendizaje práctico, que tiene una duración de 3 días, y que impartimos en la sede central de Ferrari en Maranello (Italia) y también en Miami, EE.UU. El programa nos adentra en la vertiginosidad de la transformación digital en el mundo empresarial: los participantes disfrutan compartiendo retos y mejores prácticas de innovación y liderazgo con el resto de asistentes, aprendiendo de los retos digitales reales planteados por Ferrari y elaborando sus propias estrategias digitales hacia futuro. Adicionalmente, los asistentes llegan a conducir los propios bólidos y a disfrutar de una experiencia Ferrari. En palabras de los participantes anteriores, "es una experiencia única al alcance de cualquier ejecutivo".

¿A quién va dirigido y cuándo tienen previsto realizarlo?

El perfil de los asistentes, por lo general, es senior. Nos encontramos con altos ejecutivos de diversas industrias, muchos de ellos los propios CEOs, con intereses y experiencia generalmente relacionada a las áreas de marketing, digital, estrategia e innovación. No obstante, la asistencia está abierta a cualquier ejecutivo con interés en liderazgo y transformación digital. Las fechas este año son 14-16 de mayo en Miami y 17-19 de septiembre en la sede de Ferrari en Maranello.



Nuestra Oferta

"underpinned by world-class research"

Programas Formación Ejecutivos Incluye Servicios Medición ROI	Programas Abiertos Individuales	Virtual Ashridge Aprendizaje Online
Consultoría Organizacional	Coaching para Ejecutivos	Programas Internacionales Acreditados

Proyectos de Investigación de Hult International Business School

www.hult.edu/exec
emilio.cristobalrubio@ashridge.hult.edu
+34 690 628 169

Consultoría Tecnológica / Aplicaciones para Aseguradoras

Philippe Ducellier General Manager de Generix Group España

"Generix Supply Chain Hub conecta todo el ecosistema logístico"

Los consumidores somos cada vez más exigentes. Cuando realizamos un pedido online, ya no es suficiente con que el producto cumpla con nuestras expectativas, sino que valoramos cada vez más la experiencia global de compra. El cumplimiento de los plazos de entrega, el packaging, la disponibilidad de la mercancía o la trazabilidad del producto son aspectos clave. Desde Generix Group han creado la plataforma colaborativa Generix Supply Chain Hub que digitaliza la cadena de suministro.

¿Qué necesidades detectaron en el mercado que hacían tan necesaria una plataforma colaborativa como Generix Supply Chain Hub?

Generix Group lleva más de 20 años trabajando en el sector logístico, poniendo a disposición de nuestros clientes herramientas específicas para gestionar su cadena de suministro. En los últimos años detectamos que las necesidades de nuestros clientes cambiaban drásticamente: necesitaban revolucionar su cadena de suministro e incluirla dentro de sus nuevos planes estratégicos vinculados a la digitalización de la economía. Este cambio de modelo ha tenido un fuerte impacto en las organiza-

ciones; de ahí nace nuestra propuesta de valor para ayudarles en este proceso de cambio sin precedentes.

¿Cobra cada vez más importancia la cadena de suministro para reforzar la imagen de marca en una empresa?

Desde luego que sí. Hace cinco-diez años, entre el proceso de producción y el consumidor, en la mayoría de los casos, nos encontrábamos con la tienda física. Sin embargo, ahora, la cadena de logística llega cada vez más hasta la puerta del cliente final, sin pasar por la tienda. Esto provoca que la logística sea un tema cada

vez más relevante en las organizaciones.

Por otro lado, con los nuevos modelos logísticos, el número de actores que intervienen es mayor, el producto pasa por diferentes manos y debemos ser capaces de coordinarlo todo de forma correcta y saber transmitir al cliente final toda la información necesaria. Por estos motivos, es muy necesaria una plataforma como Generix Supply Chain Hub.

¿Qué ofrece Generix Supply Chain Hub como plataforma colaborativa?

Esta plataforma conecta todo el ecosistema logístico, da visibilidad a

la información sobre el pedido y coordina a todos los actores implicados durante las diferentes fases del proceso logístico: producción, almacenamiento, transporte y entrega.

Durante este proceso son de vital importancia las herramientas de comunicación que dan visibilidad al pedido mediante información en tiempo real. Tener acceso a la información sobre un pedido en todo momento, es clave en la percepción de calidad de la entrega que tendrá el cliente final. En este sentido, si hay incidencias, seremos capaces de anticiparnos e informar al cliente. Más de 5.000 empresas ya confían en Generix Supply Chain Hub.



"Tener acceso a la información sobre un pedido en todo momento, es clave en la percepción de calidad de la entrega que tendrá el cliente final"



José Ramón Aix Director de Internexo Plataforma de Servicios, S.L.

"En Internexo las aseguradoras encuentran la solución al control pericial en todo el país"



Internexo es una plataforma de servicios que ha desarrollado una serie de aplicaciones digitales que conectan a una extensa red pericial a nivel nacional con aseguradoras, talleres y todos aquellos implicados en la resolución de un siniestro de automóvil o diversos. Son soluciones cómodas, económicas, fiables y seguras que agilizan y aportan luz ante estas situaciones.

¿Cuáles fueron los primeros pasos de Internexo?

Internexo nació de la mano de Raix Ingeniería en 2003 a petición de algunas compañías aseguradoras clientes que precisaban servicios a nivel nacional. Era necesario cubrir una serie de demandas que tenían y que no estaban resueltas en el mercado. Al mismo tiempo, se creó Desarrollos, Proyectos y Sistemas (empresa informática) para cubrir las necesidades de las dos mencionadas. En los últimos tiempos se ha agregado al

grupo Reconstrucción Pericial Virtual (empresa especializada en reconstrucción de accidentes e investigación del nexa causal). Internexo fue de las empresas pioneras en crear una plataforma que se encarga de la distribución de peritaciones de aseguradoras en todo el territorio nacional con aplicaciones web. Contamos con una extensa red de peritos concertada, pero también podemos emplear la red de peritos de las propias aseguradoras clientes o en forma mixta.

Con la solución Centro Operativo de Autos que han desarrollado, la red de peritos puede transmitir en tiempo real toda aquella información relativa a un siniestro de automóvil. ¿Cómo funciona esta aplicación?

Centro Operativo de Autos se encarga de la distribución y control de peritaciones a través de aplicaciones digitales, limitándose a siniestros de automóvil. Gracias a esta solución, las aseguradoras pueden atender múltiples peritaciones en el conjunto del país. Es el propio sistema el que

realiza el reparto de dichas peritaciones en cualquier punto de España. Con la plataforma, la aseguradora obtiene toda la información del peritaje en tiempo real, lo que le permite conocer de primera mano el resultado de cada una de las intervenciones.

¿De qué forma puede beneficiar la plataforma de Internexo a las compañías aseguradoras?

La agilidad es primordial, ya que se trabaja en tiempo real, además de la fiabilidad, seguridad y comodidad del sistema. Internexo beneficia especialmente a pequeñas y medianas aseguradoras, ya que gracias a la plataforma pueden ofrecer una cobertura nacional. Sin embargo, tenemos capacidad para trabajar con compañías de cualquier dimensión. De hecho, hoy por hoy, muchas aseguradoras nos confían ya todos sus encargos. Crecemos año a año.

A través de Centro Operativo de Diversos también ofrecen herramientas tecnológicas para los siniestros de hogar, comercio, etc.

Así es, funciona de la misma manera que el Centro Operativo de Autos, pero con siniestros de ramos diversos como pueden ser los ocasionados en el hogar, en comercios, industrias, etc.

¿Con qué otras aplicaciones trabajan?

Ofrecemos también un servicio de video-peritación y foto-peritación para poder realizar peritajes en remoto, ya sea a través del taller en el caso de automóviles, o del propio reparador de la asistencia en los siniestros diversos. Se muestran los daños en foto o en vídeo y en remoto se puede realizar una valoración de los daños en tiempo real.

Por último, estas soluciones, ¿son personalizables?

Son totalmente personalizables e intuitivas. La formación necesaria es mínima, tampoco requieren de instalación previa, y el mantenimiento y la actualización constante lo realizamos desde Internexo.

www.internexo.es

Responsabilidad Civil

Óscar Calderón Plaza Socio de Sunion Calderón García Moreno Abogados, y director del departamento de RC y Seguro



“Un accidente laboral puede suponer la desaparición de una empresa”

Habiéndose celebrado recientemente la Semana del Seguro, el principal punto de encuentro de la industria aseguradora española, hemos querido hablar con un abogado experto en la materia para hablar de la nueva Ley 35/2015, en vigor desde el pasado 1 de enero del 2016, por la que se aprueba el nuevo baremo de indemnizaciones por accidentes de tráfico y que también sirve para valorar las indemnizaciones en materia sanitaria o en accidentes laborales.

Nos gustaría tratar de temas de actualidad del sector del seguro. Hace poco más de un año entró en vigor la nueva Ley 35/2015, denominada del “baremo” de accidentes de tráfico. ¿Para qué sirve esa norma?

La norma que Ud. menciona es un instrumento que permite establecer el valor de algo que por definición es imposible de valorar como es la vida humana, la integridad física o moral o las limitaciones físicas que un accidente pueda ocasionar. Además regula una cuestión novedosa como es la repercusión económica que todos esos perjuicios puedan ocasionar a las expectativas de ganancias de una persona.

Si bien es una norma obligatoria para el resarcimiento por perjuicios generados en accidentes de tráfico, como no existe un marco normativo semejante en otras actividades, se extiende su uso a cualquier tipo de accidente en donde se dañe la vida o la integridad física de una persona.

¿Cómo valora su aplicación hasta la fecha?

Ha tenido un efecto determinante en la forma de abordar las nuevas reclamaciones. Exige una profesionalización en los abogados que actúan en el sector porque es una norma compleja y con muchos matices.

Simultáneamente a su entrada en vigor también se han retocado otras normas para lograr una mayor transparencia y rigor en la gestión del siniestro. Aunque se han concedido una serie de prerrogativas a las aseguradoras, ha sido con el fin de promover que el proceso de reclamación finalice en la vía amistosa. Creo que se está consiguiendo: el número de asuntos que se judicializan es cada vez menor e ínfimo si se considera el número de siniestros que se producen.

Además, recientemente se ha implantado un sistema informático que va a monitorizar todo el proceso de reclamación y, en principio,

permitirá agilizar el proceso, lo hará plenamente transparente y facilitará una más ajustada indemnización, que al final es lo que en realidad deben buscar las partes.

¿Se han incrementado las indemnizaciones?

No podemos olvidar que la norma se debe aplicar en un entorno socioeconómico concreto en donde hay que considerar por un lado la dignidad de las víctimas, que la indemnización sea socialmente aceptable y, por otro lado, que el sistema económico subyacente garantice las indemnizaciones y sea viable. De esta tensión surge un acuerdo entre los agentes implicados que es el que establece el importe de las indemnizaciones.

Ello ha supuesto que fundamentalmente las lesiones más leves, y no olvidemos que son las más frecuentes, no solo no se hayan incrementado, sino que se les ha colocado el cartel de “sospechosas”. Por el

contrario, en los casos de fallecimiento y lesiones graves, las indemnizaciones se han incrementado de forma muy sustancial, valorando multitud de conceptos que pretenden conseguir la indemnidad del perjudicado.

Ese incremento de las indemnizaciones en esos casos concretos puede tener trascendencia en las aseguradoras y su viabilidad futura.

Las aseguradoras hacen sus cálculos sobre modelos estadísticos y actuariales muy estrictos y están supervisadas por el Regulador, por lo que la viabilidad de las mismas debería estar garantizada. No obstante, un accidente de grandes proporciones o con muchos afectados puede afectar de forma significativa en su rentabilidad. Seguramente la competencia ante un entorno más exigente priorizará unos proyectos sobre otros.

Donde yo veo que puede afectar la viabilidad es en muchas empresas, y lo peor es que no son conscientes de ello.

¿A qué se refiere?

Como he dicho, el baremo se aplica casi automáticamente a otras actividades. Es muy común que se utilice para valorar las indemnizaciones en materia sanitaria o en accidentes laborales. Normalmente,

las empresas tienen asegurado este riesgo con una cobertura que se denomina Responsabilidad Civil Patronal o Cruzada, pero también es común que tengan limitado el importe de la indemnización por víctima. Ello supone que, en caso de accidente, la aseguradora solo indemnizará hasta el máximo garantizado por víctima.

Dado que las indemnizaciones por accidentes graves se han incrementado sustancialmente, esas coberturas se han quedado obsoletas y es posible que no cubran la indemnización total que pueda corresponder a un lesionado grave. En estas circunstancias la viabilidad de muchas empresas está en riesgo ante un accidente de este tipo. No serán capaces de afrontar los excesos en la indemnización que pudieran corresponder.

A modo de ejemplo, estamos hablando que un fallecido medio puede suponer en la actualidad una indemnización que ronda los 500.000 € (dependiendo de sus circunstancias) y un lesionado grave puede superar fácilmente el 1.000.000 €. Las garantías más habituales contratadas por RC Patronal cuentan con un sublímite por víctima de 150.000 €. ¿Cuántas empresas pueden afrontar pagos de más de 800.000 €?

Es sorprendente, ¿hay algún otro riesgo que no esté suficientemente valorado por las empresas?

En un accidente laboral surgen no solo indemnizaciones por responsabilidad sino también sanciones, como el denominado “recargo de prestaciones”, que es un porcentaje de las cantidades que abone la Seguridad Social a la víctima. Son cantidades muy importantes ya que están capitalizadas para el resto de la vida del afectado, pensiones por incapacidades permanentes, por viudedad u orfandad.

Está prohibido asegurar este riesgo económico por lo que la empresa debe afrontarlo con sus propios recursos. Sin embargo, lo que no está prohibido es que las aseguradoras cooperen o apoyen en la defensa de este tipo de responsabilidades aportando recursos para la defensa, tanto periciales como de asesoramiento jurídico. Incluso pueden existir otro tipo de fórmulas que busquen en definitiva garantizar la viabilidad de la empresa ante una contingencia de este tipo. Seguramente, el sector asegurador acabará adoptando fórmulas. En algunas ya estamos avanzando para poder apoyar jurídicamente a las propias aseguradoras.

José Antonio Alguacil CEO de CyS



“El reto de la transformación empieza en la motivación”

Fundada hace apenas dos años, CyS comenzó su andadura trabajando en proyectos pequeños para grandes empresas. Con un equipo directivo con amplia experiencia, un enfoque muy técnico y una creatividad que rompe los cánones establecidos, es hoy una firme promesa a liderar el cambio en las organizaciones, trabajando desde y para los equipos que las forman.

¿Cuáles son los principales retos a los que se enfrentan las corporaciones?

Liderar el cambio es la principal demanda. Sin embargo, cuando se trata de organizaciones establecidas, compañías muy arraigadas o con una ventaja competitiva en su mercado, el cambio es precisamente lo que más cuesta.

Parece que se han adoptado palabras como «innovación» o «transformación» sin tener en cuenta lo que eso supone. Vivimos en una economía global, conectada y que cambia a una velocidad increíble. Ya no vale estar a favor o en contra: quien no se adapte a su cliente tendrá problemas muy pronto, si no los tiene ya.

Liderar el cambio no es una hoja de ruta, un objetivo o una meta, es una actitud, una forma de entender nuestro tiempo, su idiosincrasia y establecer una respuesta que añada valor.

El principal concepto que no se tiene en cuenta es la disrupción. En los últimos años hemos visto compañías enormes que daban su negocio por sentado y, de pronto, una pequeña compañía ha planteado

una tecnología, unos métodos y una filosofía que aportaba mucho más a sus clientes y el resultado ha sido claro: un cambio de tornas histórico en muchos mercados. Pues bien, estos cambios disruptivos van a ser más rápidos, más frecuentes y más duros para las compañías que no sepan tomar la delantera.

¿Qué barreras hay que superar para transformar una empresa?

Los líderes. Sé que suena mal, pero es la realidad. Una compañía necesita de una misión y una visión claras. Unos motivos por los que luchar incluso cuando las cosas se ponen mal. Una cultura tan fuerte que haga que las personas que trabajan en ellas se sientan orgullosas. Todo esto depende por entero de sus líderes, tanto si son locales como nacionales o globales.

Si hablamos de cambio, de innovación y transformación y esto se queda en una diapositiva, en un discurso o una entrevista sin empatar realmente en la cultura de la empresa, la credibilidad de los líderes se ve afectada y eso hace mella en la motivación de su equipo.

Aunque partamos de la base de

que un equipo humano viene motivado de casa, ver cómo las palabras no se transforman en acciones hace que cualquiera se desconecte de la realidad y comience en un ciclo de inercia. Eso es un cáncer para la empresa.

Otra barrera es copiar el cambio de otros. Con esto quiero decir que no todas las compañías necesitan la última tecnología y que esta no salvará a las empresas. La transformación empieza por las motivaciones de las personas que trabajan en un proyecto común. Si su implicación es máxima y su motivación total, la capacidad de adaptación de una empresa se multiplica a niveles increíbles.

¿Cómo una pequeña empresa como CyS puede ayudar a una gran corporación?

Precisamente por eso, las ayudamos. Somos una pequeña consultora muy experimentada y formada por una amalgama de ejecutivos, psicólogos y creativos que trabajamos centrados en los problemas de nuestros clientes. Estos problemas no son siempre los que ellos nos trasladan, sino los que nosotros de-

tectamos tras un exhaustivo proceso de análisis. Esto nos da una visión externa, crítica, muy ágil y multidisciplinar de cómo resolver dichas cuestiones.

¿Cómo nace el concepto de CyS?

CyS nace con una propuesta especializada para eventos, offsites, reuniones y marketing de guerrilla. Nacemos del mundo de la comunicación. Sin embargo nuestra evolución es proporcional a las exigencias de nuestros clientes. Siempre hemos visto este tipo de acciones como un soporte de comunicación, pero no nos conformábamos con «lanzar» un mensaje. Queríamos aportar valor a nuestro clientes, necesitábamos trabajar cuerpo a cuerpo junto a ellos, analizando a sus equipos, trabajando sus puntos débiles, impulsando sus fortalezas y planificando acciones que dieran a sus líderes la capacidad de tener un equipo humano completamente comprometido con sus metas.

Hemos evolucionado desde una acción superficial a una estrategia muy profunda.

¿Cuál es vuestra filosofía de trabajo?

Las personas. Desde ellas, para ellas y por ellas. Las personas son lo que hace diferente a un proyecto, la razón por la que venden, el vehículo de su cultura, su presente y su futuro. Por eso analizamos los procesos emocionales en los que se ven

envueltas, diferenciamos los grupos de trabajo, sus necesidades y ofrecemos soluciones personalizadas que obedecen a un mismo fin: aportar valor sus clientes.

Nuestra visión humanista convive con la técnica, ya que lo que buscamos es generar emociones, potenciar la empatía y la vinculación a la empresa, pero siempre aplicando mecanismos psicológicos que obtengan un gran resultado.

¿En qué se diferencia vuestra oferta?

En tres puntos clave: enfoque, dimensión y vinculación. Nuestro enfoque es plenamente humanista, como ya he mencionado antes. Este punto de vista hace que cualquier cuestión empiece y acabe en las barreras humanas por alcanzar un objetivo y no en complejas posiciones que no llevan a ningún lado. Esto sintetiza mucho el problema, pero no lo simplifica. Liderar el cambio, transformar una compañía o alcanzar un objetivo requiere de soluciones tangibles pero no por ello sencillas.

Otro punto diferencial es la dimensión de nuestros proyectos. Trabajamos en diferentes niveles de profundidad, desde los más sencillos -donde abarcamos una reunión concreta- a planes de acción con equipos de trabajo a medio plazo. Tenemos una oferta muy escalable según la necesidad y la problemática del cliente.

El broche de oro, lo que nos hace únicos, es la implicación. Nos vinculamos de una manera excepcional no solo en cada proyecto concreto sino también en los resultados, que establecemos mano a mano con el cliente y que después medimos y analizamos. Esto hace que la fidelización con nuestros clientes sea única y, en ocasiones, vivimos la cultura corporativa tanto como ellos. Nos apasiona lo que hacemos y se nota.

¿Cómo ha acogido el mercado vuestra propuesta?

Somos una empresa pequeña y pretendemos seguir siéndolo. No obstante, el resultado de lo que hacemos es muy grande. Partimos de la base de nuestra colaboración con la agencia de publicidad illusionlabs, una de las principales agencias de comunicación en salud. Esto nos abre muchas puertas en este mercado, es donde mayor experiencia tenemos y donde más premios hemos ganado pese a su complejidad. Poco a poco vamos trabajando con otros sectores. Nuestro objetivo es tener un abanico de clientes lo más diverso posible, para seguir aprendiendo siempre de ellos.

cys / eventos

www.cyseventos.com